

---

# Panorama de la producción de ajo en la provincia de Mendoza

---

Período 1996 - 2013

FUNDACION



Área de  
Desarrollo Hortícola  
Autora: Ing. Agr. Nancy Mabel Pereyra

## Introducción

La producción de ajo en Mendoza es un tema de discusión recurrente en los diferentes ámbitos involucrados y en los análisis económicos desde la producción primaria, agroindustrial, empaques, exportación, consumo interno y también desde las instituciones públicas gubernamentales tanto locales como nacionales e incluso internacionales.

Las estimaciones anuales de superficie, volúmenes, calibres y registros de precios permiten disponer de información sobre área total cultivada, distribución geográfica, tipos comerciales, tamaños o calibres logrados y aspectos relacionados con la densidad de plantación, fechas de siembra, productividad por ha, para confluir en rentabilidad y competitividad de la actividad. Es posible, entonces, conocer la oferta de ajos desde la producción primaria y su relación con los subsiguientes eslabones de la cadena comercial hasta los mercados de destino.

En cada ciclo la obtención de datos y elaboración de información se va construyendo a lo largo del ciclo biológico del cultivo para cobrar mayor importancia en el momento de la cosecha y poscosecha durante los 6-7 meses de comercialización posterior.

## Tendencias en últimos 15 años

### Superficie cultivada:

La determinación de superficie cultivada con ajo se obtiene mediante entrevistas a campo provenientes de un muestreo anual y permite obtener un dato anticipado de los tipos comerciales cultivados: blancos y colorados de guarda; morados y blancos tempranos recientemente aparecidos; además de castaños y algunos "colorados brasileros", en menores proporciones. Cuando las nubes lo permiten, se agrega exactitud a la estimación corroborando el área mediante el uso y estudio de imágenes satelitales. La diferencia entre ambos métodos no ha superado el 10 % en 7 años consecutivos de determinación.

En el periodo 1996 a 2013 las diferentes variables muestran cambios. Los datos correspondientes al período 1996-97 a 2012-13 fueron obtenidos a través de muestreos en base a los censos del año 1998 y 1999, realizados por el Programa de Relevamiento Hortícola Provincial (Gobierno de Mendoza, 1998), mediante el barrido de las propiedades con cultivos hortícolas con una superficie total igual o mayor a media hectárea.

En estos años la superficie cultivada con ajo aumentó de **8.763 ha** en el ciclo 1996-97 a **15.876 ha** en la campaña 2011-12 lo que representa un incremento del 82 %, con una tasa promedio del 7 % anual. Cuadro 1.

Sin embargo el promedio se ubica en casi 11.000 ha y por ende la tendencia lineal es estable.

Este crecimiento ha sido estimulado por la acentuada disminución en la producción de las tradicionales zonas productivas del sur de Buenos Aires, aprovechando las mejores condiciones agroecológicas que ofrece nuestra provincia.

Ciclo agrícola	Superficie total cultivada
96-97	8763,02
97-98	11961,20
98-99	12237,01
99-00	11647,88
00-01	10394,31
01-02	9534,97
03-04	11089,47
04-05	8164,65
05-06	10366,42
06-07	10733,43
07-08	12656,96
08-09	12658,31
09-10	8225,35
10-11	11550,84
11-12	15875,91
12-13	8480,50
<b>Promedio</b>	<b>10896,26</b>

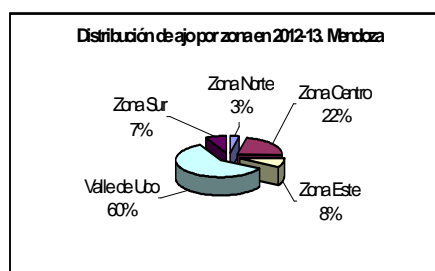
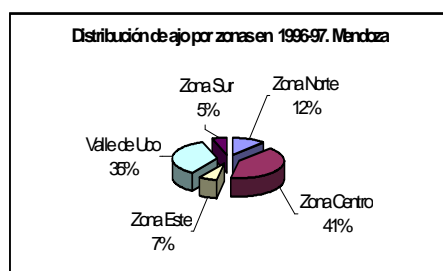
Cuadro1. Evolución de la superficie de ajo en la provincia de Mendoza.

### Zonas de producción

El comportamiento de la superficie cultivada con ajo a nivel provincial durante el periodo 1986-2013 no es uniforme en las distintas zonas de producción.

Se consideran 5 zonas de producción: **Zona Norte** (Lavalle, Las Heras); **Zona Este** (San Martín, Junín, Rivadavia, Santa Rosa Y La Paz); **Zona Centro** o del Cinturón Verde (Guaymallén, Maipú y Luján); **Valle de Uco** (San Carlos, Tupungato y Tunuyán) y **Zona Sur** integrada por Malargüe, San Rafael y General Alvear.

Algunas ganaron y otras perdieron terreno para el ajo. El Valle de Uco, la Zona Sur y el Este aumentaron su superficie con distintos porcentajes, mientras que la Centro y Norte disminuyeron. Figura 1 y 2.



Figuras 1 y 2. Cambios en la distribución de ajo por zonas, 1996 a 2013

El **Valle de Uco** es la zona con mayor aumento en la superficie cultivada (+56 %), de 3.074 ha (1996/97) pasó a 4.787 ha (2012/13) sin distinguir por tipos comerciales y en la actualidad, representa el 60 % del total. El crecimiento no ha sido uniforme en el periodo considerado; el mayor incremento se presenta a partir del ciclo 2006-07, desde allí la tasa anual de crecimiento es de 107 puntos.

El **Este** y el **Sur**, con algunas oscilaciones, han mantenido las plantaciones con bastante regularidad.

En el otro extremo, la **Zona Centro** decreció del 40 al 22 %, mientras que en la **Zona Norte** disminuyó al 25 % del área desde 1996-97 al presente.

