

Redacción y venta de informes de inteligencia comercial de mango y mandarina en Amazon

Juan Francisco Burneo Jaramillo

**Escuela Agrícola Panamericana, Zamorano
Honduras**

Noviembre, 2015

ZAMORANO
CARRERA EN ADMINISTRACIÓN DE AGRONEGOCIOS

Redacción y venta de informes de inteligencia comercial de mango y mandarina en Amazon

Proyecto especial de graduación presentado como requisito parcial para optar
al título de Ingeniero en Administración de Agronegocios en el
Grado Académico de Licenciatura

Presentado por

Juan Francisco Burneo Jaramillo

Zamorano, Honduras

Noviembre, 2015

Redacción y venta de informes de inteligencia comercial de mango y mandarina en Amazon

Presentado por:

Juan Francisco Burneo Jaramillo

Aprobado:

Ernesto Gallo, M.B.A., M.Sc
Asesor principal

Rommel Reconco M.A.E
Director
Departamento de
Administración de Agronegocios

Raúl Soto, Ph.D.
Asesor

Raúl Zelaya, Ph.D.
Decano Académico

Redacción y venta de informes de inteligencia comercial de mango y mandarina en Amazon

Juan Francisco Burneo Jaramillo

Resumen. GAMIS® es un sistema que ayuda a los productores a estar actualizados semanalmente mediante gráficas sobre lo que pasó y está pasando con los precios y oferta en los mercados de punto de envío y mayorista. Se buscó monetizar esta información mediante informes que explican las gráficas que maneja el sistema específicamente de dos frutales: mango y la mandarina. Los productores y exportadores de dichas frutas podrán conseguir este contenido a un bajo costo. Se cree que podría existir un mercado más competitivo para los commodities estacionales. Se buscó la manera en el que las asociaciones puedan pasar la información a sus miembros sobre nuestro producto y este es mediante un mailing list el cual consiste en enviar un link con un resumen de lo que puede ofrecerles este documento y como este podrá beneficiar a los productores y exportadores. La ventaja que se percibe con el sistema GAMIS® es que no hemos encontrado una organización que brinde un servicio con la información tan actualizada y elaborada similar a este. Las asociaciones manejan información de 2 o 3 años de antigüedad analizando las tendencias de lo que podría pasar en los años siguientes a diferencia de lo que en realidad está pasando sin dejar la duda de lo que podría pasar.

Palabras clave: Gráficas, informes, mailing list, mayorista, punto de envío, servicio.

Abstract: GAMIS® is a system that helps producers to be updated weekly by graphic about what happened and is happening to the prices and market supply in shipping point and wholesale. We sought to monetize this information through graphical reports that explain the system, specifically two fruit: mango and tangerine. Producers and exporters of these fruits can get this content at a low cost. It is believed that there could be a more competitive market for seasonal commodities. The way in which associations can pass the information to their members about our product and this is through a mailing list which is to send a link with a summary of what you can obtain in this document. The perceived advantage of GAMIS® system is that we have not found an organization that provides a service with such updated and elaborated information. Associations handle information 2 or 3 years old, analyzing trends of what might happen in the next few years as opposed to what is really going on without leaving the question what might happen.

Key words: Graphics, mailing list, terminal market, reports, service, shipping point.

CONTENIDO

Portadilla	i
Página de firmas	ii
Resumen	iii
Contenido	iv
Índice de Cuadros, Figuras y Anexos.....	v
1. INTRODUCCIÓN.....	1
2. METODOLOGÍA.....	2
3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	10
4. CONCLUSIONES	12
5. RECOMENDACIONES.....	13
6. LITERATURA CITADA.....	14
7. ANEXOS	15

ÍNDICE DE CUADROS, FIGURAS Y ANEXOS

Cuadros	Página
1. Comparación de organizaciones investigadoras de mercado.....	3
2. Lista de asociaciones hortofrutícolas de mango y mandarina en Latinoamérica. ..	4
3. Continuación.....	5

