

**MINISTERIO DE AGRICULTURA**  
**PADI / GAPA**  
**AID**

PA-ABD-038

1985

**ESTUDIO DE  
MERCADERO AGRARIO**

PRODUCTOS

INSUMOS

EXPORTACIONES NO  
TRADICIONALES

DISTRIBUCION URBANA  
LIMA METROPOLITANA

MERCADERO EN PUNO  
RECONOCIMIENTO

LIMA PERU  
1985

# ESTUDIO DE MERCADEO AGRARIO

## CONTENIDO

### PRESENTACION

### PERSONAL QUE PARTICIPO EN SU EJECUCION

1.	INTRODUCCION	1
2.	ANTECEDENTES	2
3.	OBJETIVOS	3
4.	ALCANCES	4
5.	METODOLOGIA	6
6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	10
	A. Mercadeo de Productos Agrarios	10
	- Papa	10
	- Naranja	26
	- Algodón	45
	- Maíz Amarillo Duro	57
	- Organización de Productores	67
	B. Mercadeo de Insumos Agropecuarios	72
	- Semillas	72
	- Fertilizantes	89
	- Plaguicidas	109
	- Maquinaria Agrícola	113
	C. Exportación Agrícolas No Tradicionales	125
	- Mecanismos Operativos	125
	- Productos Frescos	134
	- Productos Procesados	143
	D. Distribución Urbana en Lima Metropolitana	156

# ESTUDIO DE MERCADEO AGRARIO

## PRESENTACION

La expansión más rápida de la producción agropecuaria del país se torna en un imperativo que solucione, o por lo menos atenúe, los problemas por los cuales atraviesa nuestra economía. Esa acción se traduce principalmente en garantizar la disponibilidad y el abastecimiento de los productos alimenticios exigidos por la creciente demanda interna, y también contribuir, vía exportación, a la balanza comercial.

Es fundamental formular y establecer programas técnicos con visión integral de la problemática de la producción y mercadeo de alimentos. A pesar de existir varios estudios realizados en este campo, no se cuenta con una sistematización de los conocimientos adquiridos que permitan una percepción global de los aspectos que intervienen en el análisis del Sector.

La necesidad de estudiar la agricultura sobre la perspectiva de las transformaciones socio-económicas ocurridas a lo largo de la historia, parte del concepto que el término agricultura tiene su base en épocas en que el agricultor no solo producía alimentos, sino también sus propias herramientas, abonos y otros insumos necesarios para la producción, además de que se encargaba de procesar y vender directamente sus excedentes.

Con la evolución económica, sobrevino la reducción y separación de las funciones de las unidades de producción, sobretudo la llamada agricultura de mercado. Hoy el agricultor produce apenas una pequeña parte de lo que consume pasando a ser un especialista en determinado campo productivo. Las demás funciones ahora son desempeñadas por otros agentes económicos: así, la fabricación de maquinarias, equipos, fertilizantes, plaguicidas, concentrados, etc. y el almacenamiento, procesamiento, mercadeo, etc., se encuentran en manos de agentes situados mayormente fuera de la unidad de producción agrícola.

Sin embargo, con ese desmembramiento y especialización creciente, la interdependencia entre los varios segmentos es evidente, donde cada uno depende de los otros para su desarrollo. Debido a é $\text{\`}$ llo, no se puede seguir pensando en el desarrollo agr $\text{\`}$ cola considerando todas esas entidades como compartimentos estancados y encuadrados en modelos econ $\text{\`}$ omicos de tres sectores : primario, secundario y terciario.

Queda patente por lo tanto, la necesidad de analizar en forma global el desenvolvimiento del Sector Agrario, describiendo y/o inter-relacionando esas varias funciones para explicar mejor su funcionamiento.

Por ello, es finalidad b $\text{\`}$ sica de este Estudio, intentar sistematizar un esbozo de la teor $\text{\`}$ ia al respecto del desarrollo agr $\text{\`}$ cola, que posibilite la unificaci $\text{\`}$ on de criterios para una mejor comprensi $\text{\`}$ on del problema. Se pretende formular un cuadro de situaci $\text{\`}$ on y evoluci $\text{\`}$ on de las actividades de producci $\text{\`}$ on y mercadeo de insumos y productos agropecuarios, adem $\text{\`}$ as de las pol $\text{\`}$ iticas gubernamentales que insiden en ellas.

ORESTES GIL NAJARRO  
COORDINADOR

## PERSONAL QUE PARTICIPO EN LA EJECUCION DEL ESTUDIO

### PERSONAL TECNICO

- |                                  |   |
|----------------------------------|---|
| . Ing. Orestes Gil Najarro       | Coordinador del Estudio                           |
| . Ing. Carlos Vega Castro        | Líder en Mercadeo Agrario                         |
| . Ing. Pedro Baraibar Ascasibar  | Líder en Mercadeo de Insumos                      |
| . Ing. Jesús Castellares Carlín  | Líder en Exportaciones No Tradicionales.          |
| . Econ. Virgilio Ramos Ballarte  | Análisis Económico y de Políticas.                |
| . Ing. Jorge Wong Luck           | Análisis de Organizaciones y Distribución Urbana. |
| . Ing. Carlos Oliva Thais        | Mercadeo de Papa                                  |
| . Ing. Juan Velarde Zabalbeascoa | Mercadeo de Naranja                               |
| . Ing. Sergio Olano Vega         | Mercadeo de Maíz                                  |
| . Ing. Orlando Ramos Mellarez    | Mercadeo de Algodón                               |
| . Ing. José Burga Colán          | Producción y Mercadeo de Semillas.                |
| . Ing. César Escobar Chávez      | Producción de Fertilizantes                       |
| . Ing. Gabriela Gaitán Rocha     | Mercadeo de Fertilizantes                         |
| . Ing. César Dávila Luck         | Producción y Mercadeo de Plaguicidas.             |
| . Ing. Mario Bringas Llontop     | Producción y Mercadeo de Maquinaria Agrícola.     |
| . Ing. Felipe Donayre Cánepa     | Exportaciones de productos frescos                |
| . Ing. Juan Campos Ekle          | Exportaciones de productos procesados.            |
| . Econ. Renán Dávila Vega        | Mecanismos de exportaciones                       |
| . Ing. Jorge Reinoso Reinoso     | Mercadeo de Puno                                  |

### PERSONAL DE APOYO

- |                                 |                         |
|---------------------------------|-------------------------|
| . Srta. Carcle Díaz Aguilar     | Secretaria Ejecutiva    |
| . Sra. Irma Portales Martínez   | Mecanógrafa             |
| . Srta. Teresa Palacios Ramírez | Mecanógrafa             |
| . Sr. Felipe Chumpitaz Mellarez | Dibujante               |
| . Sr. Antonio Chumbiauca Gil    | Auxiliar Administrativo |
| . Sr. Humberto Chumbiauca Gil   | Auxiliar Administrativo |

### COLABORADORES DEL AID

- |                     |                     |
|---------------------|---------------------|
| . Edgar Ariza-Niño  | . Meat Kirkpatrick  |
| . Kerry Byrnes      | . Nicholas Minot    |
| . Don Braden        | . John O'Donnel     |
| . Jimmy Cranny      | . John Pagliaro     |
| . Kelly Harrison    | . Roberto Poey      |
| . John Hill         | . Michael Rodríguez |
| . Kenrieth Swamberg |                     |

1'

## ESTUDIO DE MERCADEO AGRARIO

### 1. INTRODUCCION

Los problemas alimenticios en el país se ponen de manifiesto en las diferencias sustanciales en las últimas décadas entre los índices de crecimiento de la producción agropecuaria (1.9% anual) y de la población (2.5% anual), originando un creciente déficit nutricional y un mayor volumen de importaciones de alimentos o materia prima agrícola para satisfacer la demanda de los consumidores.

La estructura productiva, reflejada entre otros, por una atomización y dispersión de las unidades de producción (1.4 millones), una limitada disponibilidad de tierras aptas para la agricultura (3.7 millones de Has.), un reducido uso de tierras cultivadas (2.5 millones de Has.), una baja productividad de los cultivos y crianzas y, una marcada estacionalidad de las producciones, incide en el estancamiento de la producción agropecuaria interna.

Los actuales sistemas de mercadeo de productos agrarios agravan aun más el deterioro alimenticio de la población, caracterizado por la presencia de una intermediación, muchas veces ineficiente, que propicia acciones especulativas en las diferentes etapas del proceso (comercio rural, mayorista y minorista), generando costos adicionales que se reflejan en menores precios a los productores, con el consiguiente desaliento en ellos, y en mayores precios a los consumidores, retrayendo la demanda en función a la disminución del poder adquisitivo de los mismos.

Incrementar los niveles de producción, productividad y rentabilidad del agro, así como, establecer mecanismos adecuados para el mercadeo de los productos e insumos agrarios en condiciones favorables de precio, calidad y oportunidad para productores y consumidores, resulta una tarea impostergable para la reactivación del Sector

Agrario en particular y de la economía del país en general.

Intentar generalizar la problemática del mercadeo de los productos e insumos para todos los productos y áreas geográficas, conlleva a interpretaciones poco reales y prácticas, que imposibilita la aplicación de las medidas correctivas necesarias. Asimismo, ejecutar estudios de mercadeo exhaustivos y prolongados para determinar las causas y efectos principales de esta problemática, afecta la toma de decisiones oportunas, sobre todo cuando existen evidencias lo suficientemente claras y estudios anteriormente realizados que muestran el contexto en el que se desenvuelve esta actividad.

Evaluar los sistemas de mercadeo de insumos y productos agrarios, implica la adopción de metodologías apropiadas que, en menor tiempo y a menor costo, permita identificar y analizar los problemas más relevantes y, plantear las medidas correctivas oportunas. Una de éstas, es el método del Sondeo del Mercado o Apreciación Rápida (Rapid Appraisal of an Agricultural Marketing System) desarrollado por el Proyecto de Acceso de Pequeños Productores al Mercado (SFMA) de la Agencia para el Desarrollo Internacional (AID), el mismo que, adaptado a las características propias del país, fue aplicado por el equipo responsable de la ejecución del presente trabajo.

## 2. ANTECEDENTES

La Agencia para el Desarrollo Internacional, AID, a través de su oficina en Perú, propuso al Ministerio de Agricultura la ejecución de un conjunto de estudios de evaluación de los sistemas de mercadeo de insumos y productos agropecuarios, dentro del marco del convenio suscrito entre ambos organismos, aplicándose la metodología diseñada por dicha Agencia.

La Alta Dirección del Ministerio de Agricultura, teniendo en cuenta la importancia que reviste el mejoramiento de los sistemas de mercadeo para impulsar el desarrollo del agro nacional, considera

de suma utilidad la ejecución de tales estudios. Es así que, de acuerdo a las directivas emanadas por ella, un grupo de expertos - de la oficina del AID de Washington, efectuaron estudios de reconocimiento de la problemática de mercadeo, entre los meses de Enero y Febrero del año en curso, cuyo resultado determina la necesidad de profundizar el análisis de los principales problemas identificados en los mismos.

En base a tales resultados, la Alta Dirección del Ministerio de - Agricultura estima conveniente y necesario evaluar tanto los sistemas de mercadeo de los principales insumos y productos agropecuarios, como la problemática de las exportaciones agrícolas no tradicionales, encargando al "Grupo de Análisis de Política", GAPA, del Proyecto "Planificación Agraria y Desarrollo Institucional", PADI, la ejecución de los estudios indicados.

Estos estudios se desarrollaron entre los meses de marzo y julio - del año en curso, para cuyo efecto se contó con el apoyo financiero del USAID a través del Convenio AID-LSGA Nº 527-0166 "Agricultural Sector Planning" para cubrir los gastos de personal y servicios que demandó su ejecución, así como con la colaboración de expertos del AID en cada una de las áreas estudiadas.

### 3. OBJETIVOS

Son objetivos del estudio:

- a) Identificar y analizar los principales problemas que afectan a los sistemas de producción y mercadeo de insumos y productos agropecuarios.
- b) Identificar y analizar los principales problemas que limitan - las exportaciones agrícolas no tradicionales.

- c) Diseñar y proponer el desarrollo de estudios más profundos sobre los principales problemas identificados.
- d) Proponer las medidas correctivas de corto y/o mediano plazo que tiendan a dar soluciones a los problemas identificados.

#### 4. ALCANCES

Los estudios desarrollados comprenden la evaluación de los siguientes sistemas y subsistemas de mercadeo :

- A. Mercadeo de Productos Agrarios
  - a.1 Papa
  - a.2 Naranja
  - a.3 Algodón
  - a.4 Maíz amarillo
- B. Mercadeo de Insumos Agropecuarios
  - b.1 Semillas : papa, algodón y maíz amarillo
  - b.2 Fertilizantes
  - b.3 Plaguicidas
  - b.4 Maquinaria Agrícola
- C. Exportaciones Agrícolas No Tradicionales
  - c.1 Mecanismos operativos
  - c.2 Productos frescos : mango, vid y melón
  - c.3 Productos procesados : espárragos y naranjas
- D. Distribución Urbana de Productos Agrícolas en Lima Metropolitana.
- E. Mercadeo Agrario en Puno (Reconocimiento)

Los sistemas y subsistemas evaluados fueron seleccionados y priorizados, entre otros, en razón de su importancia y contribución dentro del Sector Agrario, tanto en lo que respecta a su participación en la superficie cultivada y volúmenes de producción y en la problemática de producción, como de su incidencia en el valor, volúmenes y potencial de las exportaciones agrícolas no tradicionales.

Para el caso de los productos seleccionados, (papa, naranja, algodón y maíz amarillo), éstos en conjunto participan en el 30% de la superficie cultivada y el 20% del volumen de producción, a más de que son altamente significativos en la dieta alimentaria, sea al estado natural como consumo directo (papa y naranja) o transformado (aceites y carne de ave).

En lo referente a los insumos seleccionados, su importancia radica en su participación dentro de los costos totales de producción que en conjunto representan en promedio entre el 55 a 60% de ellos, y en su incidencia en los niveles de productividad (semillas, fertilizantes y plaguicidas) de los productos seleccionados.

En cuanto a los productos de exportación, los seleccionados tienen una participación del orden del 50% de las exportaciones agrícolas no tradicionales entre frescos y procesados.

Respecto a la distribución urbana, se consideran los productos agrarios percederos a fin de dar mayor cobertura a la evaluación de los sistemas de mercadeo de productos a lo largo de todo el proceso (productor-consumidor) con énfasis en Lima Metropolitana, por representar el 20% de la población total del país.

En relación al estudio en Puno, su priorización responde a su situación de área relativamente deprimida y en donde se realiza el reconocimiento de los sistemas de mercadeo de productos e insumos.

## 5. METODOLOGIA

El Estudio de Mercadeo Agrario en sus diferentes componentes, fue ejecutado en base al método indicado anteriormente, el mismo que contempla el desarrollo de fases sucesivas con diferentes niveles de profundidad y que en resumen son las siguientes :

- Fase I :** Reconocimiento de la problemática general de los sistemas de mercadeo a efectos de identificar los problemas más relevantes que lo afectan, en base a informaciones secundarias conformadas por estadísticas y opiniones de personal técnico con conocimientos de la materia.
- Fase II :** Identificación y análisis de los problemas claves identificados en la Fase I y que afectan el desempeño de los sistemas de mercadeo, en base a datos obtenidos tanto de fuentes primarias representadas por los participantes directos en el proceso (productores, comerciantes y consumidores) y directivos y funcionarios de empresas públicas y privadas, como de fuentes secundarias (estadísticas, estudios, etc.) .
- Fase III :** Profundización del análisis de los problemas claves que requieren un mayor nivel de estudio, con el fin de plantearse las políticas y/o programas específicos requeridos.
- Fase IV :** Seguimiento y evaluación de las medidas aplicadas en respuesta a las recomendaciones planteadas como resultado de las fases anteriores.

Para efectos del presente estudio, se desarrollaron las dos primeras fases (I y II) adoptándose la siguiente metodología de trabajo :

a) Etapa de reconocimiento

Realizada por un grupo de expertos del AID con la colaboración de técnicos peruanos del Ministerio de Agricultura entre los meses de enero y febrero, dando como resultado el planteamiento de un conjunto de problemas claves que deberían analizarse.

b) Prueba metodológica

Llevada a cabo durante el mes de marzo por los líderes nacionales del Estudio con la colaboración de expertos del AID, la misma que se aplicó en los siguientes productos y áreas geográficas :

- Mercadeo de papa en Huancayo y Lima.
- Mercadeo de algodón en Cañete ; Lima.
- Mercadeo de semillas y fertilizantes en Cañete, Ica y Lima.
- Exportaciones no tradicionales en Trujillo, Ica y Huaral.

c) Etapa preliminar

Desarrollada por los líderes nacionales durante la primera quincena de abril, en la cual se diseñó el estudio en su conjunto a través de las siguientes acciones específicas :

- Selección y priorización de productos y áreas geográficas en función de su participación y representatividad en la problemática del Sector Agrario.
- Formulación de los términos de referencia para cada uno de los sistemas y subsistemas seleccionados.
- Formulación del programa general de actividades me-

dian­te el método PERT/CPM así como el presupuesto desagregado.

- Selección y entrenamiento del personal técnico que participó en el desarrollo del Estudio según la especialidad requerida.
- Elaboración de guías metodológicas de entrevistas y/o encuestas para la obtención de datos primarios.

d) Etapa de campo

Esta etapa se desarrolló entre los meses de abril y junio por el personal técnico nacional con la colaboración de expertos del AID en cada uno de los sistemas y/o subsistemas seleccionados, con la siguiente cobertura :

d.1) Mercadeo de productos agrarios

- Papa : Huancayo, Tarma, Cañete, Barranca y Lima.
- Naranja : Huaral, Chanchamayo y Lima.
- Algodón : Piura, Cañete, Chincha, Ica y Lima.
- Maíz Amarillo: Trujillo, Casma, Cañete, Chincha, Ica, Tarapoto y Lima.

d.2) Producción y Mercadeo de insumos agropecuarios

- Semillas : Papa : Huancayo, Tarma (Huasahuasi) e Ica.  
Algodón: Piura, Cañete, Chincha e Ica.  
Maíz amarillo: Cañete, Ica y Tarapoto.
- Fertilizantes : Piura, Huancayo, Tarma, Cañete, Chincha y Plaguicidas: Ica, Trujillo, Chiclayo y Lima.
- Maquinaria : Trujillo y Lima  
Agrícola

d.3) Exportaciones agrícolas no tradicionales

- Trujillo, Chanchamayo, Ica, Huaral y Lima.

d.4) Distribución urbana en Lima Metropolitana

- Encuestas a 1,500 comerciantes minoristas de 43 mercados de abastos, paraditas, tiendas y ambulantes en 20 distritos de Lima y Callao.
- Encuestas a 1,000 consumidores que acudieron a los mercados minoristas encuestados.
- Entrevistas con comerciantes mayoristas de los Mercados Mayoristas N° 1 y N° 2.
- Entrevistas con funcionarios de cuatro cadenas de autoservicios.

e) Etapa de gabinete

Desarrollada entre los meses de junio y julio por el personal técnico nacional, en la cual se procesó y analizó las informaciones obtenidas, elaborándose los documentos respectivos para cada uno de los sistemas y subsistemas evaluados que integran el Estudio de Mercadeo Agrario.

## 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### A. Mercadeo de Productos Agrarios

#### PAPA

La papa es un producto de consumo y producción primordialmente doméstico; su uso industrial y participación en el comercio exterior son prácticamente nulos. Alrededor del 90% de la producción se dá en la Sierra, pero el grueso de esa producción se consume allí mismo. La producción de la Costa, es pequeña pero mucho más orientada hacia la comercialización, y llega a abastecer casi la mitad del consumo anual de Lima.

La superficie sembrada en la Costa probablemente es sensible a los niveles relativos de precios de cultivos a nivel productor, pero no ha sido posible corroborar esta relación en las estadísticas anuales agregadas. En la Sierra la superficie sembrada probablemente responda menos a los precios, dada la falta de usos alternativos de la tierra, y los datos anuales no arrojan una relación obvia.

En cada región la cosecha es muy estacional, pero en general, en la Sierra se cosecha entre Enero y Julio, mientras que en la Costa se cosecha entre Agosto y Diciembre. A pesar de la marcada estacionalidad, y de que no existe casi almacenamiento de papa, el abastecimiento de Lima es sorprendentemente estable, variando sólo un 10% de mes a mes con un ligero ciclo estacional.

El consumo per cápita de papa ha bajado de cerca de 100 Kg. antes de 1970 a cerca de 50Kg. en 1985, mientras que el consumo del trigo y arroz han aumentado en una proporción equivalente de peso.

Cálculos aproximados demuestran que el avance en urbanización no ha contribuido mayormente en esta baja en el consumo. Además, dado que las elasticidades de ingreso son bajas (0.6 en Lima y 1.0 en áreas rurales), los niveles de ingreso per cápita no han cambiado suficientemente para contribuir significativamente al cambio en la dieta. En el caso del arroz, la sustitución puede deberse a cambios relativos en precios; en trigo, sin embargo, parece haber ocurrido simplemente un cambio de gustos y preferencia del consumidor.

La elasticidad-precio de la demanda se estimó usando datos mensuales de ingresos y precios en el Mercado Mayorista de Lima. El valor obtenido fue 0.40, que confirma un reducido grado de sustitución a corto plazo por otros productos.

En el mercadeo de papa de la Costa en Lima, el mayorista actúa como Agente que organiza el transporte directamente de las fincas o se abastece de acopiadores rurales en algunas ocasiones.

Estudios anteriores han constatado que los productores de la Costa tiene buena información de precios y pueden negociar con varios compradores que ya conocen bien.

En la Sierra el mercadeo es más complejo. Productores pequeños son mas dados a vender a acopiadores rurales o en ferias locales. Aquellos que venden para el mercado de Lima, entre ellos los productores más grandes, prefieren canales más directos: quizá las tres cuartas partes del volumen se vende directamente a mayoristas en Lima, ya sea puesto en chacra o entregado en el mercado mayorista mismo. En todo caso, se contrata un camión para acarrear el producto.

El Mercado Mayorista N° 1 de Lima tiene 218 mayoristas de papa registrados, y ellos compran y venden entre 600 y 1,000 toneladas diarias. Este mercado maneja según se estima el

80% del consumo de Lima; de allí se vende principalmente a detallistas, compradores de super mercados e instituciones, y a consumidores.

Los precios en términos reales a nivel de productor como de mayorista y de consumidor han seguido líneas paralelas tanto con datos anuales como mensuales. El productor recibe cerca del 42% del precio final, el transporte cubre alrededor del 25% y el margen del mayorista 2 a 4%.

El 30% restante corresponde a los costos del comercio minorista que consiste casi enteramente en mano de obra. El mayorista obtiene así un ingreso diario bueno con un margen pequeño, mientras que el detallista tiene un margen alto pero su salario es mínimo debido a su volumen tan reducido.

Actualmente (Junio de 1985) los precios reales de la papa están a sus niveles más bajos de los últimos 10 años debido un poco a la contracción de la demanda, pero más que todo, a los volúmenes record que están ingresando a Lima. Los productores de la Costa han respondido a estos precios bajos, reduciendo significativamente sus áreas de siembra en papa. Según estimados del Ministerio de Agricultura, el abastecimiento a Lima entre Setiembre y Noviembre, será deficitario, y, basado en la curva de demanda que se estimó en este estudio (ver gráfico), es probable que los precios por lo menos se dupliquen en términos reales antes de fin de año.

Dada esta perspectiva, se esperaría que almacenar papa pueda generar buenas ganancias, mejorar los precios actuales, y aliviar el impacto de la escasez prevista. Sin embargo, el almacenar papa se encuentra obstaculizado por: (1) leyes existentes contra la especulación y el acaparamiento de productos alimenticios, y (2) la posibilidad que el Gobierno imponga control de precios de papa durante el período de escasez.

ENCI ha anunciado planes de comprar 5,000 T.M., pero este volumen representa sólo 10% del déficit previsto para el resto del año.

Las percepciones populares sobre el mercadeo de la papa en el Perú incluye varias creencias, entre otras:

- 1) Que los productores no reciben precios más altos durante períodos de escasez, ni los consumidores reciben precios más bajos en períodos de abundancia.
- 2) Que los márgenes de mercadeo son demasiado altos debido a las ganancias de los mayoristas y el exceso de intermediarios.
- 3) Que puesto que no hay sustitutos para el consumo de papa, la demanda es completamente inelástica respecto al precio.
- 4) Que el consumo de papa disminuye a mayores ingresos familiares.
- 5) Que los precios bajos actuales obedecen a una falta de demanda.

Todas y cada una de las creencias es refutada por los datos recabados en este estudio.

Esto implica que en términos de política, los intentos de desarrollar canales alternativos de mercadeo (tales como venta directa del productor al consumidor) no podrían competir en la mayoría de los casos con los canales tradicionales. Los esfuerzos por reducir los márgenes de mercadeo, supuestamente excesivos, por medio de controles de precios tendrían como efecto reducir la eficiencia del sistema. Por otra parte, el mercadeo de la papa obviamente no es perfecto, y el Estado podría contribuir a una mejora gradual mediante intervenciones cuidadosas -

mente seleccionadas. Entre muchas se puede sugerir:

- 1) El arroz ha sustituido a la papa en la dieta peruana, en gran parte debido a cambios en los precios relativos de estos dos alimentos. Esto implica la necesidad de examinar de cerca los subsidios e indirectos que favorecen el arroz y perjudican el consumo de papa. Hay suficientes razones para cuestionar la conveniencia de suvencionar el consumo de un grano foráneo a expensas de un sustituto netamente nacional, especialmente cuando se considera el impacto social y político de favorecer a los productores de arroz en perjuicio de los productores de papa. El consumo de trigo también merece atención a este respecto ya que es un producto totalmente importado y el costo de su subsidio es el doble del arroz.
- 2) El efecto desestabilizador de las leyes contra el acaparamiento y la especulación relata en el momento, dada la situación actual de precios extraordinariamente bajos frente a la perspectiva de aguda escasez en pocos meses. La mera posibilidad de que estas leyes sean puestas en rigor, o de que se implementen controles de precios, impiden el almacenamiento comercial de papa, y contribuyen a empeorar la magnitud de la fluctuación de precios a corto plazo.

Esta política es particularmente crucial ahora en vista de la posible reducción progresiva de producción de papa en la Costa, y debe resolverse antes de embarcar al Estado en un programa de inversión pública en instalar capacidad de almacenaje para papa.

- 3) Cabe anotar que entre las razones del porqué los mayoristas reciben ganancias relativamente altas, es que el alquiler mensual que la Empresa de Mercados Mayoristas S. A. (EMMSA) cobra está por debajo del valor comercial. El

alquiler es sólo de 50,000 a 100,000 Soles, una porción mi  
núscula respecto al volumen mensual de actividad que pue  
de llegar a 70 millones de Soles por mayorista, o sea, a  
 duras penas la centésima del 1% de las ventas. Sin em-  
 bargo, cualquier intento de aumentar el alquiler generará  
 controversia política y legal. Debe tenerse en cuenta que -  
 los márgenes de mercadeo del mayorista son una porción -  
 muy pequeña del precio final al consumidor.

- 4) Aunque el grueso de las papas que entra a Lima han sido  
 enviados directamente por los productores, basados en cier-  
 to conocimiento de las condiciones del mercado en Lima,-  
 la mayoría de los agricultores en la Sierra parecen tener -  
 solo información limitada e indirecta sobre precios y volú-  
 menes en el mercado. Un sistema para difundir esta in-  
 formación diariamente a partir del Mercado Mayorista de-  
 bería contemplarse. La instalación de teléfonos en el mer-  
 cado mismo, o utilizando medios de radiodifusión o perio-  
 dísticos son los medios más apropiados para lograr este -  
 fin.
  
- 5) El aumento de precios de fertilizantes y plaguicidas, mien-  
 tras que el precio de la papa sigue bajando, ha disminuído  
 las ganancias del productor e induce a una reducción en -  
 rendimientos y hectareaje. Gran parte del aumento del pre-  
 cio de los insumos es la aplicación del Impuesto General -  
 a las Ventas (I.G.V.) del 11% sobre los fertilizantes y pla-  
 guicidas.

Puesto que la papa está exonerada del I.G.V. por ser pro-  
 ducto alimenticio de primera necesidad, no se justifica que  
 se imponga sobre los insumos de producción del cultivo. El  
 agricultor no tiene oportunidad de recuperar el I.G.V. so-  
 bre sus materias primas como lo pueden hacer empresarios  
 en otros sectores. Se recomienda por ello que se exonere  
 los fertilizantes y otros insumos del Impuesto General de  
 Ventas.

CUADRO 3.2

PRODUCCION DE PAPA POR REGION NATURAL

1966-1984

Año	Costa		Sierra		Total
	T.M.	%	T.M.	%	T.M.
1966	111,976	7.5	1'386,954	92.5	1'498,930
1967	130,166	7.6	1'551,575	92.4	1'711,741
1968	140,107	9.2	1'386,140	90.8	1'526,247
1969	130,321	7.0	1'725,113	92.3	1'855,534
1970	163,133	8.5	1'766,337	91.5	1'929,470
1971	139,047	7.1	1'828,813	92.9	1'967,860
1972	110,347	6.4	1'595,562	93.1	1'713,390
1973	135,090	7.9	1'570,942	91.7	1'713,094
1974	162,573	9.4	1'549,793	90.0	1'722,374
1975	169,339	10.3	1'464,497	89.3	1'639,586
1976	156,948	9.4	1'499,792	90.0	1'667,000
1977	164,985	10.2	1'444,897	89.4	1'615,582
1978	185,332	10.9	1'503,667	88.7	1'695,324
1979	161,470	9.5	1'528,471	90.2	1'695,116
1980	148,035	10.7	1'231,613	89.3	1'379,648
1981	222,391	13.2	1'456,217	86.8	1'678,606
1982	158,276	8.8	1'641,364	91.2	1'799,640
1983	105,876	8.8	1'093,928	91.2	1'199,804
1984	133,951	9.8	1'233,616	90.2	1'367,567

FUENTE : El Agro en Cifras, Maletta et al. 1984 para los datos hasta - 1982.

Oficina Sectorial de Estadística - Ministerio de Agricultura.

**Nota :** No se ha incluido la producción de la selva que es menos de 1% del total, aunque se incluyen en la producción total.

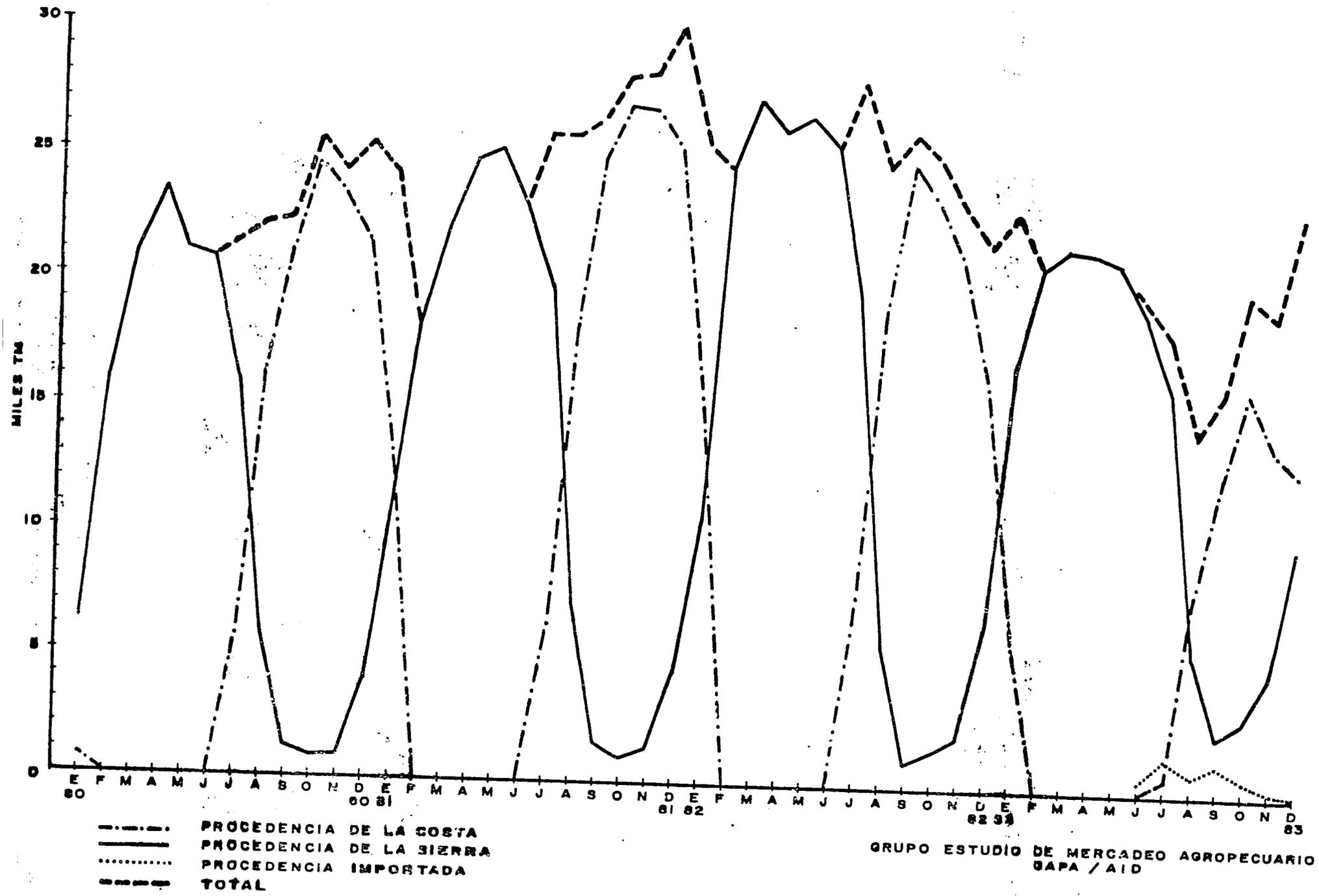
CUADRO 3.4

PRODUCCION MENSUAL DE PAPA POR REGION NATURAL - 1980-1984  
(Toneladas)

Región	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
<b>1980</b>													
Costa	9,494	1,517	1,625	1,485	1,750	1,690	2,442	10,750	25,201	32,138	37,028	22,915	140,035
Sierra	49,324	84,056	146,749	226,658	395,484	210,308	43,579	7,475	7,246	11,323	14,591	34,820	1'231,613
Total	58,818	85,573	148,374	228,143	397,234	211,998	46,021	18,225	32,447	43,461	51,619	57,735	1'379,648
<b>1981</b>													
Costa	14,646	832	1,634	2,807	4,082	2,235	3,851	19,392	36,418	46,291	42,187	48,016	222,391
Sierra	50,715	84,727	131,884	234,305	476,527	334,524	60,518	14,656	11,218	10,331	15,266	31,544	1'456,215
Total	65,361	85,559	133,518	237,112	480,609	336,759	64,369	34,048	47,636	56,622	57,453	79,560	1'678,606
<b>1982</b>													
Costa	13,112	3,469	3,416	2,438	3,366	1,069	6,043	18,626	24,451	29,694	37,064	15,528	158,276
Sierra	69,881	107,966	148,207	248,231	545,497	319,625	78,046	11,187	33,533	16,163	21,348	41,670	1'641,364
Total	82,993	111,435	151,623	250,679	548,863	320,694	84,089	29,813	57,984	45,857	58,412	57,198	1'799,640
<b>1983</b>													
Costa	4,235	1,182	3,308	1,726	1,874	1,038	1,717	5,019	23,224	21,157	23,331	18,065	105,876
Sierra	65,067	115,344	143,107	194,003	262,282	159,807	44,792	14,221	9,295	13,747	35,288	36,975	1'093,920
Total	69,302	116,526	146,415	195,729	264,156	160,845	46,509	19,240	32,519	34,904	58,619	55,040	1'199,804
<b>1984</b>													
Costa	10,830	795	1,655	2,019	1,518	3,597	1,989	10,260	27,955	32,028	21,539	19,766	133,951
Sierra	81,427	98,154	128,942	177,816	302,515	248,836	61,093	19,052	13,735	23,291	47,401	31,356	1'233,616
Total	92,257	98,949	130,597	179,835	304,033	252,433	63,082	29,312	41,690	55,319	68,940	51,122	1'367,567

FUENTE: Grupo de Estudio de Mercado Agrario en base a datos estadísticos de la Producción Agropecuaria - OSE.