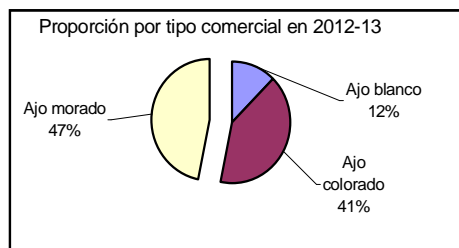
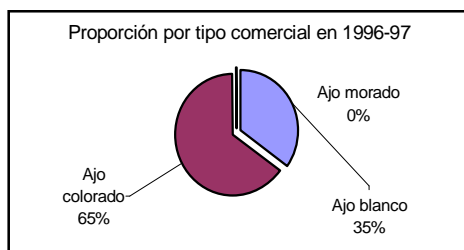
Uno de los factores que podría estar influyendo es la disponibilidad de agua para riego en las zonas Norte, Centro y Este determinando que disminuyan o apenas se mantengan las áreas productivas.

### Tipos comerciales y variaciones por zona

En el periodo 1996-2012 los **ajos blancos nobles** han disminuido el área cultivada **2 veces**; los **colorados de guarda** se han **mantenido**, oscilando entre las 5.000 y 6.000 hectáreas, aunque en proporción representan solo el 40 % versus el 65 % de 1996. En contrapunto **los morados**, desde las 29 ha registradas en 1996 han aumentado **219 veces** la superficie; y actualmente ocupan un espacio de casi el 50 % alcanzando las 6.345 ha en 2011-12. Figuras 3 y 4.

La "novedad" de los **blancos tempranos**, aunque presentes en el campo desde hace 4-5 ciclos atrás, adquirieron mayor connotación en la temporada 2011-12 con casi 2.000 ha.

Así, los **ajos tempranos** superan a los de guarda y con ello también se modifican las tendencias, las posibilidades y destinos comerciales, inherentes a las estrategias de venta.



Figuras 3 y 4. Proporciones en los tipos de ajo cultivados.

La coyuntura del 2012-13 determinó 49 % menos en hectáreas cultivadas pero las proporciones se han mantenido. Los morados y colorados conservan la mayoría, con ganancia para los primeros como viene sucediendo desde el ciclo 2006-07, y los blancos siguen con tendencia descendente con poco más de 1000 ha. Figura 5.

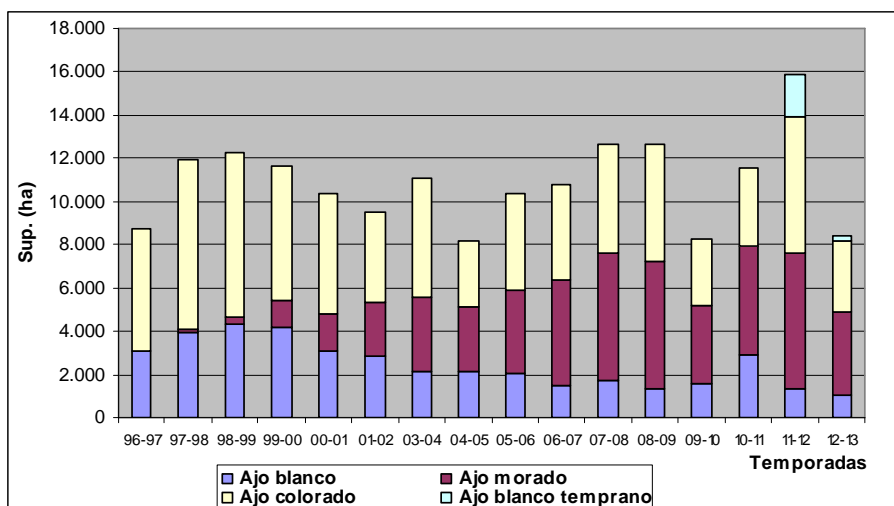
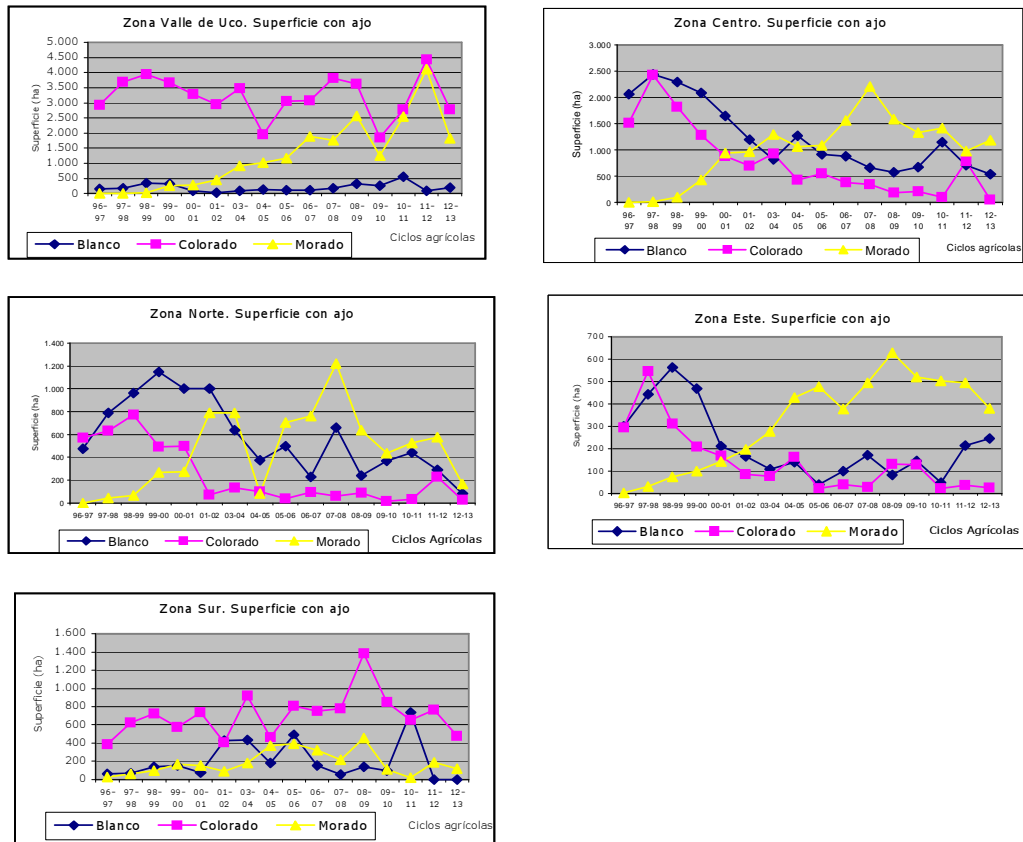


Figura 5. Evolución de los tipos comerciales en Mendoza.

