

## **2.5. RUBRO: CEBOLLA**

La cebolla (*Allium cepa L*) es un rubro hortícola de elevado consumo en el país. Datos de la DGEEC indican que el consumo per cápita en el área metropolitana es de 34,2 gramos diarios.

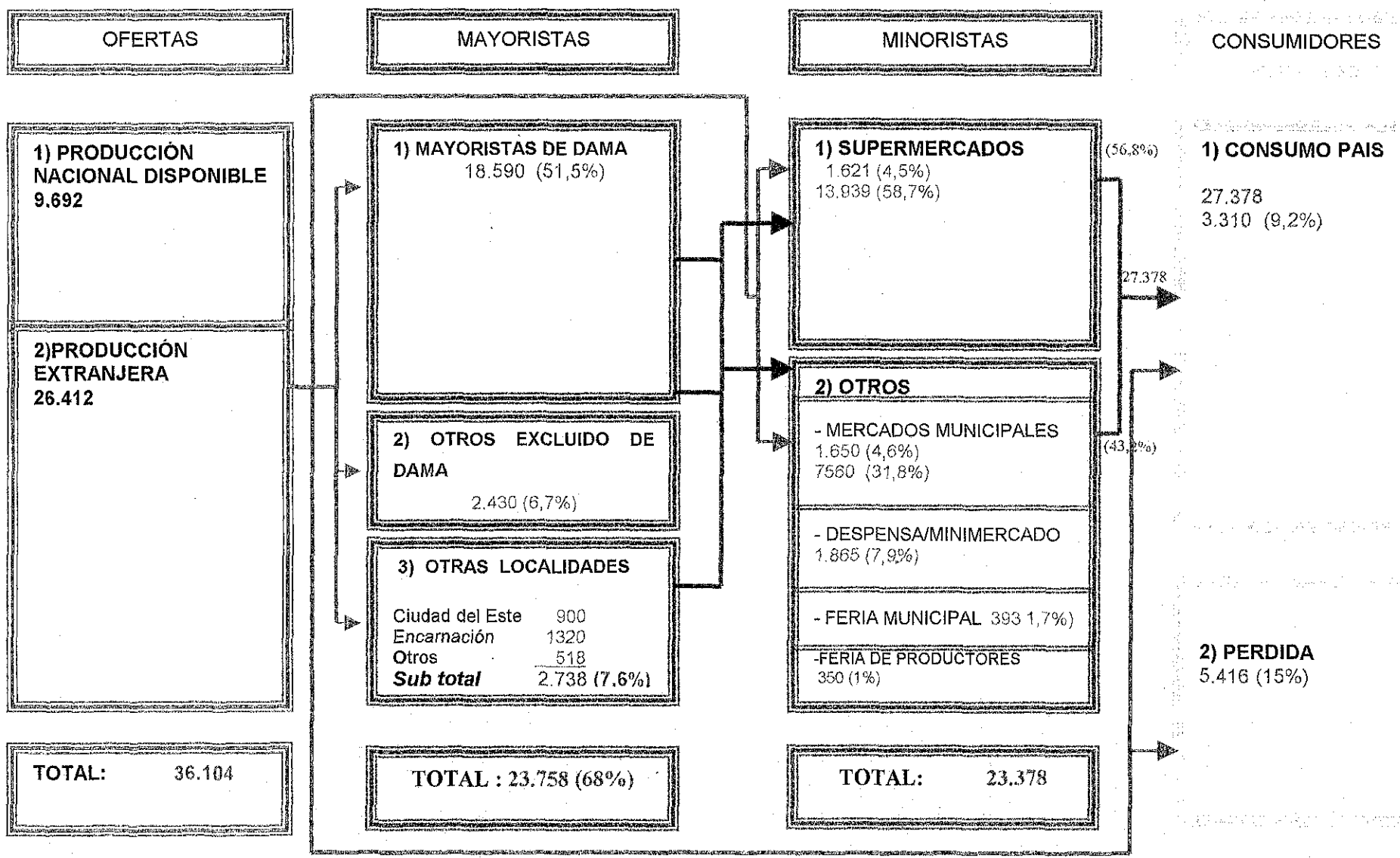
Las zonas más importantes de producción de cebolla se encuentran ubicadas en los departamentos de Caazapá, Caaguazú e Itapúa que en forma conjunta sumaron, en el año 2001, un volumen aproximado de 12.185 toneladas representando el 78% del total de la producción nacional, ver *Cuadro A-1 del Anexo A*.

La siembra de la cebolla se puede realizar en nuestro país durante los meses de febrero a junio, sin embargo, se siembra principalmente en los meses de marzo a abril, por medio del sistema de cultivo tradicional en almácigo y su transplante a los 45 a 60 días después al lugar definitivo, con un ciclo de producción de 150 a 170 días. La oferta del producto nacional se inicia en octubre y se extiende hasta enero, pero la mayor parte se concentra en los meses de noviembre y diciembre, ver *Cuadro A-2 del Anexo A*.

### **2.5.1. CANALES DE COMERCIALIZACION**

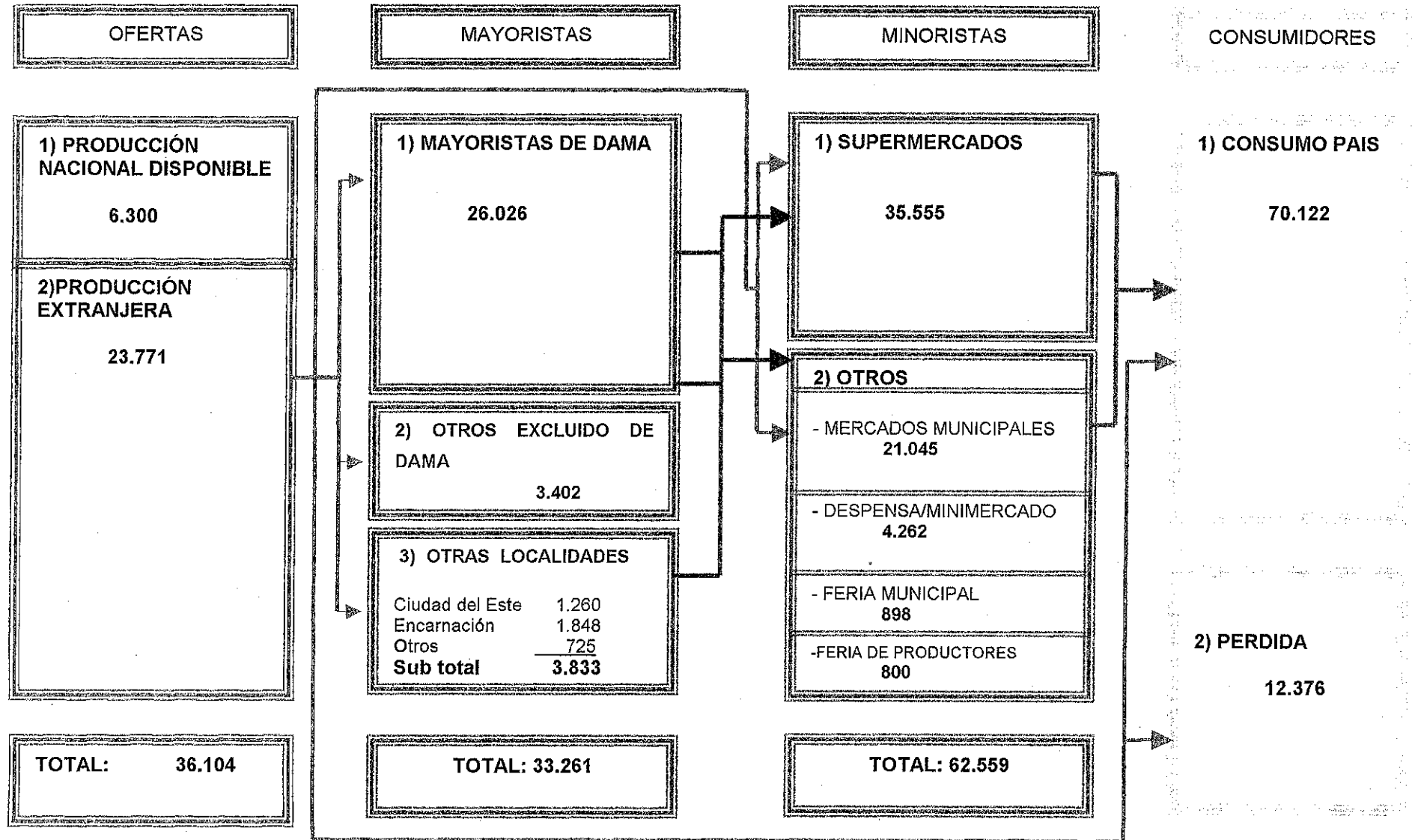
Los principales agentes involucrados en la comercialización de la cebolla constituyen los productores nacionales, mayoristas, minoristas y consumidores. El flujograma de comercialización presentados en las *Figura 13* y *Figura 14* ilustran el mercado de comercialización según los principales agentes involucrados a nivel nacional. Se estima que en el proceso de comercialización existe una pérdida global de 15% (5.416 toneladas) sobre la oferta total.

Figura 13: FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACION DE CEBOLLA (Volumen en toneladas)



Obs.: Los valores en color rojo indican volúmenes y porcentajes que provienen de la oferta. Los valores en color azul indican volúmenes y porcentajes de distribución a través de mayoristas. Los valores en color verde indican volúmenes y porcentajes distribuidos a través de minoristas hasta los consumidores.

**Figura 14: FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACION DE CEBOLLA (en millones de guaraníes)**



La oferta de cebolla en el Paraguay está representada por la producción nacional disponible y por la de origen extranjero. La producción nacional anual disponible alcanza en promedio alrededor de 9.692 toneladas, ver *Cuadro A-3 del Anexo A*.

El otro sector que contribuye a la oferta en forma mayoritaria es la cebolla de origen extranjero que incluye a las importaciones y los ingresos no registrados que totalizan un volumen de 26.412 toneladas, como puede apreciarse en el *Cuadro 33*.

**Cuadro 33. Estimación de la oferta de cebolla en el Paraguay, según origen. Año 2002**

<i>Origen</i>	<i>Volumen (Toneladas)</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
Producción nacional disponible	9.692	26,84
Importación	7.315	10,78
Ingreso No Registrado	19.097	28,14
<b>Total</b>	<b>36.104</b>	<b>100,00</b>

*Fuente: Elaborado en base a datos de la DGA, CEASA (Brasil) y DDV/MAG*

Datos registrados por la Dirección General de Aduanas indican que en el año 2002 ingresó al país un volumen total aproximado de 7.315 toneladas, de las cuales 1.333 toneladas ingresaron desde el Brasil, 5.959 toneladas desde la Argentina y 23 toneladas de otros países, ver *Cuadro A-4 del Anexo A*.

Es importante destacar que del volumen total comercializado de cebolla extranjera, se estima que aproximadamente el 72,3% corresponde a volúmenes de ingreso no registrados oficialmente, ver *Cuadro A-5 del Anexo A*.

En cuanto a la distribución de la cebolla, la misma difiere de acuerdo al origen del mismo. Así, la producción nacional es distribuida por los productores a los mayoristas ubicados en DAMA o fuera de ella, a los mayoristas de los mercados municipales de localidades del interior y a los consumidores en los mercados municipales, ferias de productores o directamente en finca, ver *Figura 13*.

La cebolla de origen extranjero que ingresa al país es canalizada en su mayor parte por mayoristas y en algunos casos por minoristas (supermercados) quienes adquieren el producto en origen, específicamente del CEASA y otros mercados de

Foz de Yguazú (Brasil), Mercado de Abasto de Posadas y de locales comerciales de Clorinda (Argentina).

El *Cuadro 34*, muestra el volumen de cebolla adquirido por los mayoristas según la zona de ubicación. Se destaca la concentración de la oferta de cebolla a través de los mayoristas ubicados en DAMA.

**Cuadro 34. Volumen de cebolla adquirido por mayoristas, según zona de ubicación. Año 2002**

<i>Zona de ubicación</i>	<i>Volumen (Toneladas)</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
DAMA	18.590	78,25
GRAN ASUNCIÓN (EXCLUIDO DAMA)	2.430	10,23
OTRAS CIUDADES DEL PAIS		
Ciudad del Este	900	
Encarnación	1.320	
Coronel Oviedo	518	
Sub total OTRAS CIUDADES DEL PAIS	2.738	11,52
<b>Total</b>	<b>23.758</b>	<b>100,00</b>

*Fuente: Elaborado en base a entrevistas a mayoristas ubicados en DAMA, Gran Asunción, Ciudad del Este, Encarnación y Coronel Oviedo.*

La oferta total de cebolla es canalizada en un 66% por los mayoristas, quienes distribuyen el producto a los supermercados y a otros minoristas, ver *Figura 13*. Es de destacar la importancia actual de los supermercados quienes captan un 58,7% de todo el volumen comercializado por los mayoristas. El volumen restante es vendido a otros minoristas ubicados en DAMA, ferias municipales, despensas y principalmente e los mercados municipales, como se observa en el *Cuadro 35*.

**Cuadro 35. Volumen de distribución de cebolla, de mayoristas a minoristas. Año 2002**

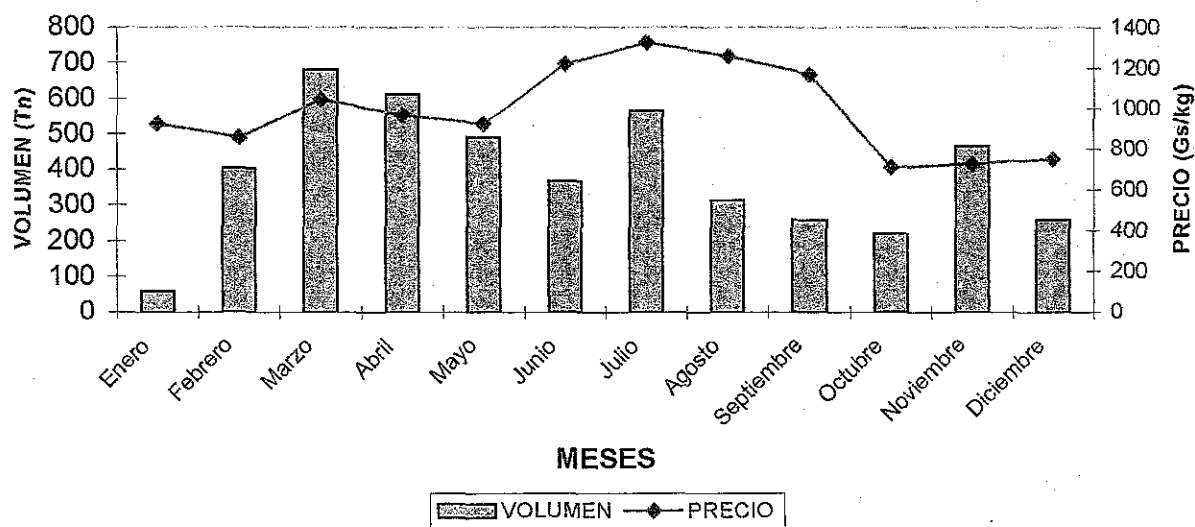
<i>Minoristas</i>	<i>Volumen (Toneladas)</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
SUPERMERCADOS	13.939	58,67
OTROS MINORISTAS		
Mercados Municipales	7.560	
Despensas/Minimercados	1.865	
Ferias Municipales	393	
Sub Total OTROS MINORISTAS	9.818	41,33
<b>Total</b>	<b>23.757</b>	<b>100,00</b>

*Fuente: Elaborado en base a entrevistas a mayoristas proveedores de supermercados, feriantes y otros minoristas.*

### 2.5.2. PRECIOS Y ESTACIONALIDAD

Los precios de la cebolla que rigen en la mayor parte del año están determinados por los precios de la cebolla extranjera adquirida en forma directa por los grandes y medianos mayoristas de DAMA en los mercados de Foz de Yguazú (Brasil), Clorinda y Posadas (Argentina), principalmente.