FIGURA 3.4  
**ESTACIONALIDAD DEL ABASTECIMIENTO DE PAPA AL MERCADO MAYORISTA DE LIMA (1980-1983)**



GRUPO ESTUDIO DE MERCADO AGROPECUARIO  
 GAPA / AID

## CUADRO 2.4

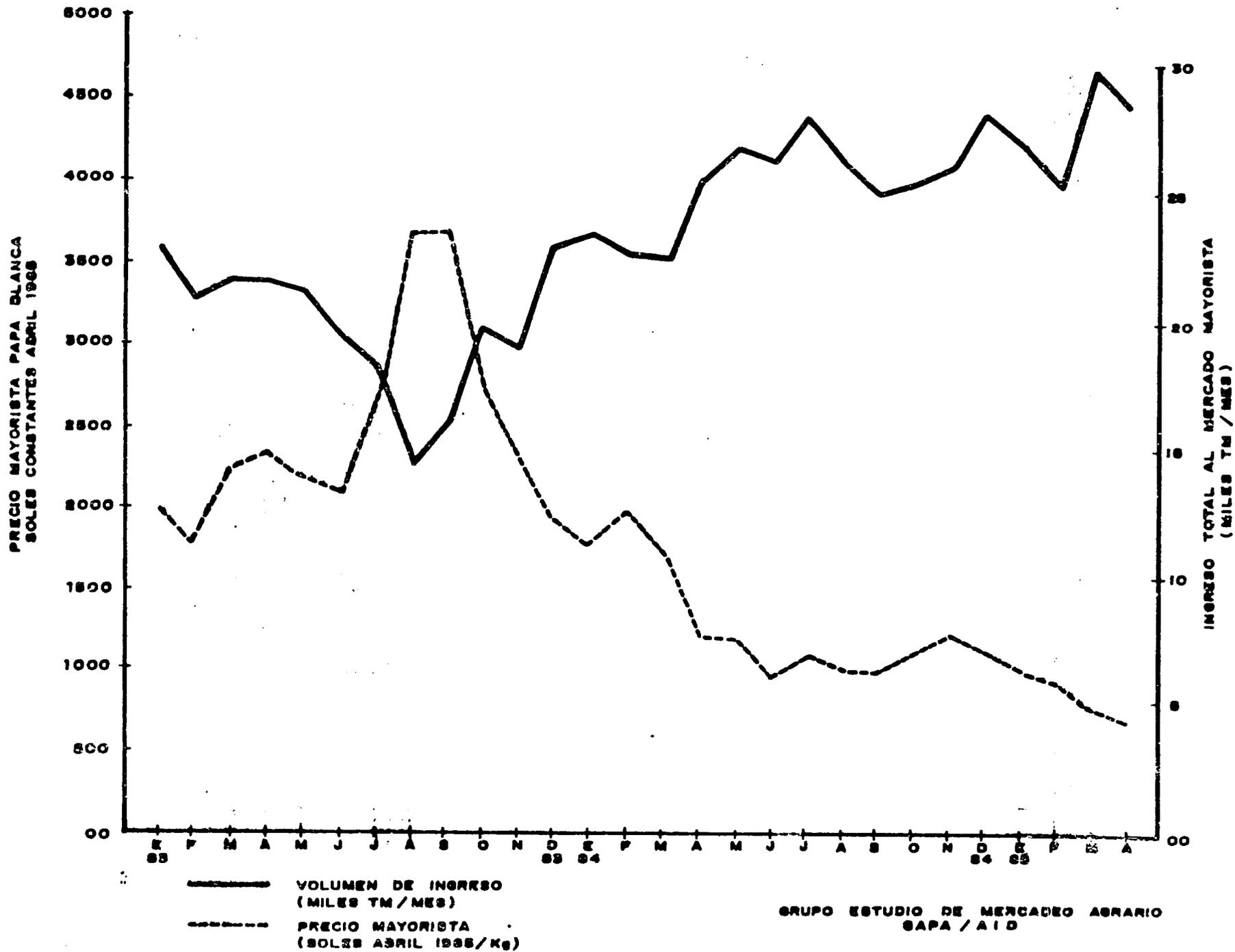
CONSUMO PER CAPITA DE ARROZ, TRIGO Y PAPA  
(Kilogramos)

Años	Arroz	Trigo	Total	Papa
1967	--	--	--	102.4
1968	--	--	--	88.6
1969	--	--	--	104.6
1970	40.0	44.1	84.1	105.8
1971	39.2	54.2	93.4	104.8
1972	31.1	47.6	78.8	89.3
1973	30.3	32.1	62.4	86.7
1974	30.2	43.6	73.7	84.2
1975	36.5	54.9	98.4	77.9
1976	37.7	42.1	79.8	77.1
1977	33.4	52.9	86.3	72.7
1978	29.9	43.3	73.2	74.2
1979	40.9	48.1	89.0	72.4
1980	33.6	48.5	82.1	57.5
1981	41.5	53.0	94.5	68.1
1982	41.2	54.0	95.2	71.1
1983	43.0	50.1	93.1	46.8
1984	55.4	49.3	104.7	56.8

FUENTE :- Producción e Importaciones de Maletta, 1984.  
 - Importación de la Oficina Sectorial de Estadística.  
 - Población del Boletín de Análisis Estadístico Nº 25.

**Nota:** Consumo de papa es el 72% de la oferta total de acuerdo al sistema del Programa de Abastecimiento de Papa, mientras que el consumo de arroz y trigo representa el 90% de la oferta total.

**PAPA : VOLUMEN Y PRECIO A NIVEL MAYORISTA EN LIMA**  
**ENERO 1983 - ABRIL 1985**



20

# PAPA: RELACION PRECIO-CONSUMO EN LIMA 1983 - 1984

21

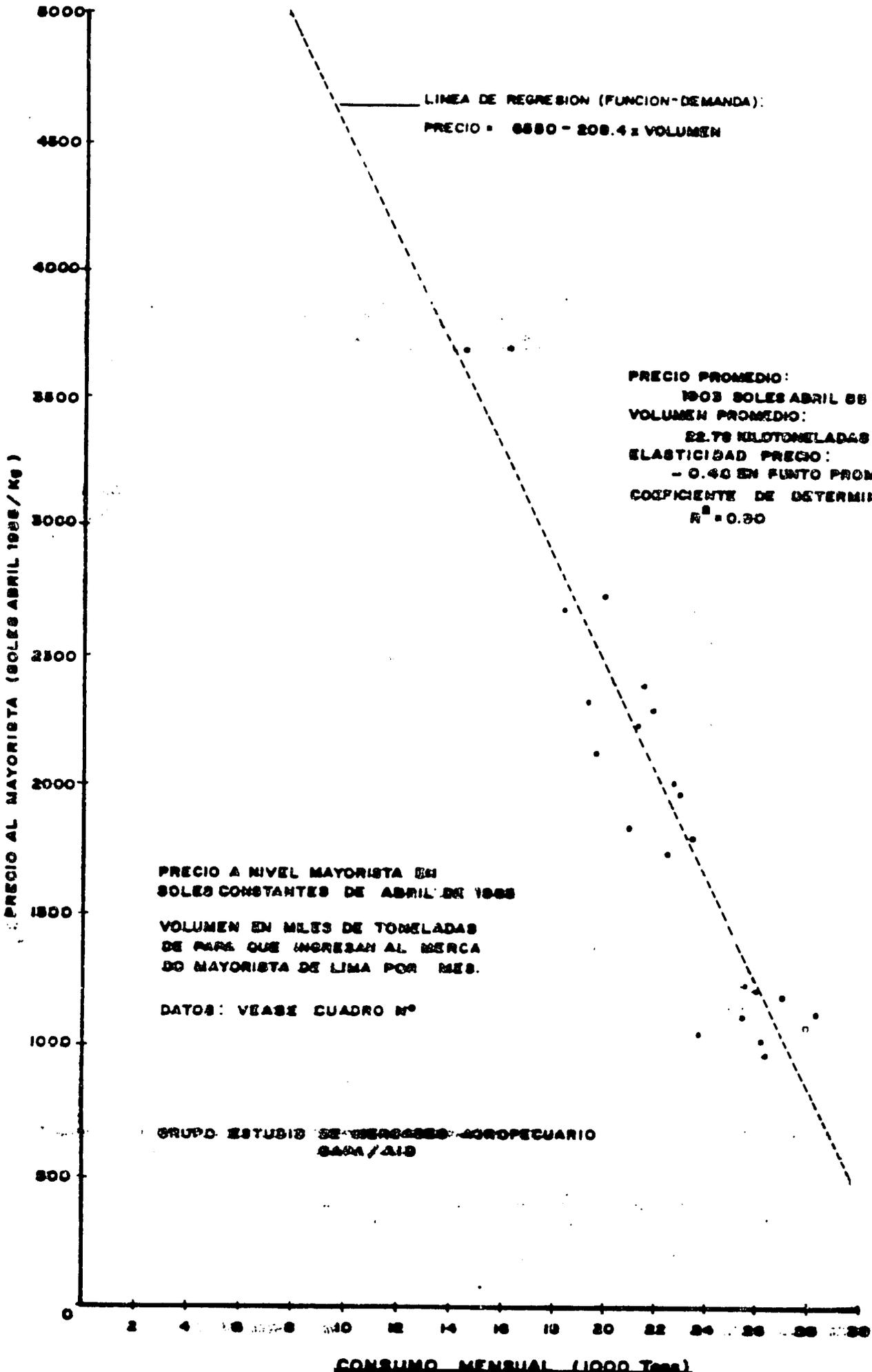
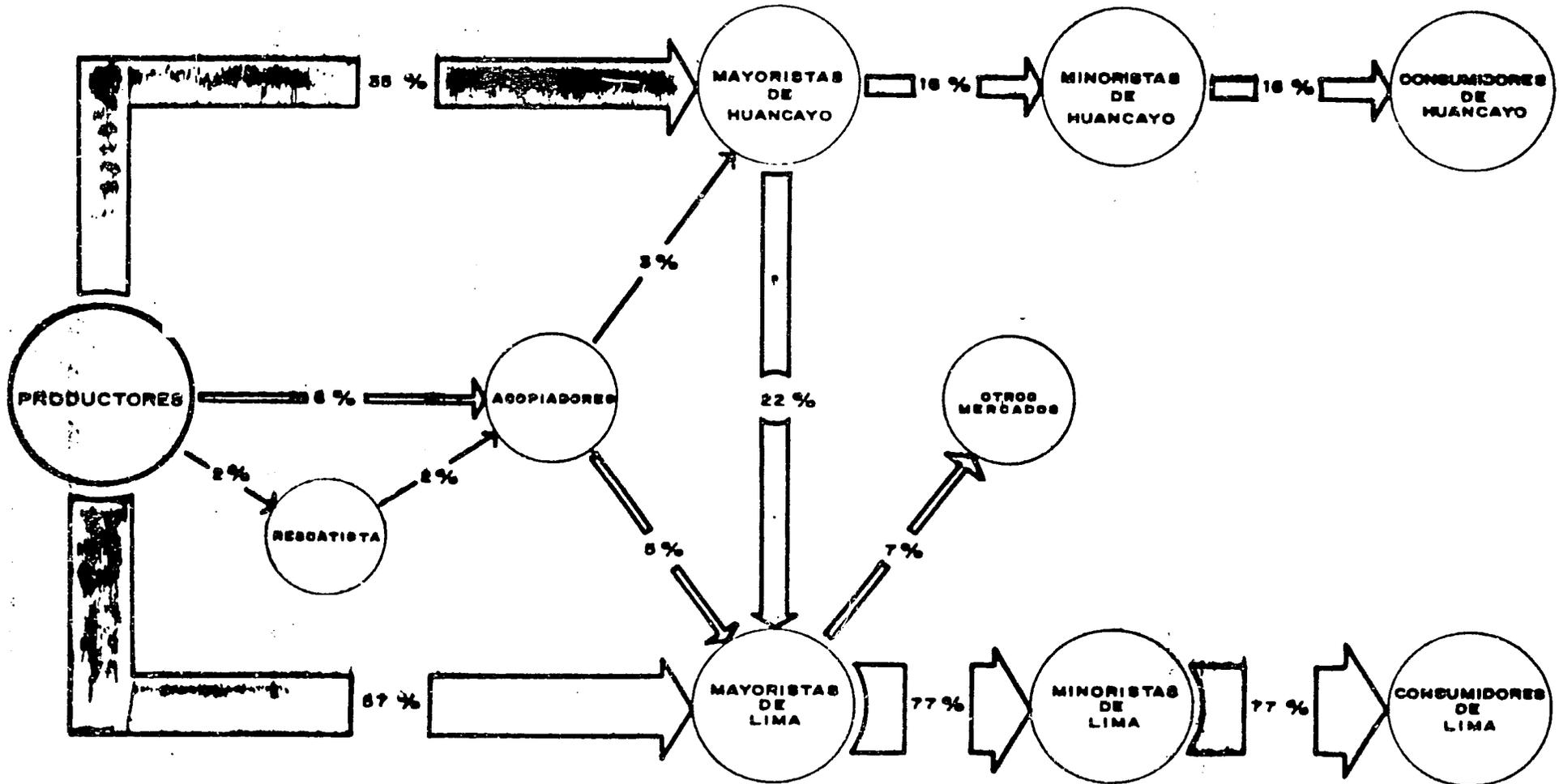


FIGURA 5.1

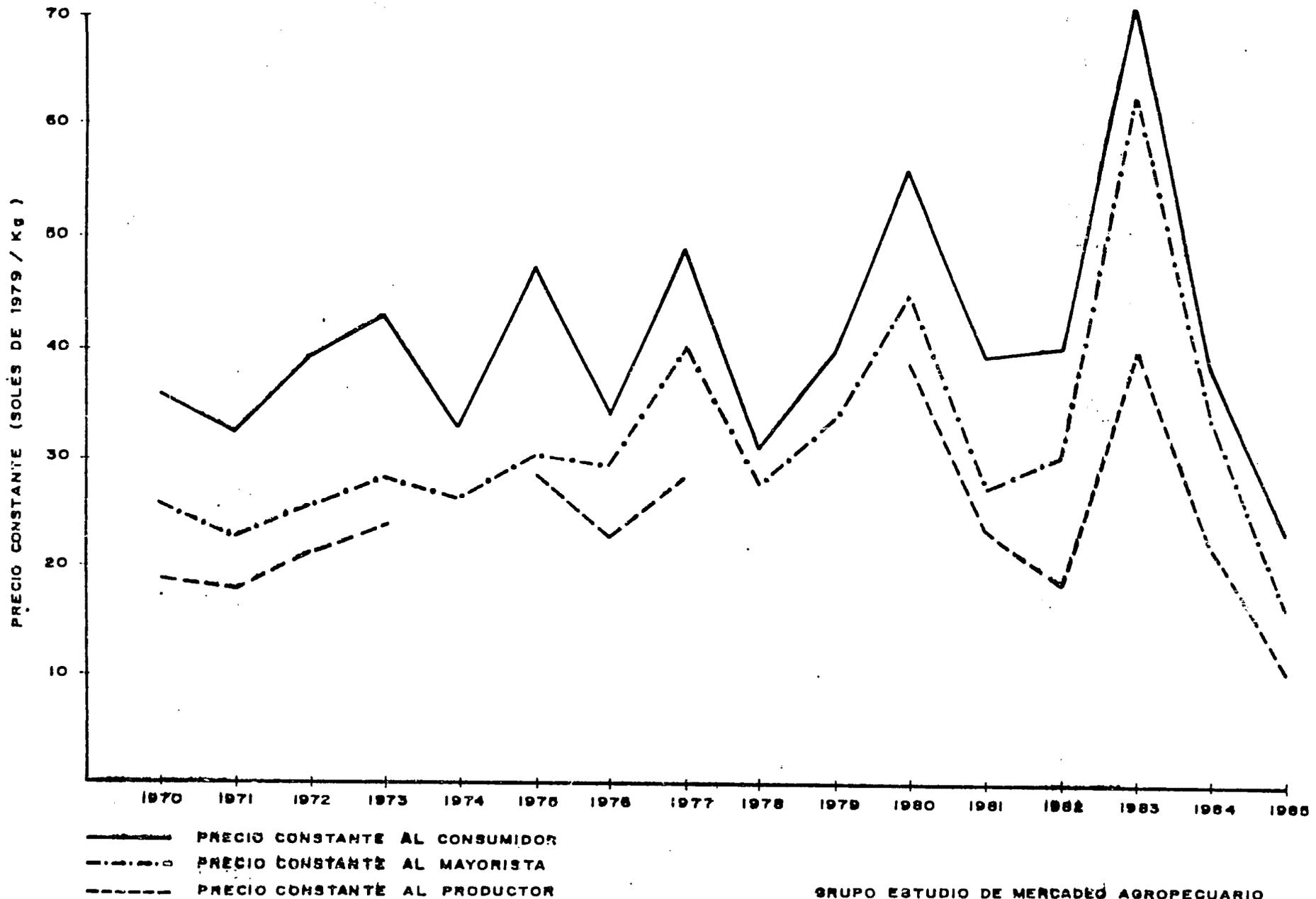
### CANALES DE COMERCIALIZACION DE PAPA DE SIERRA CENTRAL



GRUPO ESTUDIO DE MERCADO AGRARIO  
SAPA/AID

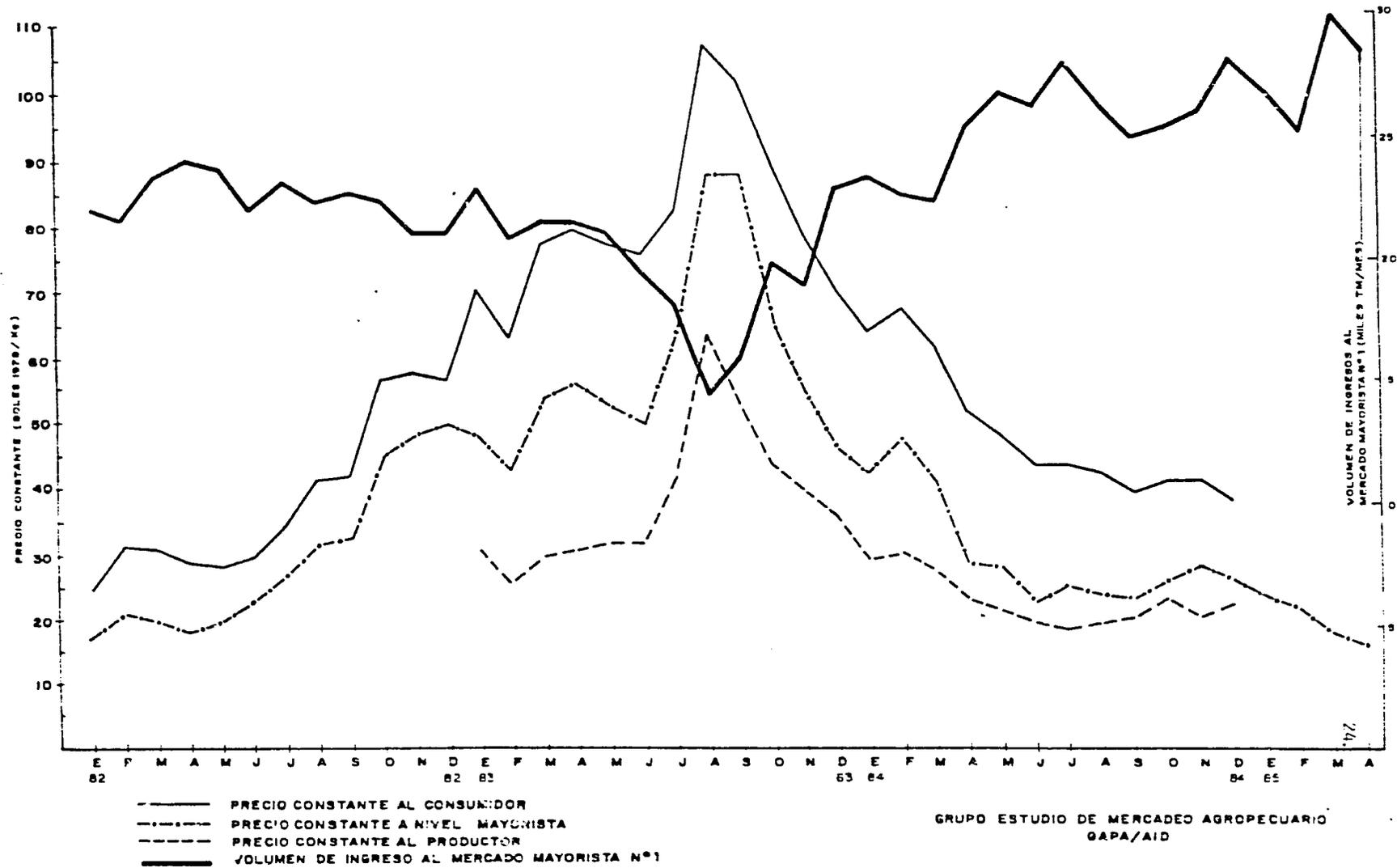
FIGURA 4.2

PRECIOS CONSTANTES DE PAPA AL PRODUCTOR, A NIVEL MAYORISTA Y AL CONSUMIDOR (1970-1985)



GRUPO ESTUDIO DE MERCADOS AGROPECUARIO  
GAPA / AID

FIGURA 4.3  
**PRECIOS CONSTANTES DE PAPA AL PRODUCTOR, A NIVEL MAYORISTA Y AL CONSUMIDOR  
 (1982-1985)**



24

CUADRO 4.3

EJEMPLO DE LOS COSTOS DE COMERCIALIZACION DE PAPA CONSUMO  
DE LA SIERRA CENTRAL A LIMA - MAYO 1985

	Costo (S./Kg.)	Porcentaje del Precio Final	Porcentaje del Precio Inicial
- Precio en chacra	420	42.0	100.0
- Envase	20	2.0	4.7
- Tapaboca y pita	5	0.5	1.2
- Carga al camión en chacra	5	0.5	1.2
- Autogravamen (0.5%)	2	0.2	0.5
- Mermas (2%)	8	0.8	1.9
- Flete a Lima	190	19.0	45.2
- Descarga en Lima	10	1.0	2.4
- Utilidad de transporte	10	67.0	159.5
- Precio de compra en el Mercado Mayorista Nº 1	670	67.0	159.5
- Margen bruto mayorista	30	3.0	7.1
- Precio de venta en Mercado Mayorista Nº 1	700	70.0	166.6
- Desestiba y cargulo	5	0.5	1.2
- Acarreo al taxi	10	1.0	2.4
- Flete local	40	4.0	9.5
- Merma (8%)	34	3.4	8.1
- Otros gastos y utilidad	211	21.1	50.2
- Precio minorista	1,000	100.0	238.0

- Margen bruto del mayorista como porcentaje del precio mayorista : 4.3%
- Margen bruto del mayorista como porcentaje del precio minorista : 3.0%
- Margen bruto del minorista como porcentaje del precio minorista : 30.0%

FUENTE : Entrevistas con productores, transportistas, mayoristas y minoristas.

Nota: Utilidad de transporte se refiere al retorno por los riesgos de organizar el transporte, sea del productor, comerciante o mayorista. Margen bruto del mayorista se refiere al mayorista que compra el producto puesto en Lima.

## NARANJA

El consumo nacional per cápita de naranja ha caído progresivamente en la última década, de 13.6 Kg. en 1974 a 6.6 Kg. en 1984, es decir, es ahora sólo la mitad. A partir de 1981 se nota sin embargo, una ligera recuperación y el volumen de ingreso al mercado de Lima ha aumentado gradualmente en los últimos 5 años.

Parte de la baja del consumo fresco de naranja ha sido sustituida por mandarina. La producción de mandarinas ha aumentado y hoy puede llegar al 75% del consumo de naranja fresca (mas no jugo).

La relación entre las dos frutas necesita examinarse más a fondo de lo que se ha logrado en este estudio. El aumento en el consumo de mandarinas podría explicar en parte, porque las estadísticas parecen indicar que los precios de naranja en términos reales han disminuido durante la década 1974-1984.

La producción de naranja está concentrada en la región de la Selva Alta alrededor del valle de Chanchamayo. Esta región contribuye con las dos terceras partes del volumen nacional y el tercio restante proviene de la Costa Central. La Selva provee principalmente naranja Valencia con pepa, mientras en la Costa predomina la variedad Washington Navel (sin pepa).

El abastecimiento y consumo de naranja exhibe un alto grado de estacionalidad. Tanto en la Selva como en la Costa la mayor parte de la producción ocurre entre Mayo y Noviembre. Pero mientras la sin pepa prácticamente desaparece del mercado entre Setiembre y Mayo, la Valencia con pepa continúa -- produciéndose a un nivel menor en esos meses.

La menor parte del consumo doméstico de naranja es para la extracción de jugo. Para ello se utiliza principalmente la naranja con pepa (Valencia); la variedad sin pepa es mayormen-

te para consumo directo. Los rendimientos en la Selva son superiores a los de la Costa.

La industria floreciente de enlatado y procesamiento de jugo y conserva de naranja se ha desarrollado en Chanchamayo. Dicha industria no sólo abastece el mercado nacional de jugo de naranja, sino que se ha ampliado a otras frutas exóticas tropicales y hace exportaciones importantes a Europa, Norteamérica y Japón. Técnicos y capital enteramente peruanos han desarrollado esta industria altamente tecnificada en una región de difícil acceso y alejada de sus mercados, gracias a su colaboración estrecha con los productores de la zona. El producto procesado sin embargo, sólo contribuye con una proporción relativamente pequeña del consumo nacional de naranja.

El consumo de naranja aumenta rápidamente con el ingreso familiar; su elasticidad-ingreso se ha calculado entre 0.8 y 1.2 . Los precios en términos reales en el Mercado de Lima fluctúan considerablemente durante el año, en armonía con el volumen de ingresos al mercado. La correlación entre precio y volumen es estrecha ( $r= 0.8$ ); la elasticidad precio a nivel consumidor - se ha calculado en 0.45, un valor relativamente-elástico que - refleja la presencia de otras frutas que sustituyen fácilmente el consumo de naranja.

El mercadeo de la naranja no sufre ninguna intervención del - Estado ni a nivel consumidor, ni productor, ni comerciante . Precios y márgenes son dictados por la fuerza de demanda y oferta y el poder relativo de los participantes. Los precios suben y bajan, en términos reales, de acuerdo al volumen en el mercado. El elevado número de comerciantes minoristas tanto establecidos como ambulantes, garantizan un alto grado de competencia. Los comerciantes no tienen por lo tanto suficiente-poder para subir o bajar precios o márgenes arbitrariamente.

Los productores de naranja en la Selva, el grueso de la producción nacional, hacen sus envíos en envases de madera de 15 a 20Kg. de capacidad, seleccionadas por tamaño de la fruta. Los productores grandes tienen sus propias empacadoras, pero hay también varias instalaciones privadas que prestan el servicio de lavado, selección, empaque y etiquetado a productores pequeños.

EL productor contrata camiones para transportar y entregar los productos a uno o varios mayoristas en el Mercado Mayorista Nº 2 de Lima, con quienes mantiene relaciones de confianza. El mayorista vende el producto y cobra una comisión por unidad o porcentual sobre el precio, más gastos por mermas y otros costos. El pago se efectúa de 5 a 10 días de efectuada la venta al minorista.

El mayor componente del costo de comercialización de naranja de Selva es el flete que llega a representar un 30% del valor final, dada la distancia de Chanchamayo a Lima, la pésima condición de la carretera y, la subida y bajada de la Cordillera.

El productor de Valencia en la Selva termina recibiendo sólo un 25% del precio al de tal. El margen del mayorista llega a 8%, pero el detallista recibe normalmente alrededor del 40% del precio pagado por el consumidor. El margen del mayorista es pequeño por unidad pero maneja un volumen grande. El margen del detallista parece excesivo porcentualmente, pero dado el bajo volumen con que opera, sus entradas netas diarias representan un ingreso salarial modesto, recompensa apropiada por su labor. La gran mayoría de los detallistas son vendedores ambulantes con carretas de frutas en las Paraditas o divagando en el vecindario.

Los productores de la Costa gozan de una mejor situación pues sus costos de transporte son menores; la naranja sin pepa recibe un precio más alto y tiene mejor información de precios. Las condiciones de venta a través de mayoristas comisionistas

son básicamente las mismas.

Dado el alto costo de mercadeo de naranja y la marcada fluctuación de los precios estacionales y diariamente, es natural que los productores de la Selva se preocupen de no estar recibiendo el precio verdadero a que venden los mayoristas. Esta es la queja principal que se escucha entre los pequeños naranjeros. Los productores grandes tienen su propio sistema de comunicación por radio con sus agentes en Lima.

Establecer una línea de comunicación directa del Mercado Mayorista Nº 2 de Lima con Chanchamayo para la transmisión de información de precios y volúmenes de naranja y otras frutas de la zona mejoraría el proceso de mercadeo. Esto aliviaría la falta actual de información entre los productores sobre el precio que van a recibir sus envíos, reduciendo las sospechas a veces infundadas de ser víctimas de los mayoristas. Permitiría asimismo mayor coordinación de envíos entre productores y estimularía la adopción de normas de selección del producto para agilizar las negociaciones.

Esta línea podría ser uno o más teléfonos o telex del Mercado Nº 2, con comunicación fácil ya sea a las asociaciones de productores o las emparadoras. Las asociaciones de productores, empaadores y el Ministerio de Agricultura podrían cooperar para establecer este enlace. No se debe descuidar el paso subsecuente de asegurar la difusión oportuna de la información entre los productores pequeños.

Las mejoras actualmente en ejecución del tramo de la Carretera de Chanchamayo a Tarma mejorará el principal cuello de botella del comercio de naranja de la Selva hacia Lima. Estas mejoras reducirían el tiempo y el costo de transporte a Lima y permitirá al productor aumentar sus ingresos significativamente. Esfuerzos por parte del Gobierno y las Asociaciones de

Agricultores por adelantar esas obras hasta llevarlas a su término , beneficiarán al mercadeo de naranjas.

Los productores de frutales de la zona de Chanchamayo han demostrado ya ampliamente su disposición y capacidad de trabajar unidos para emprender actividades de beneficio mutuo. El Estado debe en lo posible apoyar estas iniciativas espontáneas , asegurándose que los beneficios sean distribuidos equitativamente. Actualmente los productores de cítricos están gestionando la formación de una empresa de servicio de empaque y procesamiento para sus asociados, con el apoyo de productores grandes y pequeños. El Ministerio podría cooperar -- en este empeño muy positivamente.

Programas de apoyo a la pequeña agroindustria podrían redundar en beneficio de los agricultores y consumidores de naranja y otras frutas. La instalación reciente de empacadoras en el área de Chanchamayo abren la oportunidad para introducir mejoras en empaque, selección, enfriamiento y transporte no solo en cítricos, sino también en otras frutas. El Banco Agrario y el Ministerio de Agricultura podrían facilitar la elaboración de estudios de factibilidad de estas pequeñas agroindustrias y agilizar la obtención del financiamiento correspondiente.

INDALSA representa un ejemplo de entidades netamente peruanas, que han logrado establecerse en el mercado mundial de frutas tropicales, compitiendo exitosamente aún durante la situación económica crítica por que el país atraviesa. El Estado y entidades internacionales podrían ayudar en ampliar el mercado de estos productos procesados (jugos, concentrados, conservas, mermeladas, esencias), a países nuevos.

En particular, urge explorar el porqué INDALSA no ha logrado penetrar en el mercado de los Estados Unidos, cuando lo hacen en Canadá, Japón y la Comunidad Europea. Un estudio al respecto, por un especialista idóneo se requiere con urgencia.

La evolución del mercado de la naranja es difícil de explicar, sin tomar en cuenta la importancia creciente de las mandari--nas en el consumo de Lima. Dada la similitud entre los dos--productos tanto en consumo como en producción, resulta neces--sario que en un estudio subsecuente se relacionen las dos fru--tas.

Hasta que esto se haga, resulta difícil hacer pronósticos sobre las perspectivas a largo plazo del consumo, producción y pre--cios de naranja en el Perú.

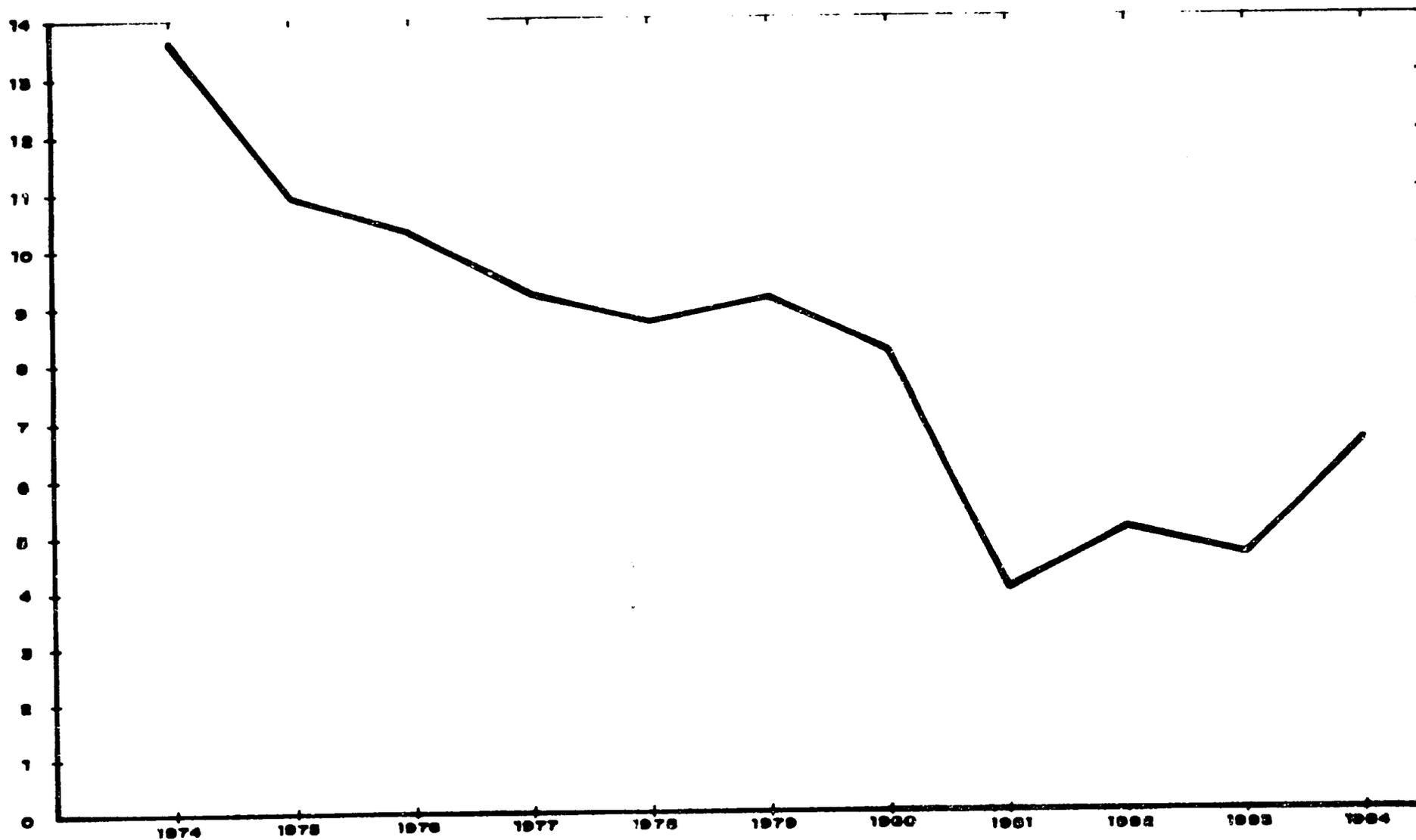
Los sistemas actuales de empaque y transporte, parecen incu--rrir en altos costos en términos de maltrato de la fruta y --mermas de peso y calidad. Sin embargo, no existen estimati--vos de los beneficios y costos de técnicas alternativas. Es po--sible que los métodos actuales, a pesar de su poca eficiencia técnica, sean económicamente justificables dados los costos y precios de otras alternativas. Se sugiere se haga un estudio --breve y comparativo del sistema actual de empaque y transpor--te con un par de sistemas que se crean más adecuados.

La marcada estacionalidad de la producción y las consecuentes variaciones estacionales (impredecibles) de precios de naranja --se podrían aminorar en varias formas. Ya hay productores que usan hormonas y otros productos en sus árboles para retardar o adelantar la época de floración y cosecha. Asimismo, dife--rentes variedades tienen épocas de cosecha un tanto diferentes. El sistema de investigación agrícola podría contribuir en este--proceso de introducción de nuevas variedades y técnicas de --producción. Estos esfuerzos podrían beneficiar tanto a produc--tores de la Selva como de la Costa. Las asociaciones de produc--tores podrían ser los organismos más apropiados, para hacer estas investigaciones en colaboración con sus miembros y el --apoyo del Estado.

No se recomienda un rol directo del Estado ni en la comercia--lización ni en la industrialización de la naranja. Este produc--to es excepcional en mostrar la capacidad de los agricultores

privados en asociaciones para mejorar el sistema de mercadeo y producción. El papel del Estado para facilitar y estimular - estas iniciativas, podría representar una experiencia valiosa para replicarse en otros productos y otras regiones.

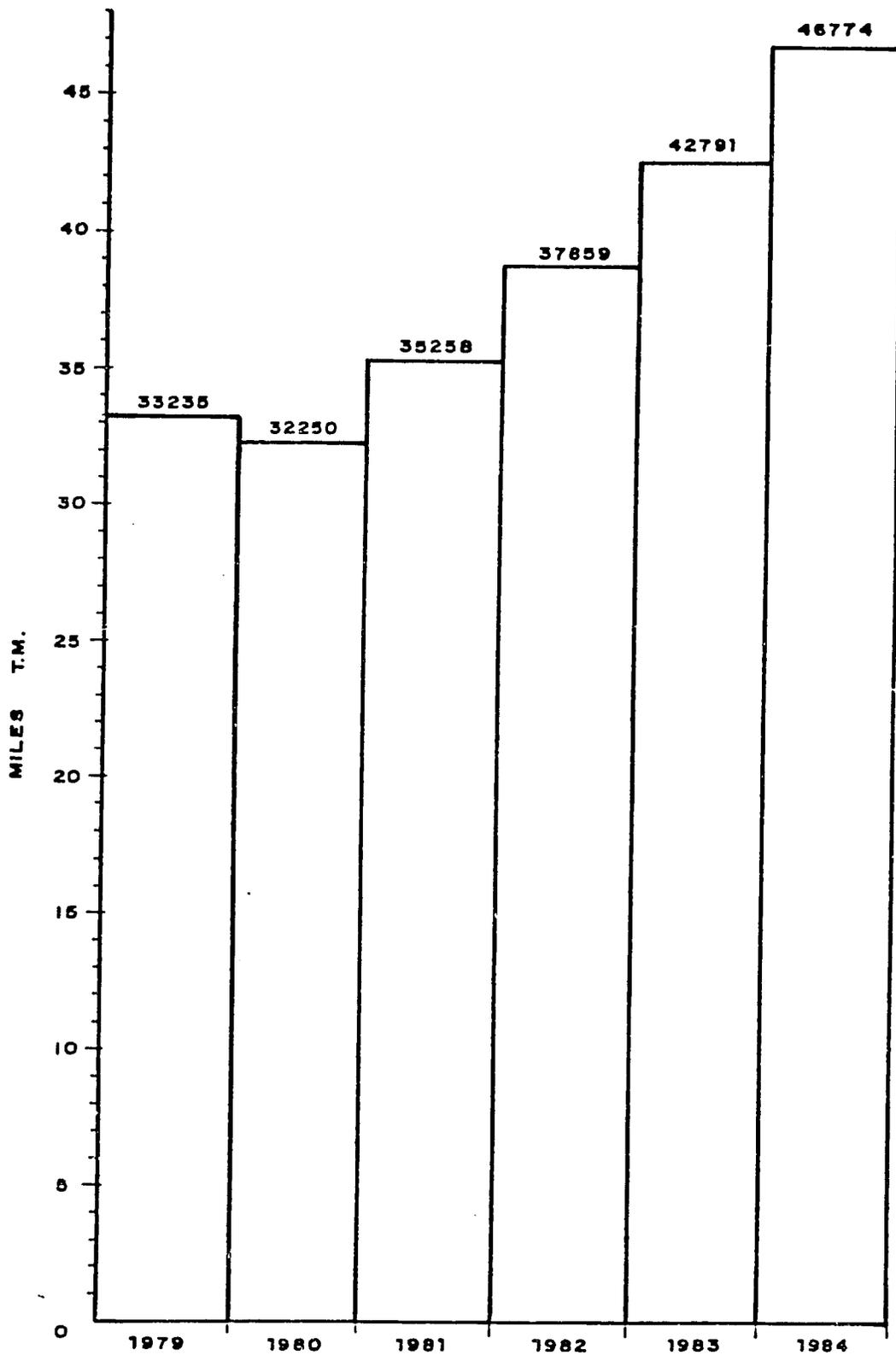
**CONSUMO APARENTE NACIONAL PER CAPITA DE NARANJA**  
**1974-1984**  
(Kilogramos / Persona )



GRUPO ESTUDIO DE MERCADOS AGRARIO  
SAPA/AID

23

# VOLUMEN DE INGRESO DE NARANJA AL MERCADO MAYORISTA N°2 LIMA



CUADRO 3.2PRODUCCION DE NARANJA POR REGION NATURAL1974-1984

(Toneladas)

Año	Costa	Sierra *	Selva	Total
1974	95,335	3,362	116,458	215,155
1975	60,030	2,978	114,414	177,422
1976	54,190	2,978	114,946	172,114
1977	57,783	2,785	96,586	157,154
1978	54,942	2,634	94,111	151,687
1979	49,508	2,592	112,234	164,334
1980	50,978	2,722	96,786	150,486
1981	29,075	---	46,129	75,204
1982	37,735	---	61,958	99,693
1983	20,171	---	67,747	87,918
1984	42,051	---	93,282	135,333

FUENTES : - Programa de Abastecimiento de Frutas 1981 - Ministerio de Agricultura: hasta 1980.