El **Valle de Uco** se destaca por mantener los **ajos colorados**, convenientemente cultivados en las zonas frías. Esta situación podría explicarse en parte por la búsqueda de zonas frías para cultivar ajos "colorados", ampliamente requeridos por el principal destinatario: Brasil. Sin embargo el incremento de los ajos morados ha sido espectacular desde 96-97 cuando no se registraban cultivos de este tipo y en este momento (2013) superan las 1800 ha y 4000 ha en el periodo 2011-12. Esta disminución coincide con un año atípico de 16.000 ha cultivadas en 2011-12 y siguiente retracción del 2012-13. Figuras 6, 7, 8, 9 y 10.

La **Zona Sur** muestra el mismo comportamiento aunque en menor proporción cuyo promedio es de poco más de 700 hectáreas. En el resto de las zonas los ajos colorados han disminuido su presencia.



Figuras 6, 7, 8, 9 y 10. Evolución de la superficie cultivada con ajo en distintas zonas de Mendoza.

Los **ajos blancos** han decrecido en general en toda la provincia ocupando sólo el 12 % del total a diferencia del 35 % que ocupaban hace más de 15 años atrás; pero continúan con mayor presencia en las zonas Norte, Centro y Este, las más cálidas de Mendoza. Por último, los **morados** han crecido en forma espectacular en general y en particular en las Zonas del Valle de Uco, Centro y Este. Con algunas oscilaciones las restantes zonas Sur y Norte han experimentado descensos en las últimas temporadas.

## Producción

Conocer una aproximación de producción anual permite dar cuenta de rendimientos y calibres generales para cada tipo de ajo en relación con la superficie cultivada de ese mismo año, las características climáticas del ciclo y algunas componentes económicas y financieras que influyen en cada "siembra" particularmente.

La información anual se refiere a volúmenes y calibres estimados a febrero del año calendario siguiente a la cosecha como "ajo seco y limpio" (sin hojas ni raíces) e incluye la producción de toda la provincia, por zona y por departamento. Estos datos se relacionan directamente con la estimación de superficie con ajos para el mismo período en el que se dan los rendimientos, producciones y tamaños probables estimados, durante los meses de Noviembre- Diciembre.

Los volúmenes totales obtenidos, sumados a la información de tamaño de bulbos como componente importante en los precios finales obtenidos, aportan a la planificación global de los volúmenes comerciales según necesidades y requerimientos de los mercados de destino.

La **cosecha** comienza a fines de octubre con los ajos más tempranos y de menor perdurabilidad como **morados y blancos tempranos**; en noviembre continúan los **blancos** para culminar en diciembre con los ajos **colorados** de máxima perdurabilidad (6-7 meses) en condiciones adecuadas.

Los ajos blancos y colorados son también denominados "**ajos de guarda**" o "**nobles**" dadas las características organolépticas de los mismos, la nobleza demostrada en la conservación y la pungencia característica de cada cultivar.

El ciclo de ventas del producto comienza con la cosecha de cada tipo comercial, como "ajos en verde", continúa con los ajos "secos en rama" o cortados y pelados, desde octubre a diciembre y culmina en agosto - septiembre del año siguiente, con aquellos de muy buena conservación.

En la última década la superficie promedio superó las 11.000 ha y la producción global media, alcanzó las casi 120.000 toneladas de ajo cortado y pelado, con diferentes proporciones de calibres cada año y un rendimiento de 11,16 toneladas por hectárea. La producción y los rendimientos promedios por ha, sin diferenciar tipos de ajo, se muestran en el Cuadro 2.

Temporada	Superficie	Producción	Producción general promedio/ha
2000/01	10.394	103.940	10,00
2001/02	9535	95.040	9,97
2002/2003*	10.000	110.000	11,00
2003/2004*	11.089	108.792	9,81
2004/2005	8.165	78.684	9,64
2005/2006	10.366	124.416	12,00
2006/2007	10.733	148.411	13,83
2007/2008	12.657	138.153	10,92
2008/2009	12.658	161.346	12,75
2009/2010	8.725	93.859	10,76
2010/2011	11.551	140.057	12,13
2011/2012	15.915	164.262	10,32
<b>Promedio</b>	<b>11035,82</b>	<b>118427,07</b>	<b>11,16</b>

Cuadro 2. Superficie, producción y rendimientos.

La tendencia en la producción es ascendente (Figura 10), con valores máximos en algunas campañas como lo demuestran los años 2006-07 a 2008-09 y 2010-11 a 2011-12. Los ciclos de mayor producción no necesariamente coinciden con los mayores rendimientos promedios/ha. Así el ciclo 2011-12 señala el valor más alto en producción provincial y uno de los menores rendimientos/ha, con algo más de 10 t/hectárea.

La densidad de plantación, en general, está alrededor de las 300.000 plantas/ha aunque se presentan zonas, tipos de ajo y campañas donde la densidad es entre un 25-30 % inferior.

Las fechas de siembra, casi siempre presentan retrasos importantes respecto de los periodos adecuados y recomendados, oscilando entre el 30 y 60 % fuera de término, en promedio según zona y tipo de ajo.

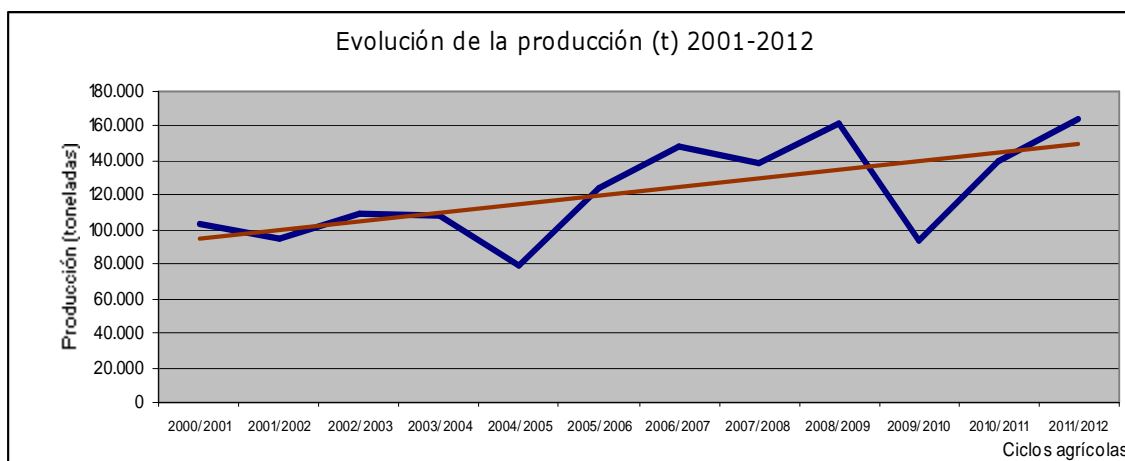


Figura 11. Evolución provincial de la producción en toneladas.