En los meses de octubre a diciembre, época de ingreso de la producción nacional al mercado, se manifiesta una disminución en los precios de comercialización de este rubro, acompañado también por una leve disminución del volumen total comercializado, según datos obtenidos por DAMA, según se observa en la *Figura 15*.

**FIGURA 15 : VOLUMEN Y PRECIO MENSUAL DE LA CEBOLLA. AÑO 2002**

Los precios más elevados se presentan en los meses de junio a setiembre, durante los cuales se comercializa el 32% del volumen total anual, mientras que los precios más bajos se manifestaron durante los meses de octubre a enero, con la comercialización del 21% del volumen total anual. Este periodo de bajos precios coincide con el periodo de ingreso de la producción nacional.

### 2.5.3. MARGENES DE COMERCIALIZACION

Los márgenes de comercialización, de acuerdo al origen de la oferta, indica que la diferencia entre el precio pagado por el consumidor y el precio promedio recibido por el productor en finca es de 1.635 Gs/Kg, representando un margen total de comercialización del 71,6%, ver *Cuadro 36*.

**Cuadro 36. Margen total de comercialización de cebolla. Año 2002**

Concepto	Valor (Gs/Kg)	Margen (Gs/Kg)(%)
Precio en Finca	650	
Precio de venta de Mayoristas	1.400	
Precio de venta de Minorista	2.285	1.635 (71,6%)

Fuente: Elaborado en base a datos proveídos por mayoristas, minoristas y productores.

### 2.5.4. VALOR DE LA COMERCIALIZACION

El valor de la comercialización de la cebolla proveniente de la producción nacional y del producto extranjero fue estimado en 30.071 millones de guaraníes, ver *Figura 14*. El mayor valor de la comercialización proviene del producto extranjero que tiene un precio promedio y un volumen mayor que el producto nacional, como se observa en el *Cuadro 37*.

**Cuadro 37. Valor estimado de comercialización de la cebolla, según origen. Año 2002**

Origen	Volumen (Toneladas)	Precio (Gs/Kg)	Valor (Millones de Gs)	Porcentaje (%)
Nacional	9.692	650	6.300	20,95
Extranjero	26.412	900	23.771	79,05
<b>Total</b>	<b>36.104</b>		<b>30.071</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Estimado en base a datos de la DGA CEASA (Brasil) y DDV/MAG.

En cuanto a las ventas por zona de ubicación de los mayoristas, DAMA sigue siendo el principal lugar donde se realizan las ventas de cebolla, considerando que el 78,5% del valor total comercializado se realiza a través de mayoristas ubicados en la misma. Es de destacar que los mercados mayoristas ubicados en otras localidades como Ciudad del Este, Gran Asunción y Coronel Oviedo comercializan por un valor total de apenas el 11,5%, ver Cuadro 8.

**Cuadro 38. Estimación de ventas de cebolla por mayoristas, según zona de ubicación. Año 2002**

<i>Zona</i>	<i>Volumen (Toneladas)</i>	<i>Precio (Gs/Kg)</i>	<i>Valor (Millones de Gs)</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
DAMA	18.590	1.400	26.026	78,25
GRAN ASUNCIÓN	2.430	1.400	3.402	10,23
OTRAS CIUDADES DEL PAIS				
Ciudad del Este	900	1.400	1.260	
Encarnación	1.320	1.400	1.848	
Coronel Oviedo	518	1.400	725	
Sub Total OTRAS CIUDADES DEL PAIS	2.738		3.833	11,52
<b>Total</b>	<b>23.758</b>		<b>33.261</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaborado en base a entrevistas a mayoristas.

Por otra parte, las ventas realizadas por los minoristas a los consumidores, se estima que alcanzó un valor total de 62.559 millones de guaraníes, de los cuales un 56,8% corresponde a las ventas de cebolla en los supermercados, que se estimaron en un valor aproximado de 35.555 millones de guaraníes.

Las estimaciones realizadas indican además que las ventas de cebolla realizadas por otros minoristas son de menor monto, excepto lo comercializado a través de los mercados municipales y despensas, que representa el 93,7% de lo comercializado por este canal, ver Cuadro 39.



**Cuadro 39. Estimación de ventas de cebolla por minoristas. Año 2002**

<i>Minoristas</i>	<i>Volumen (Toneladas)</i>	<i>Precio (Gs/Kg)</i>	<i>Valor (Millones de Gs)</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
SUPERMERCADOS	15.560	2.285	35.555	56,83
OTROS MINORISTAS				
Mercados Municipales	9.210	2.285	21.045	
Despensas/Minimerc.	1.865	2.285	4.262	
Ferias Municipales	393	2.285	898	
Ferias de Productores	350	2.285	800	
Sub Total OTROS MINORISTAS	11.818		27.004	43,17
<b>Total</b>	<b>27.378</b>		<b>62.559</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaborado en base a entrevistas a mayoristas y minoristas.

Finalmente, el valor de las compras de los consumidores a través de todos los canales de comercialización, alcanzó estimativamente una cifra de 70.122 millones de guaraníes, provenientes de la venta de 30.688 toneladas a un precio de 2.285 Gs/Kg.

## **2.6. RUBRO: PAPA**

La papa (*Solanum tuberosum*) es una de las hortalizas de mayor consumo en el país. Datos de la DGEEC indican que el consumo per cápita en el área metropolitana es de 172,2 gramos diarios.

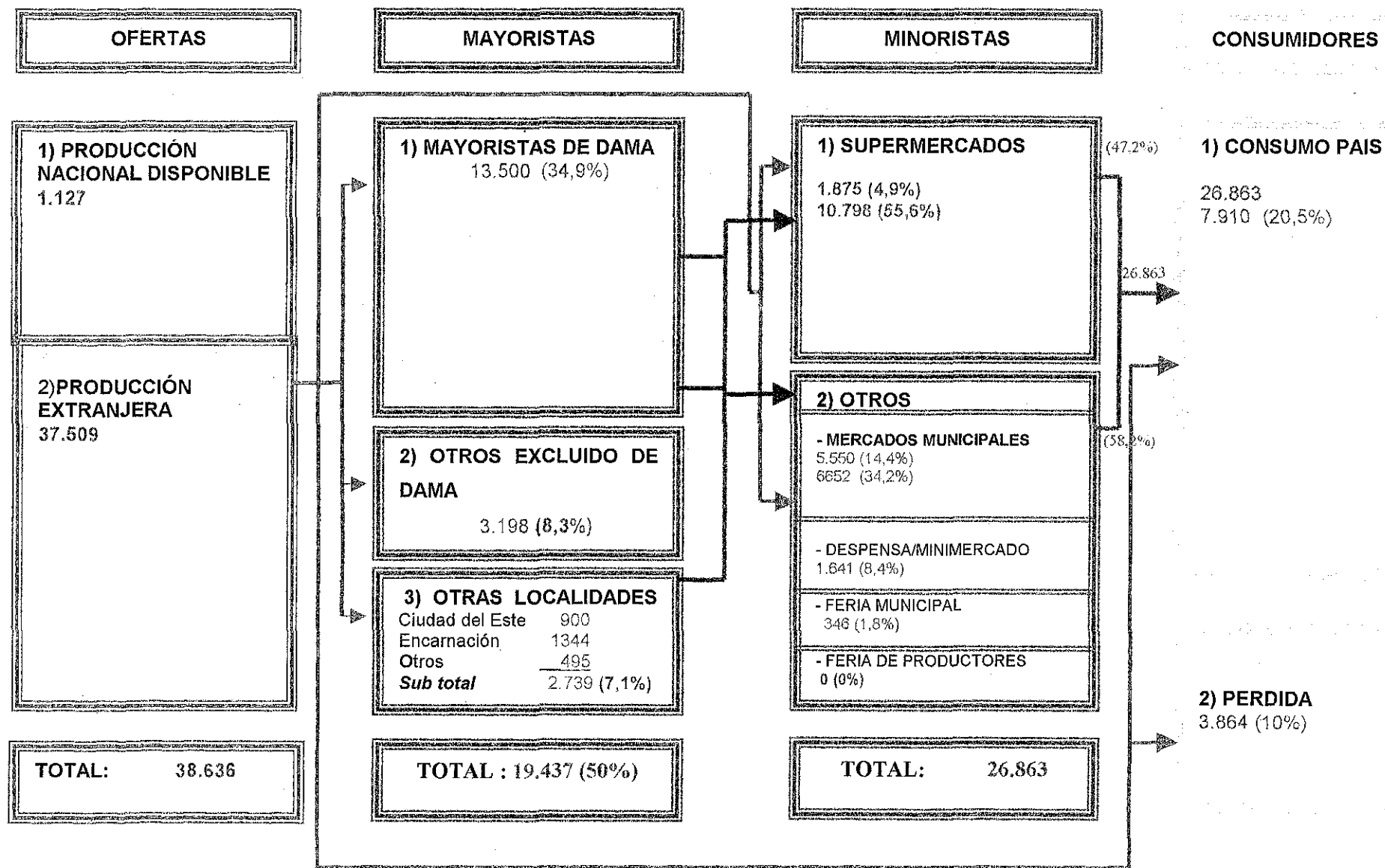
La producción nacional es muy baja, siendo el Departamento de Caaguazú el de mayor producción, con alrededor de 570 toneladas anuales, seguido por Itapúa, Misiones y Caazapá, principalmente, ver *Cuadro A-1 del Anexo A*.

La siembra de la papa se puede realizar en nuestro país durante los meses de Julio y Marzo, por medio del sistema de cultivo tradicional utilizando tubérculos – semillas, con un ciclo de producción de 100 a 110 días. La producción nacional disponible alcanza alrededor de 1.120 toneladas anuales, que sumados al de origen extranjero (37.500 toneladas), dan una oferta total de 38.636 toneladas. Esto indica que el 97% de la oferta total es de origen extranjero, provenientes de la Argentina (68%) o del Brasil (32%).

### **2.6.1. CANALES DE COMERCIALIZACION**

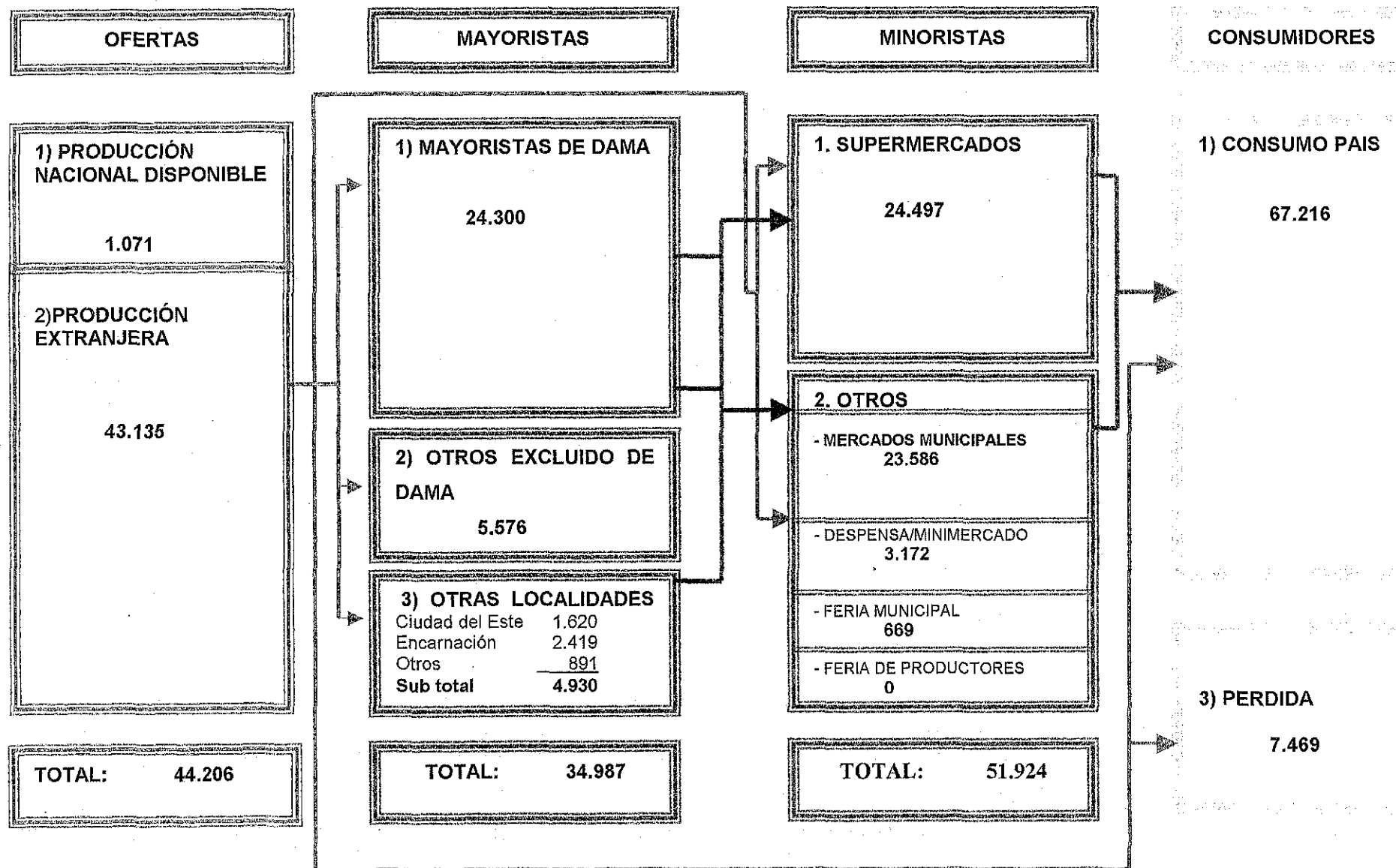
Los principales agentes involucrados en la comercialización de la papa constituyen los proveedores, mayoristas, minoristas y consumidores. El flujograma de comercialización presentados en las *Figura 16* y *Figura 17* ilustran el mercado de comercialización según los principales agentes involucrados a nivel nacional. Se estima que en el proceso de comercialización existe una pérdida global de 10% (3.864 toneladas) sobre la oferta total.