- Oficina Sectorial de Estadística - Ministerio de Agricultura. (Sin publicar)

\* La información es del departamento de Ancash.

CUADRO A.3

PRODUCCION MENSUAL DE NARANJA POR REGION NATURAL - 1983-1984  
(Toneladas)

Región	Enc.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Oct.	Nov.	Dic.	Total
<b>1983</b>													
Costa	808	18	7	27	88	2,633	4,138	5,570	3,739	1,411	932	803	20,171
Selva	6,938	2,534	3,839	5,966	7,606	10,535	8,631	6,358	3,995	3,662	3,240	4,443	67,747
<b>Total</b>	<b>7,746</b>	<b>2,552</b>	<b>3,846</b>	<b>5,993</b>	<b>7,694</b>	<b>13,168</b>	<b>12,769</b>	<b>11,928</b>	<b>7,734</b>	<b>5,073</b>	<b>4,172</b>	<b>5,243</b>	<b>87,918</b>
<b>1984</b>													
Costa	---	---	---	---	35	749	3,719	8,454	5,733	7,108	13,676	2,577	42,051
Selva	1,684	1,555	2,736	13,945	13,091	16,523	13,668	9,882	8,143	3,826	4,393	3,836	93,282
<b>Total</b>	<b>1,684</b>	<b>1,555</b>	<b>2,736</b>	<b>13,945</b>	<b>13,126</b>	<b>17,272</b>	<b>17,387</b>	<b>18,336</b>	<b>13,876</b>	<b>10,934</b>	<b>18,069</b>	<b>6,413</b>	<b>135,333</b>

FUENTE : Grupo de Estudio de Mercados Agrario en base a datos de la Oficina Sectorial de Estadística - Ministerio de Agricultura. (Sin publicar)

FIGURA 3.4

ESTACIONALIDAD DEL ABASTECIMIENTO DE NARANJA AL MERCADO MAYORISTA N°2 LIMA  
(1983-1984)

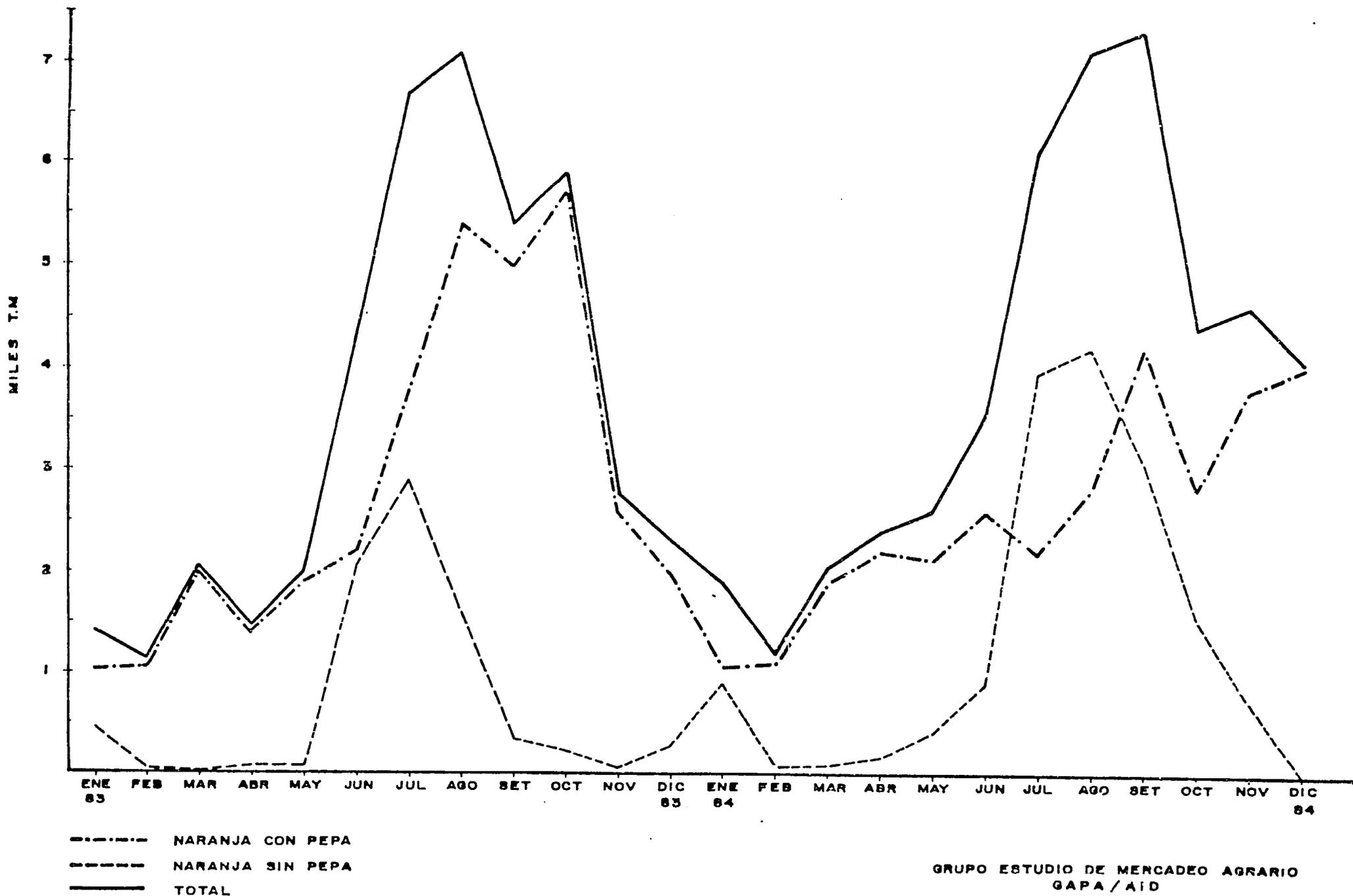


FIGURA 4.1

PRECIOS CONSTANTES DE NARANJA CON PEPA AL PRODUCTOR, AL MAYORISTA Y AL CONSUMIDOR (1983-1985)

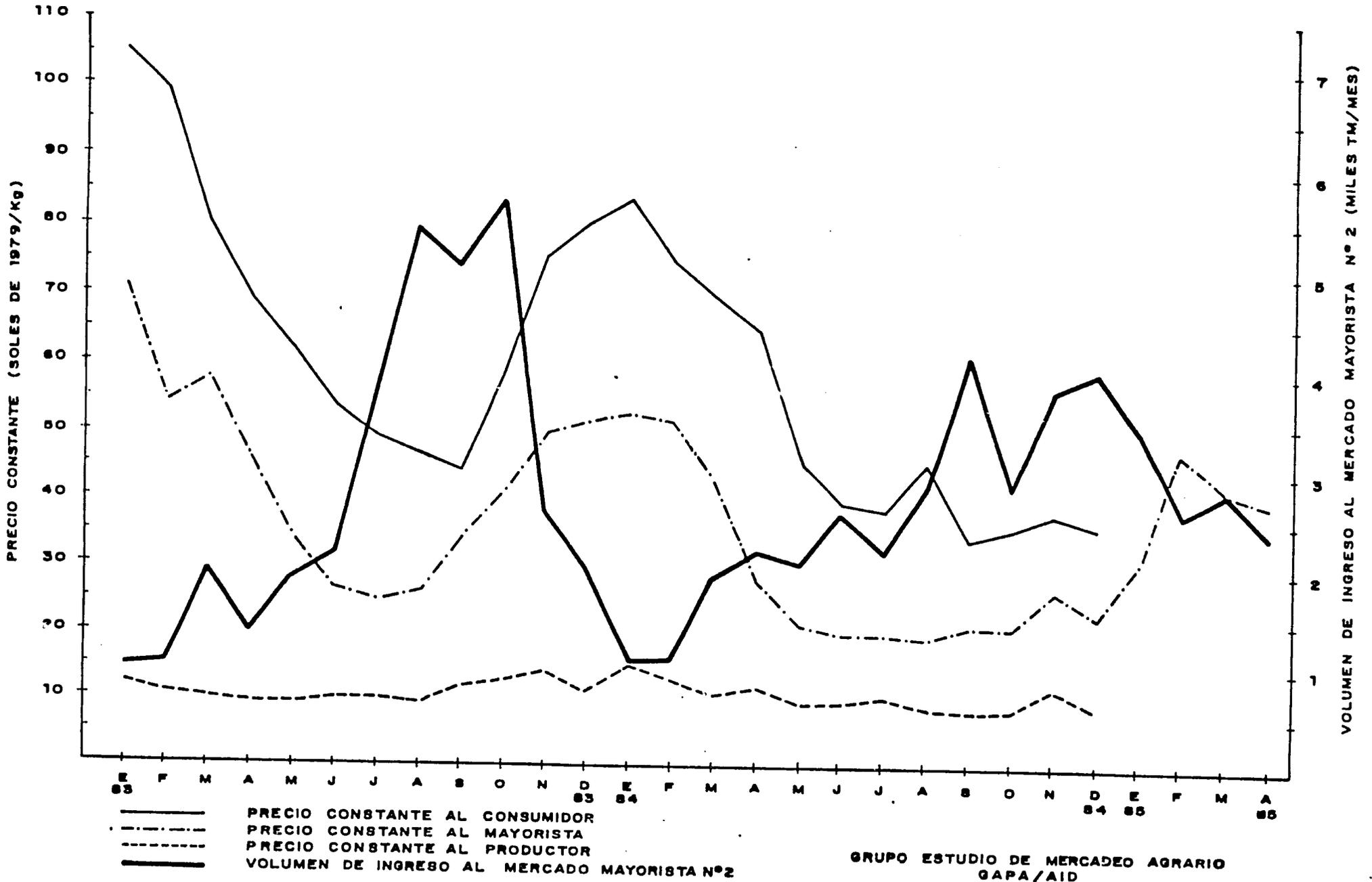


FIGURA 4.2

PRECIOS CONSTANTES DE NARANJAS SIN PEPA AL PRODUCTOR , AL MAYORISTA Y AL CONSUMIDOR (1983-1985)

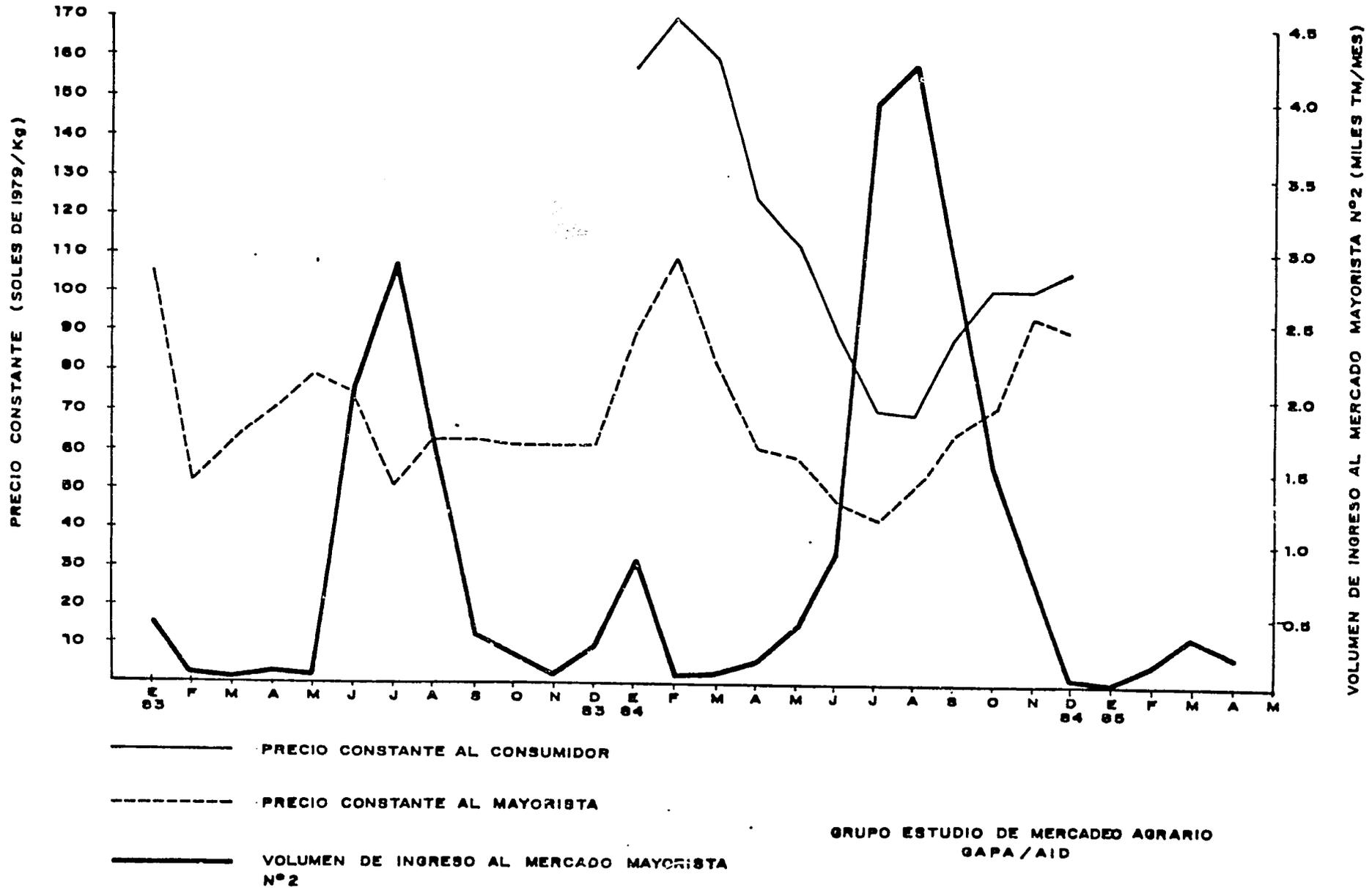
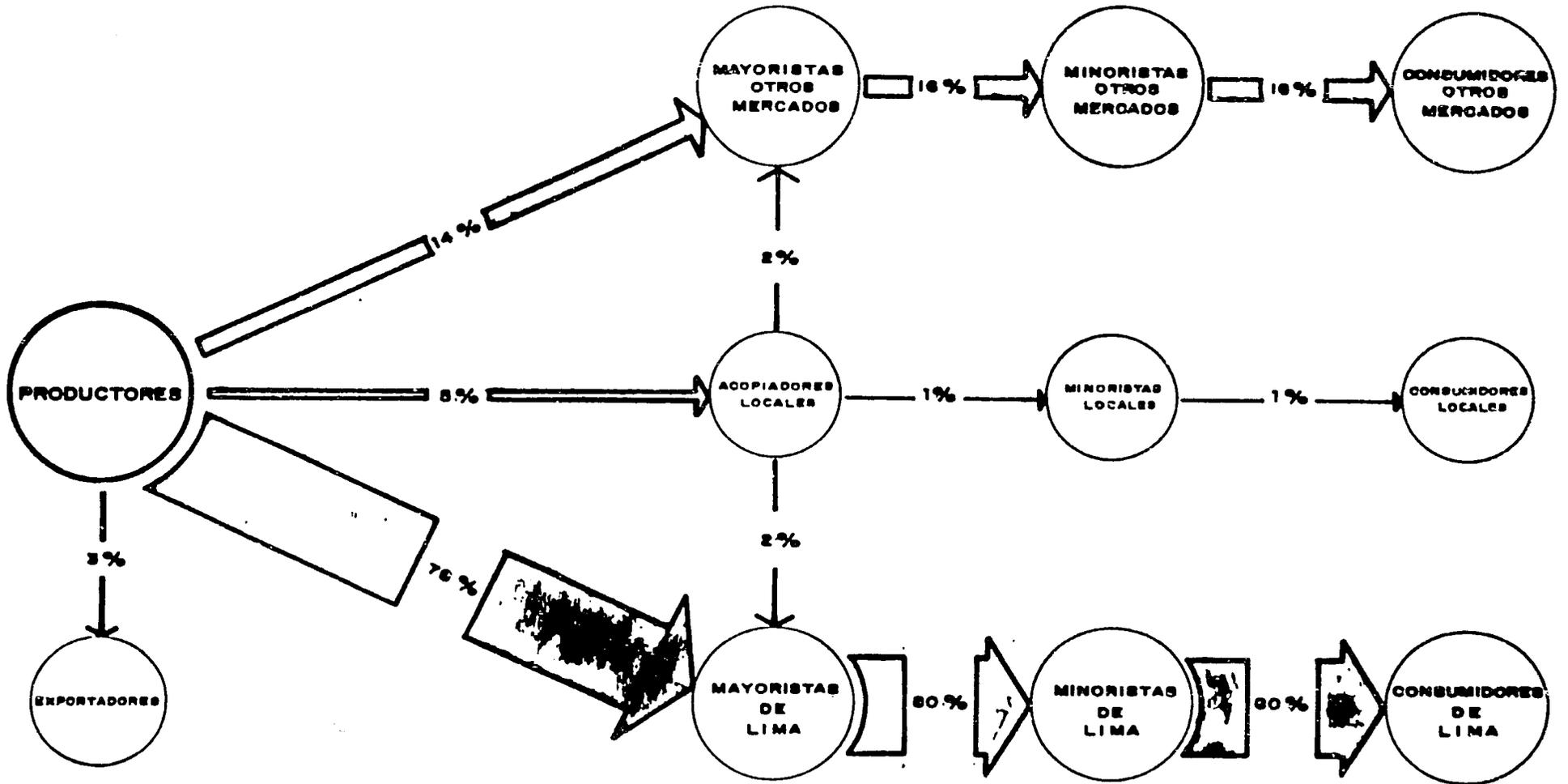


FIGURA 8.1

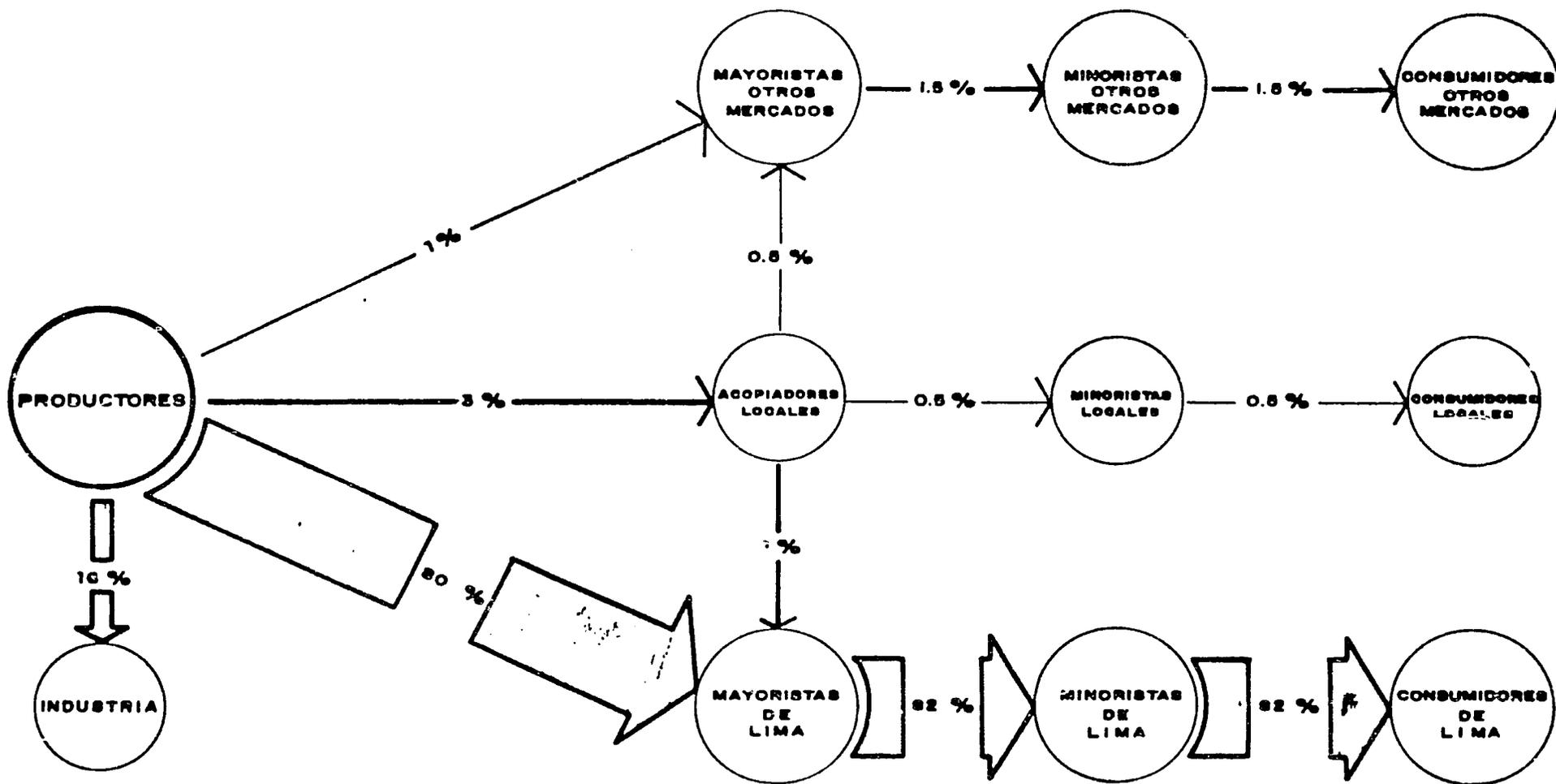
CANALES DE COMERCIALIZACION DE NARANJA DE COSTA CENTRAL



GRUPO ESTUDIO DE MERCADO AGRARIO  
SAPA / AID

FIGURA 5.2

CANALES DE COMERCIALIZACION DE NARANJA DE SELVA ALTA CENTRAL



GRUPO ESTUDIO DE MERCADOS AGRARIO  
GAPA/AID

CUADRO 4.2

ESTRUCTURA DE COSTOS DE COMERCIALIZACION  
DE NARANJA CON PEPA-CHANCHAMAYO - MAYO 1985

CONCEPTO	Soles por Kilogramo		% con Respecto a:	
	Parcial	Total	Costos	Precio Final
<u>PRECIO EN CHACRA</u>	--	550.00	--	26
Costo Comercializac.Mayorista	--	475.00	--	22
-Acopio	40.00	--	8	--
-Envase	100.00	--	21	--
-Procesado + Tapa + Clavos	75.00	--	16	--
-Flete a Mdo.Mayorista Lima	200.00	--	42	--
-Estiba	5.00	--	1	--
-Merma ( 10% )	55.00	--	12	--
<u>UTILIDAD BRUTA MAYORISTA</u>	--	175.00	--	8
Precio Mayorista	--	1,200.00	--	56
Costo Comercializac.Minorista	--	105.00	--	5
-Acarreo (Mdo.Mayorista)	20.00	--	19	--
-Desestiba	5.00	--	5	--
-Flete	20.00	--	19	--
-Merma ( 5% )	60.00	--	57	--
<u>UTILIDAD BRUTA MINORISTA</u>	--	820.00	--	39
Precio Minorista	--	2,125.00	--	100

MARGENES DE COMERCIALIZACION

CONCEPTO	S/. por Kg.	% Precio Mayorista	% Precio Minorista
Precio en Chacra	550.00	46	--
Margen Bruto Mayorista	650.00	54	--
Precio Mayorista	1,200.00	100	56
Margen Bruto Minorista	925.00	--	44
Precio Minorista	2,125.00	--	100

CUADRO A.9SERIE HISTORICA DEL PRECIO PROMEDIO MAYORISTA  
DE NARANJA (LIMA)

(Soles/Kilogramos)

Mes	1983		1984	
	Con Pepa	Sin Pepa	Con Pepa	Sin Pepa
Enero	449	667	761	1,270
Febrero	371	358	809	1,690
Marzo	436	467	716	1,350
Abril	364	568	486	1,074
Mayo	295	676	386	1,094
Junio	251	691	395	954
Julio	245	502	424	900
Agosto	285	677	420	1,153
Setiembre	397	731	489	1,493
Octubre	497	754	510	1,751
Noviembre	635	786	716	2,450
Diciembre	696	822	632	2,549
<b>Promedio Anual</b>	<b>410</b>	<b>642</b>	<b>521</b>	<b>1,478</b>

FUENTE : Dirección de Información de Mercados - Ministerio  
de Agricultura.

CUADRO A.10SERIE HISTORICA DEL PRECIO PROMEDIO MINORISTA  
DE NARANJA (LIMA)

(Soles/Kilogramo)

Mes	1983		1984	
	Con Pepa	Sin Pepa	Con Pepa	Sin Pepa
Enero	668	---	1,194	2,225
Febrero	674	---	1,153	2,609
Marzo	600	---	1,156	2,625
Abril	556	---	1,131	2,167
Mayo	533	---	832	2,109
Junio	493	---	765	1,806
Julio	484	---	789	1,449
Agosto	507	---	1,100	1,536
Setiembre	507	1,754	792	2,070
Octubre	703	1,928	882	2,502
Noviembre	967	1,558	1,009	2,674
Diciembre	1,067	2,233	1,008	2,987
Promedio Anual	630	---	984	2,230

FUENTE : Dirección de Información de Mercados - Ministerio  
de Agricultura.

## ALGODON

Más del 95% del algodón en el Perú se produce en valles irrigados a lo largo de la Costa, principalmente en la Costa Central y Norte. Pima, variedad de fibra extra larga, se produce en Piura y proporciona el 20% de la producción nacional.

Tanguis, variedad de fibra larga se produce mas al Sur, y constituye casi la totalidad del volumen restante. La producción de la Selva sólo constituye cerca del 3% del total nacional.

La fibra representa 32-38% del peso del algodón en rama, pero el 80% del valor. Las desmotadoras de propiedad privada o perteneciente a cooperativas de productores prestan sus servicios a cambio de recibir la paja de algodón. Hay unas 50 desmotadoras en operación, y su poder monopsonístico regional es limitado, por la presencia normal de 3 a 6 desmotadoras en las zonas de mayor producción. La competencia entre las desmotadoras es viva y evidente por la variedad de incentivos que ofrecen: acopio, transporte de la fibra al comprador, y primas de hasta 50% del valor de la semilla. Todos los valles de producción cuentan con 2 á 5 desmotadoras, aunque algunas zonas sólo tienen una.

El consumo nacional de fibra de algodón demanda el 45 al 60% de la producción. La mitad de este volumen pasa por las manos de ENCI y los comerciantes exportadores grandes, pero su posible poder de control sobre el mercado es limitado por el 28% del volumen que manejan directamente los productores. Asimismo, la industria textil no parece excesivamente concentrada pues las cuatro firmas más grandes cuentan con sólo el 38% de la demanda nacional, y otras 36 firmas comparten el resto.

Hasta 1982, ENCI detentaba un monopolio legal sobre el manejo del comercio interno y externo del algodón. A partir de 1983 ENCI continúa actuando como comerciante exportador pero sin el monopolio legal. El impacto de la liberación de la

tasa de cambio en 1979, y la liberación del comercio de algodón en 1983, ha permitido que los productores reciban una proporción mayor del valor de exportación del producto. Aunque el precio FOB de exportación en Dólares está actualmente -- por debajo del correspondiente al período 1976-81, el precio real a nivel de productor de algodón es en 1984 más alto que en todos los años record de 1983 y 1974. Esto ha repercutido en las decisiones y actitudes de algodonerus, quienes unánimemente opinan en favor de la liberación del comercio de algodón.

La Junta Nacional del Algodón juega un papel importante en la colección y diseminación de datos estadísticos, y la movilización de recursos para la investigación y el control fitosanitario, arbitramiento de disputas, y coordinación de políticas . La información de precios se obtiene de los boletines de la Junta así como de las publicaciones de ella en el Diario Expreso de Lima.

Un tópico que merece investigarse es el sistema de fijación de precios sobre la pepa de algodón, herencia que queda supuestamente de los tiempos de control de precios de los aceites y vegetales y alimentos balanceados, los dos productos de la pepa de algodón.

En la medida que el precio actual de la pepa está por debajo de su valor comercial, se está favoreciendo injustificadamente la integración vertical de las desmotadoras y las fábricas de aceite y de alimentos de animales, en perjuicio de los agricultores.. Además reduce la rentabilidad del cultivo del algodón en una proporción pequeña pero significativa.

Otro estudio útil sería un análisis institucional de la Junta Nacional del Algodón como instrumento efectivo de las asociaciones de productores. Dicho estudio podría examinar los factores que favorecen o impiden sus funciones, y si su experiencia podría tener aplicación como patrón en fomentar la formación y desarrollo de otras organizaciones de agricultores.

En general, el mercadeo del algodón parece funcionar bastante bien, en parte debido a las labores de la Junta y al resultado de la política de la liberización del comercio de la fibra. Este éxito se refleja en la satisfacción que expresan los diferentes grupos participantes en el mercado.

CUADRO 12

PARTICIPACION PORCENTUAL DE LOS PRODUCTOS Y  
SUB PRODUCTOS DEL ALGODON

Productos y Sub Productos	Variedades			
	Pima	(1)	Tanguis	(2)
- RAMA	<u>100</u> %		<u>100</u> %	
- FIBRA	<u>32</u> %		<u>38</u> %	
- PLPA	<u>68</u> %	<u>100</u> %	<u>62</u> %	<u>100</u> %
- Aceite	13.6 %	20 %	12.4 %	20 %
- Linter	0.7 %	1 %	0.6 %	1 %
- Cáscara	20.4 %	30 %	18.7 %	30 %
- Pasta	32.0 %	47 %	29.1 %	47 %
- Descarte	1.3 %	2 %	1.2 %	22 %

(1) Acude : 3.15

(2) Acude : 2.60

FUENTE : Grupo de Estudio de Mercadeo Agrario.

CUADRO 2.1

CONSUMO INTERNO Y EXPORTACION DE ALGODON FIBRA  
(T.M.)

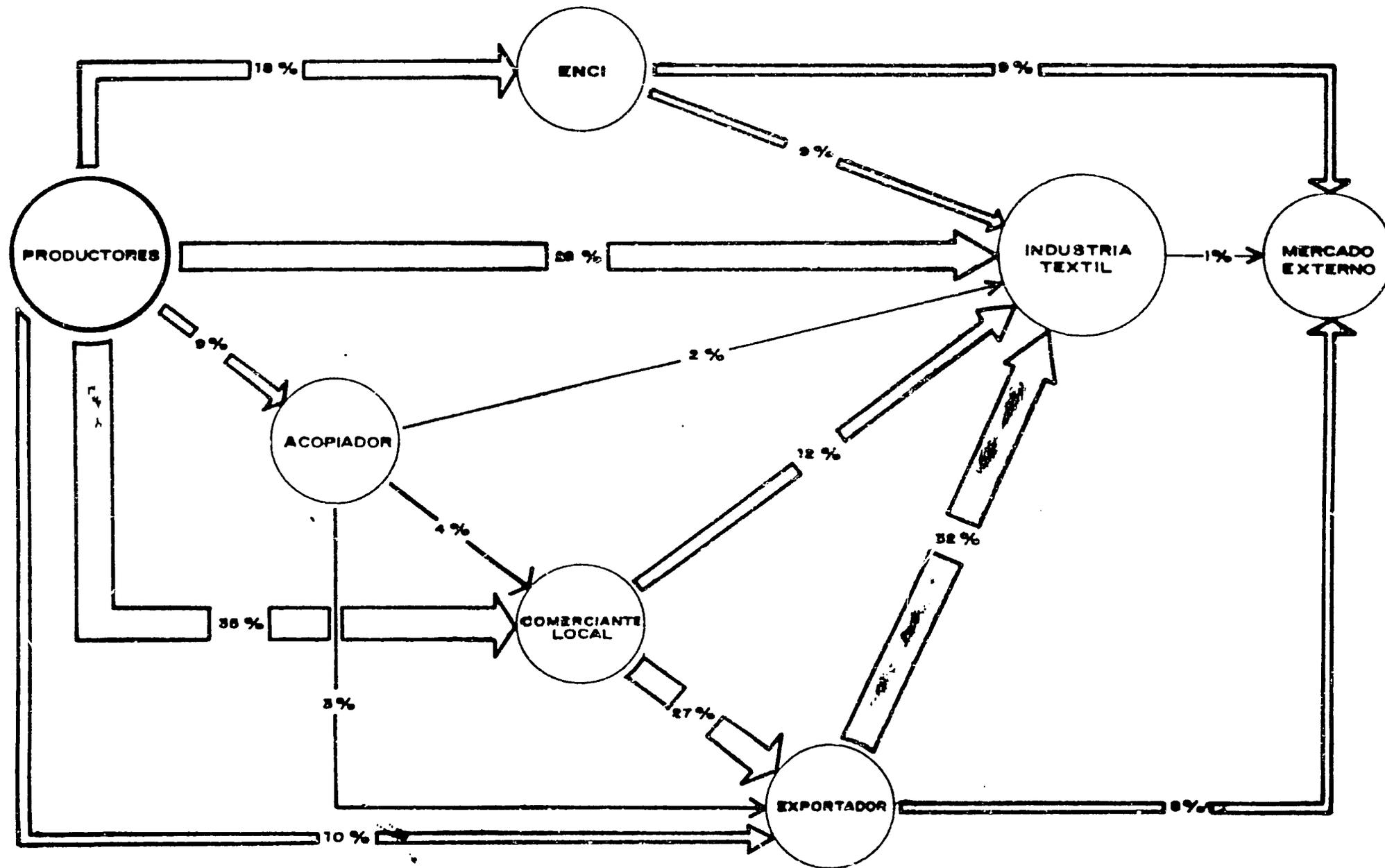
Año	Producción	Comercia lización	Consumo Interno		Exportación	
	T.M.	T.M.	T.M.	%	T.M.	%
1969	888,646	107,047	18,594	18	88,453	82
1970	91,495	82,298	22,384	25	66,914	75
1971	81,761	79,965	29,195	37	50,770	63
1972	75,668	81,790	31,860	39	49,930	61
1973	81,557	78,358	31,408	40	46,950	60
1974	90,029	87,921	40,349	46	47,572	54
1975	72,369	62,091	25,537	41	36,554	59
1976	56,796	75,321	39,627	53	35,694	47
1977	57,736	63,718	42,527	67	21,191	33
1978	76,206	74,408	56,270	76	18,138	24
1979	92,928	76,073	56,122	74	19,951	26
1980	97,947	85,182	52,953	62	32,229	38
1981	101,076	82,855	51,336	62	31,519	38
1982	85,360	102,675	43,765	43	58,910	57
1983	40,079	47,832	25,717	54	22,115	46
1984	75,764	65,078	53,158	82	11,920	18

FUENTES: Empresa Nacional de Comercialización de Insumos. - Memoria Anual  
1981 - 1982.

Junta Nacional del Algodón - Memoria Anual 1984.

Elaborado por el Grupo de Estudio de Mercadeo Agrario.

FIGURA 5.1  
**CANALES DE COMERCIALIZACION DE ALGODON**



CUADRO 2.2

COMPRAS DE ALGODON PIMA POR LA INDUSTRIA TEXTIL  
AÑO 1984

Razón Social	Algodón Fibra	
	T.M.	%
- Credisa - División Textil	920.16	10.96
- Fábrica de Tejidos La Unión Ltda. S.A.	746.39	8.89
- Hipetima Chiclayo S.A.	746.88	8.90
- Hilanderías Pima Fina S.A.	138.02	1.64
- Hilos Cadena Llave S.A.	207.04	2.47
- Industria Textil Piura S.A.	3,666.97	43.68
- La Colonial Fábrica de Hilados, Tejidos y Panqueques	43,71	0.52
- S.A. Fábrica Nacional Textil El Amazonas	644.11	7.67
- Textil Trujillo S.A.	1,281.83	15.27
Total	8,395.11	100.00

FUENTE : Junta Nacional del Algodón.