### Rendimientos por ha y tipos comerciales

En los últimos 11 años el rendimiento por ha expresado como ajo cortado y pelado se sitúa por encima de las 11 t/ha. Los colorados superan las 10 t/ha y los blancos no las alcanzan.

Los mayores rendimientos resultan estar en los morados, con más de 13 t/ha. Cuadro3.

Los morados permiten algunas consideraciones. Éstos con poca materia seca y rápida e importante pérdida de peso en forma acelerada, con débiles características de sabor y pungencia, son cultivados, tal vez, con una lógica de producción más atractiva por los grandes volúmenes y peso en verde logrados a partir de un manejo relativamente menos dificultoso dada la "plasticidad" que presenta en todas las zonas donde se decida cultivarlos, aunque sea de corto plazo y termine en los inicios de la poscosecha.

Campaña	Ajo			Tipos comerciales		
	Superficie (ha)	Producción (t)	Rend.pcial gral/ha (t)	Rend.Morado (t/ha)	Rend.Blanco (t/ha)	Rend.Colorado (t/ha)
2000/2001	10.394	103.940	10,00		14,19	12,76
2001/2002	9.534	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
2002/2003	10.000	s/d	s/d	s/d	s/d	s/d
2003/2004	11.089	108.792	9,81	12,58	7,70	8,87
2004/2005	8.165	78.684	9,64	10,80	9,76	8,44
2005/2006	10.366	124.416	12,05	14,75	8,69	11,29
2006/2007	10.733	148.411	13,83	16,25	9,74	12,48
2007/2008	12.657	138.153	12,87	12,37	8,14	10,15
2008/2009	12.658	161.346	12,75	14,63	11,25	11,07
2009/2010	8.725	93.859	10,75	13,37	8,33	10,62
2010/2011	11.551	140.056	12,13	14,29	10,37	10,53
2011/2012	15.915	164.262	10,32	12,16	9,30	7,93
2012/2013	8.428	97.681	11,59	13,50	7,95	10,44
<b>Promedio</b>	<b>10.786</b>	<b>123.600</b>	<b>11,57</b>	<b>13,47</b>	<b>9,58</b>	<b>10,18</b>

Cuadro 3. Evolución de superficie, producción y rendimientos/ha en la última década.

### Precios Pagados a Productor

El estudio del comportamiento histórico del precio de venta de los principales tipos comerciales de ajo en el primer nivel de comercialización, es decir, de productor primario a empacador o acopiador, permite visualizar la relación beneficio/costo a través del tiempo y también planificar acciones a futuro con mejor y mayor armonía en el desarrollo en cada una de la instancias productivas y comerciales.

Las formas de comercialización más frecuentes son como ajo verde y seco en rama y en finca. Menor frecuencia ha adquirido la venta en ristras o cortado y pelado en cajas cuyo valor agregado es notablemente superior.

El "ajo fresco en rama" es aquel que va desde el momento mismo del arrancado hasta que haya perdido aproximadamente el 25 % del peso original de la planta completa, situación que puede ocurrir (según el punto de cosecha y condiciones climáticas), dentro de los 3 a 4 días posteriores a la cosecha expuesto al aire y temperatura ambiente en las condiciones de baja humedad ambiente, como es el caso de nuestro medio.

"Ajo seco en rama" se denomina al que ha perdido aproximadamente un 50 % del peso original, situación que puede ocurrir (según el punto de cosecha y condiciones climáticas), dentro de los 30 o 45 días posteriores cuando está expuesto al aire a temperatura ambiente para las condiciones de baja humedad ambiente.

Por otra parte es conveniente dejar aclarado que la comercialización de cada tipo comercial de ajo (Morados, Blancos, Colorados), constituyen por si mismos negocios "diferentes", ya que se trata de destinos "diferentes" y/o cronograma de despachos "diferentes".

La serie de precios corrientes, desde 1999 a 2013 (parcial), permite observar valores máximos y mínimos, relacionados con diferentes sucesos políticos, económicos y financieros que han acontecidos e influido en los precios de este producto.