Figura 16: FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACION DE PAPA (Volumen en toneladas)



Obs.: Los valores en color rojo indican volúmenes y porcentajes que provienen de la oferta. Los valores en color azul indican volúmenes y porcentajes de distribución a través de mayoristas. Los valores en color verde indican volúmenes y porcentajes distribuidos a través de minoristas hasta los consumidores.

Figura 17: FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACION DE PAPA (en millones de guaraníes)



La oferta total de papa en el Paraguay está representada por la producción nacional disponible (3%) y por la de origen extranjero (97%), alcanzando un total anual de 38.636 toneladas, ver *Cuadro A-3 del Anexo A*.

El producto de origen extranjero, constituido por las importaciones y los ingresos no registrados, tiene una participación muy elevada, según puede apreciarse en el *Cuadro 40*.

**Cuadro 40. Estimación de la oferta de papa en el Paraguay, según origen. Año 2002**

<b>Origen</b>	<b>Volumen (Toneladas)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Producción nacional disponible	1.127	2,92
Importación	9.752	25,24
Ingreso No Registrado	27.757	71,8
<b>Total</b>	<b>38.636</b>	<b>100,00</b>

*Fuente: Elaborado en base a datos de la DGA, CEASA (Brasil) y DDV/MAG*

Datos registrados por la Dirección General de Aduanas indican que en el año 2002 ingresó al país un volumen total aproximado de 9.752 toneladas, de las cuales 2.223 toneladas ingresaron desde el Brasil y 7.529 toneladas desde la Argentina, ver *Cuadro A-4 del Anexo A*.

Es importante destacar que del volumen total comercializado de papa extranjero, se estima que aproximadamente el 74% corresponde a volúmenes de ingreso no registrados oficialmente, ver *Cuadro A-5 del Anexo A*.

La papa que ingresa al país es canalizada en su mayor parte por mayoristas y en algunos casos por minoristas (supermercados), quienes adquieren el producto en origen, específicamente del CEASA y otros mercados de Foz de Yguazú (Brasil); Mercado de Abasto de Posadas y de locales comerciales de Clorinda (Argentina).

El *Cuadro 41*, muestra el volumen de papa adquirido por los mayoristas según zona de ubicación. Se destaca la concentración de la oferta a través de los mayoristas ubicados en DAMA.

**Cuadro 41. Volumen de papa adquirido por mayoristas, según zona de ubicación. Año 2002**

<i>Zona de ubicación</i>	<i>Volumen (Toneladas)</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
DAMA	13.500	69,46
GRAN ASUNCIÓN (EXCLUIDO DAMA)	3.198	16,45
OTRAS CIUDADES DEL PAIS		
Ciudad del Este	900	
Encarnación	1.344	
Coronel Oviedo	495	
Sub total OTRAS CIUDADES DEL PAIS	2.739	14,09
<b>Total</b>	<b>19.437</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaborado en base a entrevistas a mayoristas ubicados en DAMA, Gran Asunción, Ciudad del Este, Encarnación y Coronel Oviedo.

La oferta total de papa es canalizada en un 50% por los mayoristas, quienes distribuyen el producto a los supermercados y otros minoristas, ver *Figura 16*. Es de destacar la importancia actual de los supermercados, quienes captan un 55,6% de todo el volumen comercializado por los mayoristas. El volumen restante (44,5%) es vendido a otros minoristas como los ubicados en DAMA, mercados y ferias municipales y despensas, según se observa en el *Cuadro 42*.

**Cuadro 42. Volumen de distribución de papa, de mayoristas a minoristas. Año 2002**

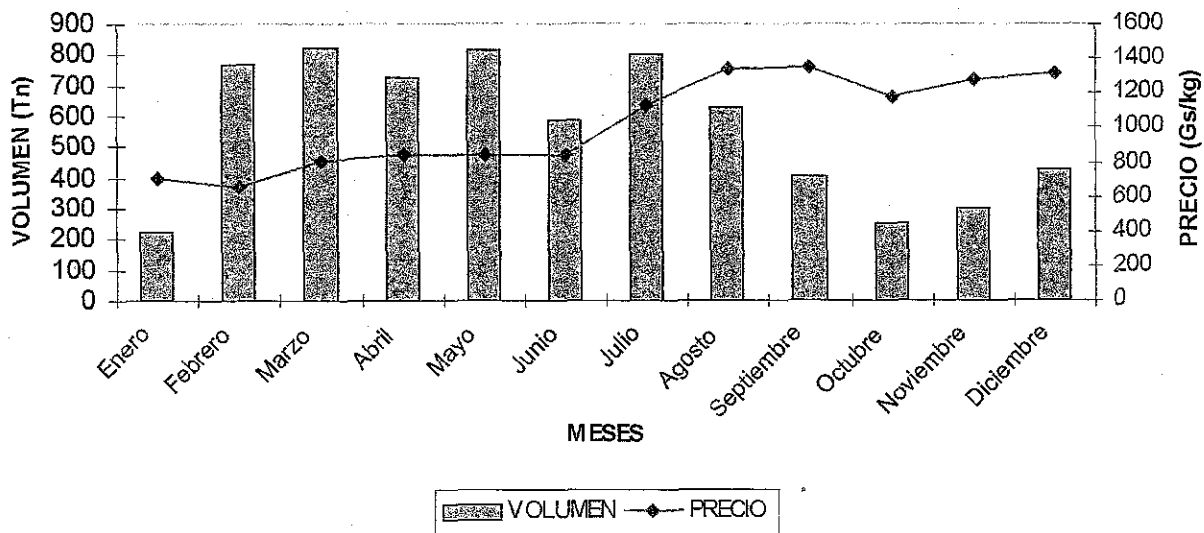
<i>Minoristas</i>	<i>Volumen (Toneladas)</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
SUPERMERCADOS	10.798	55,55
OTROS MINORISTAS		
Mercados Municipales	6.652	
Despensas/Minimercados	1.641	
Ferias Municipales	346	
Sub Total OTROS MINORISTAS	8.639	44,45
<b>Total</b>	<b>19.437</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaborado en base a entrevistas a mayoristas proveedores de supermercados, feriantes y otros minoristas.

## 2.6.2. PRECIOS Y ESTACIONALIDAD

Una de las características principales que se observa en la comercialización de la papa es que no se refleja estacionalidades muy contrastantes de precios. Así, se

tiene un continuo crecimiento durante el año, con cierta estabilidad en los meses de febrero a junio, aunque en este periodo se comercializan grandes volúmenes del tubérculo, según se observa en la *Figura 18*.



**FIGURA 18 : VOLUMEN Y PRECIO MENSUAL DE LA PAPA. AÑO 2002**

Los valores utilizados en el gráfico precedente corresponden a datos de DAMA, resaltando que en el año 2002, el 55% del volumen comercializado a través de la misma, se realiza en el periodo mencionado.

Por otra parte, los precios que rigen en la mayor parte del año están determinados por los precios de papa extranjera adquirida en forma directa por los grandes y medianos mayoristas de DAMA en los mercados de Foz de Yguazú (Brasil), Clorinda y Posadas (Argentina), principalmente.

**2.6.3. MARGENES DE COMERCIALIZACION**

Los márgenes de comercialización de acuerdo al origen de la oferta indica que la diferencia entre el precio pagado por el consumidor y el precio promedio recibido por el productor en finca es de 983 Gs/Kg, representando un margen total de comercialización del 50,9%, ver *Cuadro 43*.

**Cuadro 43. Margen total de comercialización de papa. Año 2002**

<b>Precios</b>	<b>Valor (Gs/Kg)</b>	<b>Margen (Gs/Kg)(%)</b>
Precio en Finca	950	
Precio de venta de Mayoristas	1.800	
Precio de venta de Minorista	1.933	983 (50,9%)

Fuente: Elaborado en base a datos proveídos por mayoristas, minoristas y productores.

#### 2.6.4. VALOR DE LA COMERCIALIZACION

El valor de la comercialización de la papa proveniente de la producción nacional y del producto extranjero fue estimado en sólo 44.206 millones de guaraníes, ver *Figura 18*. El mayor valor de la comercialización para el mismo año, proviene del producto extranjero, que tiene un precio promedio mayor que el producto nacional alcanzando casi el 98% del valor total del volumen comercializado, como se observa en el *Cuadro 44*.

**Cuadro 44. Valor estimado de comercialización de papa, según origen. Año 2002**

<b>Origen</b>	<b>Volumen (Toneladas)</b>	<b>Precio (Gs/Kg)</b>	<b>Valor (Millones de Gs)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Nacional	1.127	950	1.071	2,42
Extranjero	37.509	1.150	43.135	97,58
<b>Total</b>	<b>38.636</b>		<b>44.206</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Estimado en base a datos de la Dirección General de Aduanas, CEASA (Brasil) y de la DDV/MAG.

En cuanto a las ventas por zona de ubicación de los mayoristas, DAMA sigue siendo el principal lugar donde se realizan las ventas de papa dado que el 69,45% del valor total comercializado se realiza a través de mayoristas ubicados en la misma. Es de destacar que los mercados mayoristas ubicados en otras localidades como Ciudad del Este, Gran Asunción y Coronel Oviedo comercializan por un valor total de apenas el 14%, ver *Cuadro 45*.



**Cuadro 45. Estimación de ventas de papa por mayoristas, según zona de ubicación. Año 2002**

<i>Zona</i>	<i>Volumen (Toneladas)</i>	<i>Precio (Gs/Kg)</i>	<i>Valor (Millones de Gs)</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
DAMA	13.500	1.800	24.300	69,45
GRAN ASUNCION	3.198	1.800	5.756	16,45
OTRAS CIUDADES DEL PAIS				
Ciudad del Este	900	1.800	1.620	
Encarnación	1.344	1.800	2.419	
Coronel Oviedo	495	1.800	891	
Sub Total OTRAS CIUDADES DEL PAIS	2.739			14,09
			4.930	
<b>Total</b>	<b>19.437</b>		<b>34.987</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaborado en base a entrevistas a Mayoristas.

En relación a las ventas realizadas por los minoristas a los consumidores se estima que alcanzó un valor total de 51.924 millones de guaraníes, de los cuales un 47,18% corresponde a las ventas de papa en los supermercados, que se estimaron en un valor aproximado de 24.500 millones de guaraníes. Las estimaciones realizadas para los mercados municipales indican además que las ventas de papa realizadas alcanzaron para el año 2002 el valor de 23.586 millones de guaraníes, que representan el 45% de lo comercializado por los "otros minoristas", ver Cuadro 46.

**Cuadro 46. Estimación de ventas de papa por minoristas. Año 2002**

<i>Minoristas</i>	<i>Volumen (Toneladas)</i>	<i>Precio (Gs/Kg)</i>	<i>Valor (Millones de Gs)</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
SUPERMERCADOS	12.673	1.933	24.497	47,18
OTROS MINORISTAS				
Mercados Municipales	12.202	1.933	23.586	
Despensas/Minimerc.	1.641	1.933	3.172	
Ferias Municipales	346	1.933	669	
Ferias de Productores	0	1.933	0	
Sub Total OTROS MINORISTAS	14.189		27.427	52,82
<b>Total</b>	<b>26.862</b>		<b>51.924</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaborado en base a entrevistas a mayoristas y minoristas.

Finalmente, el valor de las compras de los consumidores a través de todos los canales de comercialización, alcanzó estimativamente un valor de 74.683 millones de guaraníes, provenientes de la venta de 38.636 toneladas a un precio de 1.933 Gs/Kg.

## **2.7. RUBRO: MANDIOCA**

La mandioca (*Manihot sculenta*) es un tubérculo muy consumido en el Paraguay y especialmente en áreas rurales. Datos de la DGEEC indican que el consumo per cápita en el área metropolitana es de 172,2 gramos diarios, pero para el área rural se menciona un consumo de 506,5 gramos.