## CUADRO 2.3

## COMPRAS DE ALGODON TANGUIS POR LA INDUSTRIA TEXTIL

AÑO 1984

Razón Social	Algodón Fibra T.M.	%
- Cía. Cilgal S.A.	12.88	0.03
- Cía Industrial Atlantic S.A.	179.80	0.43
- Cía. Industrial Nuevo Mundo S.A.	2,407.64	5.69
- Cía. Peruana Textil El Hilado S.A.	694.26	1.64
- Cia. Textil El Progreso S.A.	3,627.40	8.58
- Confecciones Creaciones S.A.	8.65	0.02
- Consorcio Industrial del Perú S.A.	508.11	1.20
- Continental Textil S.A.	393.05	0.93
- Credisa - División Textil S.A.	644.11	1.52
- Distribuidores Unidos S.A.	303.42	0.72
- Duotex S.A.	1,680.12	3.97
- Fábrica de Hilados y Tejidos Santa Josefa	6.44	0.02
- Fábrica de Tejidos Bolivar S.A.	45.41	0.11
- Fábrica de Tejidos Ica S.A.	368.06	0.87
- Fábrica de Tejidos La Bellota S.A.	2,075.32	4.91
- Fábrica de Tejidos La Unión Ltda. S.A.	7,943.86	18.78
- Fábrica de Tejidos San Jacinto S.A.	2,818.58	6.67
- Fabritex Peruana S.A.	2,564.11	6.06
- Fijesa S.A.	1,251.41	2.96
- Hilados Peinados S.A.	2,102.28	4.97
- Hilandería de Algodón Eulotex S.A.	18.40	0.04
- Hilandería de Algodón Peruana S.A.	962.72	2.28
- Hilandería de Algodón San Antonio S.A.	1,817.31	4.30
- Hilo Cadena Llave S.A.	32.67	0.08
- Industria Santa María S.A.	396.50	0.94
- Indutex S.A.	17.34	0.04
- La Colonial Fca. de Hilados, Tejidos y Panqueques	138.02	0.33
- La Parcela S.A.	1,224.50	2.90
- Santa Cecilia Cía. Textil S.A.	383.61	0.91
- S.A. Fábrica Nacional Textil El Amazonas	1,449.25	3.43
- Tejidos Arequipa S.A.	188.63	0.45
- San Jorge S.A.	376.11	0.89
- Tejidos Técnicos Hilados E.I.R.L.	27.60	0.07
- Textil Peruana S.A.	1,253.72	2.96
- Textil San Pedro S.A.	1,697.60	4.01
- Textil Trujillo S.A.	644.80	1.52
- Textiles del Sur S.A.	423.27	1.00
- Textiles Mitre S.A.	1,230.94	2.91
- Textiles Populares S.A.	315.48	0.75
- Textiles San Carlos S.A.	55.21	0.13
Total	42,288.59	100.0

FUENTE : Junta Nacional del Algodón.

I. EXPORTACION DE ALGODON POR FIRMA EXPORTADORA 1984

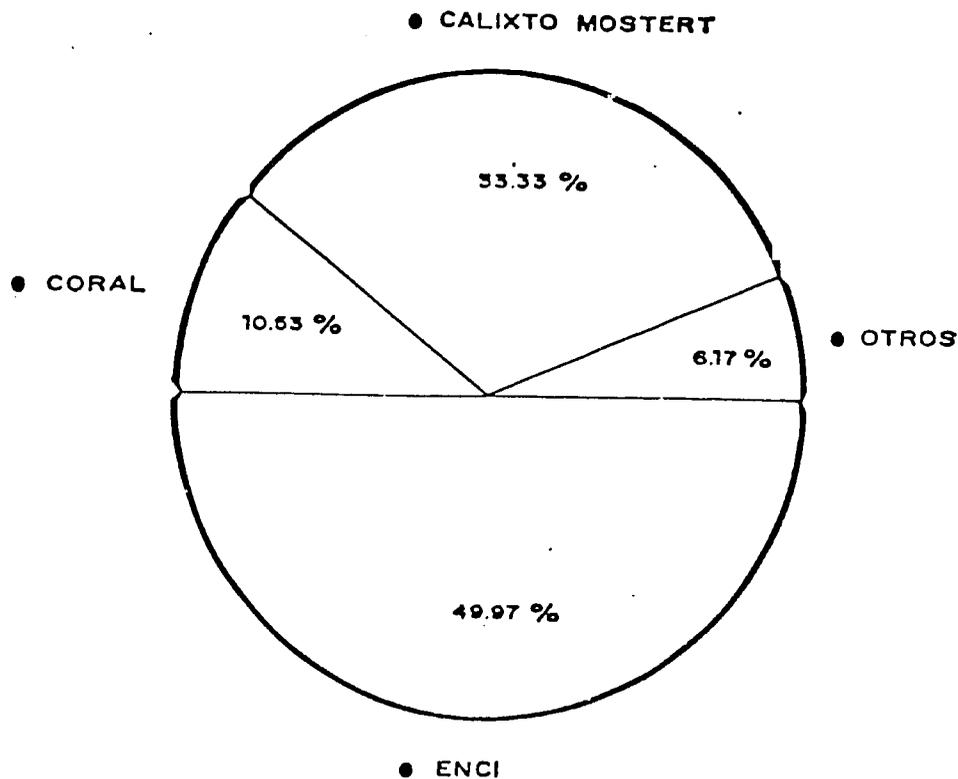
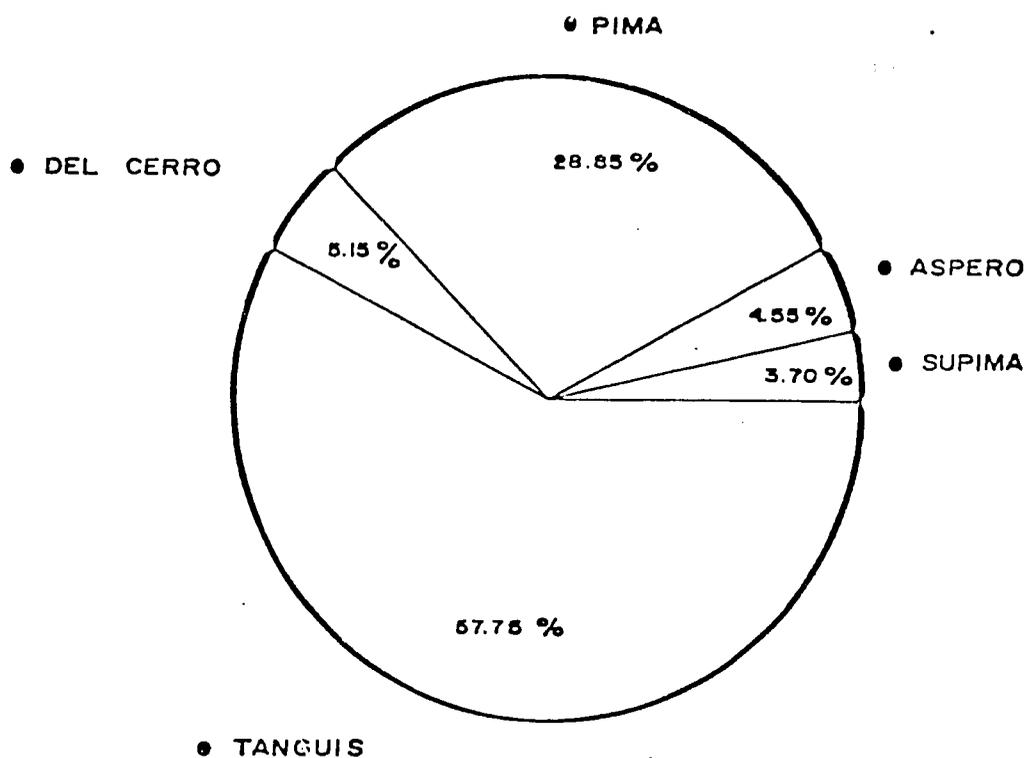


FIGURA 2.3

II. EXPORTACION DE ALGODON POR VARIEDADES 1984



CUADRO 3.4

PRODUCCION DE ALGODON RAMA POR VARIEDADES  
(Toneladas Métricas)

Año	Pima *		Tangüis		Aspero		Total T.M.
	T.M.	%	T.M.	%	T.M.	%	
1977	56,763	32.7	115,984	67.0	581	0.3	173,328
1978	65,731	33.1	130,951	66.0	1,860	0.9	198,542
1979	83,261	34.1	157,363	64.6	3,261	1.3	243,885
1980	75,080	29.3	173,256	67.4	8,019	3.3	256,355
1981	89,773	31.4	187,696	65.7	8,312	2.9	285,781
1982	58,494	22.8	191,597	74.8	6,033	2.4	256,124
1983	1,091	1.0	101,987	97.0	2,052	2.0	105,130
1984	52,054	25.8	146,873	72.8	2,793	1.4	201,720

\* Incluye Supima y Del Cerro

FUENTES : Empresa Nacional de Comercialización de Insumos

Junta Nacional de Algodón

Elaborado por el Grupo de Estudio de Mercadeo Agrario.

CUADRO 4.2

PRECIOS DE EXPORTACION DE ALGODON FIBRA

(Soles constantes de 1979)

Año	Precio FOB / Kg.				Precio Productor Rama	Diferencia Porcentual (1)
	Dólares	Soles Corrientes	Fibra	Soles Constantes Equivalente Rama		
1970	0.77	29.60	261.50	94.66	93.40	1.3
1971	0.88	30.00	247.50	89.60	95.70	(6.8)
1972	0.94	36.40	281.05	101.74	93.80	8.5
1973	1.35	52.30	368.50	133.40	136.60	(2.4)
1974	2.02	78.20	471.40	170.65	127.00	34.4
1975	1.64	66.00	321.90	116.50	91.70	27.0
1976	1.99	110.70	404.60	146.45	85.10	72.1
1977	2.24	188.90	499.85	180.95	94.20	92.1
1978	2.10	260.25	606.20	219.45	90.70	142.0
1979	2.47	563.00	563.00	203.80	99.90	104.0
1980	2.22	654.90	411.45	189.95	96.30	97.2
1981	2.01	858.20	307.20	11.20	77.00	44.4
1982	1.52	1,070.60	233.10	84.40	62.80	34.4
1983	1.53	2,537.30	261.70	94.75	71.00	33.5
1984	1.97	7,198.00	353.40	127.90	110.10	14.2

(1) Entre el precio al productor y el precio de exportación.

FUENTE: Elaborado por el Grupo de Estudio de Mercadeo Agrario, en base a datos de la Oficina Sectorial de Estadística del Ministerio de Agricultura. El Agro en cifras: Maletta et al y Memorias del Banco Central de Reserva.

CUADRO 4.4

ESTRUCTURA DEL COSTO DE COMERCIALIZACION  
DE ALGODON TANGUIS DE ICA A LIMA  
(Mayo 1985)

Concepto	Soles por qq.		% Respecto a :	
	Parcial	Total	Costos	Precio Final
Precio en chacra (rama)		202,000		71.4
<u>Costo de Comercialización</u>		<u>42,315</u>	<u>100.0</u>	<u>14.9</u>
- Acopio algodón rama	5,000		11.8	
- Envase de acopio alg.rama (1)	12,700		30.0	
- Desmote	21,150		50.0	
- Flete a Lirna alg.fibra (2)	2,465		5.8	
- Gravamen J.N.A. (3)	1,000		2.4	
Utilidad bruta comerciante		38,795		13.7
<u>Precio de venta comerciante</u>		<u>283,110</u>		<u>100.0</u>
- Precio de fibra (4)	239,400			84.6
- Precio de pepa (5)	43,710			15.4

(1) S/. 45,000/saca y S/. 70,000/manta, para 3 qq. algodón rama y 3 usos.

(2) S/. 2,500/qq. y un rendimiento de 38% de algodón fibra: 0.38 qq fibra x 2,500.

(3) US \$ 0.10/qq. fibra

(4) S/. 630,000/qq fibra y 0.38 puesto en planta usuario industrial.

(5) S/. 70,500/qq. pepa x 0.62 puesto en desmotadora

FUENTE: Grupo de Estudio de Mercadeo Agrario, en base a datos obtenidos en entrevistas a productores, desmotadoras y comerciantes.

### MAIZ AMARILLO DURO

El maíz amarillo duro se produce principalmente en los valles de la Costa Central y Costa Norte (60%), y en la Selva Alta alrededor de Tarapoto (40%). El aumento de superficie de -- maíz duro en la Selva ha ocasionado una baja en el rendimiento promedio nacional, ya que el rendimiento en la Selva es inferior a la Costa. Las importaciones cubren normalmente entre el 30% y 60% de la oferta total, pero en 1984 se redujeron al 11% debido al incremento en la producción nacional.

La demanda de maíz amarillo se ha duplicado entre 1972 y - 1982. Cerca del 80% es adquirido por la industria avícola -- (plantas de alimentos balanceados y granjas), principalmente para la producción de huevos y pollos de carne. Las tres cuartas partes de la industria de alimentos balanceados se encuentra ubicada en el Departamento de Lima, y la mayor parte -- del resto en la Costa Norte. Ocho empresas grandes, altamente integradas verticalmente, dominan la industria avícola en la producción de pollos, huevos y alimentos. Aunque estas firmas abiertamente hacen acuerdos sobre el precio de venta de pollos, éstos parecen reflejar las condiciones del mercado y costos, al punto que en términos reales, los precios han disminuido sustancialmente desde principios de los años 70. Esta -- baja refleja el aumento grande en la eficiencia de producción avícola y ha contribuido a la duplicación del consumo per cápita de carne de pollo y huevos en la última década.

La producción del maíz en la Costa es comprada por acopiadores y agentes mayoristas, frecuentemente trabajando a título - de comisión con las plantas elaboradoras de alimentos balanceados . Hay interés creciente en los fabricantes mismos en hacer contratos de producción de maíz amarillo con agricultores, posiblemente incluyendo la provisión de semilla, crédito y otros insumos.

ENCI compra el maíz amarillo producido en la Selva al precio uniforme nacional. El transporte a la Costa lo hace contratando camiones y absorbiendo el costo de flete. En los últimos tres años ENCI ha reducido gradualmente el precio que paga en la Selva del 90% a alrededor del 50% del precio en la Costa. El precio ofrecido por ENCI en la Selva se acerca ahora al precio de mercado y de los comerciantes privados que ahora manejan la mitad del comercio de la Selva a la Costa.

Igualmente ENCI solía importar maíz que luego vendía a las firmas de alimentos balanceados a un precio subsidiado y sin cobro de gastos de almacenamiento. A pesar de muchos esfuerzos para programar una oferta mensual estable, los cargamentos importados muchas veces llegaban durante los meses de cosecha de los mismos. ENCI continúa haciendo los arreglos de importación de maíz a solicitud de los fabricantes de alimentos y usuarios pero ahora lo vende a un precio sin subsidio que incluye gastos de almacenamiento.

El volumen de importaciones ha bajado rápidamente a partir de 1980 y hoy ha llegado al nivel más bajo en 10 años. Además, el funcionamiento del mercado mismo ha resultado más efectivo que la programación deliberada, en asegurar que las importaciones se hagan cuando la producción nacional no está en plena cosecha y los precios están altos.

Intencionalmente o no parece que el subsidio de ENCI para la producción de maíz amarillo en la Selva está desapareciendo gradualmente. La cuestión siguiente es saber si ENCI puede competir abiertamente con los comerciantes privados. Si no lo puede hacer, convendrá más que ENCI se concentrara a la distribución de fertilizantes.

El maíz amarillo proveniente de la Selva tiene un contenido de humedad excesivo. Un estudio de viabilidad para instalar secadores de granos ya sea en la Selva o en la Costa sería de--

gran utilidad . No se debe olvidar que hay instalaciones secadoras existentes que no se están usando por falta de mantenimiento.

La producción de maíz amarillo por contrato ofrece al agricultor la ventaja de reducir su riesgo de producción y mercadeo. Este tipo de arreglos entre productores y fábricas de alimentos se podría fomentar, pero falta un estudio de las posibles trabas legales, institucionales y comerciales que podrían impedir este tipo de coordinación de mercadeo. En forma similar, el incluir el maíz amarillo en la Bolsa de Valores podría mejorar el mercadeo del producto y merece estudiarse y apoyársele.

Respecto a la producción de pollos y huevos, la evidencia preliminar indica que no ocurre un control excesivo del mercado por parte de las ocho firmas que dominan el mercado. Sin embargo, cabe notar que existe el potencial serio para que este tipo de comportamiento ocurra. Hasta el momento, parece que los beneficios de reducción de costos asociados con la nueva estructura integrada de la industria avícola han compensado el riesgo de comportamiento oligopolístico de aumento arbitrario de precios.

## CUADRO 3.3

PRODUCCION DE MAIZ AMARILLO  
 POR REGION NATURAL - 1980-1984

(Toneladas)

Años	Costa		Selva		Total	
	T.M.	%	T.M.	%	T.M.	%
1980	173,843	57.8	127,013	42.2	300,856	100.0
1981	227,254	58.3	162,566	41.7	389,820	100.0
1982	217,653	56.2	169,617	43.8	387,270	100.0
1983	219,252	52.9	195,575	47.1	414,827	100.0
1984	359,036	62.3	217,340	37.7	576,376	100.0

FUENTE : Oficina Sectorial de Estadística - Ministerio de Agricultura.

Elaborado por el Grupo de Estudio de Mercadeo Agrario.

CUADRO 3.1

SUPERFICIE COSECHADA, PRODUCCION NACIONAL E IMPORTACIONES  
DE MAIZ AMARILLO DURO  
(Período 1972-1984)

Años	Superficie Cosechada	Producción		Importaciones		Total
	Has.	T.M.	%	T.M.	%	T.M.
1972	77,400	285,600	65.3	151,481	34.7	437,081
1973	74,338	223,681	48.0	242,594	52.0	466,275
1974	81,692	231,593	42.7	311,197	57.3	542,790
1975	113,820	324,442	45.4	390,575	54.6	715,017
1976	134,028	430,246	60.7	278,122	39.3	708,368
1977	184,612	457,901	67.3	222,955	32.7	680,856
1978	147,743	381,600	71.8	149,557	28.2	531,157
1979	162,126	430,026	73.7	153,300	26.3	583,326
1980	121,494	300,856	37.3	505,699	62.7	806,555
1981	141,989	389,820	51.4	367,912	48.6	757,732
1982	142,116	387,270	42.5	524,715	57.5	911,985
1983	165,881	414,827	52.6	374,500	47.4	789,327
1984	193,591	576,376	88.7	73,638	11.3	650,014

FUENTES : Oficina Sectorial de Estadística - Ministerio de Agricultura.

Empresa Nacional de Comercialización de Insumos (ENCI).

CUADRO 2.1

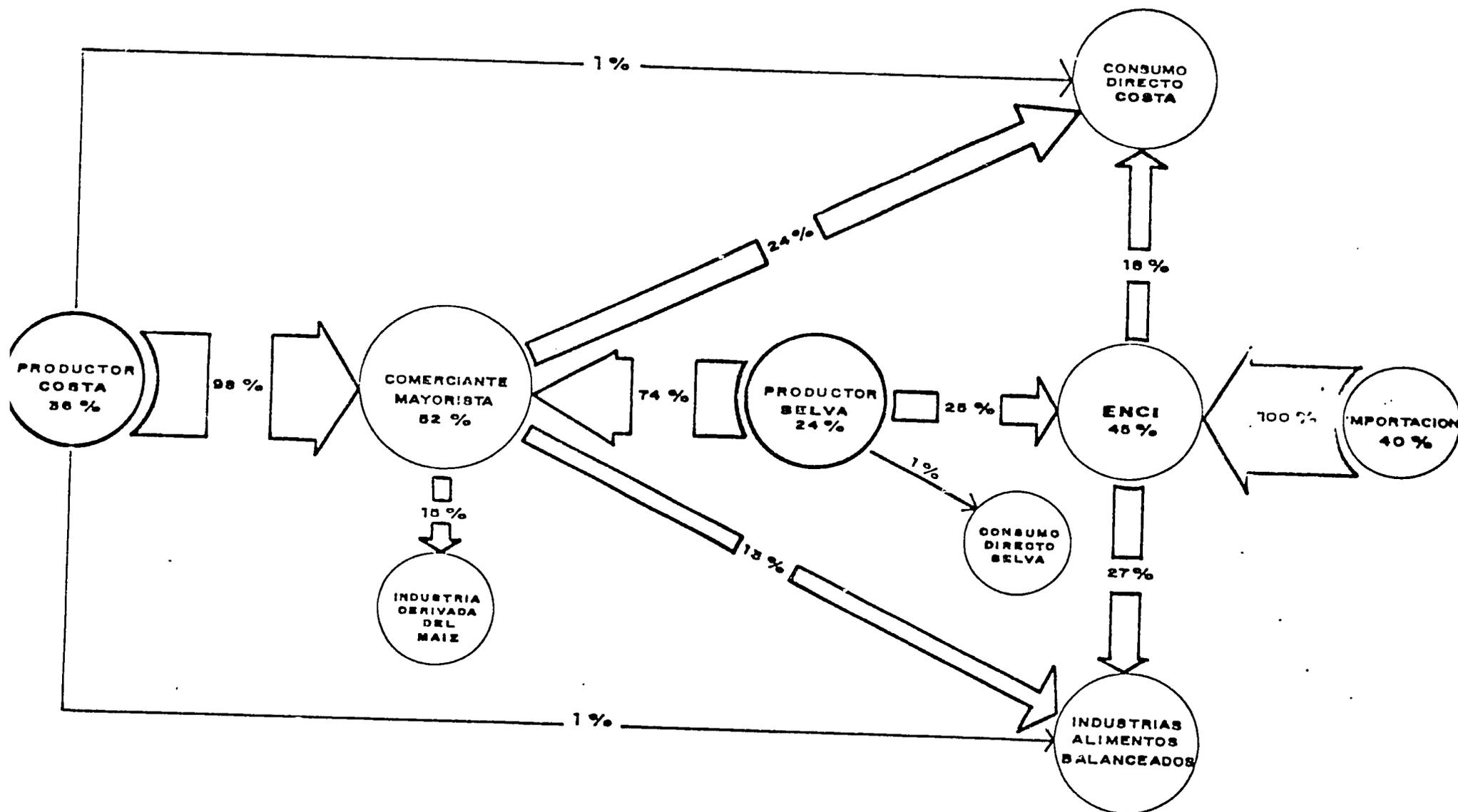
CONSUMO DE MAIZ AMARILLO DURO POR TIPO DE USUARIOS  
1980-1984

Años	Planta de Alimentos Balanceados		Consumo Directo y Otros *		Derivados Mafz *		Total
	T.M.	%	T.M.	%	T.M.	%	
1980	376,491	47	300,084	37	100,000	16	806,555
1981	392,906	52	264,826	34	100,000	14	757,732
1982	459,262	50	352,723	39	100,000	11	911,985
1983	380,969	48	308,358	39	100,000	13	789,327
1984	259,892	40	290,122	45	100,000	15	650,014

FUENTE : Oficina Sectorial de Estadística - Ministerio de Agricultura.

\* : Estimado por el Grupo de Estudio de Mercadeo Agrario.

FIGURA 8.1  
**CANALES DE COMERCIALIZACION DE MAIZ AMARILLO**



CUADRO 4.1

PRECIOS DE MAIZ AMARILLO DURO A PRODUCTORES Y USUARIOS - 1966-1985

(Precio constante : base 1979)

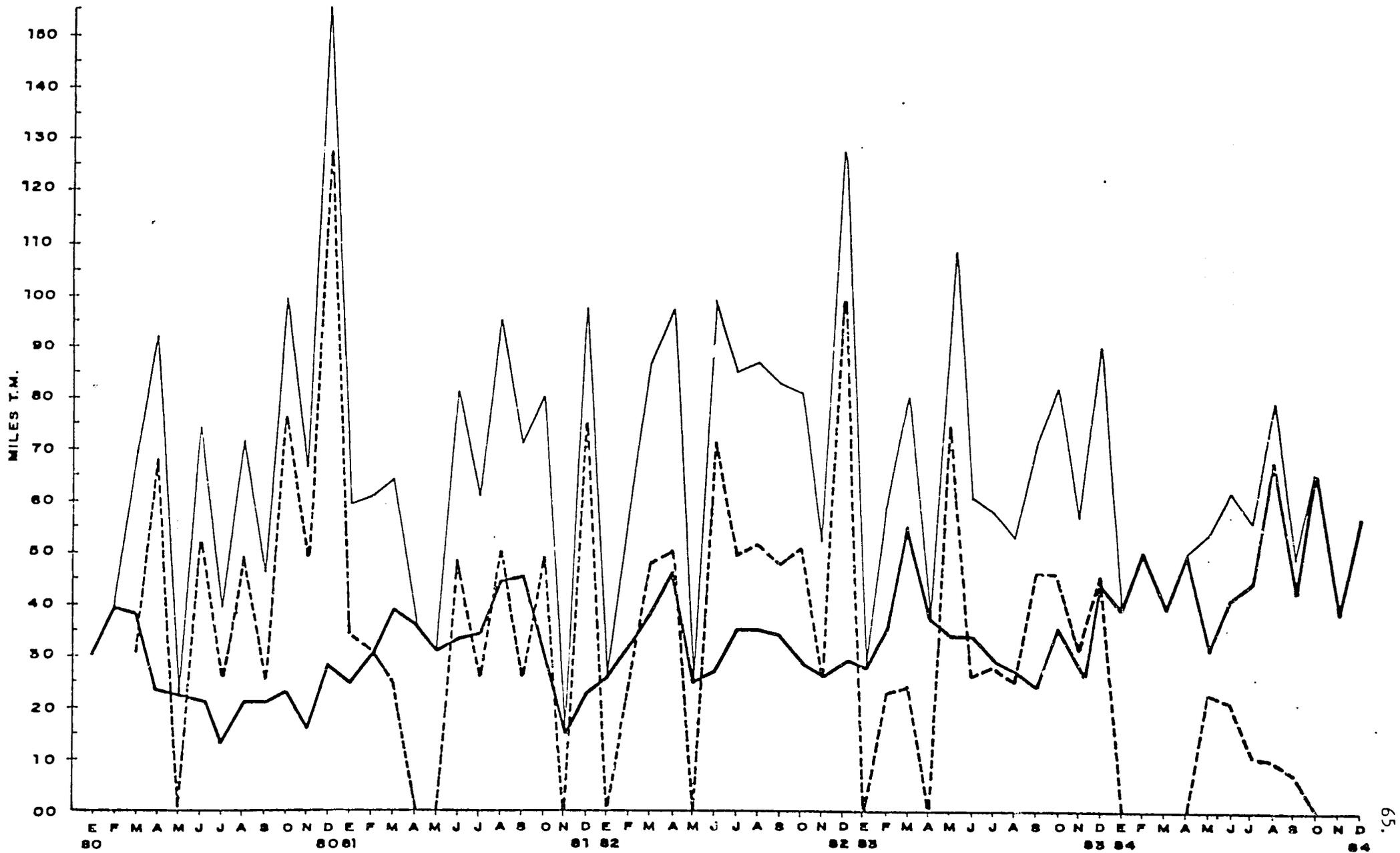
(Soles Kilo)

Años	PRECIO AL PRODUCTOR			PRECIO A USUARIOS	
	Corriente		Promedio	Promedio	Constante
	Costa	Selva			
1966	2.40	1.50	2.35	30.20	s/i. ---
1967	2.60	1.60	2.50	29.60	s/i. ---
1968	3.50	2.20	3.37	33.30	s/i. ---
1969	3.50	2.15	3.39	31.40	s/i. ---
1970	3.40	2.25	3.30	29.00	3.55 31.20
1971	3.55	2.30	3.50	29.10	3.60 29.90
1972	4.00	2.80	3.90	30.20	4.00 31.00
1973	5.10	3.50	5.05	35.60	5.50 38.80
1974	6.40	4.25	6.20	37.20	8.20 49.20
1975	8.50	7.05	8.20	39.90	10.00 48.70
1976	8.70	7.95	8.55	31.20	15.00 54.70
1977	13.70	11.00	13.50	35.70	20.00 52.90
1978	26.50	19.60	25.80	43.30	30.00 50.40
1979	42.00	30.25	40.00	40.00	45.00 45.00
1980	65.00	45.00	61.65	38.70	65.00 40.80
1981	100.00	80.00	96.60	34.60	120.00 43.00
1982	147.00	110.00	141.35	30.80	200.00 43.40
1983	300.00	250.00	273.45	28.20	350.00 36.10
1984	700.00	550.00	654.50	32.10	750.00 36.80
1985 *	1,500.00	800.00	1,300.00	30.95	1,800.00 42.85

\* Promedio Enero a Mayo 1985.

FUENTE : Oficina Sectorial de Estadística - Ministerio de Agricultura.  
 El Agro en Cifras, Maletta et al. 1984.  
 Elaborado por Grupo de Estudio de Mercadeo Agrario.

FIGURA 3.2  
**ABASTECIMIENTO MENSUAL DE MAIZ AMARILLO DURO**



— PRODUCCION NACIONAL  
 - - - IMPORTACION  
 — TOTAL

GRUPO ESTUDIO DE MERCADEO AGRARIO  
 GAPA / AID

CUADRO 4.4

COSTOS DE COMERCIALIZACION DE MAIZ AMARILLO DURO DE TARAPOTO A LIMA  
(Mayo 1985)

R u b r o s	COMERCIANTES				ENCI			
	Soles por Kg.		% respecto a:		Soles por Kg.		% respecto a:	
	Parcial	Total	Costo	Precio Final	Parcial	Total	Costo	Precio Final
<u>Precio en chacra</u>		800.00 <u>1/</u>		38.1		950.00 <u>2/</u>		52.8
<u>Costo de comercialización mayorista</u>		1,084.50		51.6		1,027.00		57.0
. Acopio	100.00	--	9.2	--	---	--	--	--
. Desgrane	30.00	--	2.8	--	---	--	--	--
. Envase	8.00	--	0.7	--	---	--	--	--
. Estiba	2.00	--	0.2	--	---	--	--	--
. Flete Lima	900.00	--	83.0	--	989	--	96.3	--
. Merma (4%)	32.00	--	2.9	--	38	--	3.7	--
. Desestiba	2.00	--	0.2	--	---	--	--	--
. Autogravamen	10.50	--	1.0	--	---	--	--	--
<u>Utilidad bruta mayorista</u>		215.50		10.3		(177.00)		(9.8)
<u>Precio mayorista</u>		2,100.00 <u>3/</u>		100.0		1,800.00 <u>4/</u>		100.0

1/ Puesto en chacra

2/ Puesto en centro acopio ENCI (Precio oficial).

3/ Puesto en planta usuario

4/ Puesto en almacén ENCI (Precio oficial)

FUENTE : Elaborado por Grupo de Estudio de Mercadeo Agrario.

## ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES

En el Sector Agrario existen tres (03) grandes grupos de organizaciones de productores que de alguna manera tienen participación en el proceso de mercadeo de productos e insumos.

### a) Organizaciones de carácter Gremial

Orientados básicamente a desempeñar funciones representativas ante el Gobierno Central en los aspectos relacionados con el establecimiento de políticas de precios e importaciones de insumos y productos y en menor escala, a la prestación de servicios de abastecimiento de insumos y equipos livianos y a la organización de eventos técnicos.

Dentro de éstas resalta la Organización Nacional Agraria, ONA, constituida en 1980 y, cuenta dentro de su estructura con siete (07) filiales a nivel departamental o regional y nueve (9) Comités de Productores (Nacionales y Regionales) por línea de productos: Algodón, Arroz, Maíz Sorgo, Papa, etc.) con un total de 170 organismos integrados a ella.

Los recursos de los Comités provienen de los autogravámenes que se fijan en función del volumen comercializado, cuyas tasas varían en función del producto que se trata.

### b) Organizaciones de Carácter Empresarial

Organizaciones de tipo económica empresarial, orientando sus acciones a las actividades de comercialización de insumos y productos, prestación de servicios de maquinaria agrícola e investigación agronómica.

Estas a su vez adoptan diferentes modalidades de organización de acuerdo a los dispositivos legales vigentes, tales como:

#### b.1) Centrales de Cooperativas

Constituidas obligatoriamente dentro del proceso de Refor

ma Agraria en cada uno de los valles, agrupando a todas las Cooperativas Agrarias de Producción de su ámbito - (Cooperativas Agrarias de Trabajadores). Realizan funciones eminentemente empresariales (comercialización de insumos y productos, procesamiento industrial, etc.) logrando niveles de desarrollo bastante diferentes. El actual proceso de parcelación de las cooperativas bases, hacen peligrar sus operaciones normales, habiendo optado éstas a ampliar sus operaciones hacia productores individuales.

b.2) Cooperativas Agrarias de Servicios (Cooperativas Agrarias de Usuarios).

Organizaciones cooperativas de tipo voluntario e integrada por productores individuales (pequeños y medianos) en las diferentes regiones del país. Realizan funciones similares a las Centrales de Cooperativas, presentando niveles de desarrollo mucho mayores a ellas, sobre todo las ubicadas en la Costa y Selva.

b.3) Asociaciones de Agricultores

Tipo de organización que aglutina fundamentalmente a -- productores individuales de una zona determinada por línea de productos (Asociación de Productores de Espárragos de Trujillo) o por área geográfica (Asociación de Agricultores de Ica) realizando actividades básicamente de investigación agrícola y comercialización de insumos, para cuyo efecto generan ingresos propios a través de aportaciones ordinarias y extraordinarias, autogravámenes específicos y comisiones por servicios.

b.4) Fondo de Fomento Agropecuario

Modalidad organizativa constituida en virtud de la Ley de Fondos dictaminada en el año 1978, integrada por productores individuales y/o asociativos por línea de productos - (Fondo de Ganadería Lechera del Sur: FONGALSUR) o zo

nas geográficas (Fondo de Fomento Agropecuario de Chincha: FONAGRO). REalizan funciones de investigación agropecuaria, comercialización de insumos y productos y desarrollo agropecuario. Al igual que las Asociaciones, las fuertes de recursos lo constituyen las aportaciones y los auto-gravámenes.

b.5) Sociedades Mercantiles

Modalidad de reciente desarrollo a nivel de productores, - las mismas que básicamente se han venido constituyendo en respuesta a la promoción realizada desde 1982 por el Proyecto PROCOMPRA para la administración de los Centros de Comercialización Rural-CCR, tienen por función - primordial la comercialización de productos de sus asociados y eventualmente, el abastecimiento de insumos. Dentro de éstas sobresale la constituida en Arequipa (PROA - GRINSA: Ajo y Cebolla) que viene comercializando directamente sus productos en el mercado de Lima y, otras que se encuentran en vías de iniciar sus operaciones: AGRIHUSA en Huaral y PROAGRINCHASA en Chanchamayo.

c) Organizaciones de Carácter Normativo

Tipificadas como organizaciones de composición mixta, por líneas de productos, en donde se encuentran representadas el Estado, los agricultores, los agentes de comercio y los industriales. Tiene como función principal normar el proceso de mercados del producto de su competencia así como de brindar servicios fundamentales para la producción y comercialización (mejoramiento e investigación, patrones de clasificación, información de precios, registros de contratos de compra-venta, asignación de cuotas, etc.), - autofinanciando sus actividades.

Dentro de éstas sobresalen:

c.1) Fundación para el Desarrollo Algodonero, FUNDEAL

Encargada del mejoramiento de la producción y productividad de algodón a través del desarrollo de actividades de investigación y experimentación en el comercio de semillas, seleccionadas y/o certificadas, sea en forma directa o mediante convenios con instituciones especializadas.

c.2) Junta Nacional del Algodón

Responsable de la normatividad del comercio del algodón en rama y fibra, concertando los intereses de los vendedores y compradores y velando por el cumplimiento de los compromisos en el proceso de mercadeo del algodón.

Un análisis de la naturaleza de los diferentes tipos de organizaciones enunciadas, permiten inferir que aquellas de carácter empresarial son las que mejor responden a la instrumentación de políticas de mercadeo de productos del agro, sobre todo, las que se han constituido, más que por obligación legal, en forma voluntaria y por una necesidad común de atender su problemática de comercialización de insumos y productos, sin desmerecer la importancia de los otros tipos de organización.

Sin embargo, la experiencia propia y la de otros países, hacen visualizar la necesidad e importancia de que el Estado asuma un rol promotor y menos paternalista en el desarrollo de éstas. Es evidente que la promoción de organizaciones empresariales de los productores, repercute en beneficio directo de ellas al facilitar el desarrollo de los servicios indispensables y al otorgarles un mayor poder de oferta (mercado desarrollado), y consecuentemente, mejora el sistema de mercadeo de productos e insumos al operarse con economías de escala (ejemplo: FONAGRO, que importó directamente fertilizantes, disminuyendo costos de producción).

En este sentido, teniendo en cuenta que los principales problemas y/o restricciones de estas organizaciones están relacionadas con -

el limitado acceso a los créditos formales por las exigencias de las fuentes financieras (garantías reales, etc.) para desarrollar acciones paralelas en las actividades de investigación, extensión y mercadeo de productos e insumos; se deben implementar programas promocionales que contemplen entre otros, aspectos relacionados a:

- a) Constitución de Fondos de Garantías, que viabilice el acceso a las fuentes formales de financiamiento.
- b) Establecimiento de Líneas de Crédito, orientadas a proveer recursos para inversiones fijas y capital de trabajo.
- c) Actividades de asesoramiento en Gestión Empresarial, para lograr la consolidación de estas organizaciones.

## B. Mercadeo de Insumos Agropecuarios

### SEMILLAS

La semilla de papa se produce principalmente en la Sierra, y en la última década también en la Costa, como consecuencia del apoyo técnico económico del Ministerio de Agricultura, INIPA, - Universidad Agraria La Molina y Centro Internacional de la Papa.

Se presenta una estacionalidad de Abril a Mayo en zonas de riego y Setiembre-Diciembre en secano, período en que se instala - casi la totalidad de semilleros. La semilla producida durante Febrero-Junio representa el 95% de la producción total y se destina en su mayoría a las zonas productoras de Costa. Al respecto durante los últimos años 1981-1984, se observa una disminución - en la superficie sembrada de 6,777 a 3,792 Has., equivalente en volumen de producción a 85,869 TM. y 42,865 TM. respectivamente.

En cuanto al consumo se aprecia que el 60% de producción de semilla se consume en la Sierra y el 19% fluye a la Costa Central.

En lo que se refiere al consumo de semilla por niveles tecnológicos, se puede determinar que existen productores de nivel tecnológico bajo o tradicional con una producción aproximada de 65-70% de la superficie cultivada, cuyo mayor volumen se destina al auto consumo; y un nivel tecnológico medio, el cual desarrolla aproximadamente entre el 30-35% de la superficie cultivada con papa.

La producción de semilla básica, está en manos del Estado, específicamente en el INIPA, en convenio con el Centro Internacional de la Papa y la Cooperación Técnica Suiza; para el caso de semilla autorizada, ésta es producida aproximadamente en el 85% por productores particulares y en 15% por acción del Estado.

La comercialización de semilla de papa de acuerdo a la Ley de

Promoción y Desarrollo Agrario de productos agrícolas es libre; sin embargo, existe el Reglamento Específico de Semilla de Papa que establece los mecanismos para la comercialización con el propósito de preservar la identidad genética y varietal.