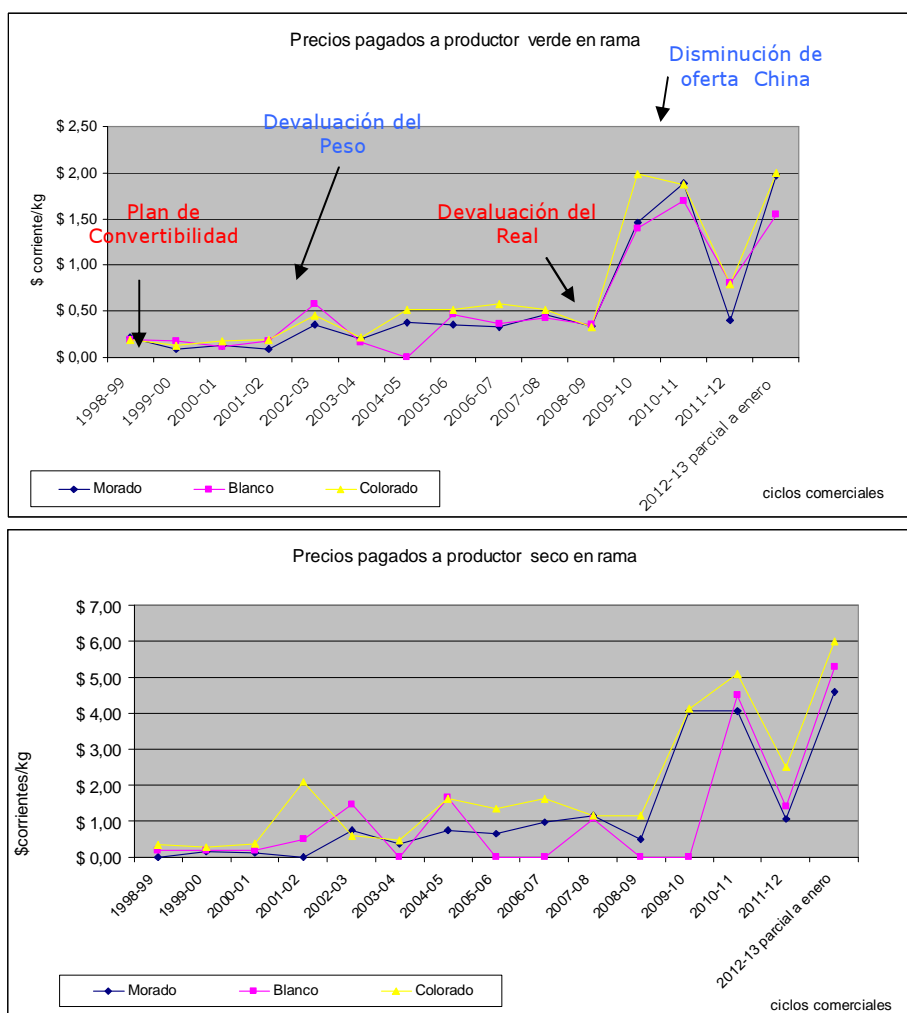
Los valores más bajos se lograron al final de de la década de los 90 y principios del año 2000, en coincidencia con el fin del Plan de Convertibilidad y a finales de 2009 con la Devaluación del Real. En 2003-2004 la devaluación de nuestra moneda fue para el sector exportador, causal de mejores precios. Por último en los recientes periodos 2009-10 y 2010-11 los precios fueron superlativos por la menor oferta china. Figura 12.



En el ciclo comercial 2011-12 los precios a productor cayeron abruptamente.

La siembra y oferta, muy estimulada por los valores de los años anteriores aumentó drásticamente (casi 16.000 ha) y una vez más los precios se desplomaron dentro de un contexto importador- exportador muy diferente. Brasil tuvo mayores importaciones desde China (este año con una cosecha normal), históricos bajos impuestos y muchas veces no cumplidos, a las importaciones extra MERCOSUR; aspectos de balanza comercial de Brasil con China y Argentina, sumaron componentes e inconvenientes al normal ingreso de ajos argentinos a nuestro principal cliente.

En 2012-13 la retracción en las plantaciones, por malos precios de la campaña anterior y ausencia de financiamiento de los productores, determinó menor oferta y diferentes condiciones en el mercado posibilitaron un mejor comienzo con precios entre 3 y 4 veces superiores al año anterior, tanto en verde como en seco. Figura 12 y 13.

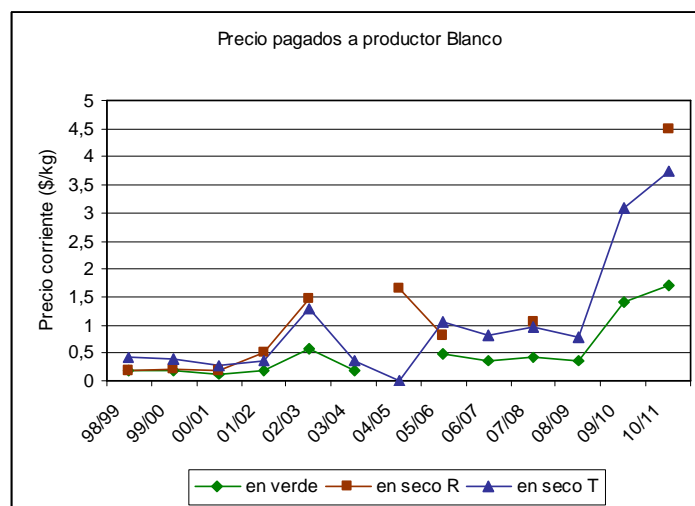
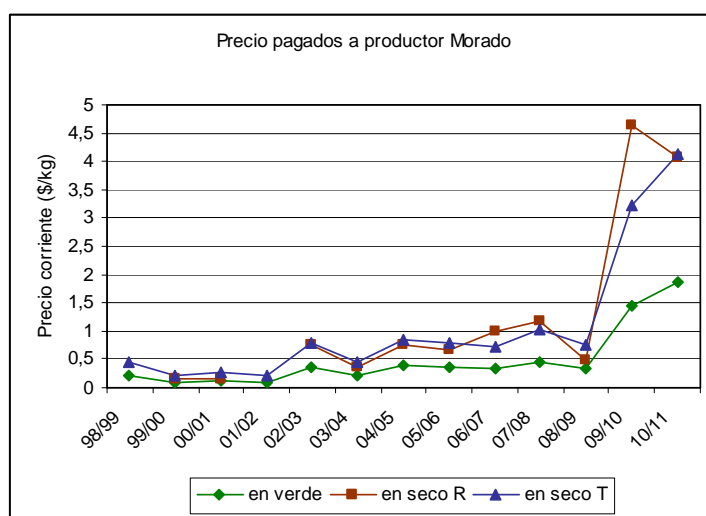


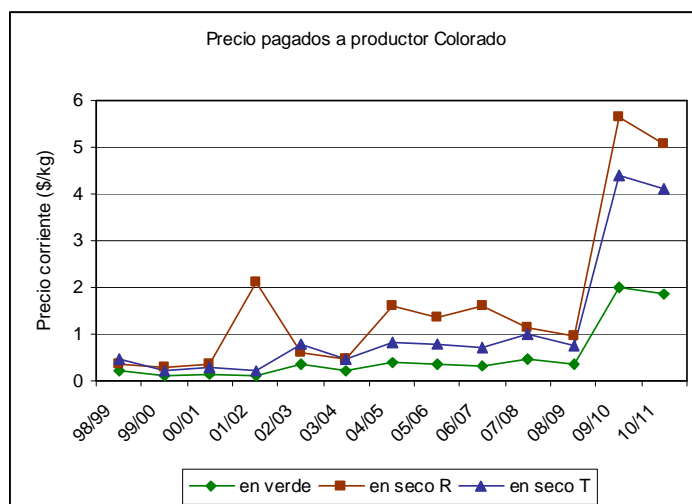
Figuras 12 y 13.  
Evolución de precios en la última década sin distinción de tipo de ajo.  
– Evolución de precios corrientes pagados a productor  
Periodo 1999- 2013 para ajo en rama verde (superior)  
y en rama seca (inferior). Colorado, blanco y morado.