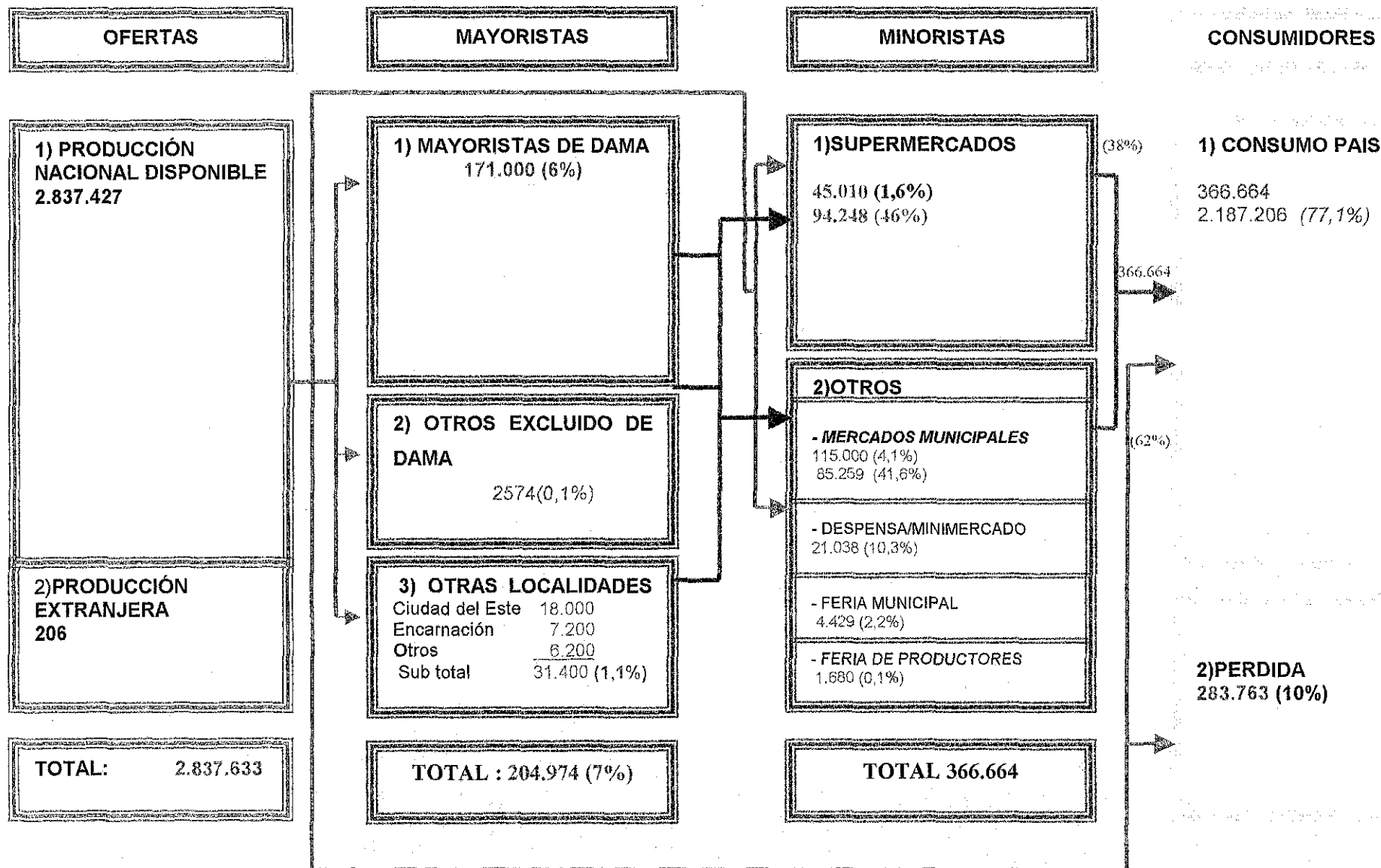
Las zonas más importantes de producción de mandioca se encuentran ubicadas en los departamentos de Caaguazú, Caazapá, Itapúa y Alto Paraná que en forma conjunta sumaron en el año 2001 un volumen aproximado de 1.614.500 toneladas representando el 59% del total de la producción nacional, ver *Cuadro A-1 del Anexo A*.

La plantación de la mandioca se realiza principalmente entre los meses de julio a octubre, pero la producción es prácticamente de todo el año, ver *Cuadro A-2 del Anexo A*.

### **2.7.1. CANALES DE COMERCIALIZACION**

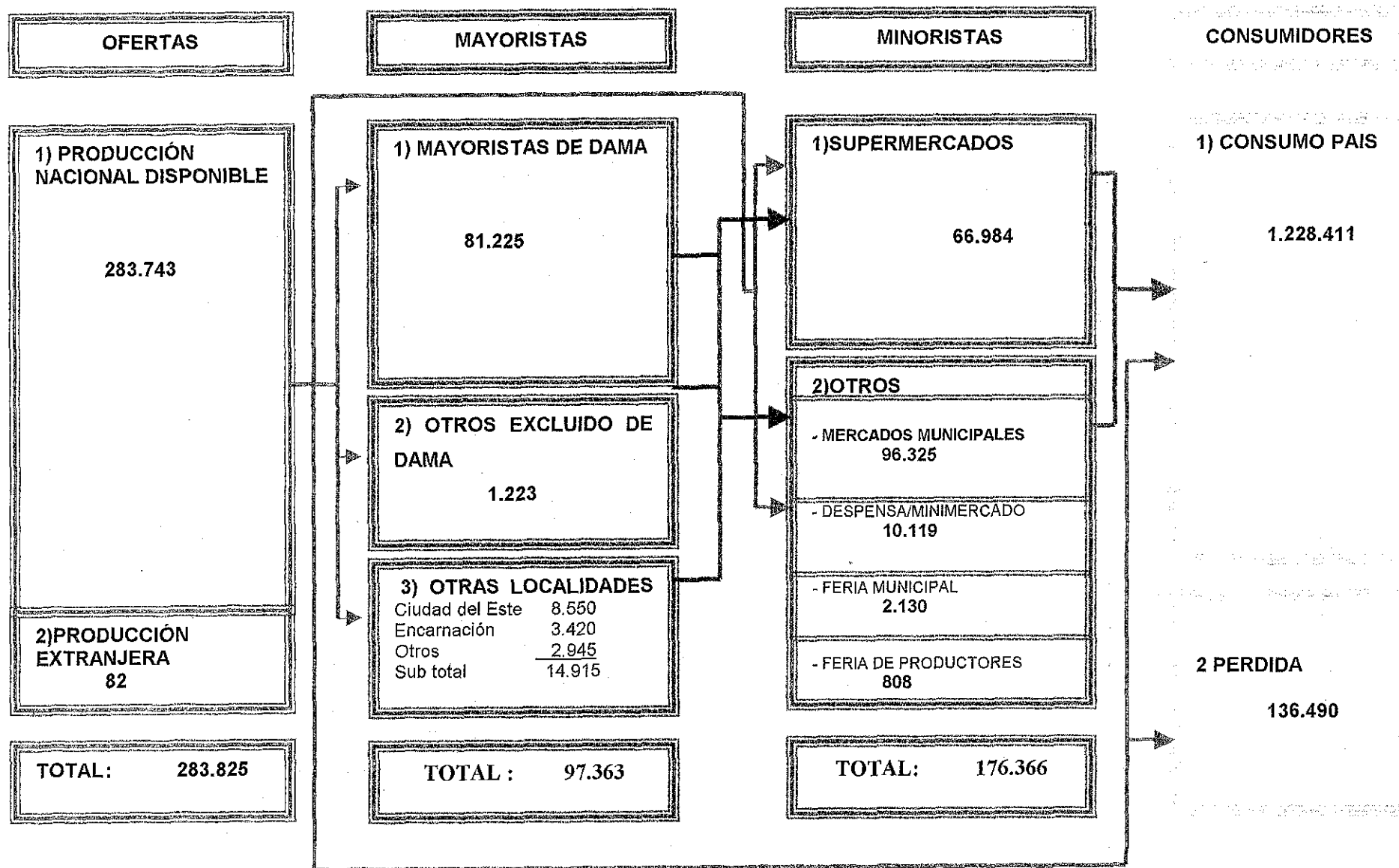
Los principales agentes involucrados en la comercialización de la mandioca constituyen los productores nacionales, mayoristas, minoristas y consumidores. El flujograma de comercialización presentados en las *Figura 19* y *Figura 20* ilustran el mercado de comercialización, según los principales agentes involucrados, a nivel nacional. Se estima que en el proceso de comercialización existe una pérdida global de 10% (283.763 toneladas) sobre la oferta total.

Figura 19: FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACION DE MANDIOCA (Volumen en toneladas)



Obs.: Los valores en color rojo indican volúmenes y porcentajes que provienen de la oferta. Los valores en color azul indican volúmenes y porcentajes de distribución a través de mayoristas. Los valores en color verde indican volúmenes y porcentajes distribuidos a través de minoristas hasta los consumidores.

Figura 20: FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACION DE MANDIOCA (en millones de guaraníes)



La oferta de mandioca en el Paraguay está representada por la producción nacional disponible y por un pequeño volumen de origen extranjero. La producción nacional anual disponible alcanza en promedio alrededor de 2.837.000 toneladas, ver *Cuadro A-3 del Anexo A*.

El producto de origen extranjero constituido por el ingreso no registrado totaliza un volumen de 206 toneladas, el cual proviene del Brasil, como puede apreciarse en el *Cuadro 47*.

**Cuadro 47. Estimación de la oferta de mandioca en el Paraguay, según origen. Año 2002**

<i>Origen</i>	<i>Volumen (Toneladas)</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
Producción nacional disponible	2.837.427	99,99
Importación	0	0,00
Ingreso No Registrado	206	0,30
<b>Total</b>	<b>2.837.633</b>	<b>100,00</b>

*Fuente: Elaborado en base a datos de la DGA, CEASA (Brasil) y DDV/MAG*

En cuanto a la distribución de la mandioca, la misma difiere de acuerdo al origen de la misma. Así, la producción nacional es distribuida por los productores a los mayoristas ubicados en DAMA o fuera de ella, a los mayoristas de los mercados municipales de localidades del interior, a los consumidores en los mercados municipales, ferias de productores, directamente en finca y un pequeño volumen (137 toneladas) en forma de popí de mandioca a la exportación con destino a Brasil y Argentina, ver *Figura 19*.

La oferta de mandioca nacional en DAMA es principalmente comercializada por productores individuales a través de transportistas y con un bajo volumen por medio de productores asociados en el local del CECOPROA, como se observa en el *Cuadro 48*.

**Cuadro 48. Volumen de mandioca nacional comercializado por asociación en DAMA. Año 2002**

<b>Asociación</b>	<b>Volumen comercializado (Toneladas)</b>
NIKKEI	0
CECOPROA	32.000
CEPACOOOP	0
<b>Total</b>	<b>32.000</b>

Fuente: Elaborado en base a entrevistas a gerentes de las asociaciones.

El Cuadro 49, muestra el volumen de mandioca adquirido por los mayoristas según la zona de ubicación. Se destaca la concentración de la oferta de mandioca a través de los mayoristas ubicados en DAMA.

**Cuadro 49. Volumen de mandioca adquirido por mayoristas, según zona de ubicación. Año 2002**

<b>Zona de ubicación</b>	<b>Volumen (Toneladas)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
DAMA	171.000	83,43
GRAN ASUNCIÓN (EXCLUIDO DAMA)	2.574	1,26
OTRAS CIUDADES DEL PAIS		
Ciudad del Este	18000	
Encarnación	7.200	
Coronel Oviedo	6.200	
Sub total OTRAS CIUDADES DEL PAIS	31.400	15,32
<b>Total</b>	<b>204.974</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaborado en base a entrevistas a mayoristas ubicados en DAMA, Gran Asunción, Ciudad del Este, Encarnación y Coronel Oviedo.

La oferta total de mandioca es canalizada solamente en un 6% por los mayoristas, quienes distribuyen el producto a los supermercados y otros minoristas, ver Figura 19. Los supermercados captan un 46% de todo el volumen comercializado por los mayoristas. El volumen restante es vendido a otros minoristas ubicados en DAMA, ferias municipales, despensas y principalmente en los mercados municipales, como se observa en el Cuadro 50.

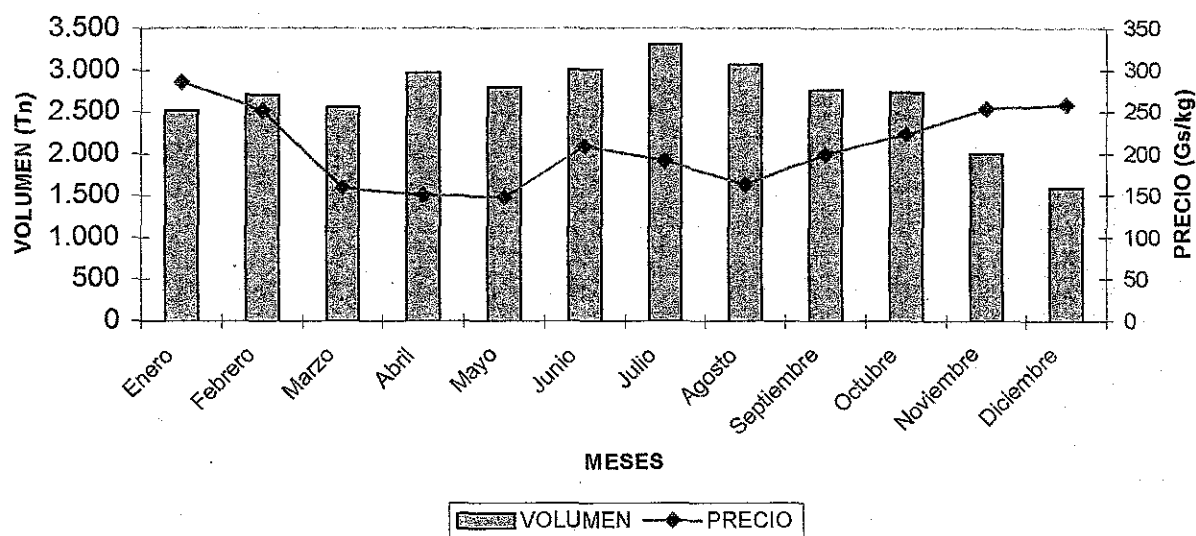
**Cuadro 50. Volumen de distribución de mandioca de mayoristas minoristas. Año 2002**

<i>Minoristas</i>	<i>Volumen (Toneladas)</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
SUPERMERCADOS	94.248	45,98
OTROS MINORISTAS		
Mercados Municipales	85.259	
Dispensas/Minimercados	21.038	
Ferias Municipales	4429	
Sub Total OTROS MINORISTAS	110.726	54,02
<b>Total</b>	<b>204.974</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaborado en base a entrevistas a mayoristas proveedores de supermercados, feriantes y otros minoristas.

**2.7.2. PRECIOS Y ESTACIONALIDAD**

La producción de mandioca es constante durante todo el año. Sin embargo, en los meses de julio y agosto se observan un pequeño incremento en el ingreso, lo cual produce a su vez una leve baja en los precios, según se observa en la *Figura 21*.



**FIGURA 21 : VOLUMEN Y PRECIO MENSUAL DE MANDIOCA. AÑO 2002**

Los valores utilizados en el gráfico precedente corresponden a datos de CECOPROA, año 2002, donde se comercializó entre los meses de julio y agosto un 20% del total vendido en el mismo, ver *Cuadro A-6 del Anexo A*.



### 2.7.3. MARGENES DE COMERCIALIZACION

Los márgenes de comercialización de acuerdo al origen de la oferta indica que la diferencia entre el precio pagado por el consumidor y el precio promedio recibido por el productor en finca es de 381 Gs/Kg representando un margen total de comercialización del 79,2 %, como puede verse en el Cuadro 51 .

**Cuadro 51. Margen total de comercialización de mandioca. Año 2002**

<b>Precios y márgenes</b>	<b>Valor (Gs/Kg)</b>	<b>Margen (Gs/Kg)(%)</b>
Precio en Finca	100	
Precio de venta de Mayoristas	475	
Precio de venta de Minorista	481	381 (79,2%)

*Fuente: Elaborado en base a datos proveídos por mayoristas, minoristas y productores*

### 2.7.4. VALOR DE LA COMERCIALIZACION

El valor de la comercialización de la mandioca proveniente de la producción nacional y del producto extranjero fue estimado en 283.825 millones de guaraníes, ver Figura 20, correspondiendo prácticamente el 100% al producto nacional.