El costo de producción, durante las campañas 1983-1984 y 1984-1985, registró un incremento del 141.6%, siendo altamente significativos los rubros de cosecha (224%), principalmente por el encarecimiento de la mano de obra, plaguicidas (249.5%) y maquinaria (196.1%). El precio de la semilla de papa, se determina anualmente al inicio de la campaña por una comisión conformada por el Ministerio de Agricultura, ENCI, INDDA, INIPA, CONA PAPA, ONA; es de hacer notar que durante la última campaña el precio fijado en S/. 1,600/kilo bajó a S/. 600/kilo, debido básicamente a la reducción de la demanda en la región Costa, razón por la cual gran cantidad de semilla se utilizó como papa consumo.

En cuanto a la infraestructura de mercadeo, debe manifestarse que si bien existen las normas establecidas en el Reglamento respectivo, éstas no se cumplen sobre todo en lo referente a transporte, no existiendo asimismo infraestructuras de almacenamiento apropiado, a pesar de contar con experiencia y trabajos realizados por FAO y CIP. Ultimamente se viene incentivando su uso a nivel de pequeños productores.

Como respuesta de la iniciativa de FUNDEAL (Fundación para el Desarrollo Algodonero) y APROSECEM (Asociación de Productores de Semillas Certificadas de Maíz) se ha constituido en la ONA, la Asociación de Productores de Semilla de Papa, con el fin de mejorar la calidad de ésta.

La cobertura con semilla mejorada (menos del 30%) de áreas más productivas, no alcanzan los niveles deseados estimados en 50% .

La Semilla de Algodón, se produce principalmente en las áreas -

productoras de este cultivo: Departamento de Piura con 23.7% de la superficie y 30.7% de la producción, Lima con 38.4% en superficie y 34.0% en producción e Ica con 37.9% en superficie y 35.3% en producción, haciendo entre todos un total de 9,120 Has. y 246,728 qq. de producción.

En la Costa Norte, la producción de semilla se obtiene en los meses de agosto-octubre y en la Costa Central de marzo a mayo, cultivándose en la primera las variedades de fibra extralarga Pima (95%) y Supima (5%) y en Costa Central la variedad de fibra larga Tangüis, cuya semilla se utiliza en el mismo ámbito, determinándose que la producción total abastece plenamente la demanda.

La FUNDEAL, es el organismo responsable de la producción de semilla y del abastecimiento, participando asimismo, las Estaciones Experimentales de Cañete y San Camilo de Ica y en la misma forma FONAGRO en Chincha.

A nivel de agricultor individual el consumo de semilla es de 1.0 - 1.2 qq./Ha., y en productor asociado (Cooperativas) utilizan en promedio 1.5 qq./Ha.

La comercialización de semilla de algodón, antes de la sanción de la Ley General de Semillas, la realizaba la FUNDEAL con exclusividad. Actualmente participan además de este organismo la Estación Experimental de Cañete.

El Estado por intermedio del INIPA, produce semilla de categoría de básica y registrada y el sector privado, comercializa la semilla certificada, estimándose que FUNDEAL, alcanza a comercializar el 80% y la Estación Experimental de Cañete el 20% del total de semilla certificada.

El precio de la semilla se ha incrementado significativamente en los últimos años, así tenemos que para la campaña 1980-1981, fue de S/. 2,680/qq. y el valor actual (mayo 85) S/. 170,000/qq; equivalente a 6,343% de incremento en el precio.

La Semilla de Maíz amarillo duro, de origen nacional no cubre la demanda. En el último quinquenio (1980-1984) se incrementó la superficie en 63%, la producción en 92% y el rendimiento en 18%, debido, principalmente, a la seguridad del mercado y a la participación de las entidades privadas y estatales en el mejoramiento y disponibilidad de semilla híbrida.

La producción nacional de semilla básica es conducida por el INIPA en forma reducida en el departamento de San Martín (3 Has.). En cuanto a la semilla autorizada, la Asociación de Productores de Semilla Certificada de Maíz, produce alrededor de 1,100 a 1,200 T.M. (300 a 320 Has.); HORTUS S.A. entre 700 a 1,000 T.M. (200 a 300 Has.), cubriendo entre ambas el 70-80% del mercado nacional.

La estacionalidad de la producción es la siguiente :

<b>Período de Siembra</b>	<b>Período de Cosecha</b>
<b>Costa</b>	
- Siembra de invierno de mayo - junio	De setiembre - octubre
- Siembra de verano de octubre-diciembre	De febrero - abril
<b>Selva</b>	
de febrero - abril	De junio - setiembre

En la Costa (nivel tecnológico medio y alto) el consumo se da en todo el ámbito en que se desarrolla el cultivo, usando toda la producción de las empresas productoras; en Selva (cultivo en forma tradicional) el consumo de variedades mejoradas e híbridas es limitado.

La producción de semilla certificada autorizada común en casi el 100% está en manos de la actividad privada, según el proceso de producción que establece el Reglamento Específico. Para la comercialización la APROSECEM fija las políticas de comer -

cialización así como el precio de su semilla; la empresa HORTUS S.A. produce su propia semilla genética y básica y la multiplicación la efectúa con la participación de productores individuales, mediante contrato; en la Selva esta empresa ha iniciado la producción de semilla de variedad Marginal 28 TM en convenio con el INIPA - CIPA  $\lambda$ -Moyobamba, en la ciudad de Tarapoto.

La Asistencia Técnica del Ministerio de Agricultura se realiza a través del INIPA, mediante acciones de investigación, extensión, capacitación y transferencia tecnológica. La actividad privada apoya y asesora a los productores con quienes conduce semilleros comerciales.

La comercialización de semilla es libre, siempre y cuando los comerciantes estén debidamente registrados de acuerdo al Reglamento de Semilla de Maíz (D.S. Nº 129-82-AG).

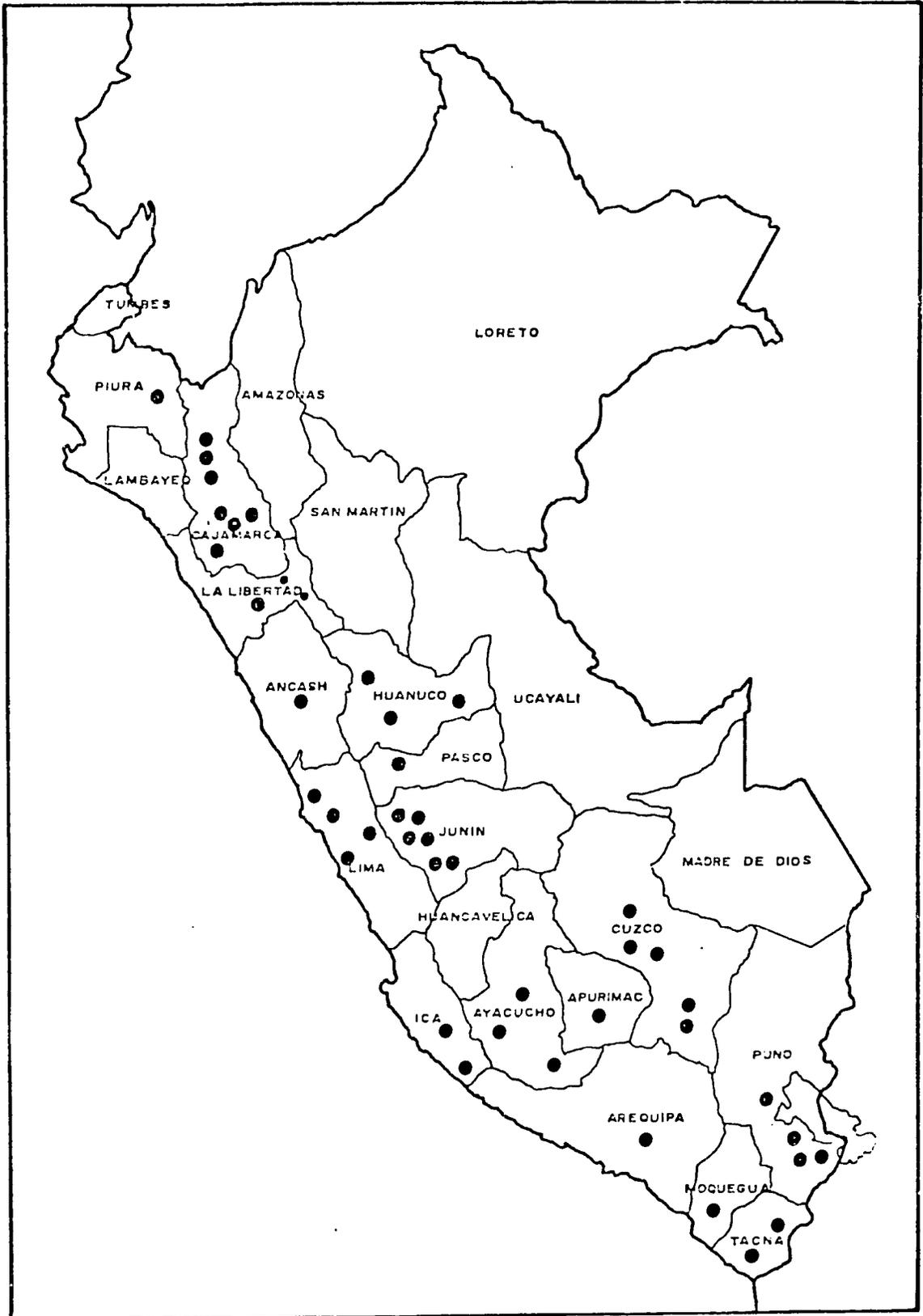
El costo de producción para 1984 fue de S/. 3'933,932 y para 1985 S/. 9'212,487, reflejando un incremento del 134.2%, siendo el rubro Insumos y Mano de Obra los que han influenciado mayormente (18.1% y 16.0%, respectivamente)

El precio de semilla de maíz es fijado por APROSECEM y guarda una relación de 5:1 con el precio del maíz industrial; desde el año 1979 a junio de 1985 se incrementó en 5,556%. Actualmente la semilla se está cotizando en S/. 10,000/Kg.

El Sector Público interviene en el procesamiento industrial a través de la Universidad Nacional Agraria "La Molina", por intermedio del PCIM con una capacidad de procesamiento de 2.5 TM/hora. La planta de HORTUS S.A. tiene una capacidad de 2.0 T.M//hora.

Las empresas productoras cuentan con infraestructura de almacenamiento para la conservación de la semilla genética y básica que producen.

FIGURA 1-P  
SEMILLEROS DE PAPA



CUADRO 1-P

SUPERFICIE Y PRODUCCION ESTIMADA DE SEMILLA DE PAPA

Campaña Agrícola	Básica		Autorizada <u>1/</u>		Autorizada <u>2/</u>	
	Has.	T.M.	Has.	T.M.	Has.	T.M.
1980-1981	7.3	104.9	474	4,740	4,714	42,426
1981-1982	11.8	193.69	744	7,440	6,033	78,429
1982-1983	3.8	57.02	670	6,700	5,860	62,114
1983-1984	1.7	26.45	1,094	10,940	2,913	20,975
1984-1985	32.29	646.0	471	4,710	3,321	38,155

FUENTE : - Estación Experimental Santa Ana - Huancayo  
 - Región Agraria XVI - Junfn.

1/ : Producida por el Proyecto Transferencia de Tecnología de Producción Agropecuaria y -  
 Semilla Mejorada en convenio con productores.

2/ : De productores individuales.

CUADRO 2-PCONSUMO DE SEMILLAS POR REGIONES - 1982

Región	Semilla T.M.	%
Costa Norte	253	0.58
Costa Central	8,054	18.58
Costa Sur	1,093	4.39
Otros	7,131	16.45
Sierra Central	26,010	60.00
<b>T O T A L</b>	<b>43,350</b>	<b>100.0</b>

FUENTE : Región Agraria XVI-Junín, Ministerio de  
Agricultura.

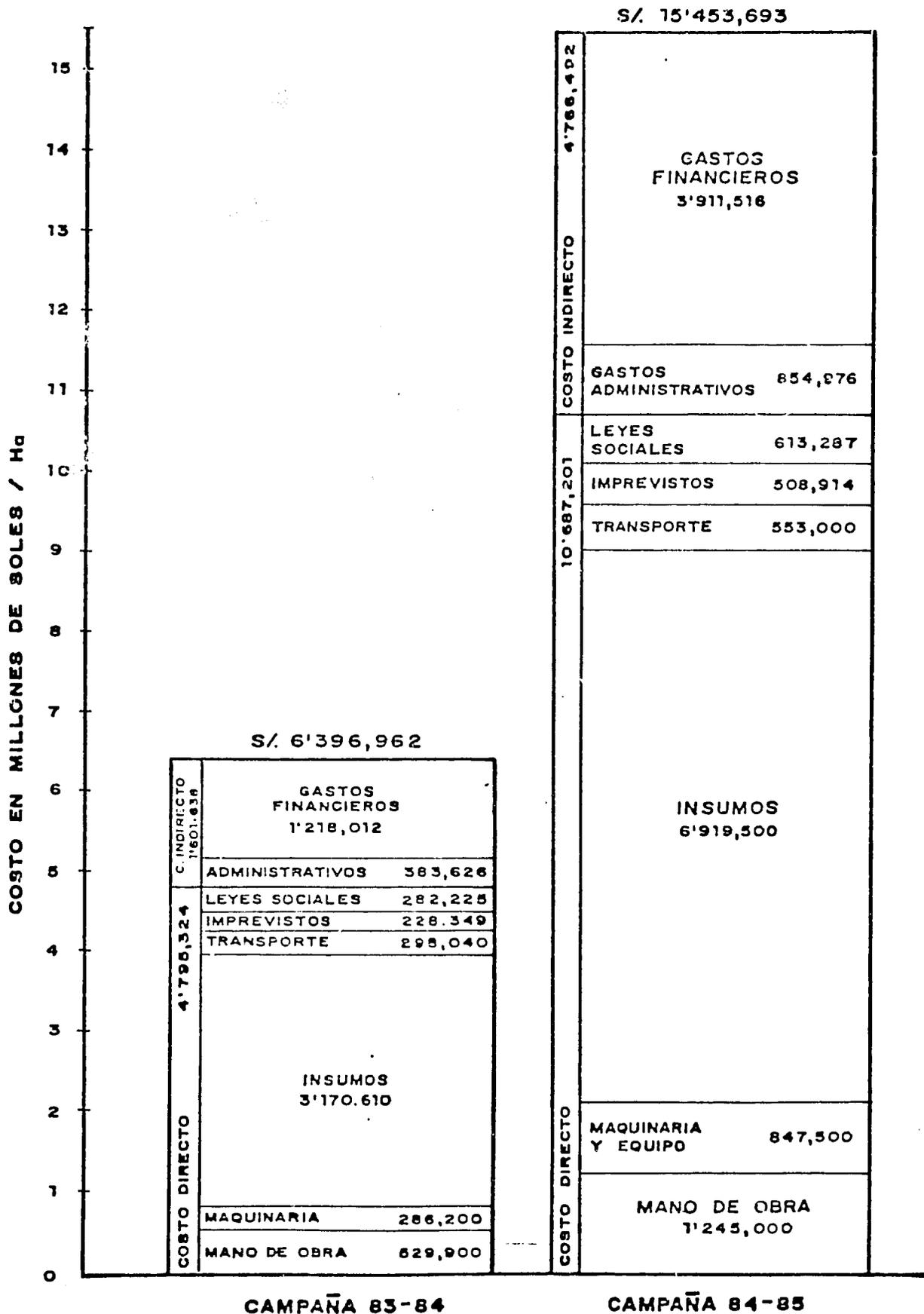
CUADRO 4-P

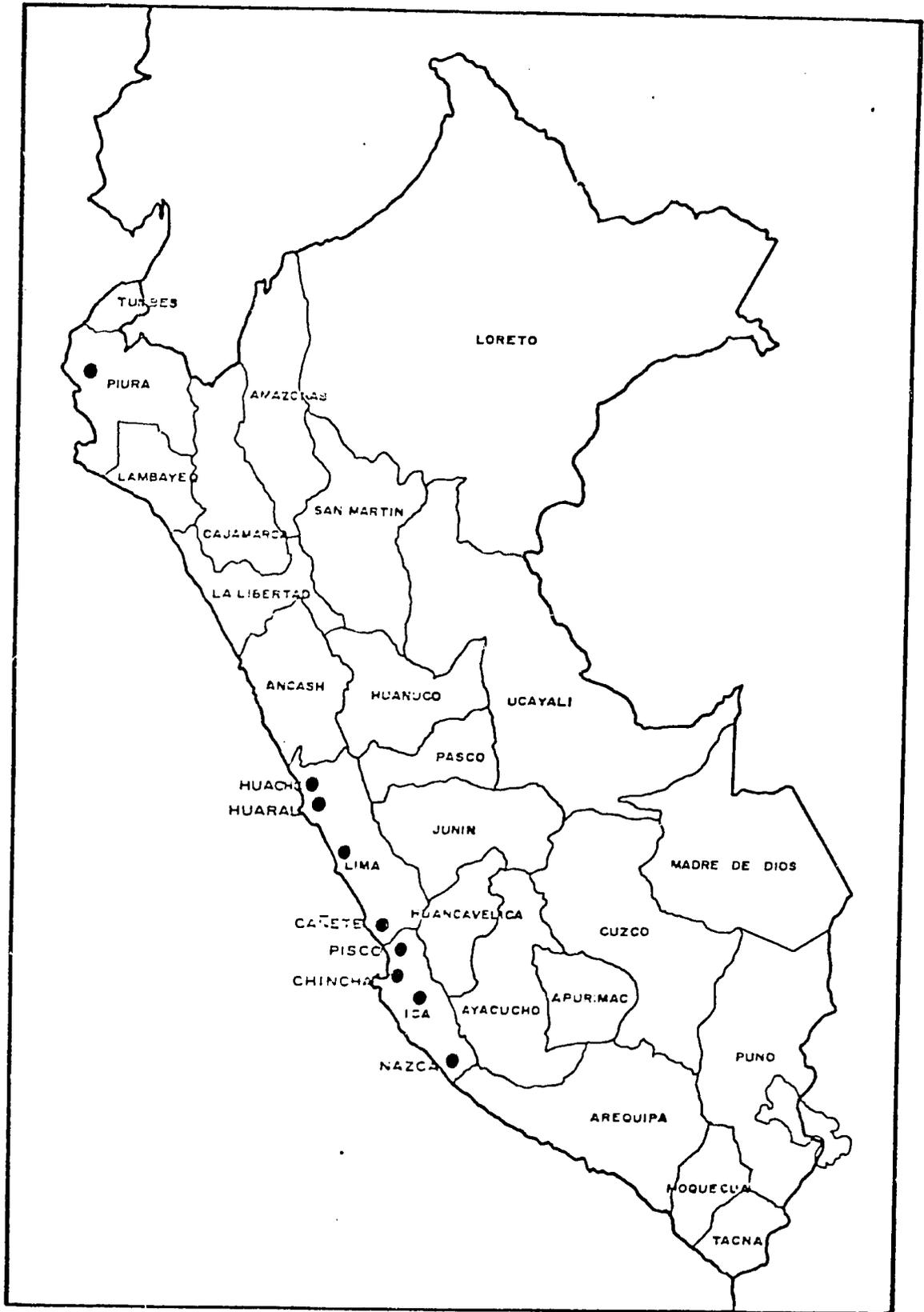
COSTO DE PRODUCCION ESTIMADO POR HECTAREA  
SEMILLERO DE PAPA - SIERRA CENTRAL  
(Consolidada)

Rubro	Campaña 1983-1984		Campaña 1984-1985		Variación
	Monto S/.	%	Monto S/.	%	%
I. <u>GASTOS DIRECTOS</u>	<u>4'795,324</u>	<u>75.0</u>	<u>10'687,201</u>	<u>69.2</u>	
- Mano de obra	529,900	8.3	1'245,000	8.1	134.9
- Maquinaria - equipo	286,200	4.5	847,500	5.5	196.1
- Insumos	3'170,610	49.6	6'919,500	44.8	118.2
. Semilla	2'000,000	--	3'750,000	--	--
. Fertilizantes	645,780	--	1'334,000	--	--
. Pesticidas	523,330	--	1'829,000	--	--
. Otros	1,500	--	6,500	--	--
- Transporte	298,040	4.7	553,000	3.6	85.5
- Imprevistos	228,349	3.6	508,914	3.3	--
- Leyes Sociales	282,225	--	613,287	--	--
II. <u>GASTOS INDIRECTOS</u>	<u>1'601,638</u>	<u>25.0</u>	<u>4'766,492</u>	<u>30.8</u>	
<b>COSTO TOTAL (I + II)</b>	<b>6'396,962</b>	<b>100.0</b>	<b>15'453,693</b>	<b>100.0</b>	<b>141.6</b>

COMPARATIVO DE COSTO DE PRODUCCION POR HECTAREA  
EN SIERRA CENTRAL DE SEMILLA DE : PAPA

81.





**SEMILLEROS DE ALGODON**  
**PIURA : VARIEDAD PIMA**  
**LIMA - ICA : VARIEDAD TANGUIS**

CUADRO 1-A

SUPERFICIE Y PRODUCCION ESTIMADA DE SEMILLA DE ALGODON - 1985

Departamento/ Provincia	Básica		Registrada		Certificada		Total Semilleros	
	Ha.	q.q.	Ha.	q.q.	Ha.	q.q.	Ha.	q.q.
<b>PIURA:</b>							<b>2,161.00</b>	<b>75,725</b>
Chira	---	---	50.00	1,750	206.00	7,300	256.00	9,050
Medio Piura	---	---	---	---	674.00	23,590	674.00	23,590
Bajo Piura	5.00	175	20.00	700	455.00	15,925	480.00	16,800
Alto Piura	---	---	---	---	751.00	26,285	751.00	26,285
<b>LIMA:</b>							<b>3,505.15</b>	<b>83,737</b>
Huaral - Chancay	18.00	720	---	---	464.12	11,603	482.12	12,323
Huaura - Sayán	---	---	320.59	8,014	808.58	20,214	1,129.17	28,228
Cañete	13.26	77	71.15	1,780	1,809.45	41,329	1,893.86	43,186
<b>ICA:</b>							<b>3,453.80</b>	<b>87,226</b>
Pisco	---	---	98.00	2,450	805.00	20,125	903.00	22,575
Chincha	90.00	3,171	119.00	2,975	1,465.00	36,625	1,674.00	42,771
Ica	---	---	833.30	20,833	---	---	833.30	20,833
Nazca	---	---	43.50	1,087	---	---	433.50	1,087
<b>TOTAL</b>	<b>126.26</b>	<b>4,143</b>	<b>1,555.54</b>	<b>39,589</b>	<b>7,438.15</b>	<b>202,996</b>	<b>9,119.95</b>	<b>246,728</b>

FUENTES : - Fundación para el Desarrollo Algodonero (FUNDEAL).  
 - Estación Experimental de Cañete  
 - Grupo de Estudio de Mercadeo Agrario

Abreviaturas

Empleadas : Ha. Hectárea, qq. - Quintal (1.0 quintal = 46 kilos)

DISTRIBUCION GEOGRAFICA, AGENTES DE PRODUCCION Y  
VOLUMEN ESTIMADO DE PRODUCCION DE  
SEMILLA DE ALGODÓN - 1985

Departamento	Localidad	Agente de Producción	Categoría de Semilla	Producción estimada q.q.
Piura 31%	Chira	FUNDEAL	Registrada	1,750
		FUNDEAL	Certificada	7,300
	Medio Piura	FUNDEAL	Certificada	23,590
	Bajo Piura	FUNDEAL	Registrada	700
		FUNDEAL	Certificada	15,925
		FUNDEAL	Básica	175
	Alto Piura	FUNDEAL	Certificada	26,285
Lima 34%	Huaral	INIPA- El Donoso	Básica	720
		FUNDEAL	Certificada	8,628
		E.E. CAÑETE	Certificada	2,975
	Huaura-Sayán	FUNDEAL	Registrada	8,014
		FUNDEAL	Certificada	20,214
	Cañete	E.E. CAÑETE	Básica	77
			Registrada	1,780
		FUNDEAL	Certificada	22,105
		FUNDEAL	Certificada	19,244
Ica 35%	Pisco	FUNDEAL	Registrada	2,450
			Certificada	14,938
		E.E. CAÑETE	Certificada	5,187
	Chincha	FUNDEAL	Básica	136
			Registrada	2,975
			Certificada	25,287
		E.E. CAÑETE	Básica	35
			Certificada	11,338
		FONAGRO	Básica	3,000
	Ica	FUNDEAL	Registrada	20,833
E.E. San Camilo		Básica		
Nazca	FUNDEAL	Registrada	1,087	
T O T A L :				246,728

FUENTE : Fundación para el Desarrollo Algodonero (FUNDEAL)  
 Estación Experimental de Cañete

Abreviaturas empleadas : E.E. : Estación Experimental

CUADRO 3-A

ESTIMADO DEL COSTO DE PRODUCCION POR HECTAREA  
COSTA CENTRAL - CAMPAÑA 1984-1985

Rubro	Monto S/.	%
I. <u>Gastos Directos</u>	<u>5'347,784</u>	<u>60.1</u>
Preparación de terreno	690,000	7.7
Siembra	410,000	4.6
Abonamiento	2'107,675	23.7
Cultivos y deshierbos	180,000	2.0
Riego	54,000	0.6
Control fitosanitario	114,996	1.3
Cosecha	900,000	10.1
Leyes Sociales	636,457	7.2
Imprevistos	254,656	2.9
II. <u>Gastos Indirectos</u>	<u>3'545,591</u>	<u>39.9</u>
Costo Administrativo (8% de Gastos Directos)	427,823	---
Costo Financiero	3'117,758	---
III. <u>Costo Total de Producción</u>	<u>8'893,375</u>	<u>100.0</u>

Rendimiento de Algodón Rama : 60.0 q.q. = 24.00 q.q. de fibra.

Rendimiento de Semilla : 25.0 q.q.

CUADRO 1-MSERIE HISTORICA DE SUPERFICIE, PRODUCCION Y  
RENDIMIENTO DEL CULTIVO DE MAIZ AMARILLO DURO

Años	Superficie Cosechada Has.	Producción Obtenida T.M.	Rendimiento Kgs./Ha.
1980	121,494	300,856	2,476
1981	141,989	389,820	2,745
1982	148,685	387,270	2,605
1983	165,883	414,827	2,500
1984	197,627	576,376	2,916

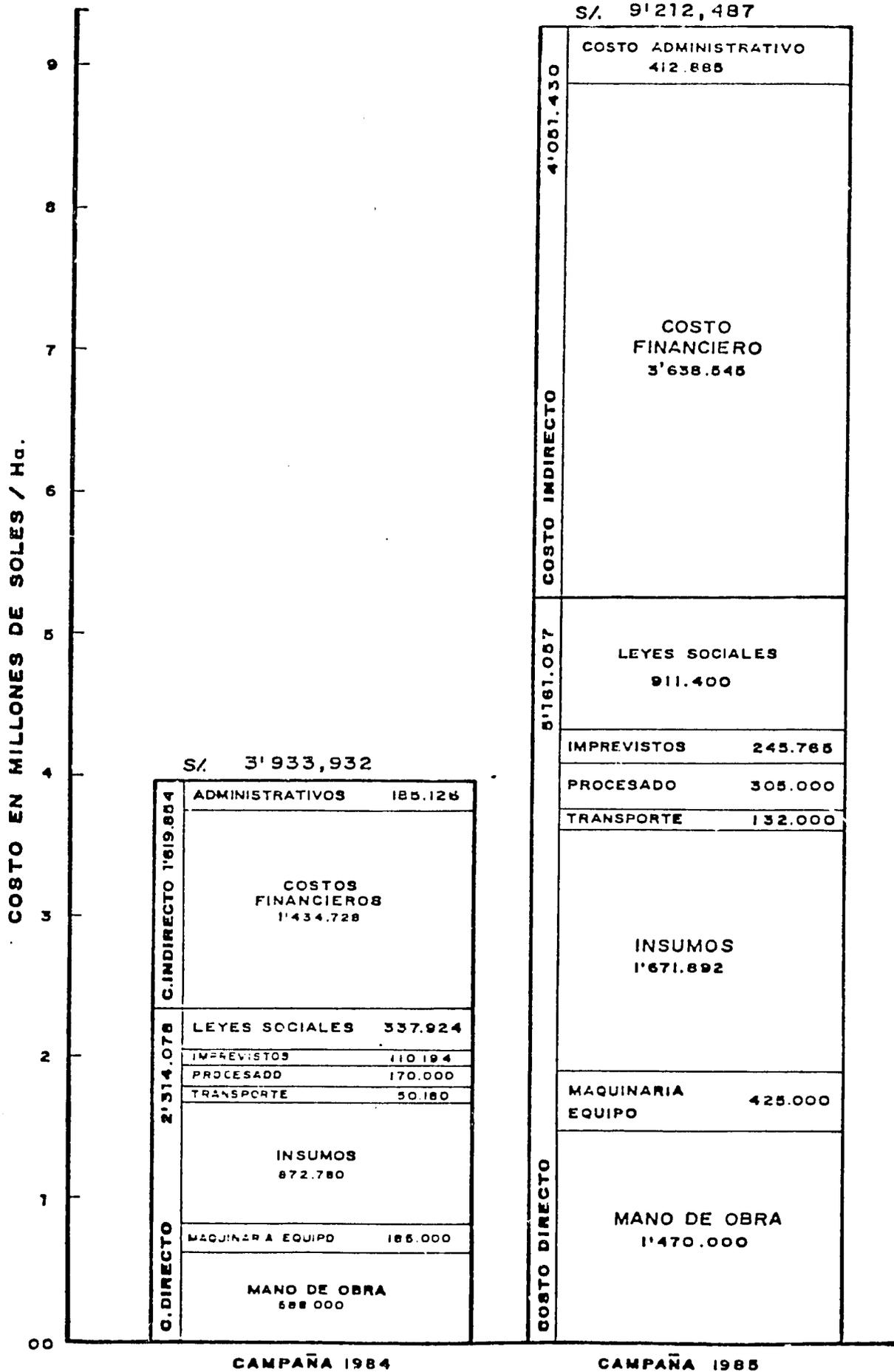
FUENTE : Oficina Sectorial de Estadística - Ministerio de Agricultura.

CUADRO 3-M

COSTO DE PRODUCCION ESTIMADO POR HECTAREA  
SEMILLERO DE MAIZ AMARILLO DURO - COSTA CENTRAL  
(Consolidado)

Rubro	1984		1985		Variación
	Monto S/.	%	Monto S/.	%	%
I. <u>GASTOS DIRECTOS</u>	<u>2'314,078</u>	<u>58.8</u>	<u>5'161,057</u>	<u>56.0</u>	
- Mano de Obra	588,000	14.9	1'470,000	16.0	150.0
- Maquinaria - equipo	185,000	4.7	425,000	4.6	129.7
- Insumos	872,780	22.2	1'671,892	18.1	91.5
. Semilla	110,000	--	250,000	--	--
. Fertilizantes	256,735	--	367,500	--	--
. Pesticidas	299,545	--	718,392	--	139.8
. Otros	206,500	--	336,000	--	--
- Transporte	50,180	1.3	132,000	1.4	163.1
- Procesado	170,000	4.3	305,000	3.3	79.4
- Imprevistos	110,194	2.8	245,765	2.7	--
- Leyes Sociales	---	--	---	--	--
II. <u>GASTOS INDIRECTOS</u>	<u>1'619,854</u>	<u>41.2</u>	<u>4'051,430</u>	<u>44.0</u>	
<u>COSTO TOTAL (I + II)</u>	<u>3'933,932</u>	<u>100.0</u>	<u>9'212,487</u>	<u>100.0</u>	<u>134.2</u>

COMPARATIVO DE COSTO DE PRODUCCION POR HECTAREA EN COSTA CENTRAL DE SEMILLA: MAIZ AMARILLO DURO.



## FERTILIZANTES

Ha ocurrido una baja significativa y alarmante en el uso de fertilizantes en el Perú entre 1977 y 1984; mientras que en 1977 se aplicaron 272,000 T.M. de nitrogenados en 1984 sólo se usaron 128,000 T.M. (menos de la mitad). Tendencias menores ocurren con los fertilizantes fosfatados, potásicos y compuestos.

La producción nacional de fertilizantes no ha sufrido decaimientos considerables en el mismo período, pero son las importaciones las que presentan el mayor descenso en el uso de fertilizantes. Así, las importaciones de nitrogenados bajaron de un total de 109,000 T.M. en 1977 a sólo 33,000 T.M. en 1981 y 61,000 T.M. en 1984.

Hay indicios que la tendencia de la caída haya parado en los últimos 2-3 años y las perspectivas de recuperación progresiva son favorables. Los incrementos corrientes en áreas cultivadas de productos comerciales como algodón, maíz y arroz, traerán como consecuencia un mayor uso de fertilizantes.

Las causas de la caída en el uso de fertilizantes, faltan aún esclarecerse. Muchos agricultores se quejan de los aumentos en los precios de los insumos, pero al examinar dichos precios se constata que en soles constantes, los precios han disminuído. Naturalmente, en el ambiente inflacionario del Perú en los últimos años, los precios en soles corrientes aumentan continuamente, pero al deflactarlos por el índice al consumidor, la tendencia es negativa. En términos reales, el precio de urea ha bajado en 26% entre 1979 y 1984, el sulfato de amonio 28% y el fosfato de amonio 22%.

La baja en los precios de fertilizantes se atribuye en gran parte a la caída de los precios del petróleo y derivados en el mercado mundial. Tal es el caso por ejemplo con la urea producida por PETROPERU y la importada del exterior. Los precios de PETROPERU son ajustados periódicamente al nivel equivalente a la urea en el mercado internacional.

Las perspectivas actuales (julio 1985) son de una baja continua -  
 da de precios de hidrocarburos en el mercado mundial dada la  
 inoperatividad de la OPEP en controlar la producción de sus Es-  
 tados miembros. Por tanto, es de esperarse que los costos de  
 fertilizantes en el Perú, seguirán disminuyendo en términos rea-  
 les durante los próximos años.

La razón principal por la caída de la demanda de fertilizantes  
 es la baja en la producción agrícola. El uso de fertilizantes -  
 tiene una demanda derivada de la producción, sobre todo de cul-  
 tivos comerciales altamente tecnificados como el algodón, arroz,  
 maíz y caña de azúcar. Los fertilizantes han seguido el ritmo  
 de decaimiento del agro peruano en general ocurrido hasta años  
 recientes. Es de esperarse que asimismo, su mercado mejore -  
 a medida que la producción agrícola comercial se recupere, co-  
 mo parece estar ocurriendo en los últimos dos años, en reac-  
 ción a precios reales más favorables. En soles de 1979, por -  
 ejemplo, el precio del algodón bajó de 91.2 soles/kilo en 1977 a  
 62.8 soles/kilo en 1982, pero se ha recuperado a 109.6 soles/kilo  
 en 1984. Papa bajó de 28.1 soles/kilo en 1977 a 18.4 en 1982 ,  
 pero aumentó a 23.0 en 1984.

Desafortunadamente, no hay información disponible sobre el uso  
 de fertilizantes por cultivo, para basar pronósticos del impacto  
 en los cambios de precios de cultivos y de insumos sobre nive-  
 les de insumos y rendimientos. Asimismo, no se dispone de -  
 datos o estudios sobre la relación entre hectareaje de cultivos y  
 los precios de insumos y productos. Para efectos de análisis -  
 de política agrícola es prioritario resolver esta falta de informa-  
 ción.

En 1982 se levantó el monopolio que la Empresa Nacional de -  
 Comercialización de Insumos, ENCI, tenía hasta ese entonces -  
 sobre el sistema de mercadeo de fertilizantes. Este cambio -  
 era parte del programa de liberalización del comercio agrícola  
 ocurrido en los últimos cuatro años.

Los efectos de esta medida hasta el presente no han sido como

se esperaba ni positiva ni negativamente. ENCI ha logrado sobrevivir competitivamente y continúa dominando el mercado de fertilizantes con aproximadamente el 90% del volumen nacional. Quizá el mayor impacto fue sentido por los agricultores de la Selva y la Sierra al eliminarse el sistema de precios uniformes en todo el territorio nacional, ya que sus costos fueron aumentados para incluir los costos de fletes mayores.

La producción agrícola de la Sierra y la Selva han sido por tanto afectados negativamente y la Costa favorablemente, por la eliminación del precio uniforme de fertilizantes.

Distribuidores particulares y asociaciones de agricultores compiten efectivamente con ENCI, pero sólo cubren un 10% del comercio total. Los esfuerzos de los fabricantes de fertilizantes de establecer redes propias de distribución no han prosperado y hoy dependen aún de ENCI como distribuidor principal.

ENCI también perdió su derecho de importador único de fertilizantes en 1982, pero retuvo su exoneración del pago de aranceles; sin embargo, ENCI continúa siendo el único ente importador, por cuenta propia a pedido de organismos privados tales como asociaciones de agricultores. Los particulares prefieren no importar directamente por no tener la experiencia y facilidades necesarias y, porque tendrían que pagar aranceles de importación.

El Estado juega un papel dominante en el mercadeo de fertilizantes: Cinco de los seis fabricantes son propiedad del Estado : PETROPERU, FERTISA, PESCAPERU, CACHIMAYO y MINERO PERU. El único fabricante privado es INDUS que produce fertilizantes compuestos, cuyo volumen de actividad tiende a desaparecer. Además, la empresa estatal ENCI, tiene en sus manos el 90% de la distribución nacional. Finalmente el Banco Agrario, también del Estado, provee casi la totalidad del crédito agrícola de avío de producción de los cultivos que requieren más fertilizantes.

La mitad, y en algunos años aún más, del consumo nacional -

es importado por ENCI. A la vez, las empresas productoras - reportan capacidad ociosa instalada. Por ejemplo PETROPERU, en 1984 produjo solamente el 77% de un potencial. En el mismo año la producción de nitrato y sulfato de amonio llegó a sólo 46% y 24% de la capacidad instalada, respectivamente.

ENCI, arguye ventajas tanto de calidad como de precios de los fertilizantes importados. Si es así, ENCI estaría defendiendo - los intereses de los agricultores y consumidores de productos - agrícolas, al proveerse de productos de mejor calidad y más baratos en el exterior. Otros por el contrario sostienen que no existe tal diferencia de precios o calidad y, que las importaciones perjudican la industria nacional. Es necesario indagar esta cuestión a mayor profundidad antes de emitir un juicio al respecto.