Los ajos colorados secos en rama, salvo eventos puntuales, logran mejores precios. Luego los blancos con un mercado muy restringido, generalmente en manos de los empacadores y exportadores desde la producción primaria, siguen en precios y por último los morados.

Cada uno de los tipos comerciales ofrece ventajas y desventajas al comercializarlos en verde o en seco.

Las diferencias entre el precio realmente pagado por ajo en seco (R), con una relación de ajo seco teórica (T) de valor 2,2, indica que es mas conveniente para el productor de ajo Morado vender en verde y para el de ajo Colorado vender en seco, ya que en este último caso los precios recibidos son generalmente superiores a las pérdidas por secado. Figuras 13, 14 y 15.





Figuras 13, 14 y 15 – Evolución interanual de precios de ajos de distintos tipos comerciales pagados a productor en finca para ventas en verde y en seco

### Sobre la oportunidad de venta

La Figura 16 permite visualizar que no solo es importante tener en cuenta la modalidad de venta (en verde o en seco), sino también la oportunidad en que ésta se realiza.

Se toma como ejemplo el caso del ajo Colorado en las campañas 2010/2011 y 2011/2012. Los precios de **diciembre** son, generalmente, los más bajos del ciclo y constituyen el *piso* de los valores pagados en finca (mes de cosecha, máxima oferta y máxima incertidumbre del comercio con Brasil), alcanzando el máximo, comúnmente, en **mayo**, en coincidencia con una menor demanda y el fin de la vida útil de los ajos no tratados con *antibrotantes*.

La caída de precios que sobreviene en los meses siguientes hasta agosto coincidiría con la escasa calidad del producto por ausencia de infraestructura de conservación óptima a nivel de finca. Figura 16.

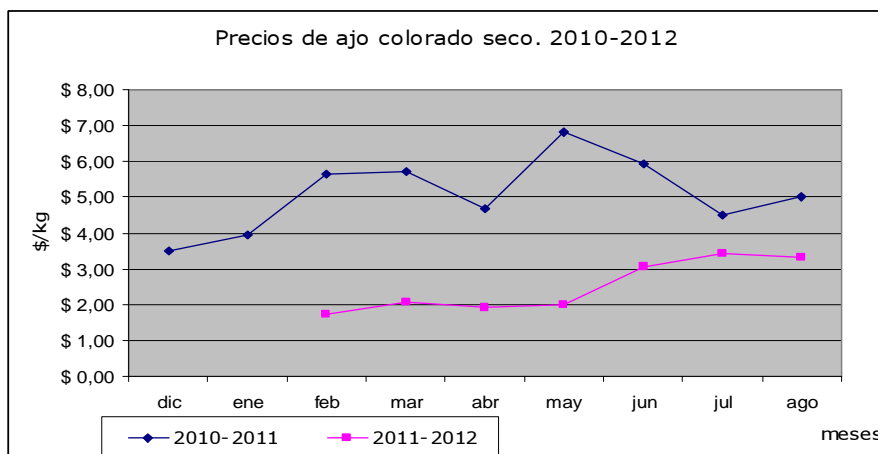


Figura 16 – Evolución de los precios corrientes de ajos Colorados pagados a productor entre diciembre de 2010 y agosto de 2011

En la coyuntura 2010 a 2012 los precios promedios de la temporada 11-12 fueron de la mitad de los logrados en 2010-11. Cuadro

### Sobre el valor agregado

La Figura 17 muestra las diferencias de precios percibidos por el productor en función de la modalidad de venta y el valor agregado. Tomando como ejemplo el ajo Colorado en la campaña 2010/2011, el análisis de la misma permite inferir que:

- El productor que vendió en seco se vio ampliamente favorecido ya que el precio del seco superó el valor de compensación por secado.
- El productor que tuvo la opción de enristrar compensó holgadamente el costo de este valor agregado.

Los precios de ajo Colorado en ristra obtuvieron buenos precios en los periodos 2010-11 y 2011-12 con 13\$/kg. , cuando cayeron todos por la conocida sobreoferta y demás componentes de China y Brasil. En los morados, por su corto periodo poscosecha no se vio el mismo fenómeno; en 2011-12 valió la mitad con menos de \$ 6/kg.

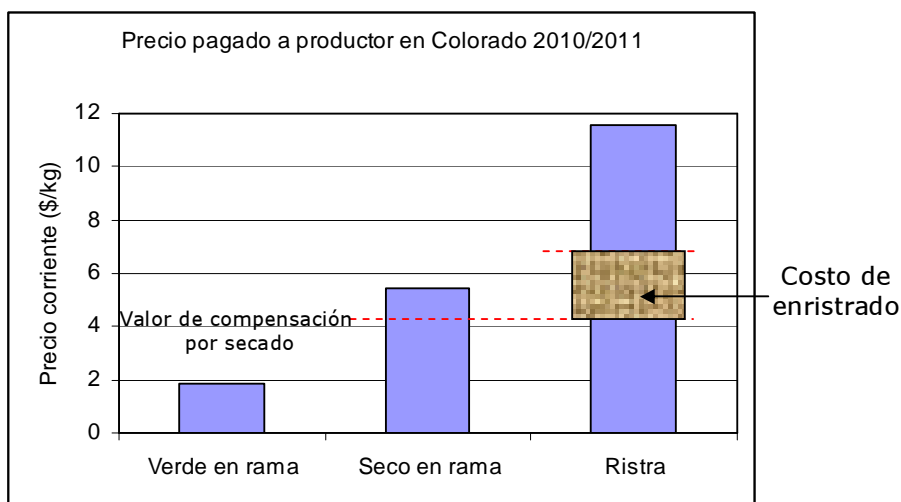


Figura 17. Precios en las distintas condiciones de venta. Ajo Colorado 2010-2011.