**Cuadro 52. Valor estimado de comercialización de la mandioca según origen. Año 2002**

<b>Origen</b>	<b>Volumen (Toneladas)</b>	<b>Precio (Gs/Kg)</b>	<b>Valor (Millones de Gs)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Nacional	2.837.427	100	283.743	99,97
Extranjero	206	400	82	0,03
<b>Total</b>	<b>2.837.633</b>		<b>283.825</b>	<b>100,00</b>

*Fuente: Estimado en base a datos de la DGA CEASA (Brasil) y DDV/MAG.*

En relación a las ventas por zona de ubicación de los mayoristas, DAMA sigue siendo el principal lugar donde se realizan las ventas de mandioca ya que el 83% del valor total comercializado se realiza a través de mayoristas ubicados en la misma. Es de destacar que los mercados mayoristas ubicados en otras localidades como Ciudad del Este, Gran Asunción y Coronel Oviedo comercializan por un valor total de apenas el 17%, ver Cuadro 53.

**Cuadro 53. Estimación de ventas mayoristas según zona de ubicación. Año 2002**

<b>Zona</b>	<b>Volumen (Toneladas)</b>	<b>Precio (Gs/Kg)</b>	<b>Valor (Millones de Gs)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
DAMA	171.000	475	81.225	83,42
GRAN ASUNCION	2.574	475	1.223	1,26
<b>OTRAS CIUDADES DEL PAIS</b>				
Ciudad del Este	18000	475	8.550	
Encarnación	7.200	475	3.420	
Coronel Oviedo	6.200	475	2.945	
Sub Total OTRAS CIUDADES DEL PAIS	31.400		14.915	15,32
<b>Total</b>	<b>204.974</b>		<b>97.363</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaborado en base a entrevistas a mayoristas.

Por otra parte, las ventas realizadas por los minoristas a los consumidores se estima que alcanzó un valor total de 176.366 millones de guaraníes, de los cuales un 38% corresponde a las ventas de mandioca en los supermercados, que se estimaron en un valor aproximado de 66.894 millones de guaraníes.

De las estimaciones de ventas realizadas por otros minoristas, se destaca lo comercializado a través de los mercados municipales que alcanza un valor aproximado de 96.000 millones de guaraníes, que representa alrededor del 88 % de lo comercializado por este canal, ver Cuadro 54.

**Cuadro 54. Estimación de ventas de mandioca por minoristas. Año 2002**

<b>Minoristas</b>	<b>Volumen (Toneladas)</b>	<b>Precio (Gs/Kg)</b>	<b>Valor (Millones de Gs)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
SUPERMERCADOS	139.259	481	66.984	37,98
<b>OTROS MINORISTAS</b>				
Mercados Municipales	200.259	481	96.325	
Dispensas/Minimerc.	21.038	481	10.119	
Ferias Municipales	4429	481	2.130	
Ferias de Productores	1680	481	808	
Sub Total OTROS MINORISTAS	227.406		109.382	62,02
<b>Total</b>	<b>366.665</b>		<b>176.366</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaborado en base a entrevistas a mayoristas y minoristas.

Finalmente, el valor de las compras de los consumidores a través de todos los canales de comercialización alcanzó estimativamente un valor de 1.228.411 millones de guaraníes, provenientes de la venta de 2.553.870 toneladas a un precio de 481 Gs/Kg.

## **2.8. RUBRO: POROTO**

El poroto (*Vigna unguiculata*) es un rubro tradicional y típico de nuestro país. Datos de la DGEEC indican que el consumo per cápita en el área metropolitana es de 5,4 gramos diarios y el área rural de 14,2 gramos. En el país las principales variedades consumidas pertenecen al grupo San Francisco y Colorado (Pyta'i).

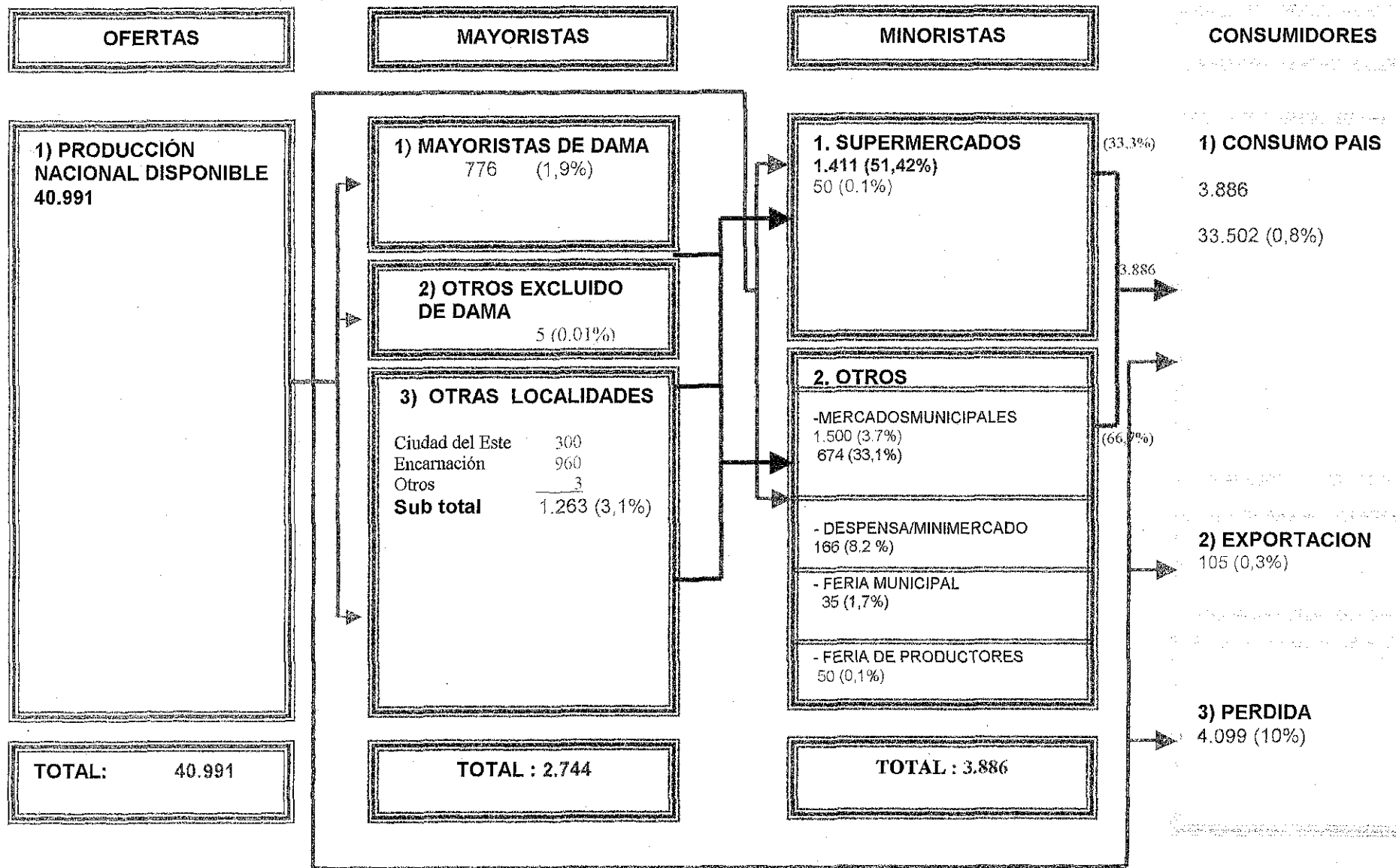
Las zonas más importantes de producción de poroto se encuentran ubicadas en los departamentos de Caazapá, Itapúa y Canindeyú que en forma conjunta sumaron en el año 2001 un volumen aproximado de 13.955 toneladas, lo cual representa el 52% del total de la producción nacional, ver *Cuadro A-1 del Anexo A*.

La siembra del poroto se realiza principalmente entre los meses de agosto a febrero por medio del sistema de cultivo tradicional concentrando la oferta de la producción nacional entre los meses de julio y febrero. La oferta del producto nacional se inicia en octubre y se extiende hasta mayo, pero la mayor parte se concentra en los meses de enero y abril, ver *Cuadro A-2 del Anexo A*.

### **2.8.1. CANALES DE COMERCIALIZACION**

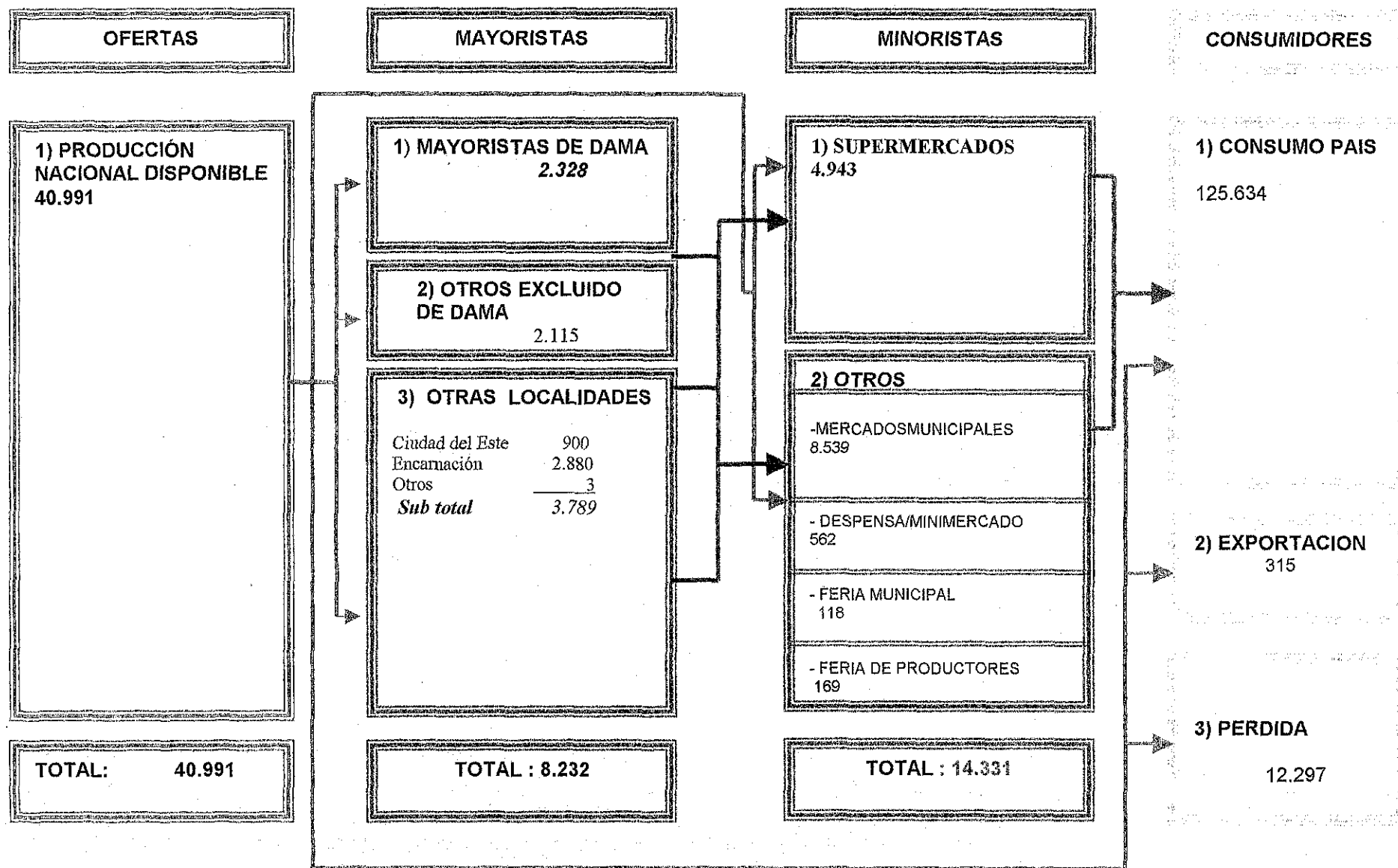
Los principales agentes involucrados en la comercialización del poroto constituyen los productores nacionales, mayoristas, minoristas y consumidores. El flujograma de comercialización presentados en las *Figura 22* y *Figura 23* ilustran el mercado de comercialización según los principales agentes involucrados de este rubro a nivel nacional. Se estima que en el proceso de comercialización existe una pérdida global de 10% (4.099 toneladas) sobre la oferta total.

Figura 22: FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACION DE POROTO (Volumen en toneladas)



Obs.: Los valores en color rojo indican volúmenes y porcentajes que provienen de la oferta. Los valores en color azul indican volúmenes y porcentajes de distribución a través de mayoristas. Los valores en color verde indican volúmenes y porcentajes distribuidos a través de minoristas hasta los consumidores.

Figura 23: FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACION DE POROTO (en millones de guaraníes)



La oferta de poroto en el Paraguay está representada exclusivamente por la producción nacional disponible, que alcanza en promedio alrededor de 41.000 toneladas, ver *Cuadro A-3 del Anexo A*.

En el *Cuadro 55* se presenta la estimación de la oferta de poroto, resaltando que la misma es netamente de origen nacional. No existen datos de ingreso de poroto extranjero.

**Cuadro 55. Estimación de la oferta de poroto en el Paraguay, según origen. Año 2002**

<b>Origen</b>		<b>Volumen (Toneladas)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Producción nacional disponible	nacional	40.991	100,00
Importación		0	0,00
Ingreso No Registrado		0	0,00
<b>Total</b>		<b>40.991</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaborado en base a datos de la DGA, CEASA (Brasil) y DDV/MAG

El poroto es distribuido por los productores a los acopiadores locales quienes se encargan de transportar y comercializar a los mayoristas ubicados en DAMA o fuera de ella, a los mayoristas de los mercados municipales de localidades del interior, a los consumidores en los mercados municipales, ferias de productores, directamente en finca y un pequeño volumen (105 toneladas) a la exportación con destino a Portugal, España y Brasil, ver *Figura 22*.

La oferta de poroto nacional en DAMA es comercializada por productores asociados a organizaciones como NIKKEI, CEPACOOOP, CECOPROA, FUNDECA, entre otras, como se observa en el *Cuadro 56*.

**Cuadro 56. Volumen de poroto nacional comercializado por asociación en DAMA. Año 2002.**

<b>Asociación</b>	<b>Volumen comercializado (Toneladas)</b>
NIKKEI	2,15
CECOPROA	71,12
CEPACOOOP	2,15
FUNDECA	360
<b>Total</b>	<b>435,42</b>

Fuente: Elaborado en base a entrevistas a gerentes de las asociaciones.

El Cuadro 57, muestra el volumen de poroto adquirido por los mayoristas según la zona de ubicación.