El Estado recibe un doble tributo del Impuesto General de Ventas (11% del valor final) sobre los fertilizantes. El fertilizante es un producto intermedio. Por tanto el Estado recibe implícitamente el Impuesto General de Ventas sobre el fertilizante al gravar el producto final, digamos algodón. Si el fertilizante - mismo paga el 11% de IGV., el Estado está gravando doble, puesto que el agricultor no tiene manera de recuperar ese impuesto cuando vende el algodón.

Falta coordinación a nivel nacional de actividades de investigación, diseminación y promoción en el uso de fertilizantes. No existen mecanismos para actualizar las recomendaciones de abono para cultivos por zonas, según las condiciones del suelo, variedad de cultivos y precios de insumos y productos. ENCI, a pesar de tener un cuasi monopolio del mercado, no mantiene el nivel de asistencia técnica y promoción que se requiere.

Los agricultores de la Costa reciben (en 1982) el 84% del consumo total de fertilizantes. La Sierra a pesar de tener un área cultivable mucho mayor, sólo recibe el 14% y la Selva el saldo restante (2%).

La posición predominante de la Costa obedece a su proximidad al mercado de Lima y puertos marítimos, favorable topografía, buena infraestructura de transporte, irrigación, crédito y asistencia técnica. Esto se traduce en sistemas de producción tecnificados y orientados a cultivos comercializables como el algodón, arroz, maíz duro, caña de azúcar y papa. En la Sierra la relación de cultivos es limitado a la papa y, la mayor parte del cultivo no se beneficia del uso de abonos inorgánicos comerciales.

Políticas que tiendan a estimular el restablecimiento de la actividad económica en el agro peruano, tendrán un efecto automático y positivo sobre el uso de fertilizantes.

El Gobierno debería sostener y reforzar precios favorables para los productos agrícolas. Los agricultores han demostrado ampliamente su capacidad de expandir la producción de un cultivo, cuando su rentabilidad es favorable. En vez de subsidios a los insumos, los agricultores requieren precios reales atractivos para sus productos. Restricciones que impiden que el agricultor se beneficie plenamente de su actividad deben cuestionarse, por ejemplo el precio artificialmente bajo decretado para la pepa del algodón. Importaciones y subsidios de trigo perjudican la rentabilidad de la producción nacional de todos los otros alimentos, pero sobre todo de papa y arroz. Como tal, dichas importaciones y subsidios deben examinarse.

La liberalización del comercio interno de fertilizantes decretada en 1982, ha servido para racionalizar el uso de fertilizantes en las zonas y los cultivos donde su rentabilidad es superior. Además ha ayudado a aliviar el déficit tributario del Estado al requerir subsidios menores para ENCI. Hoy en día ENCI no recibe subsidios por concepto de fertilizantes y aún, llega a generar utilidades. ENCI ofrece un ejemplo positivo de una entidad estatal que puede competir efectivamente con el sector privado. Esta competencia leal debe continuarse y favorecerse en otros sectores.

Para estimular la participación de agentes privados en el comercio de fertilizantes se podrían sugerir dos medidas :

- a) Convencer a los fabricantes de ofrecer descuentos apropiados a comerciantes medianos y pequeños (actualmente sólo ENCI recibe descuentos sustanciales por los volúmenes grandes que maneja).
- b) Eliminar el arancel de importación que los particulares tendrían que pagar, mientras que ENCI está exonerado de este impuesto. Esta discriminación contra entidades privadas ha resultado en garantizarle a ENCI el monopolio efectivo en las importaciones.

Se necesita investigar la presencia y las causas de la capacidad ociosa de producción en las empresas del Estado que fabrican fertilizantes, al mismo tiempo que ENCI importa la mitad del consumo nacional. Al parecer, las normas de fijación de precios usados por los fabricantes contribuyen a que ENCI acuda al exterior para aprovisionarse.

A fin de estimular el empleo de fertilizantes en la Sierra, es necesario restablecer la rentabilidad de la papa, cultivo por excelencia de la Sierra. Esto requiere que se reduzca o elimine la competencia desleal que la papa sufre a consecuencia de los subsidios enormes sobre el consumo de productos que le competen, como el trigo y el arroz.

El Estado debe exonerar los fertilizantes del pago del Impuesto General de Ventas (I.G.V.). Actualmente el Gobierno percibe dos veces el IGV: sobre el fertilizante y sobre los productos agrícolas que usan fertilizantes. El agricultor no puede recuperar el IGV cuando vende su producto, como sucede en empresas de otros sectores. El efecto neto de IGV es aumentar el costo del fertilizante en el 11% sin aumentar el precio del producto. El resultado es reducir el uso de fertilizante y los rendimientos y rentabilidad por consecuencia. El Estado recibe el IGV sobre el producto final, digamos una camiseta de algodón. Como los

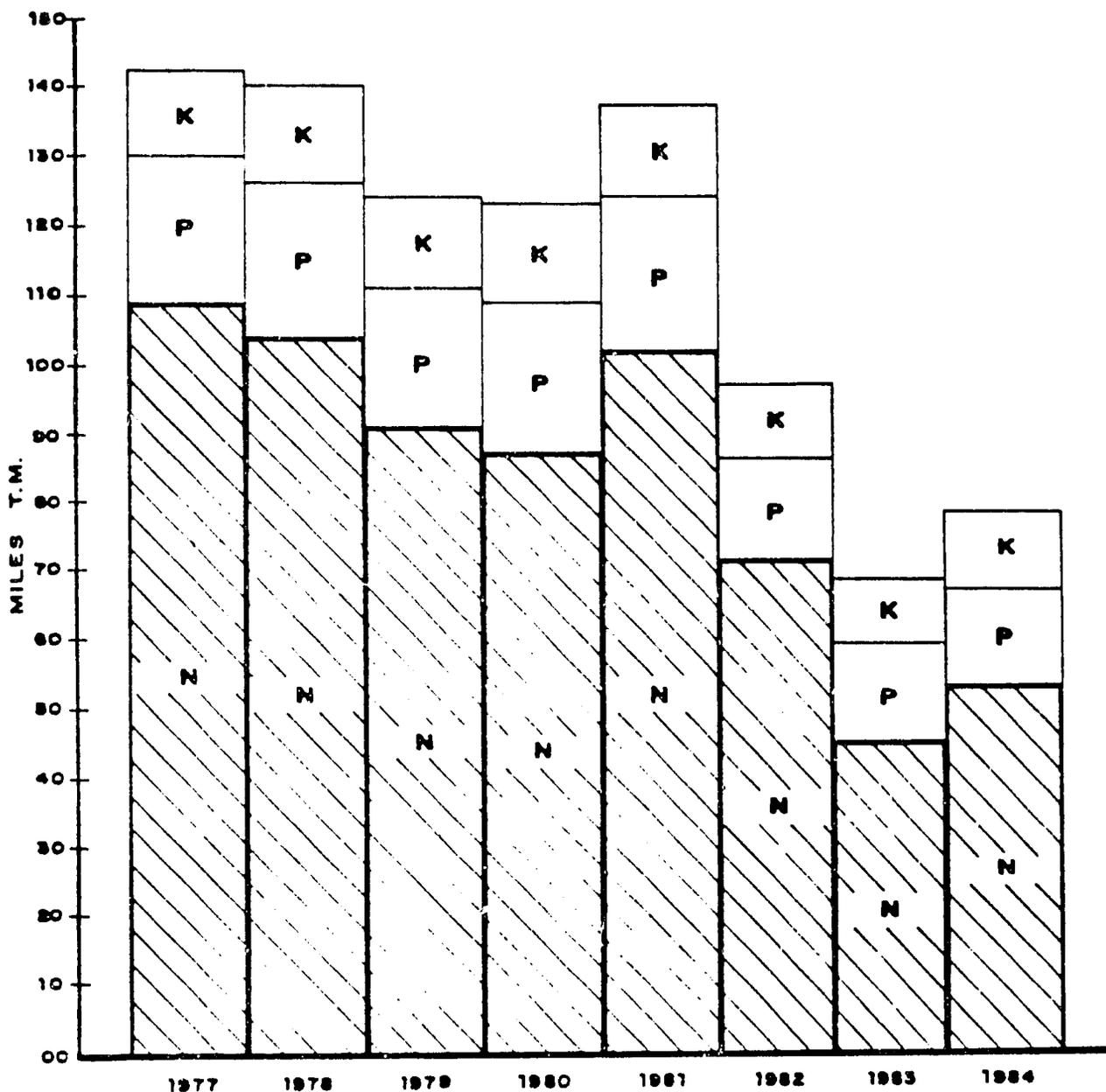
alimentos están exonerados del IGV, resulta incongruente aumentar en 11% el costo de los insumos que se requieren para producir dichos alimentos.

Es urgente remediar la falta actual de información sobre la relación entre rendimientos de cultivos y niveles de aplicación de fertilizantes. Las recomendaciones actuales de fertilización no han sido actualizadas en muchos años y no reflejan las relaciones ni técnicas ni económicas actuales. Se debería dar prioridad a determinar las relaciones económicas entre fertilizantes y los diferentes cultivos a fin de hacer recomendaciones apropiadas.

Asimismo, es necesario desarrollar canales de difusión, promoción y asistencia técnica en materia de fertilización. Tanto grupos privados como entidades estatales podrían contribuir en estas actividades.

CONSUMO APARENTE DE FERTILIZANTES  
EXPRESADO EN NUTRIENTES (N-P-K)  
AÑOS 1977-1984

96'



FUENTE : CUADRO 2.3.g

CUADRO 2.3.a

CONJUNTO APARENTE DE FERTILIZANTES - EXPRESADOS EN NUTRIENTES (N - P - K)  
AÑOS: 1975 - 1984 (T.M.)

AÑO	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984
N	83,766	100,526	109,359	104,432	91,308	87,121	102,283	71,967	45,423	53,771
P	11,745	17,121	21,746	22,664	20,993	22,598	21,537	15,062	12,753	11,725
K	9,520	11,751	12,652	13,434	12,455	14,123	13,230	9,675	5,520	5,111
N - P - K	105,031	129,400	143,767	140,530	124,756	123,842	137,050	97,166	63,696	70,607

FUENTE : ENCI.

CUADRO 1.1

SERIE HISTORICA DE PRODUCCION DE FERTILIZANTES  
(T.M.)

Años	Urea 45%	Nitrato de Amonio 33.5%	Sulfato de Amonio 21.0%	Superfosfato Calcio 20%	Compuestos 12-12-12	Fosf. de Ca	Guano Islas
1976	100,135	50,496	7,806	8,000	23,000	-	*
1977	117,794	45,811	7,356	7,500	25,000	-	36,645
1978	112,756	55,310	7,344	7,080	26,111	-	29,576
1979	109,224	44,341	5,847	9,605	18,196	15,334	29,299
1980	124,465	50,060	5,041	8,041	22,392	13,980	42,014
1981	153,347	47,463	5,527	9,069	21,556	1,938	28,869
1982	147,304	43,263	4,164	7,605	15,983	21,001	*
1983	1,651	28,453	1/	3,831	6,320	2,500	S.I.
1984	129,466	32,478	1/	3,689	6,876	10,000	S.I.
1985 (e)	140,343	30,200		3,750	9,000	S.I.	S.I.

FUENTE : Empresa Nacional de Comercialización de Insumos-ENCI - Grupo de Mercadeo Agrario.

S.I. : Sin INformación

(e) : Estimado

1/ : No se considera producción de fábrica Cachimayo, por no tener información.

\* : Sin producción.

CUADRO 1.7

IMPORTACION DE FERTILIZANTES

(T.M.)

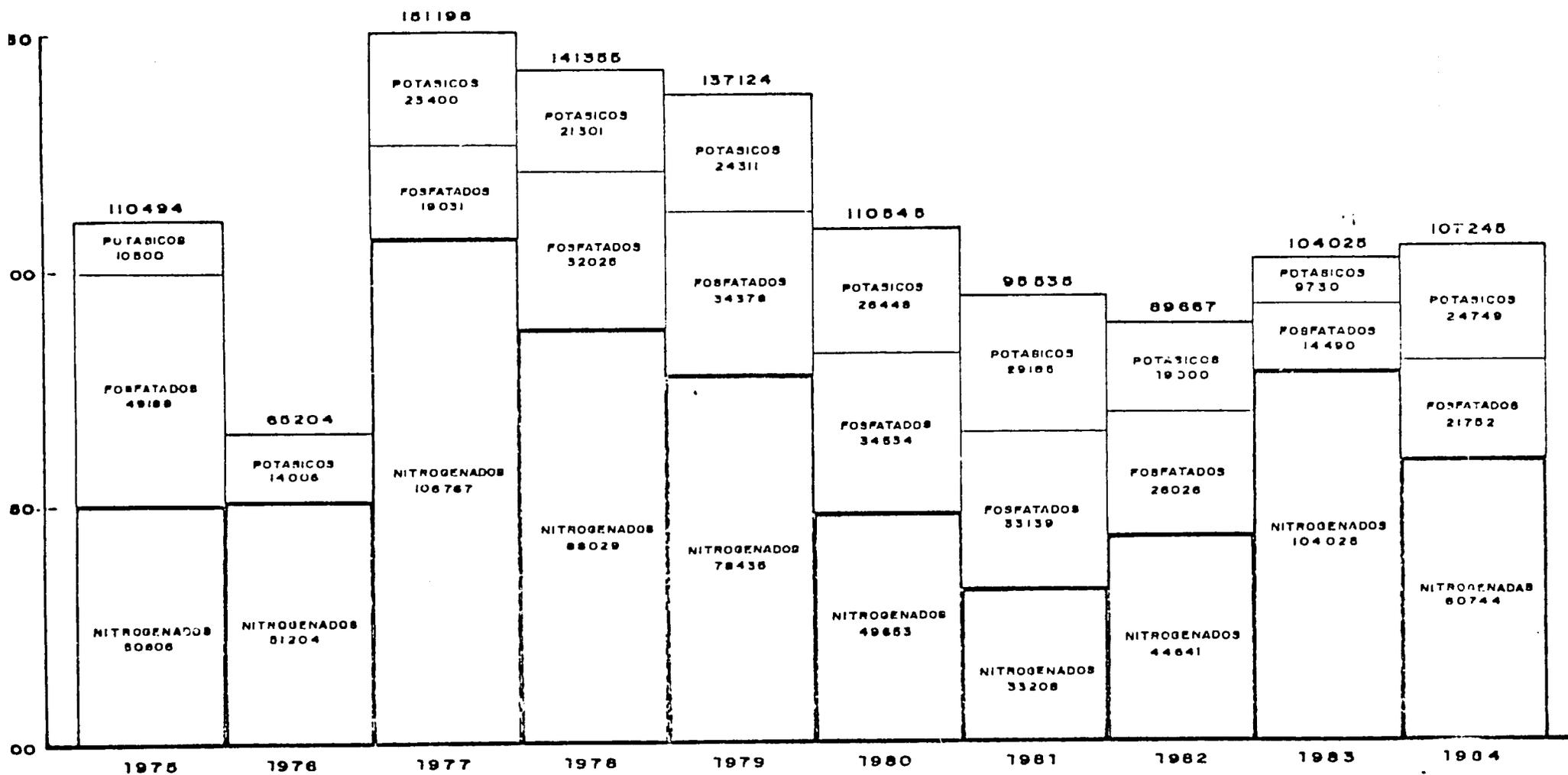
Fertilizantes	1975	1976	1977	1978	1979	1980	1981	1982	1983 *	1984
<u>Nitrogenados</u>										
Urea ( 45-46% )	20,806	20,954	50,020	34,630	10,508	-443	--	10,444	59,546	41,063
Sulfato de Amonio (21%)	8,000	30,250	34,087	29,635	33,370	27,678	11,716	15,624	13,452	19,681
Nitrato de Amonio (33.5%)	22,000	--	24,660	23,764	34,557	21,885	21,492	18,573	6,807	--
Total Nitrogenados :	50,806	51,204	108,767	88,029	78,435	49,653	33,208	44,641	79,805	60,744
<u>Fosfatados</u>										
Fosfato de Amonio (18-46-0)	36,721	--	6,970	21,585	20,477	19,458	18,613	13,954	9,240	11,353
Superfosfato de Calcio Triple (46%)	12,467	--	12,061	10,440	13,901	15,706	15,526	12,072	8,250	10,399
Total Fosfatados:	49,188	--	19,031	32,025	34,378	34,534	33,139	26,026	14,490	21,752
<u>Potásicos</u>										
Cloruro de Potasio (60-62%)	10,500	5,000	16,914	14,254	16,820	19,400	21,813	11,193	9,730	18,974
Sulfato de Potasio (50-52%)	--	9,000	4,986	5,045	3,831	5,473	5,803	6,251	--	4,725
Sulfato de Magnesio y Potasio (20%)	--	--	1,500	2,002	3,660	1,575	1,569	1,556	--	1,050
Total Potásicos :	10,500	14,006	23,400	21,301	24,311	26,448	29,185	19,000	9,730	24,749
<b>TOTAL :</b>	<b>110,494</b>	<b>65,204</b>	<b>151,198</b>	<b>141,355</b>	<b>137,124</b>	<b>110,545</b>	<b>95,532</b>	<b>89,667</b>	<b>104,025</b>	<b>107,245</b>

FUENTE : Empresa Nacional de Comercialización de Insumos-ENCI.

\* ) : Efectuados por ENCI.

Figura 1.1

IMPORTACION DE FERTILIZANTES (1975 - 1985)



CUADRO 4.2

PRECIOS REALES DE FERTILIZANTES <sup>1/</sup>  
(Soles/Toneladas a Precios de 1979)

Productos	Urea	Nitrato de Amonio	Sulfato de Amonio	Superfosfato de Calcio Triple	Cloruro de Potasio	Fosfato di Amónico	Abono Compuesto 12-12-12	Guano de islas
1979	50,880	43,460	34,273	42,027	30,740	63,953	38,867	26,500
1980	46,540	46,067	36,163	52,515	39,622	71,698	42,452	25,000
1981	35,483	35,483	27,598	43,189	33,512	59,677	34,946	20,967
1982	40,740	39,760	26,525	43,829	31,154	57,298	38,017	21,895
1983	41,108	42,342	25,598	48,210	32,159	56,088	41,861	23,170
1984	37,928	42,424	24,839	39,193	29,713	49,744	38,820	24,060
Enero	35,790	38,907	22,208	40,674	28,226	50,574	37,669	25,875
Febrero	36,134	35,839	22,906	40,696	28,570	51,219	37,971	25,775
Marzo	35,243	34,166	22,276	39,512	27,758	49,715	38,231	24,878
Abril	33,626	35,504	22,761	39,215	27,646	49,262	39,334	25,115
Mayo	32,130	39,127	23,196	39,156	27,682	49,093	44,639	25,584
Junio	30,946	40,836	22,510	37,987	26,865	47,655	36,627	24,743
Julio	37,585	43,187	24,603	38,321	29,285	48,585	37,078	24,116
Agosto	41,327	50,859	28,652	44,872	34,630	55,020	41,830	25,388
Septiembre	40,863	50,983	28,944	44,810	35,499	57,212	43,497	25,755
Octubre	41,363	51,283	29,338	43,528	35,214	56,416	43,854	25,843
Noviembre	41,409	50,284	29,076	41,348	33,575	53,390	42,464	24,775
Diciembre	41,967	46,825	28,064	38,503	31,264	49,716	39,541	32,541
1985								
Enero	46,281	45,925	28,520	39,041	31,281	49,612	34,885	22,213
Febrero	49,466	45,665	33,089	43,538	35,417	56,130	43,480	22,869
Marzo	52,441	47,587	32,708	43,420	35,275	56,006	44,730	23,814
Abril	54,248	48,486	31,894	49,328	33,332	60,340	43,812	20,511

<sup>1/</sup> Deflactados con el Índice General de Precios al Consumidor.

FUENTE: Grupo de Estudio de Mercados Agrarios en base a datos de ENCI, correspondiente a precios promedio de venta en Piura, Trujillo, Cañete, Ica y Huancayo.

CUADRO 4.3

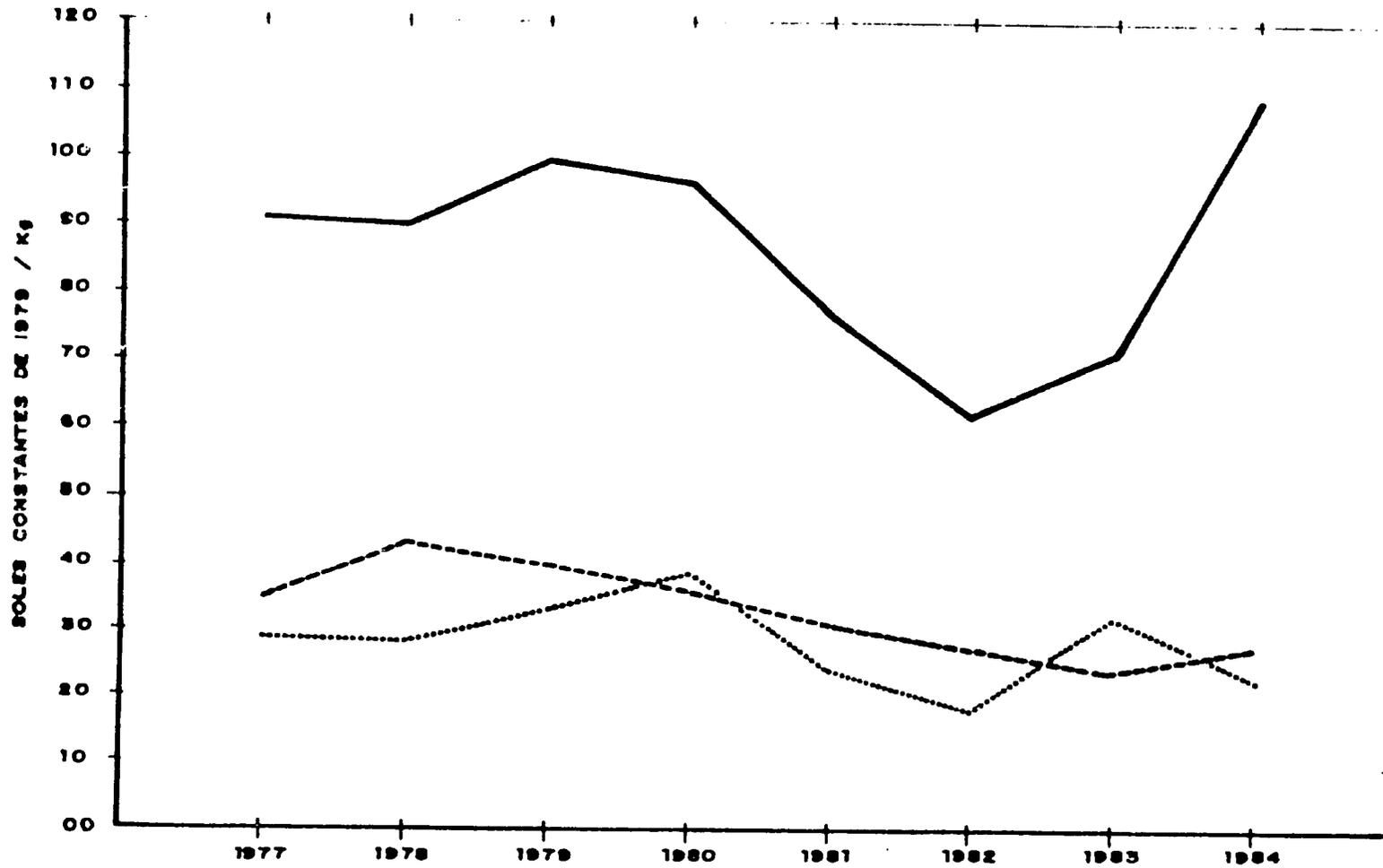
PRECIO CORRIENTE PROMEDIO DE FERTILIZANTES

(soles por T.M.)

Años	Urea	Nitrato de Amonio	Sulfato de Amonio	Superfosfato de Calcio Triple	Cloruro de Potasio	Fosfato Di Amónico	Amonio Compuesto	Guano de Isla
1979	50,000	43,460	34,273					
1980	74,000	73,250	57,500	42,047	30,740	63,953	38,567	26,500
1981	99,000	99,000	77,000	83,500	63,000	114,000	67,500	41,000
1982	107,000	102,500	121,750	120,500	93,500	166,500	97,500	58,500
1983	398,750	410,722	248,305	201,500	143,000	263,000	174,500	100,500
1984	772,973	864,618	536,224	467,639	311,944	544,055	406,025	224,750
Variación Percentual con respecto a 1979:	1,519%	1,989	1,477	790,813	605,560	1'013,783	792,597	490,525
Media				1,900	1,970	1,505	1,793	1,851
Enero	506,800	550,933	314,467	575,950	399,683	716,133	529,960	366,400
Febrero	554,300	519,783	351,383	624,283	438,267	785,700	587,683	395,400
Marzo	570,000	560,333	365,333	640,000	455,333	815,333	627,000	408,000
Abril	578,945	614,944	394,222	679,277	478,833	853,223	681,278	435,000
Mayo	590,889	720,833	426,583	720,083	509,083	902,333	820,917	470,500
Junio	602,833	795,500	438,500	740,000	523,333	928,333	713,500	482,000
Julio	766,000	880,166	501,417	781,000	596,033	990,167	755,667	491,500
Agosto	907,019	1'116,360	628,919	984,960	760,139	1'207,710	918,183	557,280
Setiembre	939,870	1'172,610	665,729	1'012,230	816,480	1'315,890	1'000,435	592,380
Octubre	1'004,310	1'257,300	712,349	1'056,869	855,000	1'369,799	1'064,780	627,480
Noviembre	1'075,806	1'306,440	755,399	1'074,240	872,280	1'387,079	1'103,220	643,680
Diciembre	1'170,900	1'306,440	783,020	1'074,240	872,280	1'387,079	1'103,220	643,680
Variación Percentual con respecto a 1979:	3,663	3,962	3,356	3,848	4,034	5,264	4,86	3,050
Promedio 1985	1'063,559	1'721,931	1'150,214	1'617,891	1'240,174	2'045,999	1'578,186	808,358
Media								
Enero	1'470,812	1'461,746	906,376	1'240,751	994,128	1'576,692	1'267,557	705,960
Febrero	1'720,746	1'589,149	1'151,501	1'515,150	1'232,531	1'953,352	1'513,115	795,870
Marzo	1'972,839	1'790,244	1'230,496	1'633,488	1'327,066	2'106,964	1'687,740	865,800
Abril	2'289,837	2'046,609	1'312,482	2'082,174	1'406,971	2'546,987	1'849,386	865,800

FUENTE : Grupo de Estudio de Mercados Agrario, en base a datos de ENCI, correspondiente a precios promedio de venta en Piura, Trujillo, Cañete, y Abancay.

# PRECIOS AL PRODUCTOR DE PAPA Y CULTIVOS ALTERNATIVOS 1977 - 1984



- ..... PRECIO CONSTANTE DE PAPA
- PRECIO CONSTANTE DE ALGODON
- - - - - PRECIO CONSTANTE DE MAIZ AMARILLO

PRECIOS CONSTANTES EN BASE A 1979

GRUPO ESTUDIO DE MERCADEO AGRARIO  
GAPA/AID

103

CUADRO 1.5 A

PRODUCCION NACIONAL DE FERTILIZANTES - ANALISIS DE LA CAPACIDAD INSTALADA  
MILES T.M.

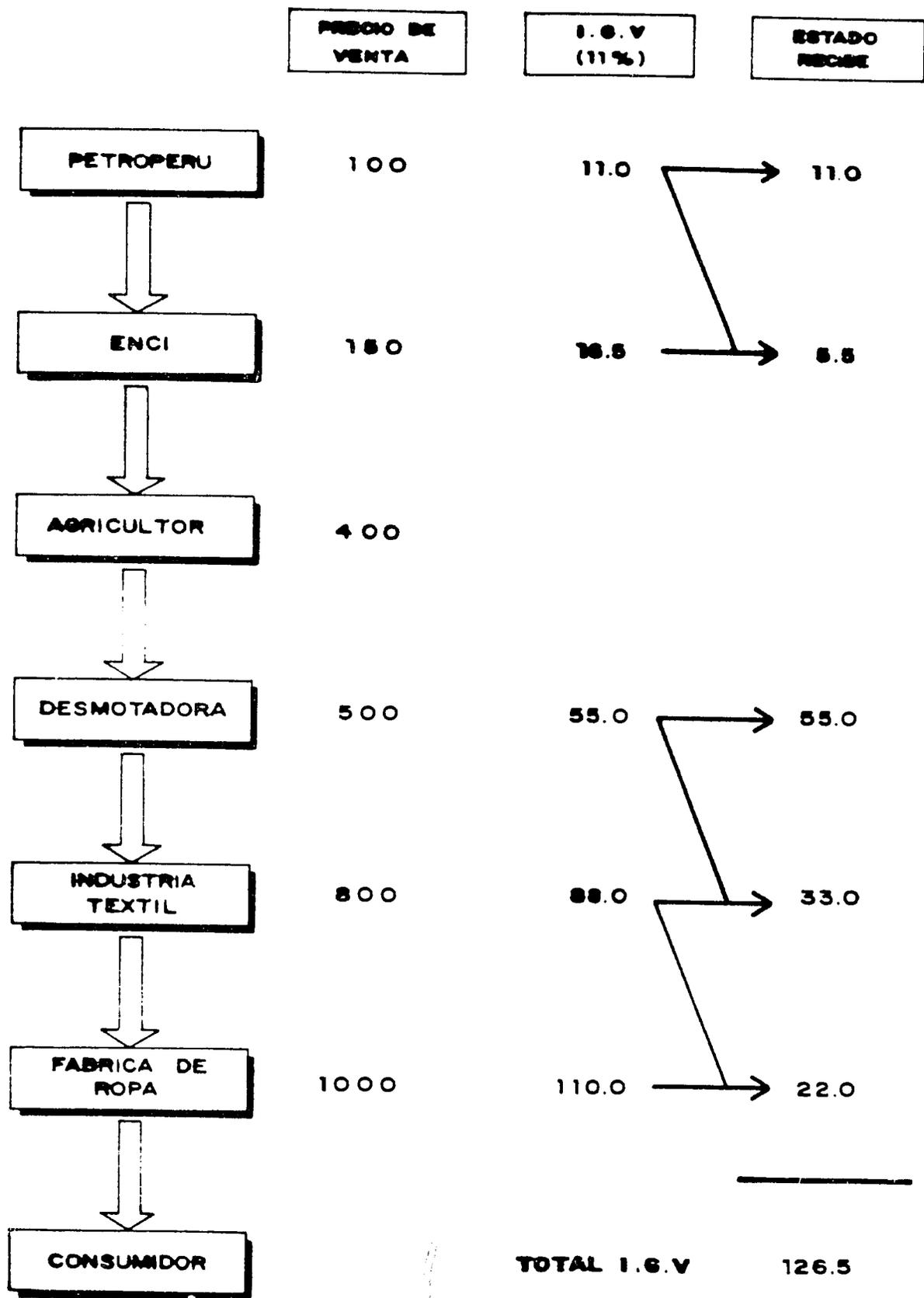
Años	PETRO PERU			FEERTISA			CACHIMAYO			INDUS S.A.			MERCADO PERU FERTIVAR								
	Urea 46% C.Inst. Producc. C.Inst.	N. de Amonio 33.5% C.Inst. Producc. C.Inst.	Sulf. Amon. 21.0% C.Inst. Producc. C.Inst.	N. de Amonio 33.5% C.Inst. Producc. C.Inst.	Sup. Fast. S. Cnl. 20% C.Inst. Producc. C.Inst.	Compuestos 12-12-12 C.Inst. Producc. C.Inst.	Riesgo C.Inst. Producc. C.Inst.	30.5% C.Inst. Producc. C.Inst.													
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%							
1976	168	100.1	60	31.2	24.3	78	16.5	7.8	47	38.9	26.2	67	33.0	8.0	24	66.0	23.0	35	---	---	---
1977	168	117.8	70	31.2	21.9	70	16.5	7.2	45	38.9	23.4	61	33.0	7.5	23	66.0	25.0	38	---	---	---
1978	168	112.8	67	31.2	34.6	111	16.5	7.3	44	38.9	20.7	53	33.0	7.1	21	66.0	26.1	40	---	---	---
1979	168	109.2	65	31.2	26.2	84	16.5	5.6	35	38.9	18.1	47	33.0	9.6	29	66.0	18.2	28	36.0	15.3	43
1980	168	124.5	74	31.2	31.4	101	16.5	5.0	30	38.9	18.7	48	33.0	8.0	24	66.0	22.4	34	36.0	14.0	39
1981	168	153.3	91	31.2	27.5	88	16.5	5.5	33	38.9	19.9	51	33.0	9.1	27	66.0	21.5	33	36.0	11.9	33
1982	168	147.3	88	31.2	27.0	87	16.5	4.2	25	38.9	16.2	42	33.0	7.6	23	66.0	16.0	24	36.0	22.1	81
1983	168	2.0	1	31.2	28.4	91	16.5	3.6	23	38.9	s.i.	---	33.0	6.3	19	66.0	21.8	33	36.0	2.5	7
1984	168	129.4	77	31.2	32.5	104	16.5	3.7	22	38.9	s.i.	---	33.0	6.9	21	66.0	18.2	28	36.0	s.i.	---
1985 (e)	168	140.0	83	31.2	30.2	97	16.5	3.8	23	38.9	5.0	13	33.0	3.5	11	66.0	9.0	14	36.0	s.i.	---

FUENTE : Grupo Estudio Mercadeo Agrario.

(e) : Estimado.

s.i. : Sin Información.

**SITUACION ACTUAL**  
**DOBLE GRAVAMEN DEL I.G.V SOBRE EL FERTILIZANTE**  
**CASO : CAMISETA DE ALGODON**



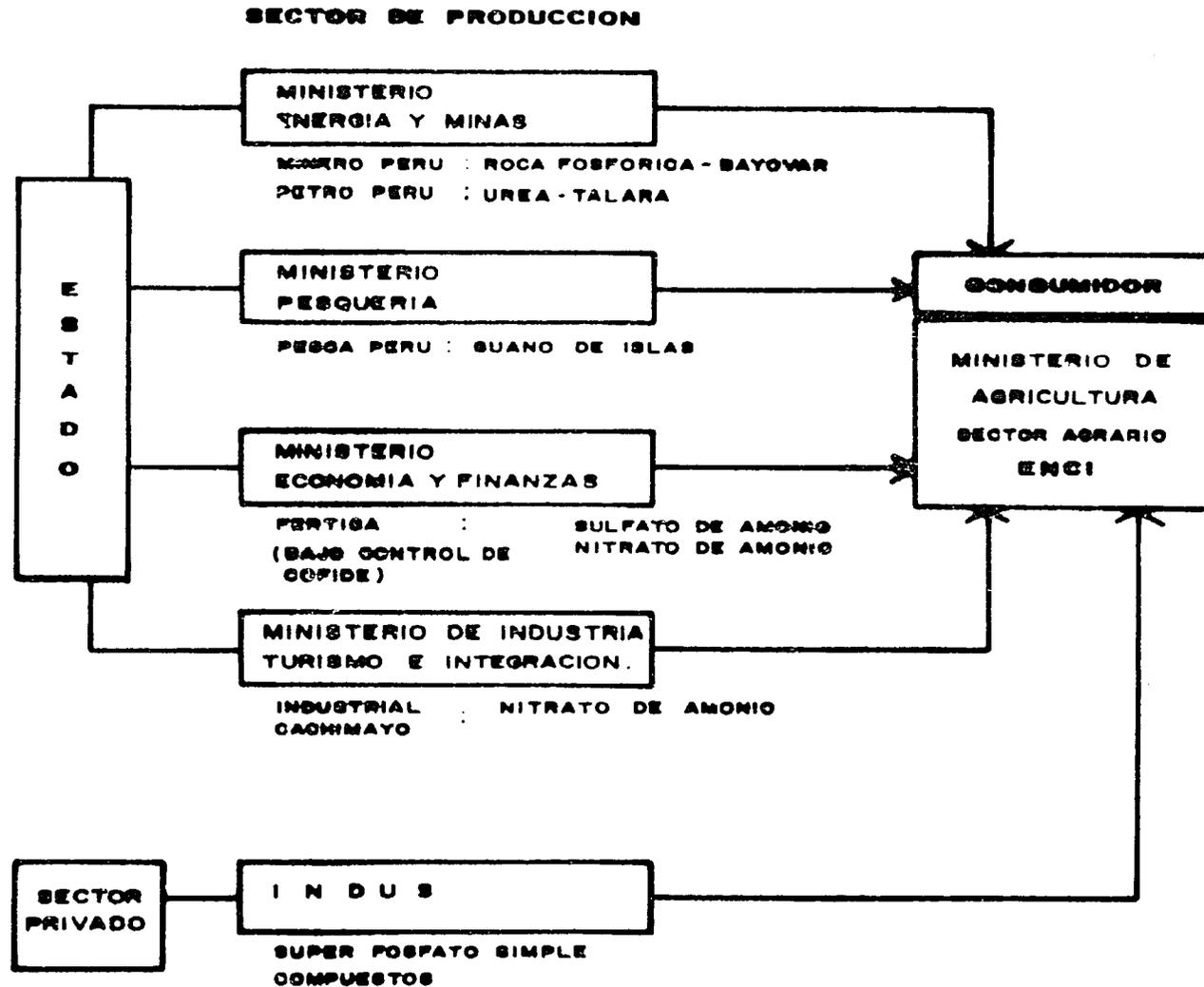
12.65 %  
 DEL VALOR FINAL  
 AL CONSUMIDOR

**PROPUESTA:**  
**EXONERACION DEL I.G.V SOBRE EL FERTILIZANTE**  
**CASO: CAMISETA DE ALGODON**

	PRECIO DE VENTA	I. G. V (11%)	ESTADO RECIBE
PETROPERU	100	—	
↓			
ENCI	150	—	
↓			
AGRICULTOR	400	—	
↓			
DESMOTADORA	500	55.0	55.0
↓			
INDUSTRIA TEXTIL	800	88.0	88.0
↓			
FABRICA DE ROPA	1000	110.0	22.0
↓			
CONSUMIDOR			
		<b>TOTAL I. G. V</b>	<b>110.0</b>

EXACTAMENTE  
 11.0 %  
 DEL VALOR FINAL  
 AL CONSUMIDOR

# PRODUCCION DE FERTILIZANTES EN EL PERU



CUADRO 2.5

CONSUMO APARENTE DE FERTILIZANTES POR REGIONES - AÑO 1982

(En T.M.)