En general, el precio que perciben los productores depende en gran parte de la cantidad producida cada temporada. En campañas de mayores superficies cultivadas y rendimientos altos, el precio del ajo disminuye. Cuando se verifica la situación inversa el precio se eleva. Esto tiene lugar porque el producto enfrenta una demanda estable contra una oferta relativamente más variable.

Sin embargo, esta situación es normalmente negociada por los compradores locales ante los productores primarios aun cuando los precios internacionales prometan precios atractivos.

En el año 2011 el colorado en seco y en rama comenzó con \$ 3,50 / kg y recorrió oscilaciones entre \$ 4,50; \$ 5,50 y hasta \$ 6,00 por kg durante los meses de febrero y agosto. Se debe tener en cuenta que esta altura del ciclo comercial los volúmenes en existencia son escasos y pueden obtener precios altos si han sido bien conservados o precios muy bajos si la calidad es mala y el comprador tiene pocos requerimientos.

La recuperación en 2012-13 de los precios vuelven asimilarse a los de la campaña 2010-11 pero no puede dejarse de lado la evidencia de que los costos de producción han enfrentado aumentos importantes, del orden del 30 % y más, siendo este tema objeto de otro estudio.

En el periodo 2012-13, el ajo colorado verde en rama de primera calidad y calibre (6 y 7) comenzó con \$ 2,50 el kg, aunque rápidamente se ajustó a \$ 1,80 y \$ 2,00 / kg; es decir valores muy superiores a los de 2011 (\$0,40-0,50/kg). En estas condiciones los ajos de calibres chicos toman importancia, es así que se encuentran transacciones donde el promedio de precio de estos ajos fue de \$ 1,20 por kg, nuevamente un valor similar a la temporada pasada. En seco y en rama el colorado allegado hasta 6,00 \$/kg.

Para los tipos blancos, continúa el comportamiento de las temporadas anteriores, donde es difícil encontrar operaciones de precios pagados a productor. Los galpones de empaque, con cada vez mayor frecuencia, tienen sus propios cultivos y además se han desplazado hacia la provincia de San Juan, sobretodo en la región de Calingasta.

Los precios observados de ajo blanco verde en rama rondaron entre \$ 1,20 a \$ 1,70 el kg, correspondientes a calibres chicos. Seco en rama comenzó con 3,50 y en mayo alcanzó los \$ 5,50 por kilo.

En el Cuadro 4 se muestran los precios promedio de temporada de las dos campañas anteriores y en forma parcial el de 2012-13.

<b>Promedios de temporada \$/kg</b>			
<b>Ajo en rama seco</b>	<b>2010-2011</b>	<b>2011-2012</b>	<b>2012-2013 (parcial )</b>
Colorado	5,08	2,51	6,00
Morado	4,07	1,05	4,45
Blanco	4,5	1,4	5,29

Cuadro 4. Precios Pagados a Productor. Temporadas 2010 a 2013 (parcial).

Gran parte de la situación actual de precios estaría explicada desde el mercado chino. Este país es el mayor productor y exportador mundial de ajos y ha sufrido un fenómeno inflacionario de gran envergadura.

Respecto de junio de 2009 el precio del ajo se ha multiplicado por 6 hasta el año 2010, aparentemente en respuesta a que los bajos precios pagados a los productores chinos habrían causado una sostenida disminución del cultivo.

Según información publicada por el Ministerio de Comercio de China, en octubre de 2010 el precio mayorista del ajo en China alcanzó su máximo histórico, al ubicarse en RMB 12,24 / kg (U\$S 1,88 / kg). Luego de alcanzar dicho nivel, el precio de esta hortaliza comenzó su camino descendente para ubicarse en los RMB 3,83 / kg (U\$S 0,58 / kg) en la tercera semana de julio de 2011, acumulando una reducción del 65% comparado con igual fecha del año anterior.

## Principales destinos- Exportaciones

La mayor parte de la producción de ajo (mas del 70 %) es exportada. El resto queda para el mercado interno incluyendo el consumo de la población, la reserva de bulbillos para la próxima plantación, los destinos a industria y las pérdidas estimadas en cada eslabón de la cadena.

Entre los principales destinos figura en primer lugar Brasil, España, Francia, Países Bajos, Estados Unidos e Italia. Cada bloque comercial tiene sus preferencias. La Unión Europea prefiere los ajos blancos de muy buena calidad; Estados Unidos adopta los blancos y morados en mayor proporción con superiores exigencias en calibres y calidad. Brasil recibe fundamentalmente los ajos tempranos, del tipo morado y los colorados de menores tamaños.

En los últimos años han surgido otros países como Méjico, Taiwán y más recientemente Venezuela, con solicitudes de ajos tratados o no, pero todos con menores requerimientos en tamaños y calidad atendiendo a las posibilidades que sus consumidores pueden pagar.

A modo de ejemplo la Figura 18, bien representativa, muestra la distribución de las exportaciones en el periodo 2011, sobre un total exportado de más de 98.000 toneladas.

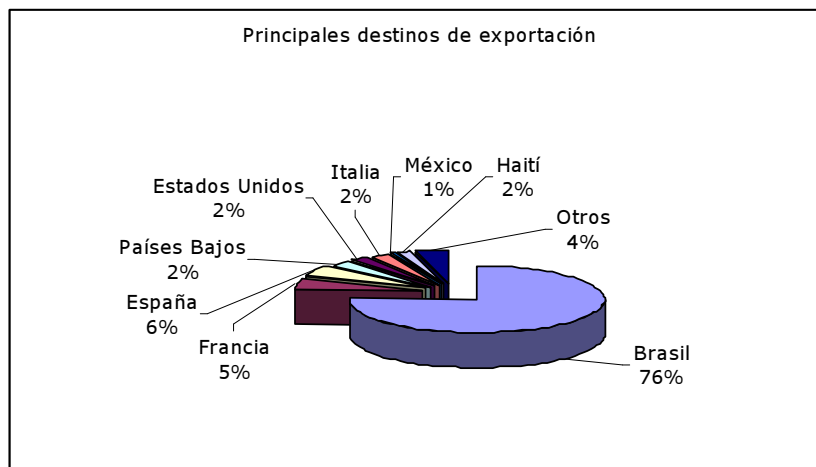


Figura 18. Principales destinos de exportación de los ajos mendocinos.