**Cuadro 57. Volumen de poroto adquirido por mayoristas, según zona de ubicación. Año 2002.**

<b>Zona de ubicación</b>	<b>Volumen (Toneladas)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
DAMA	776	28,28
GRAN ASUNCIÓN (EXCLUIDO DAMA)	705	25,69
OTRAS CIUDADES DEL PAIS		
Ciudad del Este	300	
Encarnación	960	
Coronel Oviedo	3	
Sub total OTRAS CIUDADES DEL PAIS	1.263	46,03
<b>Total</b>	<b>2.744</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaborado en base a entrevistas a mayoristas ubicados en DAMA, Gran Asunción, Ciudad del Este, Encarnación y Coronel Oviedo.

La oferta total de poroto es canalizada en un 7% por los mayoristas quienes distribuyen el producto a los supermercados y otros minoristas, ver Figura 22. Es de destacar la importancia actual de los supermercados quienes captan un 53,53% de todo el volumen comercializado por los mayoristas. El volumen restante es vendido a otros minoristas ubicados en DAMA, ferias municipales, despensas y principalmente en los mercados municipales, como se observa en el Cuadro 58.



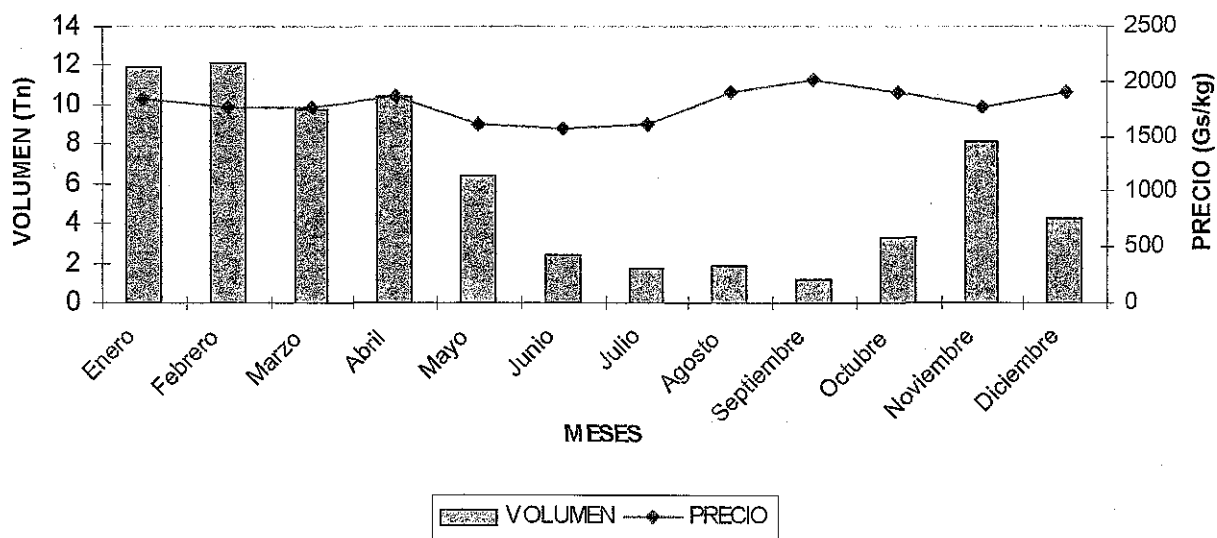
**Cuadro 58. Volumen de distribución de poroto de mayoristas a minoristas. Año 2002**

<i>Minoristas</i>	<i>Volumen (Toneladas)</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
SUPERMERCADOS	1.411	53,53
OTROS MINORISTAS		
Mercados Municipales	1.024	
Despensas/Minimercados	166	
Ferias Municipales	35	
Sub Total OTROS MINORISTAS	1.225	46,47
<b>Total</b>	<b>2.636</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaborado en base a entrevistas a mayoristas proveedores de supermercados, feriantes y otros minoristas.

### 2.8.2. PRECIOS Y ESTACIONALIDAD

El poroto se comercializa durante todo el año, sin embargo se registran volúmenes importantes de ingreso al mercado a partir del mes de noviembre hasta el mes de abril. Sin embargo, este patrón estacional no muestra una incidencia marcada en la variación de los precios como puede verse en la *Figura 24*.



**FIGURA 24 : VOLUMEN Y PRECIO MENSUAL DE POROTO. AÑO 2002**

Los datos de la figura precedente corresponden a datos de ventas realizadas en CECOPROA Y CEPACOOOP en el año 2002. Entre los meses de enero y abril se

registra aproximadamente un 60% del total comercializado, ver Cuadro A-6 del Anexo A.

### 2.8.3. MARGENES DE COMERCIALIZACION

El margen de comercialización, de acuerdo al origen de la oferta, indica que la diferencia entre el precio pagado por el consumidor y el precio promedio recibido por el productor en finca es de 2.383 Gs/Kg representando un margen total de comercialización del 70,4 %, ver Cuadro 59.

**Cuadro 59. Margen total de comercialización de poroto. Año 2002**

<b>Precios y márgenes</b>	<b>Valor (Gs/Kg)</b>	<b>Margen (Gs/Kg)(%)</b>
Precio en Finca	1.000	
Precio de venta de Mayoristas	3.000	
Precio de venta de Minorista	3.383	2.383 (70,4%)

Fuente: Elaborado en base a datos proveídos por mayoristas, minoristas y productores

### 2.8.4. VALOR DE LA COMERCIALIZACION

El valor de la comercialización del poroto proveniente de la producción nacional fue estimado en 40.991 millones de guaraníes, ver Figura 23.

**Cuadro 60. Valor estimado de comercialización del poroto según origen. Año 2002**

<b>Origen</b>	<b>Volumen (Toneladas)</b>	<b>Precio (Gs/Kg)</b>	<b>Valor (Millones de Gs)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Nacional	40.991	1.000	40.991	100,00
Extranjero	0	1.200	0	0,00
<b>Total</b>	<b>40.991</b>		<b>40.991</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Estimado en base a datos de la DGA CEASA (Brasil) y DDV/MAG.

En relación a las ventas por zona de ubicación de los mayoristas, dentro de DAMA se realizan ventas de poroto que representa el 28% del valor total comercializado en la misma. Es de destacar que los mercados mayoristas ubicados en otras localidades como Ciudad del Este, Gran Asunción y Coronel Oviedo comercializan por un valor cercano al 53%, ver Cuadro 61.

**Cuadro 61. Estimación de ventas de poroto por mayoristas según zona de ubicación. Año 2002**

<b>Zona</b>	<b>Volumen (Toneladas)</b>	<b>Precio (Gs/Kg)</b>	<b>Valor (Millones de Gs)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
DAMA	776	3.000	2.328	28,27
GRAN ASUNCION	705	3.000	2.115	25,70
OTRAS CIUDADES DEL PAIS				
Ciudad del Este	300	3.000	900	
Encarnación	960	3.000	2.880	
Coronel Oviedo	3	3.000	9	
Sub Total OTRAS CIUDADES DEL PAIS	1.263		3.789	52,98
<b>Total</b>	<b>2.384</b>		<b>8.232</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaborado en base a entrevistas a Mayoristas.

Por otra parte, las ventas realizadas por los minoristas a los consumidores se estima que alcanzó un valor total de 14.331 millones de guaraníes, de los cuales un 34,50% corresponde a las ventas de poroto en los supermercados, que se estimaron en un valor aproximado de 4.943 millones de guaraníes.

Las estimaciones realizadas indican además que las ventas de poroto realizadas por otros minoristas son de menor monto, excepto lo comercializado a través de los mercados municipales y despensas, quienes representan el 97 % de lo comercializado por este canal, ver Cuadro 62.

**Cuadro 62. Estimación de venta de poroto por minoristas. Año 2002**

<b>Minoristas</b>	<b>Volumen (Toneladas)</b>	<b>Precio (Gs/Kg)</b>	<b>Valor (Millones de Gs)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
SUPERMERCADOS	1.461	3.383	4.943	34,50
OTROS MINORISTAS				
Mercados Municipales	2.524	3.383	8.539	
Despensas/Minimerc.	166	3.383	562	
Ferias Municipales	35	3.383	118	
Ferias de Productores	50	3.383	169	
Sub Total OTROS MINORISTAS	2.775		9.388	65,50
<b>Total</b>	<b>4.236</b>		<b>14.331</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaborado en base a entrevistas a mayoristas y minoristas.

Finalmente, el valor de las compras de los consumidores a través de todos los canales de comercialización alcanzó estimativamente un valor de 125.634 millones de guaraníes, provenientes de la venta de 37.137 toneladas a un precio de 3.383 Gs/Kg.

## **2.9. RUBRO: NARANJA**

La naranja (*Citrus sinensis*) es una de las frutas de mayor consumo en fresco en el país. Datos de la DGEEC indican que el consumo per cápita en el área metropolitana es de 53 gramos diarios.

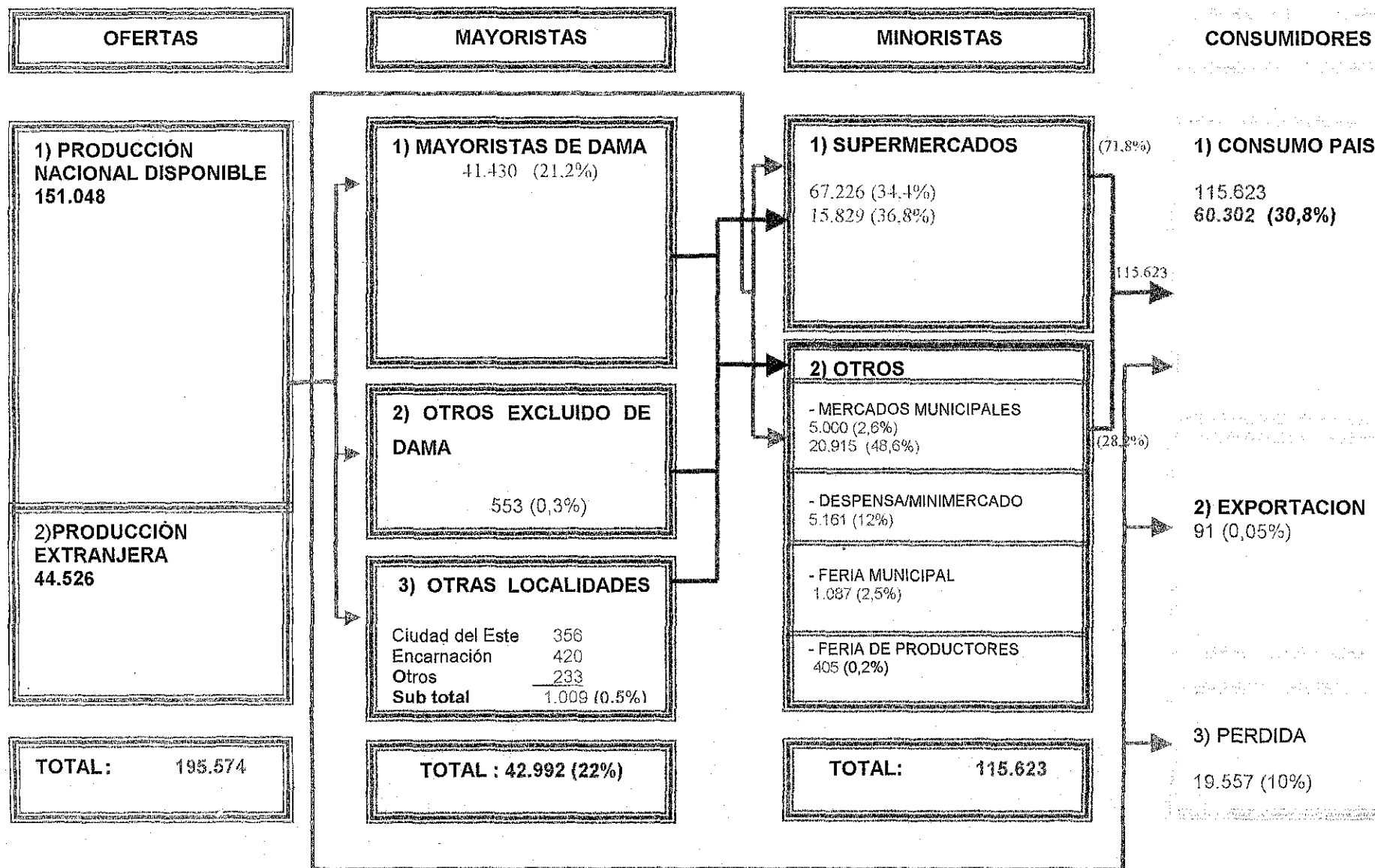
Las zonas más importantes de producción de naranja se encuentran ubicadas en los departamentos de Itapúa, San Pedro, Caaguazú y Cordillera que en forma conjunta sumaron en el año 2001 un volumen aproximado de 122.617 toneladas representando el 61% del total de la producción nacional, ver *Cuadro A-1 del Anexo A*.

Las plantaciones de naranja se pueden realizar en nuestro país los meses de abril, mayo y junio. La oferta del producto nacional se inicia en marzo y se extiende hasta diciembre, pero la mayor parte se concentra en los meses de julio a diciembre, ver *Cuadro A-2 del Anexo A*.