Región	Nitrógeno N	%	Fósforo P2 O5	%	Potasio K2O	%	Total T.M.	%
<u>Costa</u>	<u>69,313</u>	<u>92</u>	<u>10,530</u>	<u>69</u>	<u>7,999</u>	<u>70</u>	<u>87,842</u>	<u>86</u>
Costa Norte	22,472	--	1,243	--	514	--	---	--
Costa Central	40,560	--	8,074	--	7,290	--	---	--
<u>Sierra</u>	<u>6,281</u>	<u>8</u>	<u>4,805</u>	<u>31</u>	<u>3,420</u>	<u>30</u>	<u>14,506</u>	<u>14</u>
Sierra Central	4,238	--	3,423	--	2,880	--	---	--
Sierra Sur	2,043	--	1,382	--	540	--	---	--
<u>Selva</u>	<u>75</u>	<u>n.s</u>	<u>15</u>	<u>n.s</u>	<u>7</u>	<u>n.s</u>	<u>97</u>	<u>n.s</u>
TOTAL	75,669		14,350		11,426		102,445	

FUENTE : JUNAC - 1983.

## PLAGUICIDAS

El mercadeo de plaguicidas en el país lo caracteriza una perjudicial proliferación de marcas para un mismo producto, presentándose la conocida diferenciación de precios y presentaciones de un mismo producto y que al final confunde al productor ya que encuentra en el mercado productos con el mismo principio activo, bajo distintas marcas y con precios diferentes.

En la comercialización de plaguicidas, se ha observado una participación absoluta del Sector Privado, habiéndose detectado la participación Estatal solo en lo referente al Registro, Comercialización y Control de plaguicidas agrícolas y sustancias afines; asimismo, en lo que se refiere a la oferta, en los últimos años se observa que el 65% de los productos usados en papa, maíz, algodón y cítricos es importado a través de nueve (9) empresas importadoras que facilita la coordinación entre ellas, para el establecimiento de políticas comerciales.

En los últimos años el incremento de precios ha sido entre 536%, hasta 3,621%, cifras que no guardan relación directa con la inflación o devaluación o al incremento de impuesto a la importación de 10% hasta 1983 a 37% del valor CIF desde 1984; las variaciones en los precios están presionadas principalmente por el aumento en el precio externo del componente importado (ingredientes activos). Es preocupante el aumento en el costo de los plaguicidas y no parece existir a corto plazo una política encaminada a obtener el producto más barato al agricultor o en niveles razonables.

Es necesario indicar que los precios de los plaguicidas, para la venta en el mercado nacional son establecidos por el Comité de Importadores de Pesticidas de la Cámara de Comercio de Lima, que congrega a fabricantes e importadores. Por lo expuesto se observa la necesidad de la participación del Estado en la regulación del abastecimiento y precios de los plaguicidas.

CUADRO 1.1

## PRODUCCION DE PLAGUICIDAS FORMULADAS

Productor	Producto	Volumen/Año	Cultivo
Bayer	Parathion	250,000 Lts.	Algodón-Maíz
Bayer	Aldrin	2,000 TM.	Maíz-Algodón-Papa
Bayer	Dipterex 2.5%	850 TM.	Maíz
Basf	Perfekthion	30,000 Lts.	Papa-Hortalizas
Shell	Aldrin	1,600 TM.	Maíz-Algodón-Papa
Shell	Triona (Aceite agr.)	160,000 Lts.	Cítricos
Shell	Parathion	140,000 Lts.	Maíz-Algodón
FARMAGRO	Furación Sg	600 TM.	Papa-Hortalizas
FARMAGRO	Granolate	240 TM.	Maíz
FARMAGRO	Dimetoato	20,000 LTs.	Papa-Hortalizas
FARMAGRO	Acarin	8,000 Lts.	Cítricos-Papa
FARMAGRO	Tediolate	10,000 Lts.	Cítricos
FARMAGRO	Cesprin-80	50 TM.	Maíz
FARMEX	Rexion	180,000 Lts.	Papa-Hortalizas

## CUADRO 1.4

## IMPORTACION DE PLAGUICIDAS 1/

Importador	Producto	Volumen/ Año.	Procedenc.	Tipo	Cultivo
1. Matías Gildemeister S.A.	Dithane M-45	180 TM.	Colombia	Fungicida	Papa
2. Basf Peruana S.A.	Polyram Combi	120 TM.	Alemania	Fungicida	Papa
	Patoran	10 TM.	Alemania	Herbicida	Algodón
	Cercobin-M	10 TM.	Japón	Fungicida	Cítricos
	Dimilin	10 TM.	Holanda	Insectic.	Algodón
3. Bayer Químicas Unidas S.A.	Antracol	100 TM.	Alemania	Fungicida	Papa
	Alsystin	15 TM.	Alemania	Insectic.	Algodón
	Metasistox	45,000 Lts.	Alemania	Insectic.	Alg.Cítric
	Dipterex P.S.80	100 TM.	Alemania	Insectic.	Alg.Cítric
	Sencor	20 TM.	Alemania	Herbicida	Papa
4. Cía.Petróleos Shell S.A.	Belmark	50,000 Lts.	Guatemala	Insectic.	Papa-Alg
	Dicromark	60,000 Lts.	Inglaterra	Insectic.	Algodón
	Ripeord	40,000 Lts.	Inglaterra	Insectic.	Papa
	Azedrin	25,000 Lts.	U.S.A.	Insectic.	Maíz
5. FORMAGRO S.A.	Lannate	5,000 Kg.	U.S.A.	Insectic.	Maíz
	Vidate L.	65,000 Lts.	U.S.A.	Insectic.	Papa-Alg
	Benlate	8,000 Kg.	U.S.A.	Fungic.	Cítricos
	Decis	8,000 Lts.	Francia	Insectic.	Algodón
6. FARMEX S.A.	Temik 15 G	120 TM.	U.S.A.	Nematic.	Papa-Cítr
	Temik 10 G	-	-	-	-
7. DUPONT S.A.	Mancate-D	60 TM.	USA.Colom.	Fungicida	Papa
8. Richard O.Custer S.A.	Polytrin	8,000 Lts.	Suiza	Insectic.	Alg.Papa

	Gardoprin	5,000 Kg.	Suiza	Herbicida	Maíz
	Gesogard	10,000 Kg.	Suiza	Herbicida	Papa-Algodón
	Nuvacron	18,000 Lts.	Suiza	Insectic.	Maíz-Algodón
9. Agro Klinge S.A.	Ambusa	8,000 Lts.	Inglater.	Insectic.	Algodón-Papa
	Cimbush	8,000 Lts.	Inglater.	Insectic.	Algodón-Papa

---

1/ Referido a los cultivos motivos del presente Estudio.

MAQUINARIA AGRICOLA

El abastecimiento interno del mercado de tractores agrícolas, presenta dos etapas bien marcadas : en el período 1973-80, la demanda fue atendida, casi en su totalidad por la Empresa Mixta de Tractores Andinos S.A. (TASA) y en el período 1980-84, se apertura el mercado a las importaciones de tractores armados.

Por D.S. Nº 102-84-AG se exoneran los tributos a la importación de tractores de uso agrícola, siempre que los soliciten conductores directos de la tierra, anterior al mencionado Decreto, se gravaba con una tasa arancelaria del 60% CIF- ad valorem.

En la actualidad, no existe producción por parte de TASA, la misma que se encuentra en etapa de liquidación y evaluación para su posible reflotamiento.

La apertura del mercado exterior ha traído como consecuencia que muchas empresas se encuentren con acumulación de inventarios, debido a que la importación no marcha al ritmo de la demanda del mercado. Así tenemos que las importaciones alcanzan un rápido incremento a partir de 1981, 334 unidades para llegar en 1982 a 522 tractores. Asimismo, es notoria la gran diversidad de marcas que se han importado (17), destacándose para tractores de ruedas: John Deere, International Harvester, Ford y M. Ferguson y para tractores de oruga Caterpillar y Komatsu.

Las mayores ventas se han concentrado significativamente en la Costa, destacando el departamento de Ica (15% de participación en 1984). Algo importante de destacar son las ventas que se han logrado en el departamento de San Martín, que en 1984 ocupó el primer lugar con el 29.2%, producto de la ampliación de la frontera agrícola y trabajos de infraestructura.

Es de resaltar la intervención del Banco Agrario en el financiamiento de 525 unidades para 1984, por un monto aproximado de 42 mil millones de soles (30.5% de los préstamos destinados a capitalización).

Hasta 1981 fue la región de la Costa la más beneficiada con el flujo de crédito para la adquisición de tractores, cambiándose a partir de ese año a la región de la Selva. Asimismo, el 85% del crédito se destinó a productores individuales.

Actualmente no se tiene un plan de mecanización elaborado dentro de nuestra realidad y condiciones particulares y que se traduzca en metas concretas de promoción, investigación y capacitación para lograr mejorar la productividad agrícola. El parque nacional de tractores está constituido en la actualidad por cerca de 4,657 unidades correspondiendo el 91% a tractores de ruedas.

El índice de mecanización actual es del orden de 0.24 HP/Ha, muy por debajo de lo que recomiendan los expertos (0.45 HP/Ha) para nuestras condiciones actuales de superficie mecanizable.

Existe poca variabilidad de precios en cuanto a rango y marcas, explicándose la diferencia por el país de procedencia.

La prestación de servicios de maquinaria agrícola es atendida por el sector privado y por el sector público a través del Servicio Nacional de Maquinaria Agrícola (SENAMA) del INIPA.

El SENAMA, opera a nivel de Costa, Sierra y Selva, contando en 1982 con 133 tractores oruga y 64 de rueda de los cuales el 64% se encuentra inhabilitado por la obsolescencia; se requiere urgentemente una renovación de su actual parque para lo cual está gestionando la adquisición de 207 tractores de rueda y 125 de orugas.

La comercialización del servicio que brinda SENAMA se hace en forma directa a pedido de las empresas o agricultores individuales. No existe información actualizada sobre la verdadera situación del parque de maquinaria en cuanto a: antigüedad, estado operativo, características de uso, para realizar un análisis que nos permita trazar una estrategia de acción integral de mecanización del campo de acuerdo a nuestra realidad económica, niveles de capacitación y grado de resistencia del agricultor al cambio tecnológico, infraestructura de repuestos, etc.

CUADRO Nº 8

VENTAS TOTALES DE TRACTORES AGRICOLAS (RUEDAS Y ORUGAS) EN UNIDADES  
Y PARTICIPACION PORCENTUAL : 1974-1984

	1974		1975		1976		1977		1978		1979		1980		1981		1982		1983		1984
	Und.	%	Und.																		
IASA	320	78.0	406	74.0	471	93.0	396	92.0	243	90.0	359	89.0	467	90.0	546	86.0	206	57.0	78	58.0	60
Total Otras empresas	90	22.0	144	26.0	54	7.0	32	8.0	26	10.0	45	11.0	51	10.0	90	14.0	156	43.0	55	42.0	476
-Ruedas	61		46		14		18		14		17		40		83		141		50		473
Total Ruedas	381		452		485		414		257		376		507		629		347		128		533
-Orugas	29		98		20		14		12		29		11		7		15		5		3
Total de Ventas	410	100	550	100	505	100	428	100	269	100	405	100	518	100	636	100	362	100	133	100	536

CUADRO Nº 20

CUADRO CONSOLIDADO DE PRODUCCION, IMPORTACIONES, STOCK Y VENTAS TOTALES  
DE TRACTORES AGRICOLAS (EN UNID.) 1978-1984

	1978	1979	1980	1981	1982	1983	1984
Producción Tasa	305	375	501	481	222	--	--
Ventas Tasa	243	359	467	546	206	78	60
Importaciones Otras Empresas	14	17	137	334	522	76	437
Ventas Otras Empresas	14	17	40	83	141	50	473
Stock Otras Empresas Acumulada	--	--	97	348	729	755	719
Importación Tasa para Producción (CKD)	--	343	487	653	159	2	--
Importaciones Totales (Tasa + Otros)	--	360	624	987	681	78	437
Ventas Totales Tractores de Ruedas	257	376	507	629	347	128	533
Ventas Totales Tractores de Oruga	12	29	11	7	15	5	3
<b>VENTAS TOTALES:</b>	<b>269</b>	<b>405</b>	<b>518</b>	<b>636</b>	<b>362</b>	<b>133</b>	<b>536</b>

FUENTE : Elaborado en base a los Cuadros anteriores.

CUADRO Nº 23

PARQUE TOTAL POR MARCAS Y PARTICIPACION  
PORCENTUAL - 1984

Marcas	Unidades	%
MASSEY FERGUSON	3,632	78.0
JOHN DEERE	209	4.5
INTERNATIONAL HARVESTER	158	3.4
FIAT	107	2.3
KUBOTA	93	2.0
FORD	138	2.9
SHIBAURA	53	1.1
UNIVERSAL	88	1.9
AGRIA	19	0.4
ZETOR	42	0.9
SAME	51	1.1
EBRO	4	0.1
AGRALE	4	0.1
DAUTZ	19	0.4
PASQUALI	9	0.2
FENDT	4	0.1
YALMET	4	0.1
BELARUS	9	0.2
(Ruedas) Otras Marcas	14	0.3
<b>Total :</b>	<b>4,657</b>	<b>100.0</b>
CATERPILLAR	314	84.5
INTERNATIONAL HARVESTER	5	1.4
JOHN DEERE	12	3.3
KOMATSU	20	5.1
FIAT	15	4.2
(Orugas) Otras Marcas	6	1.5
<b>Total :</b>	<b>372</b>	<b>100.0</b>
<b>Total Parque:</b>	<b>5,029</b>	

FUENTES : Cuadros de Demanda y Parque Nacional de Tractores.

FIGURA 5

TRACTORES: PARQUE TOTAL POR MARCAS Y PARTICIPACION PORCENTUAL 1964

TOTAL DE UNIDADES: 5,029

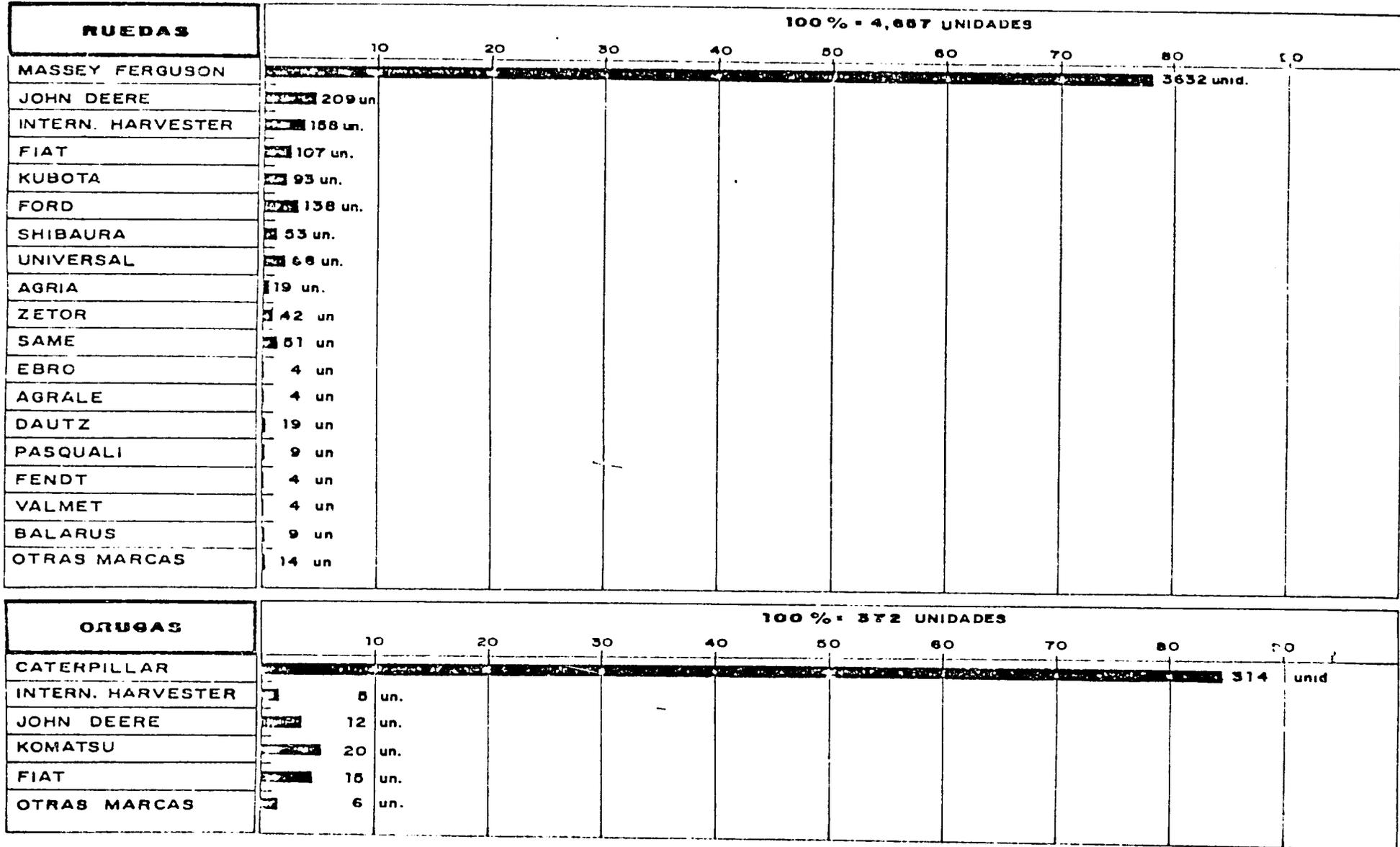
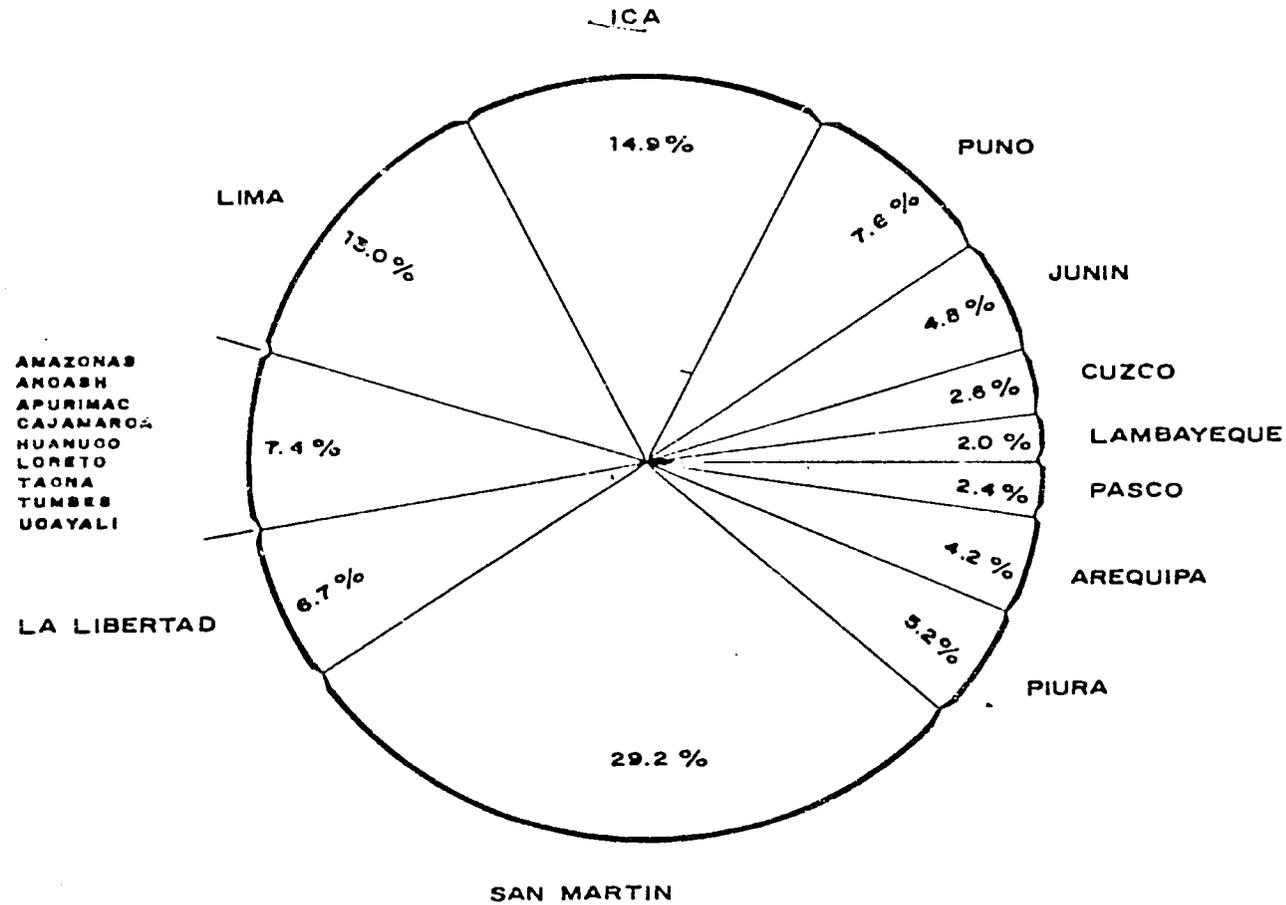


FIGURA 7

TRACTORES : DISTRIBUCION DE VENTAS POR DEPARTAMENTOS 1984



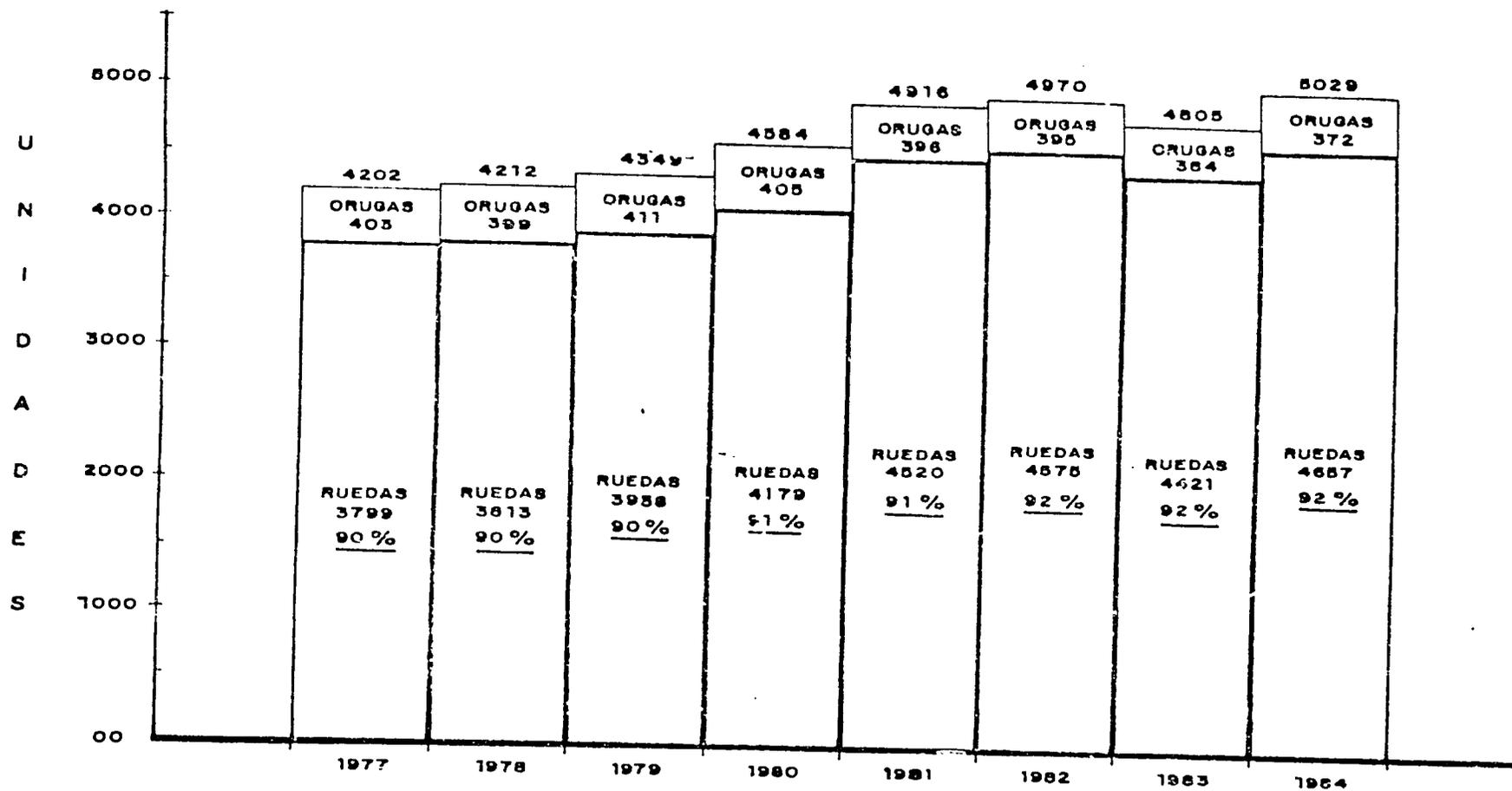
CUADRO Nº 18

TOTAL DE TRACTORES FINANCIADOS POR EL BANCO AGRARIO, SEGUN REGIONES  
1979 - 1984

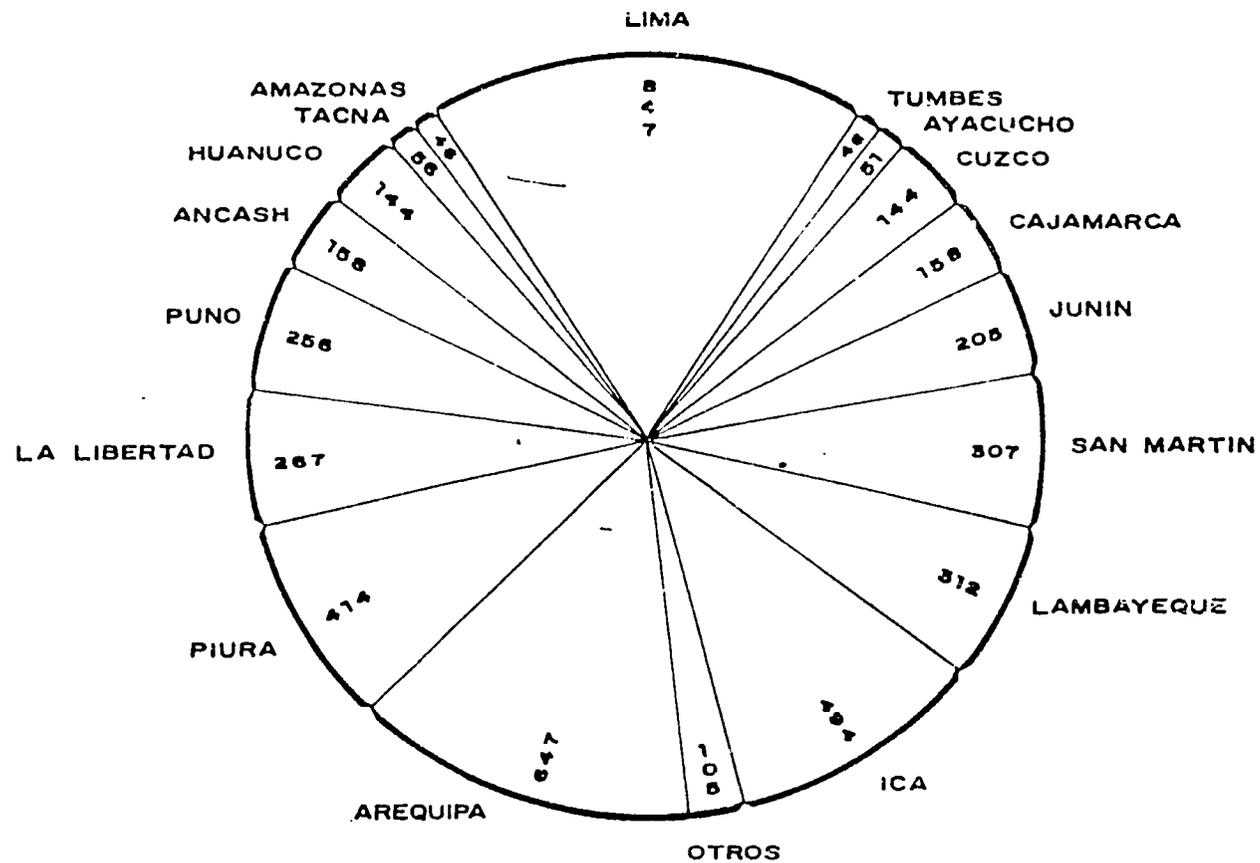
Región	1979		1980		1981		1982		1983		1984	
	S/.(000)	UDS	S/.(000)	UDS	S/.(000)	UDS	S/.(000)	UDS	S/.(000)	UDS	S/.(000)	UDS
Costa	1'5110,67	214	1'922,897	293	2'092,976	194	2'822,353	139	2'784,771	23	22'973,940	216
Sierra	141,625	27	423,755	82	442,327	45	696,465	47	782,215	18	8'547,718	102
Selva	52,798	12	279,376	33	635,752	55	1'925,901	130	2'086,595	41	10'515,970	207
<b>TOTAL</b>	<b>1'705,490</b>	<b>253</b>	<b>2'626,028</b>	<b>408</b>	<b>3'171,055</b>	<b>294</b>	<b>5'444,719</b>	<b>316</b>	<b>5'653,581</b>	<b>82</b>	<b>42'001,628</b>	<b>525</b>

FUENTE: Banco Agrario del Perú.

FIGURA 4  
 TRACTORES : PARQUE TOTAL DE RUEDAS Y ORUGAS 1977 - 1984



**FIGURA 3**  
**TRACTORES : DISTRIBUCION DEL PARQUE NACIONAL DE RUEDAS POR DEPARTAMENTOS**  
**1984**



CIFRAS EN UNIDADES DE TRACTOR

GRUPO ESTUDIO DE MERCADEO AGRIARIO  
 GAPA/AID

CUADRO Nº 25

INDICADORES DE MECANIZACION

	1980	1981	1982	1983	1984
Superficie Mecanizada (Há)	1'325,363	1'464,031	1'460,853	1'325,935	1'467,355
Potencia Disponible Estimada (HP).	334,670	347,794	388,928	374,046	365,602
- Ruedas	298,220	310,174	349,428	331,806	324,682
- Oruga	36,450	37,620	39,500	42,240	40,920
Indice de Mecanización (HP/Há)	0.252	0.237	0.266	0.282	0.249
Total Parque Tractores	4,584	4,916	4,970	4,805	5,029
Tractores/100 Hás.cultivadas	3.45	3.35	3.40	3.62	3.42
Total Superficie Cosechada	1'598,020	1'780,428	1'808,719	1'665,966	1'838,512
Indice Mecaniz./Há.Cosechada	0.209	0.195	0.266	0.224	0.198

FUENTES : -ONERN

-Oficina Sectorial de Estadística, Ministerio de Agricultura.

-Cuadros anteriores.

CUADRO Nº 26

PRECIOS DE TRACTORES POR RANGOS DE HP. Y MARCA(US.\$ CIF )

Marcas	Rangos HP.	30 - 40 HP.	40 - 50 HP.	50 - 75 HP.	75 - 100 HP.	Mayor de 100 HP
KUBOTA		11,800	--	--	--	--
SHIBAURA		9,700	--	--	--	--
YANMAR		12,900	--	--	--	--
FORD		15,900	18,900	20,000	30,000	45,000
JOHN DEERE		15,000	17,200	24,000	32,000	55,000
INTERNATIONAL		--	16,000	26,000	30,000	52,000
MASSEY FERGUSON		--	15,000	27,000	32,000	55,000

FUENTE : Cotizaciones y Entrevistas con las Empresas Representantes : Mayo-Junio 1985.

C. Exportaciones Agrícolas No Tradicionales

MECANISMOS OPERATIVOS

En la última década se ha tornado interesante la actividad de exportaciones de productos agrícolas no tradicionales a los mercados europeos, americanos y japonés, ya que se hallan en un período de crecimiento ofreciendo precios estables, lo que se convierte en una alternativa para la actividad agrícola de productos tradicionales ligados al comercio exterior.

Del análisis del comportamiento de la muestra de productos en el mercado americano se nota que en la mayoría se produce un incremento en sus importaciones que se acentúa en los últimos años. Cabe señalar que este fenómeno se genera en los incrementos de los consumos per cápita y de los precios.

El mercado americano es el más atractivo para los exportadores pero a su vez es el más exigente en lo relacionado a las normas técnicas de calidad y control fitosanitario; también debe tenerse presente que existen otros mercados atractivos que se han desarrollado paralelamente y cuya concurrencia es más sencilla.

La demanda creciente se orienta a los productos en estado fresco (refrigerado o congelado) que está desplazando a los procesados. Además también concentrados de jugos de productos exóticos (lulo, cocona, maracuyá) y tradicionales (naranja).

En el caso del Perú se tiene gran potencial productivo, con climas y condiciones físicas variadas lo que nos permite desarrollar gran cantidad de cultivos en diferentes épocas del año y principalmente en temporadas que por el fenómeno de contras estacionalidad, podemos aprovechar ventanas de oportunidad en períodos que no están completamente abastecidos los mercados internacionales. Además la producción se efectúa en condiciones

ventajosas por costos comparativos más bajos, lo que muchas veces condiciona a los países industrializados a dejar de lado las actividades agrícolas por el incremento de la mano de obra, en tanto que en el país se podría aprovechar este recurso en forma intensiva, generando oportunidades de empleo.

Pero, a diferencia de lo que ha sucedido con otros países latinoamericanos que han ido incrementado sus exportaciones de frutas y vegetales a USA, el Perú ha sido el que ha declinado en forma más significativa, que indica la falta de una política agresiva de exportaciones y de permanencia en el mercado.

Además, se debe considerar que esta actividad traería beneficios adicionales ya que generarían actividades colaterales e incrementaría la calidad de los productos, experiencia que ha sido vivida por otros países como Chile.

Cabe señalar que el desarrollo de esta actividad requerirá disponer de recursos materiales y financieros, que muchas veces el uso actual de los mismos es apropiado o en algunos casos es restringida o no existen. Actualmente no se tiene líneas de crédito promocionales específicas, para la exportación en el sector agrario.

Se presentan problemas técnicos por la baja calidad del producto y falta de uniformidad y a su vez se carece de asistencia técnica adecuada (información de variedades más adecuadas, épocas de siembra, prácticas culturales, insumos adecuados, manejo de la cosecha, etc.).

Además se carece de la infraestructura para un manejo adecuado y apropiado del sistema post-cosecha y empaques, sistema de refrigerados, de transporte y almacenaje, lo que produce grandes mermas y limita las posibilidades comerciales, por no poderse mantener el producto en períodos más largos que exige la exportación.

Los mercados del exterior son exigentes en la aplicación de la normas técnicas de calidad y control fitosanitario; sin embargo, en el país no se han establecido sistemas alternos para superarlas (inspecciones y laboratorios para testigos de residuos).

Para el desarrollo de esta actividad, es preciso plantear una política coherente de exportaciones en el sector agricultura que - conjuga esfuerzos y coordine el accionar de entidades que participan en el circuito comercial tanto dentro como fuera del País.

Se requerirá en principio mejorar los estándares de los productos homogenizándolos a través de un programa integral de asistencia técnica.

En cuanto al aspecto comercial, es prioritaria la creación de un sistema de promoción de exportaciones agrícolas no tradicionales a través de una comisión cuyo objetivo sea mejorar el nivel de vida del agricultor a través del desarrollo de las exportaciones agrícolas no tradicionales. Simultáneamente se requerirá de un servicio permanente de promoción de los productos agrícolas exportables en el exterior.

En lo relacionado a las organizaciones, se deberá diseñar un sistema de apoyo a los productores que desean ampliar su capacidad de exportación. Complementariamente, se deberá implementar un sistema coordinado de los servicios requeridos:

- Información y estimación de precios
- Créditos con garantías
- Asistencia Técnica
- Servicio para la aplicación de reglamentos fito-sanitarios
- Apoyo en el desarrollo de la capacidad de enfriamiento
- Investigación y desarrollo de envases

Determinados aspectos resaltan en el desarrollo de las exportaciones de productos agrícolas no tradicionales.:

- No se ha definido una política general de exportaciones de productos no tradicionales del Sector Agropecuario y se ha orientado hacia la exportación de saldos eventuales que no permite una permanencia y continuidad en el mercado internacional.
- Los incentivos tributarios, tipo CERTEX, han ido variando periódicamente, lo cual no ofrece garantías para una política empresarial de largo plazo, cuya consecuencia ha sido la pérdida de mercados ya logrados.
- La existencia de gran número de organizaciones que participan en el proceso de las exportaciones en forma descoordinada centrando sus esfuerzos en los productos de origen industrial, no asignando la prioridad adecuada a los productos del sector agropecuario.