En general, los precios de exportación obtenidos en el primer semestre del año son superiores a los del segundo para los mismos destinos. Esta situación podría deberse en parte al ingreso masivo de los ajos de China a todos los mercados del mundo donde Argentina también dirige su producto. Su ingerencia aborda cada vez más el primer semestre, cuando es Argentina el principal proveedor de Brasil donde se puede verificar y comprobar fácilmente esta situación.

En **Brasil**, en contextos normales, las variables que influyen, tanto en los volúmenes como en los precios FOB obtenidos por las exportaciones argentinas, tienen que ver con el abastecimiento de ajo en dicho destino y con las épocas y precios de ingreso de nuestro ajo y del proveniente de China en los meses del primer semestre comercial. También Argentina compite, como no debería, con los productores a brasileros proveedores en los mercados locales de ajos de baja perdurabilidad, interfiriendo en su economía y con los ajos brasileros en inferioridad de condiciones con los costos y volúmenes del ajo de China.

En la temporada 2009-2010 la cantidad exportada a la **Unión Europea** aumentó en un 4,7 % respecto de la temporada anterior (17.487 toneladas en 2008-2009 a 18.315 en 2009-2010) cubriendo el 95 % de la cuota establecida para la Argentina que es de 19.147 toneladas.

En este sentido la zona de Calingasta, en San Juan, produce cada vez más ajos blancos de buena calidad, situación que de continuar por la misma senda podría representar una oportunidad de ampliar la oferta exportable a Europa y Estados Unidos.

El principal destino del ajo argentino en Europa continúa siendo Francia, seguido de España y Holanda. Francia y España disminuyeron los volúmenes con respecto a los comprados la temporada anterior, mientras que Italia los incrementó en pequeña proporción. Otros destinos de la UE son Holanda, Grecia y Bélgica.

Los precios FOB a **Francia** conforme a los registros de exportación, señalan entre USD 24-28 la caja de 10 kg, valores similares a los de la temporada anterior y muy por encima de los históricos.

En Estados Unidos para las mismas variedades y calibres, el ajo proveniente de Argentina presenta un precio mayor que el ajo proveniente de China y aún más si los tamaños de bulbos son grandes.

### Otros mercados

Desde el periodo 2006-07 Méjico y Taiwán marcaron el comienzo de las importaciones de ajo argentino, además de Brasil.

La temporada 2009-10 marcó una disminución de las exportaciones a Méjico aunque con mayores precios por caja. Mientras que en campañas pasadas la caja de 10 kg presentaba precios de entre 9 a 11 USD, durante 2009-10 los precios se ubicaron entre 15 y 21 USD y para 2010-11 entre los 20-24 USD para ajo morado.

Fecha / Países de destino	Primer Semestre 2011			Segundo Semestre 2011		
	FOB	PESO NETO	USD/KG	FOB	PESO NETO	USD/KG
Brasil	123.114.492,20	52.074.050,00	2,36	16.703.845,00	8.976.110,00	1,86
Francia	9.406.709,64	3.130.961,00	3,00	3.708.145,92	2.019.914,00	1,84
España	11.350.098,53	3.943.231,00	2,88	1.349.311,60	788.500,00	1,71
Países Bajos	4.713.030,98	1.678.730,00	2,81	1.654.669,18	969.232,00	1,71
Estados Unidos	4.661.283,10	1.700.622,80	2,74	680.442,54	433.564,00	1,57
Italia	5.415.077,91	1.577.478,00	3,43	1.135.048,26	554.290,00	2,05
México	1.225.100,00	507.320,00	2,41	4.847.587,00	4.062.596,00	1,19
Haití	2.112.196,00	1.162.600,00	1,82	158.600,00	79.300,00	2,00
Australia	1.477.271,55	397.832,00	3,71	399.813,00	182.800,00	2,19
Reino Unido	1.351.322,60	386.091,00	3,50	139.590,00	66.000,00	2,12

Cuadro 5. Exportaciones de Mendoza 2012 en base a Aduana Argentina.

**Taiwán**, por su parte, hasta 2010 era un mercado secundario pero donde iban principalmente ajos de calibres chicos como el 4. En 2011 los envíos han sido superados por Haití, con similares características. Con respecto a los precios, la situación se presenta similar a los valores históricos de este mercado, con valores cercanos a 11 USD la caja de 10 kilogramos.

A modo de resumen, el mercado externo es el principal destino del ajo, aún cuando el kg de ajo en el mercado interno resulta obtener el doble de precio que lo percibido por la exportación, se trata de un condimento cuya demanda es limitada y los grandes volúmenes restantes deben recorrer caminos fuera de la frontera nacional compitiendo con la habitual presión del producto asiático, más barato que el ajo argentino.

Por esta razón entre otras, las **estrategias** deberían buscar el eje en la calidad que piden los mercados dispuestos a pagar más y con el resto del producto abastecer aquellos países cuya población consume lo que puede de acuerdo a sus economías o deseconomías.

Todo ello teniendo en cuenta que China con tan sólo con el 10 % de lo que produce y dedica a la exportación, con precios más altos o más bajos, tiene producto para *inundar* el mercado mundial.

La diversificación de los mercados podría otorgar mayor independencia y marcar un comienzo hacia la resolución de los problemas crónicos, soliviando los coyunturales en esta actividad.

La producción e ingresos a partir del ajo, debería planificarse estratégicamente en conjunto; comprendiendo, sosteniendo y defendiendo en el tiempo el negocio del ajo como un todo; aminorando las asimetrías, resolviendo los conflictos, adquiriendo experiencia en la planificación y aplicación de acciones estratégicas. Con apoyo de los organismos públicos como instituciones de servicio contribuyendo a tender puentes entre los intereses públicos y privados (productores, obreros, acondicionadores, empacadores, proveedores); sin plazos predeterminados en años, porque el tiempo es **siempre**.