### **2.9.1. CANALES DE COMERCIALIZACION**

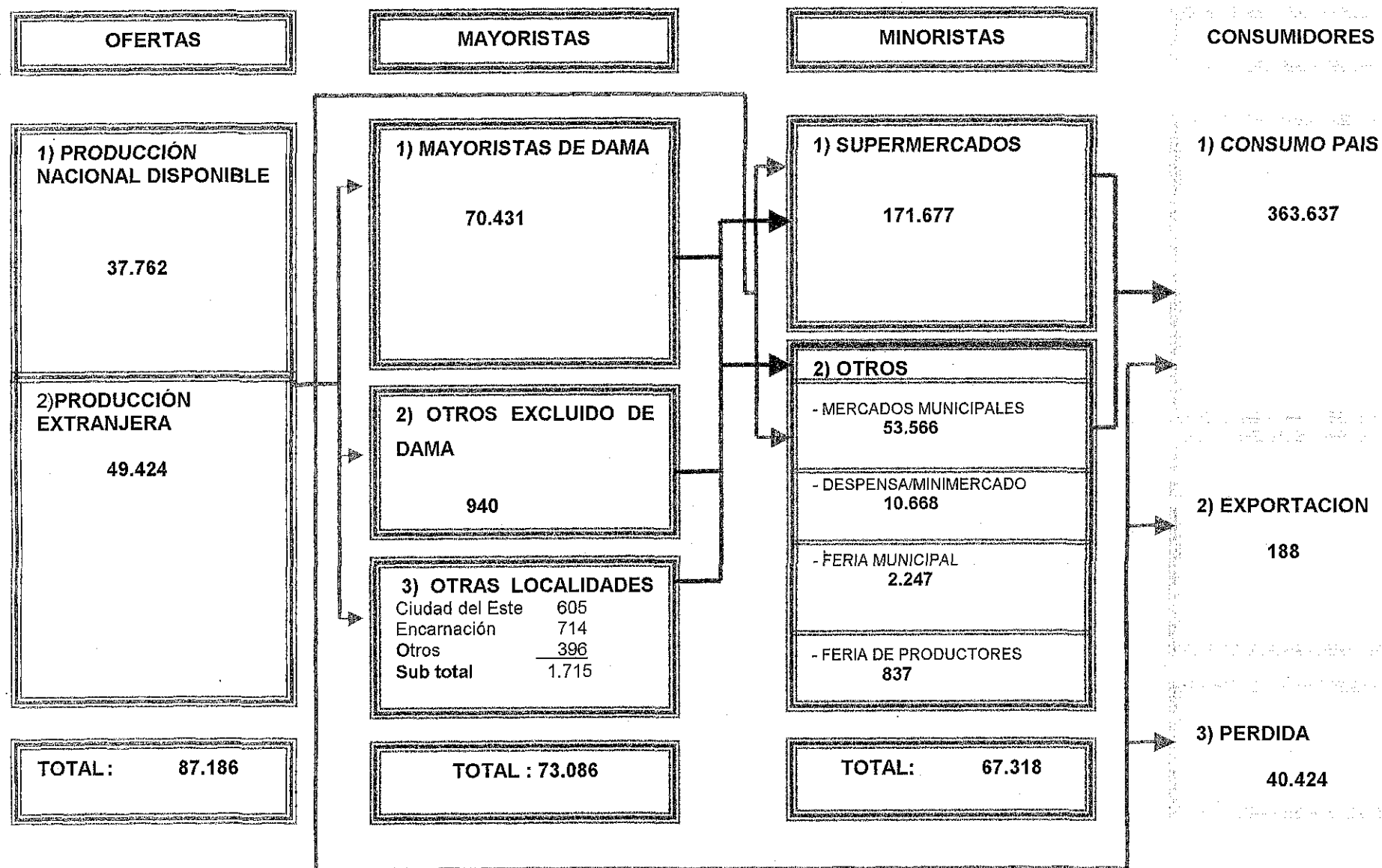
Los principales agentes involucrados en la comercialización de la naranja constituyen los productores nacionales, mayoristas, minoristas y consumidores. El flujograma de comercialización presentados en las *Figura 25* y *Figura 26* ilustran el mercado de comercialización según los principales agentes involucrados de este rubro a nivel nacional. Se estima que en el proceso de comercialización existe una pérdida global de 10% (19.557 toneladas) sobre la oferta total.

Figura 25: FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACION DE NARANJA (Volumen en toneladas)



Obs.: Los valores en color rojo indican volúmenes y porcentajes que provienen de la oferta. Los valores en color azul indican volúmenes y porcentajes de distribución a través de mayoristas. Los valores en color verde indican volúmenes y porcentajes distribuidos a través de minoristas hasta los consumidores.

Figura 26: FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACION DE NARANJA (en millones de guaraníes)



La oferta de naranja en el Paraguay está representada por la producción nacional disponible y por la de origen extranjero. La producción nacional anual disponible alcanza en promedio alrededor de 151.048 toneladas, ver *Cuadro A-3 del Anexo A*.

El otro sector que contribuye a la oferta constituye el producto de origen extranjero que totaliza un volumen de 44.526 toneladas integrado por las importaciones y los ingresos no registrados, como puede apreciarse en el *Cuadro 63*.

**Cuadro 63. Estimación de la oferta de naranja en el Paraguay, según origen. Año 2002**

<i>Origen</i>	<i>Volumen (Toneladas)</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
Producción nacional disponible	151.048	77,23
Importación	37.104	54,68
Ingreso No Registrado	7.423	10,94
<b>Total</b>	<b>195.575</b>	<b>100,00</b>

*Fuente: Elaborado en base a datos de la DGA, CEASA (Brasil) y DDV/MAG*

Datos registrados por la Dirección General de Aduanas indican que en el año 2002 ingresó al país un volumen total aproximado de 37.104 toneladas, de las cuales 1.144 toneladas ingresaron desde el Brasil y desde la Argentina, contrariamente a movimientos de años anteriores, ingresó un volumen superior, alcanzando un total de 35.830 toneladas, ver *Cuadro A-4 del Anexo A*.

Es importante destacar que del volumen total comercializado de naranja extranjera, se estima que aproximadamente el 17% corresponde a volúmenes de ingreso no registrado oficialmente, ver *Cuadro A-5 del Anexo A*.

En cuanto a la distribución de la naranja, la misma difiere de acuerdo al origen del mismo. Así, la producción nacional es distribuida por los productores a los mayoristas ubicados en DAMA o fuera de ella, a los mayoristas de los mercados municipales de localidades del interior, a los consumidores en los mercados municipales, ferias de productores, directamente en finca y un pequeño volumen (91 toneladas) a la exportación con destino a Alemania y España, ver *Figura 25*.



La oferta de naranja nacional en DAMA es comercializada por productores asociados a organizaciones como NIKKEI y CEPACOOOP, entre otras, como se observa en el Cuadro 64.

**Cuadro 64. Volumen de naranja nacional comercializado por asociación en DAMA. Año 2002**

<i>Asociación</i>	<i>Volumen comercializado (Toneladas)</i>
NIKKEI	30,73
CEPACOOOP	3,73
<b>Total</b>	<b>34,46</b>

*Fuente: Elaborado en base a entrevistas a gerentes de las asociaciones.*

Es de destacar la importancia de la empresa KIMEX (FRUTIKA) como productora y comercializadora de cítricos, ya que cuenta con 1.000 hectáreas en producción y otras 1.000 hectáreas que entrarán en producción en 3 años. Esta empresa destina el 80% de su producción de naranjas a la venta en fresco (24 toneladas) y el resto a la industria.

La naranja extranjera que ingresa al país es canalizada en su mayor parte por mayoristas y en algunos casos por minoristas (supermercados) quienes adquieren el producto en origen, específicamente del CEASA y otros mercados de Foz de Yguazú (Brasil), Mercado de Abasto de Posadas y de locales comerciales de Clorinda (Argentina).

El Cuadro 65, muestra el volumen de naranja adquirido por los mayoristas según la zona de ubicación. Se destaca la concentración de la oferta de naranja a través de los mayoristas ubicados en DAMA.

**Cuadro 65. Volumen de naranja adquirido por mayoristas, según zona de ubicación. Año 2002**

<b>Zona de ubicación</b>	<b>Volumen (Toneladas)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
DAMA	41.430	96,37
GRAN ASUNCIÓN (EXCLUIDO DAMA)	553	1,29
OTRAS CIUDADES DEL PAIS		
Ciudad del Este	356	
Encarnación	420	
Coronel Oviedo	233	
Sub total OTRAS CIUDADES DEL PAIS	1.009	2,35
<b>Total</b>	<b>42.992</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaborado en base a entrevistas a mayoristas ubicados en DAMA, Gran Asunción, Ciudad del Este, Encarnación y Coronel Oviedo.

La oferta total de naranja es canalizada en un por los mayoristas, quienes distribuyen el producto a los supermercados y otros minoristas, ver *Figura 25*. Es de destacar la importancia actual de los supermercados quienes captan un 49,6% de todo el volumen comercializado por los mayoristas. El volumen restante es vendido a otros minoristas ubicados en DAMA, ferias municipales, despensas y principalmente en los mercados municipales, como se observa en el *Cuadro 66*.

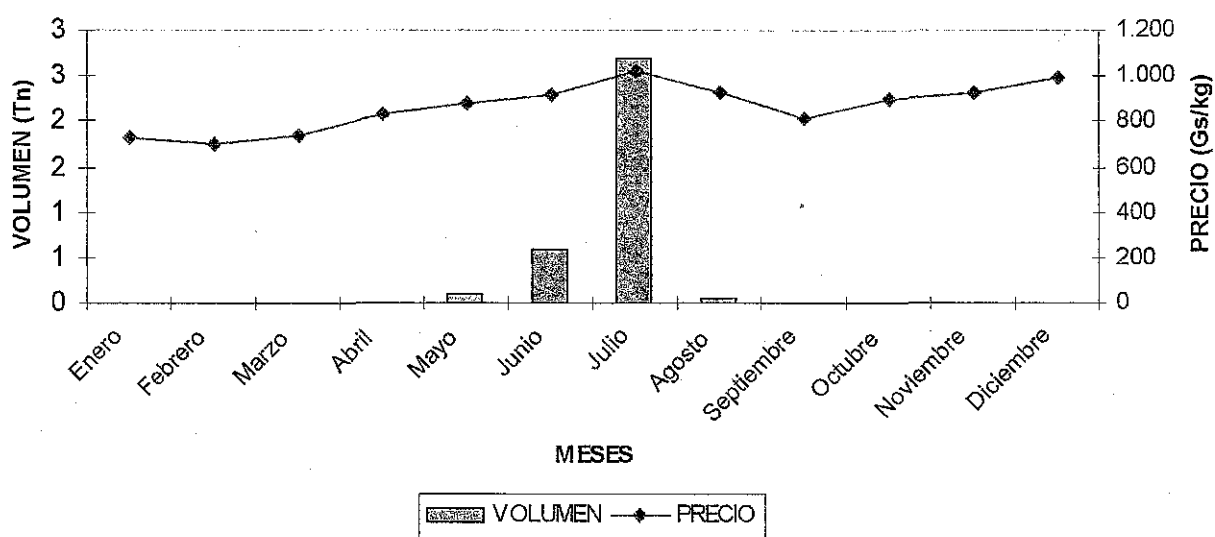
**Cuadro 66. Volumen de distribución de naranja de mayoristas a minoristas. Año 2002**

<b>Minoristas</b>	<b>Volumen (Toneladas)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
SUPERMERCADOS	15.829	36,82
OTROS MINORISTAS		
Mercados Municipales	20.915	
Despensas/Minimercados	5.161	
Ferias Municipales	1087	
Sub Total OTROS MINORISTAS	27.163	63,18
<b>Total</b>	<b>42.992</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaborado en base a entrevistas a mayoristas proveedores de supermercados, feriantes y otros minoristas.

### 2.9.2. PRECIOS Y ESTACIONALIDAD

El análisis del comportamiento de los precios mensuales de la naranja, según datos de CEPACOOOP, año 2002, permiten identificar que existen fluctuaciones de precio que reflejan correlación con la estacionalidad de la oferta. Así, de enero a junio se dan bajos volúmenes mensuales comercializados, donde los precios muestran incrementos sostenidos, llegando a su máximo en el mes de julio, según se observa en la *Figura 27*.



**FIGURA 27 : VOLUMEN Y PRECIO MENSUAL DE NARANJA. AÑO 2002**

Los datos del gráfico precedente denotan que en el año 2002, el 91,5% del volumen comercializado a través de las mismas, se realiza en los meses de junio y julio, ver *Cuadro A-6 del Anexo A*.

Cabe mencionar, por otra parte, que los precios que rigen en la mayor parte del año están determinados por los precios del naranja extranjera adquirida en forma directa por los grandes y medianos mayoristas en los mercados de Foz de Yguazú (Brasil), Clorinda y Posadas (Argentina), principalmente.

### 2.9.3. MARGENES DE COMERCIALIZACION

Los márgenes de comercialización de acuerdo al origen de la oferta indica que la diferencia entre el precio pagado por el consumidor y el precio promedio recibido por el productor en finca es de 250 Gs/Kg representando un margen total de comercialización del 89,9 %, ver Cuadro 67.

**Cuadro 67. Margen total de comercialización de naranja. Año 2002.**

<b>Precios y márgenes</b>	<b>Valor (Gs/Kg)</b>	<b>Margen (Gs/Kg)(%)</b>
Precio en Finca	250	
Precio de venta de Mayoristas	1.700	
Precio de venta de Minorista	2.067	1.817 (87,9%)

Fuente: Elaborado en base a datos proveídos por mayoristas, minoristas y productores

### 2.9.4. VALOR DE LA COMERCIALIZACION

El valor de la comercialización la naranja proveniente de la producción nacional y del producto extranjero fue estimado en 87.186 millones de guaraníes, ver Figura 26. El mayor valor de la comercialización proviene del producto extranjero que tiene un precio promedio mayor que el producto nacional como se observa en el Cuadro 68.

**Cuadro 68. Valor estimado de comercialización de naranja según origen. Año 2002**

<b>Origen</b>	<b>Volumen (Toneladas)</b>	<b>Precio (Gs/Kg)</b>	<b>Valor (Millones de Gs)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
Nacional	151.048	250	37.762	43,31
Extranjero	44.526	1.110	49.424	56,69
<b>Total</b>	<b>195.574</b>		<b>87.186</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Estimado en base a datos de la DGA CEASA (Brasil) y DDV/MAG.

En relación a las ventas por zona de ubicación de los mayoristas, DAMA sigue siendo el principal lugar donde se realizan las ventas de naranja considerando que el 96% del valor total comercializado se realiza a través de mayoristas ubicados en la misma. Es de destacar que los mercados mayoristas ubicados en otras localidades como Ciudad del Este, Gran Asunción y Coronel Oviedo comercializan por un valor total de apenas el 2,35% ver Cuadro 69.

**Cuadro 69. Estimación de ventas de naranja por mayoristas según zona de ubicación. Año 2002**

<b>Zona</b>	<b>Volumen (Toneladas)</b>	<b>Precio (Gs/Kg)</b>	<b>Valor (Millones de Gs)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
DAMA	41.430	1.700	70.431	96,37
GRAN ASUNCION	553	1.700	940	1,29
OTRAS CIUDADES DEL PAIS				
Ciudad del Este	356	1.700	605	
Encarnación	420	1.700	714	
Coronel Oviedo	233	1.700	396	
Sub Total OTRAS CIUDADES DEL PAIS	1.009			2,35
			1.715	
<b>Total</b>	<b>42.992</b>		<b>73.086</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaborado en base a entrevistas a Mayoristas.

Por otra parte, las ventas realizadas por los minoristas a los consumidores se estima que alcanzó un valor total de 238.995 millones de guaraníes, de los cuales un 71,83% corresponde a las ventas de naranja en los supermercados, que se estimaron en un valor aproximado de 171.677 millones de guaraníes.