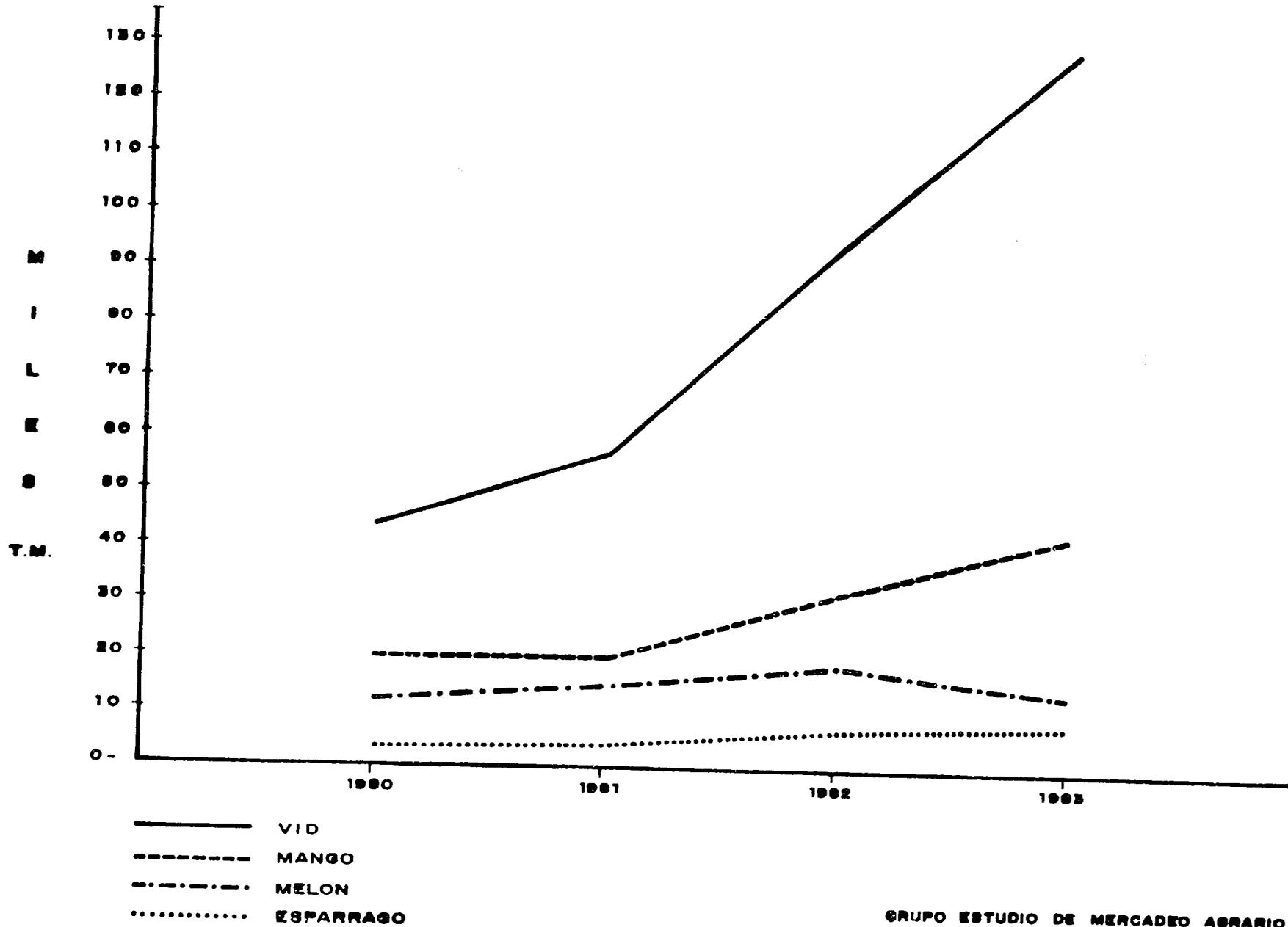
En el país operan varias conferencias Marítimas vinculadas a los principales mercados potenciales del Perú (USA, Canadá, Europa, Japón), que en el caso de incrementarse los volúmenes de exportación pueden negociarse tarifas promocionales.

Debido a los reducidos volúmenes de productos frescos y falta de centros de procesamiento y embalaje, se debe operar con aeronaves que permita un desplazamiento en tiempos más cortos, existiendo actualmente fletes promocionales para las zonas de Europa y América Latina. Se han efectuado gestiones para obtener fletes promocionales a USA y Canadá de parte de los exportadores interesados.

El mercado Norteamericano, se presenta el más atractivo en precios y volúmenes, pero cabe anotar que existen cargas por concepto de aranceles a las importaciones, que pueden ser negociadas para su reducción en el período que puede ingresar los productos peruanos por ubicarse fuera de la época de producción americana.

Además, cabe señalar la existencia de un sistema bastante rígido en el control fitosanitario por cuenta del organismo encargado, - APHIS y, lo mismo en los análisis de residuos producidos por los tratamientos químicos de los productos en fresco. Dichas normas deben ser observadas cuidadosamente para evitar las devoluciones del producto.

# IMPORTACIONES DEL MERCADO AMERICANO 1980-1984



GRUPO ESTUDIO DE MERCADERO AGRARIO  
GAPA/AID

130

CUADRO 1

PRECIOS MAYORISTA PROMEDIO DE FRUTAS

FRESCAS Y VEGETALES DE NEW YORK

(En US\$ /lb.)

Producto	1982	1983
Espárrago	1.81	2.02
Melón (Honey Dew)	0.33	0.47
Mango	0.69	0.66
Pepinillos	0.34	0.34
Okra	0.74	0.84
Cebolla	0.67	0.56
Piña	0.29	0.30
Tomate	0.53	0.53

**ESTACIONALIDAD DE LA PRODUCCION PERU/CHILE  
ABASTECIMIENTO U.S.A.**

	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET
<b>PRODUCCION NACIONAL</b>												
VID		■	■	■	■	■	■	■				
MANGO			■	■	■	■	■					
ESPARRAGO	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
MELON		■	■	■	■	■	■					
<b>PRODUCCION CHILE</b>												
VID				■	■	■	■	■	■			
MELON				■	■	■	■	■				
ESPARRAGO	■	■	■	■								
<b>IMPORTACIONES U S A</b>												
MELON			■	■	■	■	■	■				
MANGO		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	
ESPARRAGO				■	■	■	■	■				
VID				■	■	■	■					

\* FALTA ABASTECIMIENTO, PRECIOS MAS ALTOS

\*\* ALTO ABASTECIMIENTO COINCIDE FLORIDA-USA Y MEJICO

GRUPO ESTUDIO DE MERCADERO AGRARIO  
GAPA/AID

1/2

CUADRO 2

IMPORTACIONES DE USA. DE FRUTAS FRESCAS Y  
VEGETALES PROCEDENTES DE AMERICA LATINA

(En Ton. x 1,000)

<u>País</u>	<u>1980</u>	<u>1981</u>	<u>1982</u>	<u>1983</u>	<u>Variación % 00-83</u>
Argentina	0.09	0.55	0.50	3.50	2,888
Brasil	--	0.09	2.50	6.32	6,022
América Central	1,626.63	1635.22	1615.43	1627.31	0.00
Chile	56.97	72.62	104.60	154.15	171
Colombia	211.67	308.22	391.48	376.83	78
Ecuador	526.16	531.30	602.88	448.22	(15)
México	1,952.60	855.17	1027.53	1157.88	10
Perú	0.50	0.182	0.14	0.05	(90)
Venezuela	0.36	0.182	0.82	1.46	306

FUENTE : USDA.

## PRODUCTOS FRESCOS

El MANGO es un cultivo cuya producción supera ampliamente las necesidades de la población nacional y, se encuentra localizada - principalmente en la Costa Norte.

Se estima para 1984 una producción de 81,363 TM de las cuales sólo 1,500 TM. fueron exportadas como fruta fresca y una cantidad similar se destinó a la agroindustria de pulpa de fruta y con servas orientadas hacia la exportación.

Existe una tendencia a reemplazar el cultivo del mango por el - limón, debido fundamentalmente a su falta de rentabilidad para el productor el que no les dá los cuidados necesarios, originán - dose un gran porcentaje de mermas. que llegan al 50% en mu - chos casos, entre las frutas cosechadas y la exportada.

Las variedades cultivadas con fines de exportación (Haden y - Kent) son aceptadas en el mercado europeo y el canadiense, nues tros principales compradores.

Dentro de las frutas frescas, el mango es el líder en valor de -- exportaciones, representando el 61.99% de los valores FOB. En los últimos cinco años las exportaciones de mango pasaron de - 164.29 TM en 1980 a 1.344.68 en 1984 y se estima que en 1985, deben estar alrededor de las 1.500 TM/año. El producto peruano goza de prestigio en el exterior, ya que es bien cotizado en el mercado de la C.E.E. y en el Canadá, donde se ha ingresado en los dos últimos años.

Respecto a la estacionalidad, nuestros mayores competidores son Sud-Africa, Kenya y Brasil, que en algún momento tiene produc - ciones coincidentes con la nuestra.

En el mercado de los Estados Unidos de Norte América, nuestro producto no es aceptado por razones de tipo sanitario, pero de solucionarse e te im, ase el potencial exportador sería muy -

grande, ya que México, el principal abastecedor del mercado -- Norteamericano, no tiene producción que pueda competir en la época de producción del Perú.

Entre los elementos limitantes que impiden una mayor expansión de nuestras exportaciones tenemos: el valor de los fletes aéreos que encarecen grandemente el precio final; el precio de la caja nacional que resulta no competitiva con la producción de otros países; y como tercer elemento, al desconocimiento del manejo del producto post-cosecha, así como la falta de asistencia técnica para el productor en aspectos relacionados a obtener una producción con destino al mercado externo.

Aún con todos estos elementos negativos, nuestras cantidades exportadas han crecido rápidamente en los últimos años, lo cual dice bien de la calidad de nuestros frutos y de la época propicia de producción.

La VID, es un cultivo muy importante en el Perú, ya que tiene un doble mercado: el de consumo fresco y el de la industria vitivinícola. Sin embargo, las áreas dedicadas al cultivo vienen disminuyendo principalmente por razones de tipo sanitario, en especial por el ataque de filoxera, que ha hecho reducir las cantidades cosechadas durante el periodo 1979-1984 en 25,864 TM, es decir en un 51.49%.

La estacionalidad de nuestra producción, deja en claro que es posible explotar con éxito al exterior, durante Diciembre y la primera quincena de Enero, de allí en adelante es muy difícil competir con Chile, que posee un potencial exportador muy grande.

Sin embargo, debido a que nuestra producción se viene reduciendo, es muy difícil participar en abastecer el vacío que se presenta en los mercados de los Estados Unidos de Norte América.

Nuestras exportaciones durante el período 1980-1984, han disminuído muy significativamente, llegando al extremo de ser casi insignificantes dentro del contexto de las frutas frescas.

El cultivo del MELON se localiza a lo largo de toda la Costa, - en especial la Central y Norte, donde se han concentrado los campos de producción con destino al mercado exterior.

El Perú posee condiciones muy especiales para la producción de - este frutal, puede obtenerse cosecha durante los doce meses del año, debido a la diversidad de climas que poseemos.

Durante los meses de Diciembre a Enero, fuera de estación de - los principales mercados de Europa y los EE.UU. de NA., se pueden lograr muy buenas cosechas en volumen y calidad pudiendo - satisfacer la demanda con fruta de excelente presentación. La - lamentablemente los exportadores nacionales no han mantenido una constancia en la conquista de nuevos mercados, de allí que se observa muchos altibajos en las exportaciones entre los años 1980-1984, sin encontrarse una tendencia definitiva.

Entre los factores que limitan el desarrollo del cultivo con fines exportables se puede citar: el desconocimiento del manejo de los campos comerciales y post-cosecha; la deficiente asistencia técnica que pueda salvar esos obstáculos y convertir al país en un exportador considerable que aproveche sus condiciones climáticas especiales.

En cuanto a los exportadores tradicionales como Chile y México por ejemplo, sus volúmenes durante los meses de Diciembre dirigidos al mercado norteamericano son muy reducidos y hacen grandes esfuerzos por cubrir esos meses, donde el Perú podría producir.

Producto	Valor F.O.B.
	U\$ \$
Paltas	157,092
Mangos	1'046,500
Cocos	4,500
Nueces y Castañas	3'257,435
Guayabas	766
Naranjas	12,587
Mandarinas	274,900
Otros Agrios	4,289
Uvas	31,053
Peras	18,200
Melones	80,550
Sandías	3,400
Otros frutos	<u>54,100</u>
T O T A L	<u>4'945,384</u> =====

FUENTE : Boletines del Ministerio de Economía y Finanzas

CUADRO Nº 1

SERIE HISTORICA DE PRODUCCION DE MANGO 1981-1984

Departamento	1979		1981		1982		1983		1984	
	* Ha.	** T.M.								
Tumbes	---	---	70	418	70	570	56	205	56	573
Piura	5,409	45,443	5,724	49,166	5,405	31,790	5,102	31,125	5,066	68,342
Lambayeque	987	8,960	493	2,309	493	1,255	400	322	450	5,068
Ica	730	8,160	603	1,776	632	2,281	626	2,498	626	3,664
La Libertad	---	---	---	---	---	---	67	---	68	---
Cajamarca	388	3,655	---	---	---	---	---	---	442	3,716
T O T A L	7,514	66,218	6,890	53,669	6,600	35,896	6,331	34,150	6,708	81,363

\* : Superficie Cultivada      \*\* : Producción

FUENTE : Oficina Sectorial de Estadística - Ministerio de Agricultura.

CUADRO Nº 7

SERIE HISTORICA DE EXPORTACIONES DE MANGO

	1980	1981	1982	1983	1984
Volumen T.M.	164.29	784.51	550.389	438.20	1,344.68
Valor F.O.B. US \$	152,040	704,791	479,282	362,282	985,449
Valor Unitario/Kg.	0.925	0.898	0.87	0.82	0.73
		1.5	1.5	1.3	1.7

CUADRO Nº 2

## PRODUCCION AGRICOLA NACIONAL DE VID

Año	Hectáreas Cosechadas	Producción (T.M.)
1979	9,040	49,890
1980	9,527	57,177
1981	10,493	56,356
1982	10,460	45,310
1983	9,962	36,937
1984	9,732	24,206

FUENTE : Oficina Sectorial de Estadística-Ministerio de Agricultura.

CUADRO Nº 12

## SERIE HISTORICA DE EXPORTACION DE UVA

Año	Volumen T.M.	Valor F.O.B. US.\$
1980	164,292	152,040
1981	0.285	739
1982	0.330	332
1983	0.600	468
1984	22.325	493

FUENTE : Dirección de Estadística, MICTI.

CUADRO Nº 10  
EXPORTACIONES DE MELON

Concepto	1980	1981	1982	1983	1984
Volumen Kgs.	425,414	84,245	10,050	60,000	262,264
Precio US \$	125,075	31,120	4,743	24,245	74,259

FUENTE : Ministerio de Economía y Finanzas.

## PRODUCTOS PROCESADOS

El ESPARRAGO es un cultivo que puede ser trabajado durante todo el año en la Costa peruana, por ofrecer las condiciones requeridas.

En los últimos años (1982-83) Taiwan, uno de los principales abastecedores del mercado internacional, ha ido reduciendo su participación al bajar su producción, lo que ha generado una alza en los precios internacionales lo que ha favorecido a los industriales y exportadores nacionales.

Casi la totalidad de la producción nacional se orienta a la industria para el procesamiento, no pudiendo exportarse el producto en estado fresco, ya que no se cuenta con la infraestructura adecuada, a pesar de que la tendencia del mercado se orienta en forma creciente a esta presentación.

La variedad que se produce en el Perú es el espárrago blanco de mayor aceptación en el mercado europeo, en tanto que el mercado americano se orienta al verde y en forma muy restringida al blanco, pero que no deja de ser atractivo y se está tratando de incursionar.

Se presentan problemas en lo relacionado al apoyo crediticio, ya que el Banco Agrario principal ente financiero del sector agropecuario, no ha mantenido líneas de crédito adecuadas.

En lo relativo a la asistencia técnica, se ha concertado un convenio entre el CIPA-Trujillo, FOPEX y Universidad Agraria "La Molina", para desarrollar parcelas demostrativas y prestar asistencia a los agricultores de la zona.

En el sistema de mercadeo actual está diseñado principalmente para el abastecimiento industrial, no contándose con centros de acopio y de almacenamiento que permita mantener el producto

en mejores condiciones. De igual manera no se cuenta con las facilidades de transporte y de almacenaje en los puertos y aeropuertos, para las operaciones en estado fresco y/o congelado.

A partir de 1980 el espárrago presenta a nivel mundial una tendencia excesiva, excepto Estados Unidos de Norte América, que ha aumentado sus importaciones.

El principal mercado para los espárragos peruanos es Dinamarca que se han mantenido estable, con el que Perú aumentó su participación al haber Taiwan disminuído su presencia en este mercado.

Es interesante señalar que Perú, ha logrado diversificar su mercado al haber ingresado a otros países, caso de Alemania Federal, que absorbe el 33% de nuestras exportaciones.

La mayor parte de los exportadores del Perú trabajan en forma indirecta a través de brokers que se encargan de colocar el productos en el extranjero.

Las exportaciones del Perú muestran una tendencia positiva en el período 1980-84 con un incremento del 200%, las que se encuentran en la empresa Industrial Virú S.A. con el 54% del volumen total.

Con respecto al espárrago fresco, recién en 1983, las firmas Agro-Export Perú S.A., Carvalue y Frutos y Vegetales del Perú, iniciaron las exportaciones habiéndose enviado un total de 48TM, a Bélgica, Alemania Federal y Países Bajos.

Las perspectivas para el mercado peruano se presentan bastante interesantes en estado natural (refrigerado y/o congelado), pero en el caso de conservas el mercado se tiende a restringir, siendo necesario implementar un sistema de tratamiento y post-cosecha, almacenamiento y transporte en frío que permita mantener

la calidad del producto.

La producción de JUGO DE NARANJA se concentra en la zona de Chanchamayo, Departamento de Junín, donde está ubicada la fábrica procesadora INDALSA (Industrialización de Alimentos S. A.).

La zona de Chanchamayo participa con el 34% de la producción nacional de naranja, siendo la Valencia la principal variedad cultivada, encontrándose actualmente 4,600 hectáreas en producción con un rendimiento promedio de 10,000 kilos/hectárea; habiéndose logrado una producción de 45,730 TM. en 1984, que representa un incremento significativo respecto a años anteriores.

Los meses de mayor producción agrícola son los de segundo y tercer trimestre (Abril-Setiembre), bajando los precios por la mayor oferta y la reducida capacidad de compra.

Los costos de producción agrícola se han incrementado significativamente 300% según estimación del Banco Agrario, siendo los principales rubros, la mano de obra, fertilizantes y envases. En lo referente a los costos de la producción industrial los rubros más significativos son la materia prima, envase y la mano de obra.

De acuerdo a las proyecciones de empresarios locales, se estima que se ampliará la superficie cultivada, lo que permitirá lograr una producción de 120,000 TM de fruta, de la que podría orientarse el 70% a la industria, en caso de ampliar la capacidad instalada existente o implementar nuevos proyectos tal como lo proyecta la empresa CITRISELVA.

Actualmente el precio en el mercado internacional es de US\$ 1,300/TM., estando por encima del promedio que es de US\$ --

1,200/TM., por efecto de los incrementos en la demanda americana por la ola de frío sufrida en los últimos años.

El principal abastecedor del mercado americano y europeo es Brasil, que participa con el 35% y, que debido a la gran demanda americana ha desplazado parte de su abastecimiento europeo, pudiendo ser aprovechado por el Perú. Se estima que este fenómeno durará alrededor de tres años, período que demorará la recuperación de las plantaciones americanas, debiendo bajar los precios por el exceso de la oferta internacional. Además, debe tenerse presente que Brasil sale normalmente en la misma época que el Perú, lo que restringe las posibilidades comerciales de concurrir a los mismos mercados.

Es interesante señalar que en el período 1977-81, se ha producido un incremento en el valor del jugo concentrado del 17% acumulativo anual, lo que hace atractiva la participación en este mercado.

La empresa INDALSA ha ampliado su capacidad instalada a alrededor de 550 TM/año, la que ha estado utilizando al 40%, pero se proyecta ampliar el uso a capacidad plena en los próximos dos años.

Los principales problemas que presenta la producción son:

- Baja calidad del fruto, por el alto contenido de acidez.
- Falta de oportunidad en el abastecimiento de hojalata con costos elevados y de baja calidad.
- Deficiencia en el servicio local de energía eléctrica, lo que obliga al uso de equipos complementarios.

A efecto de llevar a cabo un programa de desarrollo de la citricultura, será necesario efectuar un plan de asistencia técnica y crediticia que permitan generar los recursos mínimos requeridos.

## CUADRO N° 1

PRODUCCION DE ESPARRAGO  
VALLES: CHAO - VIRU

Año	Hectáreas Cosechadas	Rendimiento Kgs./Ha. Año	Producción T.M.
1974	420	6,400	2,688
1975	445	6,000	2,670
1976	450	6,000	2,700
1977	650	6,200	4,030
1978	784	6,500	5,096
1979	980	6,500	6,370
1980	752	5,000	3,773
1981	560	6,800	3,808
1982	600	7,000	4,200
1983	843	7,500	6,323
1984	880	8,000	7,040

FUENTE : Ministerio de Agricultura.

CUADRO Nº 4

PRODUCCION MENSUAL DE ESPARRAGO. AÑO 1982

	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May	Jun.	Jul.	Ago.	Set.	Oct.	Nov.	Dic.
<b>Trujillo</b>												
Superficie verde	--	--	--	--	--	--	31	31	31	31	31	--
Superficie sembrada	--	--	--	--	--	--	31	31	31	31	31	--
Superficie cosechada	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--
Producción	--	--	--	--	--	--	--	20	65	--	--	--
Precio	--	--	--	--	--	--	--	70	26	--	--	--
Superficie perdida	--	--	--	--	--	--	--	180	200	--	--	--
								3,500	400	--	--	--
<b>Virú</b>												
Superficie verde	1,354	1,354	1,341	1,341	1,213	1,195	1,195	1,195	3	3	3	--
Superficie sembrada	--	--	--	--	--	--	--	--	3	3	3	--
Superficie cosechada	51	60	97	67	89	122	103	269	261	421	347	--
Producción	150	150	208	134	256	551	515	1,189	1,328	2,095	2,359	--
Precio	160	160	170	175	180	180	180	185	195	200	200	--
Rendimiento	2,941	2,500	2,969	2,000	2,876	4,516	5,000	4,420	5,080	4,976	5,245	--
Superficie perdida	--	--	13	--	--	--	--	--	--	--	--	--

FUENTE : Ministerio de Agricultura.

CUADRO Nº 21

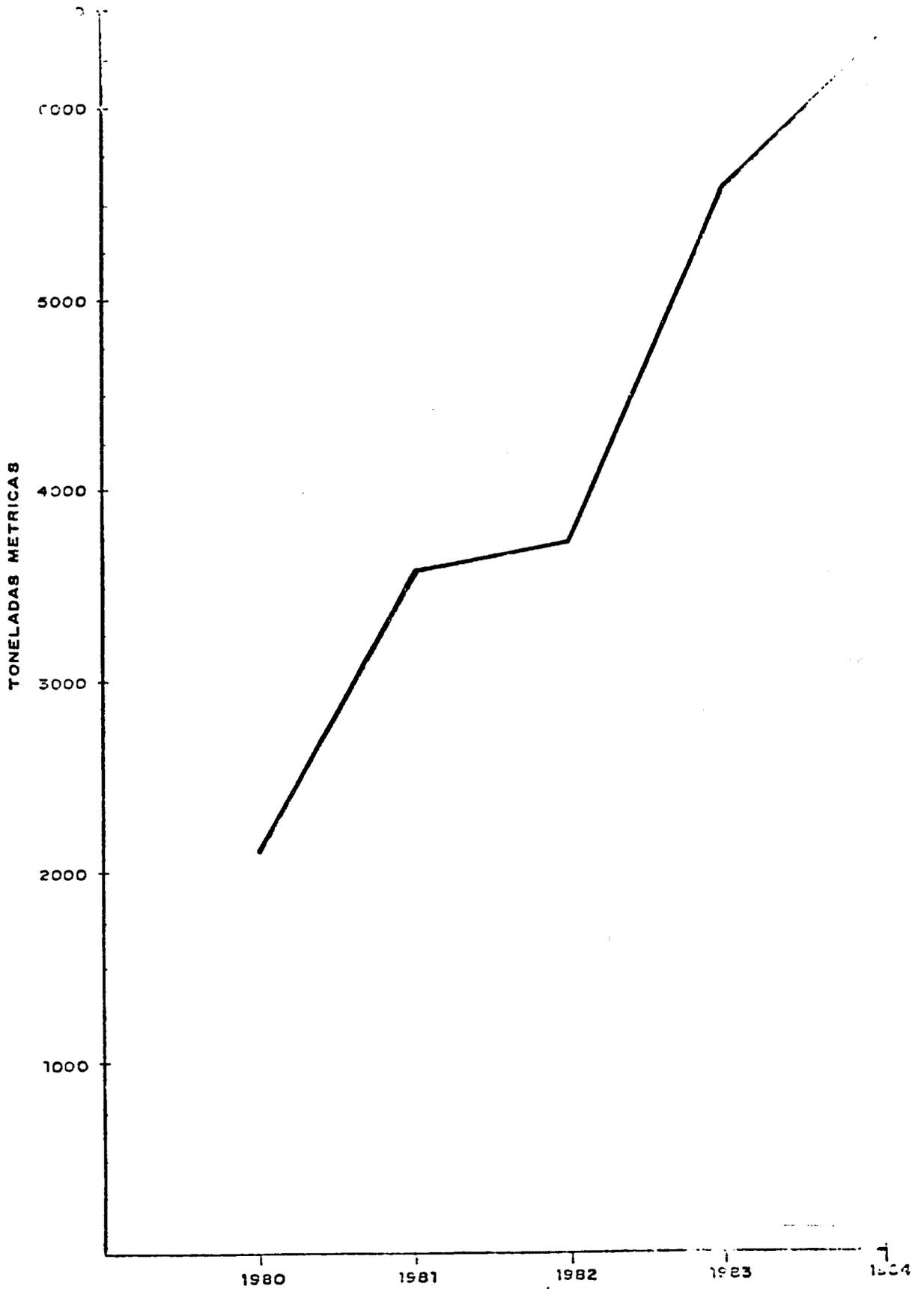
EXPORTACIONES PERUANAS DE CONSERVAS DE ESPARRAGOS 1980-1984

(Partida Arancelaria 20.02.04.09)

País de destino	1980		1981		1982		1983		1984	
	Volumen TM.	F.O.B. Miles US \$	Volumen TM	F.O.B. Miles US \$						
Dinamarca	1,629	1,616	1,800	1,776	1,491	1,621	1,719	2,541	2,447	--
Alemania Federal	--	--	813	1,023	950	1,246	1,807	1,932	--	--
Italia	150	227	478	675	527	718	395	564	--	--
Países Bajos	--	--	--	--	25	31	403	463	--	--
Bélgica	--	--	194	296	390	537	222	313	--	--
Francia	--	--	38	52	59	79	178	267	--	--
Estados Unidos	17	29	15	22	--	--	42	56	--	--
Suiza	--	--	--	--	--	--	16	17	--	--
Noruega	--	--	--	--	6	8	--	--	93	--
Puerto Rico	--	--	--	--	--	--	4	3	--	--
Alemania Rep.Democr.	--	--	--	--	--	--	1	2	--	--
Venezuela	311	457	283	471	155	240	--	--	--	--
Liberia	--	--	--	--	51	49	--	--	--	--
Suecia	--	--	--	--	42	46	--	--	--	--
Finlandia	--	--	--	--	17	23	--	--	--	--
Panamá	--	--	--	--	18	22	--	--	--	--
Bolivia	474	946	28	46	--	--	--	--	--	--
Chile	2	4	--	--	--	--	--	--	--	--
<b>TOTAL :</b>	<b>2,583</b>	<b>3,279</b>	<b>3,649</b>	<b>4,361</b>	<b>3,731</b>	<b>4,620</b>	<b>5,331</b>	<b>6,172</b>	<b>6,380</b>	<b>8,513</b>

FUENTE : FOPEX.

EL AZÚCAR: EXHIBICIÓN DE COMERCIO



CUADRO Nº 33

EXPORTACIONES DE CONSERVAS POR EMPRESAS

Empresa	1980		1981		1982		1983	
	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor	Volumen	Valor
	TM.	Miles US \$						
- Industrial Virú	--	---	--	--	340	388	2,903	3,240
- Agroindustria del Santa	115	126	1,539	1,937	1,826	2,403	984	1,289
- Empresa no identificada L.T. 90C7209	--	--	--	--	--	--	535	643
- Cfa. Industrial Trujillo	414	424	424	497	521	241	595	614
- San Fernando	1,524	1,698	1,567	1,850	998	1,229	234	279
- Otros	530	1,031	346	67	40	51	84	108
<b>T o t a l :</b>	<b>2,583</b>	<b>3,279</b>	<b>3,649</b>	<b>4,361</b>	<b>3,725</b>	<b>4,612</b>	<b>5,335</b>	<b>6,173</b>

FUENTE : Gerencia Técnica FOPEX.

CUADRO Nº 15 a

IMPORTACIONES PROVENIENTES DE TAIWAN  
(En T.M.)

País	1981	1982	1983	1984
Alemania Federal	32,808	26,930	22,579	s.i.
Francia	11,397	10,557	3,865	s.i.
Bélgica	2,560	2,464	1,215	s.i.
Países Bajos	2,406	2,496	1,940	1,691
Suiza	2,870	2,879	1,375	s.i.
Suecia	2,789	3,463	1,365	1,862
Dinamarca	1,393	11,494	866	1,198
Noruega	772	702	384	444
Italia	364	497	408	s.i.
Reino Unido	426	494	182	s.i.
Finlandia	252	409	120	215
Estados Unidos	1,952	3,844	2,521	s.i.
Japón	1,254	1,753	5.1	s.i. (1)

(1) : Sin Información.

FUENTE : Food News - FOPEX.

CUADRO Nº 1

PRINCIPALES ZONAS PRODUCTORAS DE NARANJA  
(T.M.)

Zona Productora	1980	1981	1982	1983	1984	%
<u>Junín</u>						
Chanchamayo/Satipo	39,756	28,160	31,015	29,291	45,370	34
<u>Lima</u>						
Huaral - Cañete	26,580	25,702	28,155	14,306	33,177	25
<u>Puno</u>						
Sandia - San Juan del Oro	10,802	14,882	13,479	13,685	12,760	9
<u>Ica</u>						
Palpa - Nazca	8,656	3,373	7,360	4,737	7,920	6
TOTAL NACIONAL	150,486	75,204	99,693	92,197	135,333	100

CUADRO Nº 2

ESTACIONALIDAD DE LA PRODUCCION DE NARANJAS  
CHANCHAMAYO

Meses	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May.	Jun.	Jul.	Agó.	Set.	Oct.	Nov.	Dic.
%	2	3	5	5	15	15	20	15	5	5	5	5

FUENTE: Oficina Agraria San Ramón - Ministerio de Agricultura.

HUARAL - LIMA

Meses	Ene.	Feb.	Mar.	Abr.	May	Jun.	Jul.	Agó.	Set.	Oct.	Nov.	Dic.
%	--	--	--	--	5	10	15	20	20	20	5	5

FUENTE: Departamento de Comercialización/Estadística. CAP. Huano.

## CUADRO Nº 6

COMUNIDAD ECONOMICA EUROPEA  
 IMPORTACION DE JUGO CONCENTRADO DE NARANJA

	Volumen TM.		Valor US.\$	
	82	83	82	83
Paises Bajos	104,046	142,209	82,157	117,186
Alemania Federal	129,477	139,122	151,462	175,154
Reino Unido	88,402	101,243	95,267	119,699
Bélgica	30,317	69,346	26,880	84,712
Francia	59,361	57,106	55,288	59,620
Dinamarca	13,697	13,332	16,523	19,503
Irlanda	11,958	9,898	7,953	7,148
Italia	4,461	6,080	5,650	7,703
Grecia	683	1,027	396	1,034
<b>Total EEC</b>	<b>442,402</b>	<b>539,363</b>	<b>441,576</b>	<b>591,759</b>
a) Provenientes de:				
Brasil	172,435	214,626	213,280	292,167
Israel	77,752	93,925	75,815	100,105
USA	17,423	18,246	21,757	22,686
Marruecos	10,584	9,512	10,411	8,883
España	8,872	6,034	7,135	4,932
Argentina	2,909	1,829	3,539	2,444
Sud-Africa	1,530	1,348	1,809	1,638
Chipre	693	603	895	816
Otros	2,288	592	3,063	796
<b>Total Extra - EEC</b>	<b>294,486</b>	<b>346,715</b>	<b>337,704</b>	<b>433,940</b>
b) Proveniente de:				
Italia	10,370	11,962	10,865	13,272
Grecia	2,058	3,195	2,435	3,699
Otros	135,488	177,490	90,572	140,848
<b>Total Intra - EEC</b>	<b>147,916</b>	<b>192,647</b>	<b>103,872</b>	<b>157,819</b>

FUENTE : Volumen 13 Nº 3 11/2 Food News.

#### D. Distribución Urbana en Lima Metropolitana

En la distribución urbana de productos agrícolas alimenticios al estado natural en Lima Metropolitana y Callao predomina el sistema tradicional en el que participan aproximadamente unos 1,500 comerciantes mayoristas localizados en los Mercados Mayoristas Nos. 1 y 2 y otros de menor significación, que aprovisionan a unos 75,000 minoristas de mercados, mercadillos, paraditas y ambulantes, que atienden la demanda de una población del orden de los 6 millones.

Aunque aparentemente el número de mayoristas es relativamente adecuado, por productos o giros de productos es mas bien bajo, y que, para los fines del control del mercado y determinación de los precios, se concentran aun más en unos cuantos (en papa no más de 5 ó 10 de los 218 existentes en el Mercado Mayorista Nº 1), lo que configura un oligopolio bastante marcado.

Se estima que la ganancia neta promedio del mayorista sea del orden de los 4 millones de soles mensuales, con rangos entre los 500 mil y 20 millones de soles mensuales, en función al manejo de mayores volúmenes, aun cuando tienen márgenes unitarios relativamente bajos (5% en promedio).

Los minoristas tradicionales por el contrario parecen retener muy poca ganancia, a pesar de operar con mayores márgenes netos de utilidad unitaria (30% en promedio) estimándose sea ésta en el equivalente al sueldo mínimo vital en retribución al aporte de su mano de obra, originado por los reducidos volúmenes con que trabajan (40 Kgs. diarios en promedio).

Tal situación refleja a todas luces la existencia paralela de una competencia de oligopólica en el nivel mayorista frente a una competencia atomística en el nivel minorista.

La proliferación del comercio minorista "ambulatorio" (mas propiamente callejero), otorga características de informalidad

a esta actividad, estimándose que el 60% de los productos agrícolas de consumo fresco, son canalizados a través de éstos.

La presencia de los ambulantes periféricos a los mercados de abasto (cinturones) que compite casi deslealmente con los comerciantes ubicados al interior, origina el abandono de los puestos de parte de ellos, para convertirse en ambulantes, a pesar de que en muchos casos realizaron esfuerzos corporativos para construir sus propias instalaciones y ofrecer un mejor servicio a la comunidad (caso Mercado Cooperativo de Ciudad de Dios en San Juan de Miraflores).

El desarrollo de la distribución descentralizada de estos productos a través de las cadenas de autoservicios es todavía incipiente, estimándose una participación entre el 15 y 20% del volumen total, con ligeras tendencias crecientes, sobre todo en sectores con niveles de ingresos relativamente mayores.

Existiendo proyectos gubernamentales tendientes a mejorar la distribución urbana aparentemente opuestos (Gran Mercado Mayorista y Sistema PROCOMPRA), se requiere efectuar análisis comparativos de los beneficios y costos en base a experiencias de países con características similares al nuestro.

Se tienen evidencias de que la aparición y desarrollo de los establecimientos de autoservicio a nivel urbano, generó cambios sustanciales en la estructura y organización del sistema de comercialización de productos agrícolas, por cuanto éstos requieren de mecanismos de aprovisionamiento más exigentes en cuanto a regularidad, homogeneidad, volúmenes y adecuación para la venta; esto motivó la necesidad de constituir "cadenas" integradas a una central de distribución que a su vez desarrolló sistemas eficientes de acopio a nivel rural, e influyó en el desplazamiento y una menor incidencia de los grandes mercados mayoristas tradicionales en la distribución urbana.

Desarrollar cadenas competitivas a los sistemas tradicionales (oligopólicos y atomísticos) ha sido posible en las economías de algunos países de Latinoamérica (México, Brasil, Costa Rica y Ecuador). Sin embargo, cuando la economía no crece suficientemente, sigue aumentando el sub-empleo y desempleo rural y urbano, proveyendo mano de obra que es absorbida por las redes de la competencia atomística, manteniendo una situación crónica.

Razones atomísticas y de desbordamiento de la capacidad de los actuales Mercados Mayoristas de Lima, justifican plenamente la construcción de uno nuevo; pero debe tenerse muy en cuenta lo acontecido en otros países para su diseño, localización y construcción a menores costos dado el largo período de amortización de las inversiones. En Río de Janeiro, después de construirse el nuevo mercado mayorista, surgieron en forma espontánea grandes cadenas privadas de auto-servicio que desplazó al comercio minorista tradicional, desapareciendo la necesidad inicial de su construcción hasta llegar en la actualidad a operar a un 40% de su capacidad con los problemas económico-financieros que ello deriva.

El sistema PROCOMPRA puede contribuir a ese comportamiento por el nivel de implementación alcanzado en sus componentes de construcción y equipamiento mas no de operación. Dada esta situación se requiere estudiar la forma de poner en marcha este sistema integrado (rural-urbano) y la medida en que afectaría el funcionamiento del nuevo mercado mayorista y/o viceversa.

Se plantea algunas medidas necesarias para la puesta en marcha y operación del sistema PROCOMPRA :

- a) Establecer el marco legal respecto a la adjudicación y operación de las infraestructuras componentes del sistema :

- Centros de Comercialización Rural (CCR) : organizaciones empresariales de productores como propietarios y conductores, bajo la modalidad de compra venta o arrendamiento financiero.
  - Centros de Distribución Urbana (CDU) : empresas mixtas conformadas por el Estado (ENCI) y privadas (conductores de CCR, autoservicios, otros minoristas) que se encarguen del manejo de las unidades, manteniendo el Estado la propiedad de las - mismas.
  - Mercados del Pueblo (MP) : operados por concesionarios (personas naturales o jurídicas sin fines de - lucro) seleccionados por la empresa responsable del manejo de los CDU, manteniéndose la propiedad en el Estado. Las panaderías de éstos, por concesión en forma independiente.
- b) Diseñar e implementar un Plan Piloto sobre la base de algunos de los CCR construídos, el CDU de Lima y unos 5 Mercados Pueblo de los distritos más populosos, por un período de 6 meses para evaluar su comportamiento, con las siguientes características :
- CDU operaría la mixtura total de productos prevista, con énfasis en: la canasta básica familiar, productos que son manejados por las empresas estatales (ENCI, PESCAPERU, EMCOPESA, ECASA, etc.), y productos provenientes de los CCR.
  - Los MP operarían con tales productos bajo dos mecanismos: venta al público en unidades menores y sub-distribuidor mayorista a los comerciantes de su radio de influencia.