Las estimaciones realizadas indican además que las ventas realizadas por otros minoristas son de menor monto. Se destaca que entre los otros minoristas lo comercializado a través de los mercados municipales y despensas, representan el 95 % de lo comercializado por este canal, ver Cuadro 70.

**Cuadro 70. Estimación de venta de naranja por minoristas. Año 2002**

<b>Minoristas</b>	<b>Volumen (Toneladas)</b>	<b>Precio (Gs/Kg)</b>	<b>Valor (Millones de Gs)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
SUPERMERCADOS	83.056	2.067	171.677	71,83
OTROS MINORISTAS				
Mercados Municipales	25.915	2.067	53.566	
Despensas/Minimerc.	5.161	2.067	10.668	
Ferias Municipales	1087	2.067	2.247	
Ferias de Productores	405	2.067	837	
Sub Total OTROS MINORISTAS	32.568		67.318	28,17
<b>Total</b>	<b>115.624</b>		<b>238.995</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaborado en base a entrevistas a mayoristas y minoristas.

Finalmente, el valor de las compras de los consumidores a través de todos los canales de comercialización alcanzó estimativamente la cifra de 363.637 millones de guaraníes, provenientes de la venta de 175.925 toneladas a un precio de 2.067 Gs/Kg.

## **2.10. RUBRO: PIÑA**

La piña (*Ananas comosus L.*) es una fruta de gran aceptación en el país para su consumo en fresco. Datos de la DGEEC indican que el consumo per cápita en el área metropolitana es de 12,6 gramos diarios. Las principales variedades comercializadas en el país pertenecen al grupo Abacaxi, Cayena Lisa y Perola.

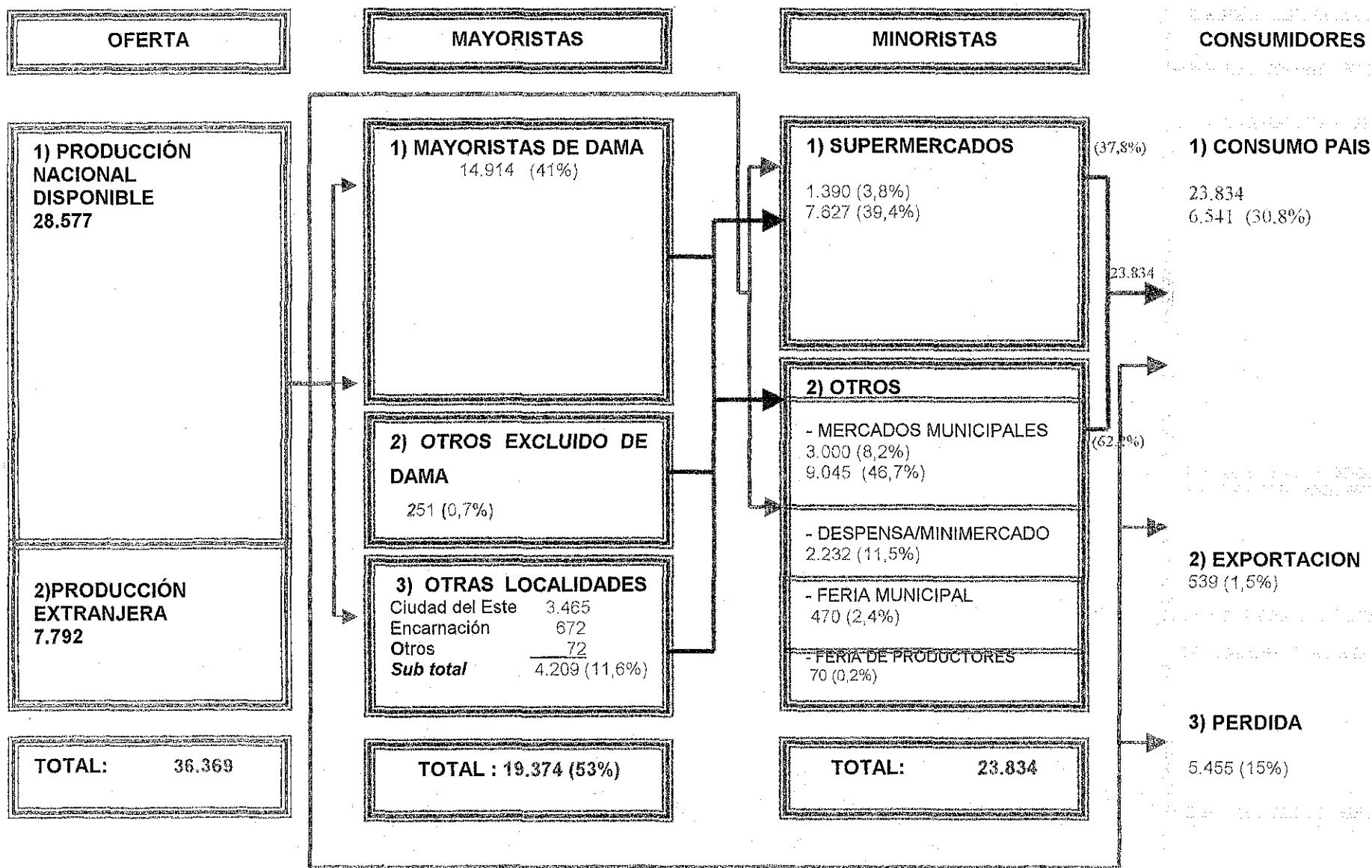
Las zonas más importantes de producción de piña se encuentran ubicadas en los departamentos de Concepción, San Pedro, Cordillera y Guairá, que en forma conjunta sumaron en el año 2001 un volumen aproximado de 36.285 toneladas representando el 80% del total de la producción nacional, ver *Cuadro A-1 del Anexo A*.

La plantación de piña se realiza principalmente en los meses de febrero a mayo, dependiendo del tipo de muda utilizada. La oferta del producto nacional se inicia en octubre y se extiende hasta mayo, pero la mayor parte se concentra en los meses de noviembre, diciembre y enero, ver *Cuadro A-2 del Anexo A*.

### **2.10.1. CANALES DE COMERCIALIZACION**

Los principales agentes involucrados en la comercialización de la piña constituyen los productores nacionales, mayoristas, minoristas y consumidores. El flujograma de comercialización presentados en las *Figura 28 y Figura 29* ilustran el mercado de comercialización, según los principales agentes involucrados. a nivel nacional. Se estima que en el proceso de comercialización existe una pérdida global de 15% (5.455 toneladas) sobre la oferta total.

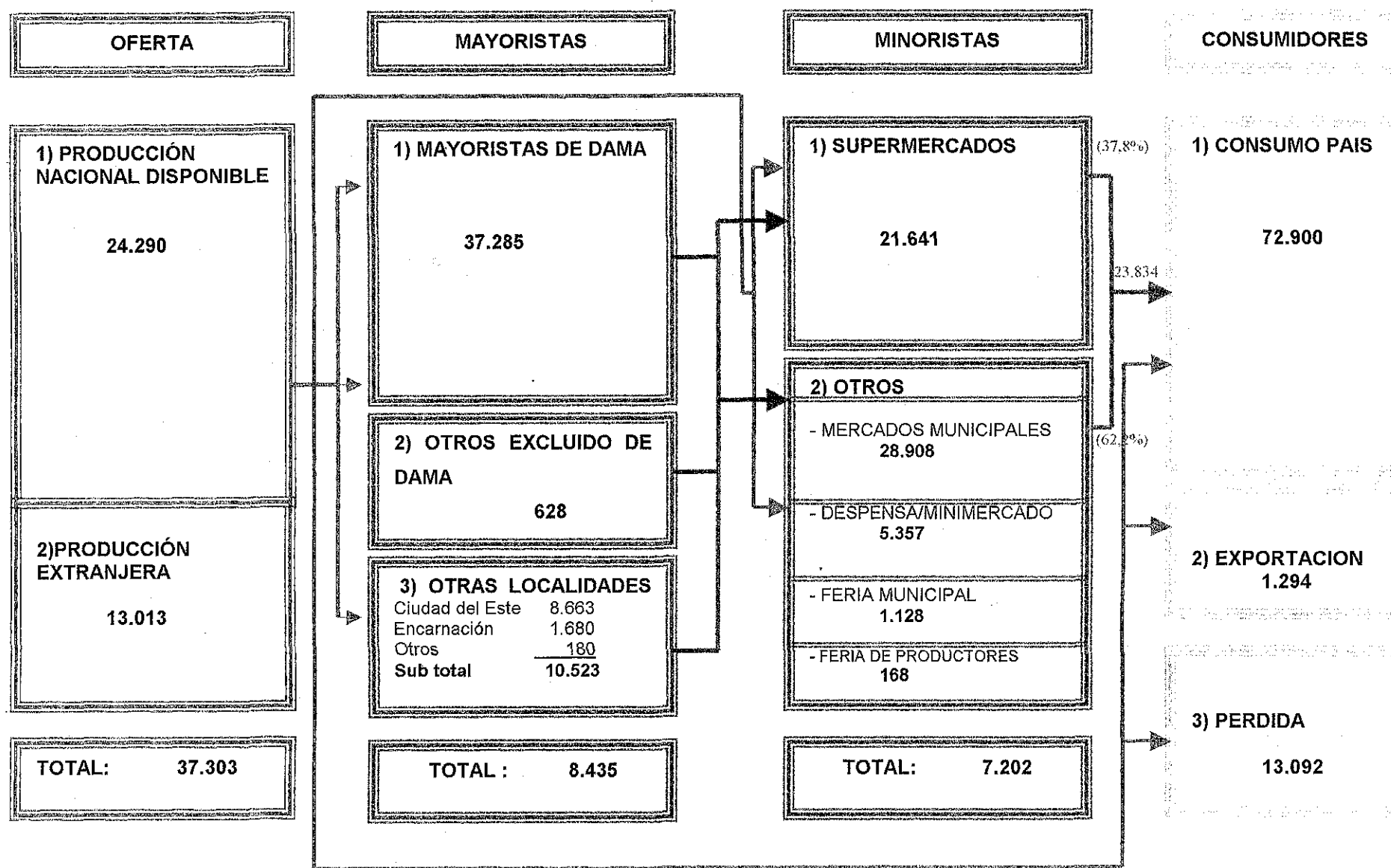
Figura 28: FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACION DE PIÑA (Volumen en toneladas)



Obs.: Los valores en color rojo indican volúmenes y porcentajes que provienen de la oferta. Los valores en color azul indican volúmenes y porcentajes de distribución a través de mayoristas. Los valores en color verde indican volúmenes y porcentajes distribuidos a través de minoristas hasta los consumidores.



Figura 29: FLUJOGRAMA DE COMERCIALIZACION DE PIÑA (en millones de guaraníes)



La oferta de piña en el Paraguay está representada por la producción nacional disponible y por la de origen extranjero. La producción nacional anual disponible alcanza en promedio alrededor de 28.600 toneladas, ver *Cuadro A-3 del Anexo A*.

El otro sector que contribuye a la oferta constituye el producto de origen extranjero que totaliza un volumen de 7.792 toneladas, integrado por las importaciones y el ingreso no registrado, como puede apreciarse en el *Cuadro 71*.

**Cuadro 71. Estimación de la oferta de piña en el Paraguay, según origen. Año 2002**

<i>Origen</i>	<i>Volumen (Toneladas)</i>	<i>Porcentaje (%)</i>
Producción nacional disponible	28.577	78,58
Importación	2.443	3,60
Ingreso No Registrado	5.349	7,88
<b>Total</b>	<b>36.369</b>	<b>100,00</b>

*Fuente: Elaborado en base a datos de la DGA, CEASA (Brasil) y DDVI/MAG.*

Datos registrados por la Dirección General de Aduanas indican que en el año 2002 ingresó al país un volumen total aproximado de 2.400 toneladas, desde el Brasil y la Argentina. *Cuadro A-4 del Anexo A*.

Es importante destacar que del volumen total comercializado de piña extranjero, se estima que aproximadamente el 68% corresponde a volúmenes de ingreso no registrados oficialmente, ver *Cuadro A-5 del Anexo A*.

En cuanto a la distribución de la piña, difiere de acuerdo al origen del mismo. Así, la producción nacional es distribuida por los productores a los mayoristas ubicados en DAMA o fuera de ella, a los mayoristas de los mercados municipales de localidades del interior, a los consumidores en los mercados municipales, ferias de productores, directamente en finca y un pequeño volumen (539 toneladas) con destinos a Uruguay y Argentina, ver *Figura 28*.

La oferta de piña nacional en DAMA es comercializada por productores asociados a organizaciones como NIKKEI, CEPACOOOP y CECOPROA, como se observa en el *Cuadro 72*.

**Cuadro 72. Volumen de piña nacional comercializado por asociación en DAMA. Año 2002**

<b>Asociación</b>	<b>Volumen (Toneladas)</b>
NIKKEI	202,86
CECOPROA	772,3
CEPACCOOP	32,09
<b>Total</b>	<b>1.007,25</b>

Fuente: Elaborado en base a entrevistas a gerentes de las asociaciones.

Por otra parte, la piña extranjera que ingresa al país se canaliza por mayoristas en su mayor parte y en algunos casos por minoristas (supermercados) quienes adquieren el producto en origen, específicamente del CEASA y otros mercados de Foz de Yguazú (Brasil); Mercado de Abasto de Posadas y de locales comerciales de Clorinda (Argentina).

El Cuadro 73, muestra el volumen de piña adquirido por los mayoristas según la zona de ubicación. Se destaca la concentración de la oferta de piña a través de los mayoristas ubicados en DAMA.

**Cuadro 73. Volumen de piña adquirido por mayoristas, según zona de ubicación. Año 2002.**

<b>Zona de ubicación</b>	<b>Volumen (Toneladas)</b>	<b>Porcentaje (%)</b>
DAMA	14.914	76,98
GRAN ASUNCIÓN (EXCLUIDO DAMA)	251	1,30
OTRAS CIUDADES DEL PAIS		
Ciudad del Este	3465	
Encarnación	672	
Coronel Oviedo	72	
Sub total OTRAS CIUDADES DEL PAIS	4.209	21,72
<b>Total</b>	<b>19.374</b>	<b>100,00</b>

Fuente: Elaborado en base a entrevistas a mayoristas ubicados en DAMA, Gran Asunción, Ciudad del Este, Encarnación y Coronel Oviedo.

La oferta total de piña es canalizada en un 53% por los mayoristas, quienes distribuyen el producto a los supermercados y otros minoristas, ver Figura 28. Es de destacar la importancia actual de los supermercados quienes captan un 39% de todo el volumen comercializado por los mayoristas. El volumen restante (61%) es vendido