Figuras	Página
1. Video tutorial para subir documento a Amazon.....	6
2. Pasos que requiere KDP para publicar el documento.	6
3. Derechos de publicación.....	6
4. Segmento al que será dirigido nuestro documento.....	7
5. Elección de lanzamiento del producto.....	7
6. Subir portada de libro	8
7. DRM (Digital Rights Management).....	8
8. Verificar el territorio en donde será publicado el documento.	9
9. Selección del precio y regalías.	9

Anexos	Página
1. Informe de inteligencia comercial del mango.	15
2. Informe de inteligencia comercial de la mandarina.....	38

1. INTRODUCCIÓN

La información comercial es algo esencial dentro de un negocio estable. Al paso de los años existen tendencias en los precios para establecer y manejar las operaciones de compra y venta dentro de cierto mercado meta. Se desarrolló un sistema de inteligencia comercial para frutas y verduras por el M.Sc Ernesto Gallo con el apoyo de varios tesistas. En el 2010 se desarrolló esta aplicación por el profesor analizando gráficas de tendencias con los reportes de los precios y volúmenes semanalmente, “Gallo’s Agricultural Market Intelligence System” (GAMIS[®]) fue elaborado en varios años por Christian Torrez en el 2011, Rafael Herasme, Cesar Duarte y José Calazáns en el 2010 (Torrez 2011).

El departamento de Administración de Agronegocios mediante la supervisión de M.Sc Ernesto Gallo desarrolló un programa que indica las tendencias de precios anuales, mensuales, semanales y a diario de commodities. GAMIS[®] cuenta con un público muy activo y pendiente de los cambios que el software planea proporcionar. Google Analytics muestra la aceptación que este programa tiene en la web señalando las visitas diarias que la pagina tiene por países, entre algunos: Honduras con 72, Estados Unidos con 55, Países Bajos con 15, Inglaterra con 13, Guatemala con 12, China con 9, Nicaragua con 9, Japón con 8 y Rusia con 7 visitas diarias. Las estadísticas muestran el crecimiento acelerado de la página con un porcentaje de rebote diario de 79%, indicando la necesidad de información que usuarios agrícolas tienen al conectarse a la web.

Este programa indica estadísticamente tendencias y movimientos que ha tenido cada cultivo presentados en el programa. El proyecto consiste en desarrollar un informe que explique las tendencias de dos frutales: mango y mandarina. El informe cuenta con un link que lleva a una nube (Dropbox) donde se pueden encontrar datos completos de los precios y volúmenes de interpretación fácil para que el usuario agricultor pueda darle uso apropiado. Estos informes serán puestos a disposición del público general mediante la página Amazon y tendrán un valor de 5 USD. El dinero ganado en este proyecto será dirigido al fondo de becas de la E.A.P Zamorano para los estudiantes de futuro ingreso.

Los objetivos de la investigación fueron los siguientes:

- Realizar informes en base a los gráficos e información sobre el mango y la mandarina del software GAMIS[®].
- Subir informes de inteligencia comercial a Amazon.
- Dar a conocer los informes de inteligencia comercial a las asociaciones hortofrutícolas de mango y mandarina de Latinoamérica.

2. METODOLOGÍA

El proceso de un informe de inteligencia comercial se basa en la conexión de datos útiles para el exportador, importador y productor. Se estudió el mercado con el fin de entender las formas en que este se maneja. Toda fruta y vegetal tiene su ciclo de producción y hay que tener siempre presente lo que podría pasar en el mercado, como cambios en la demanda, cambios en el precio o condiciones extraordinarias no controlables como el clima. Los países tienden a especializarse debido a que no todos tienen la capacidad de producir lo mismo. Cuando hay escasez, el precio aumenta debido a un factor de demanda, por lo cual los otros países cubren parte de la demanda dentro del periodo de carencia. En el periodo de alta demanda, los precios tienden a subir porque la cantidad ofertada es mínima.

Se desarrollaron dos informes explicando los datos del sistema GAMIS[®], de manera en que los productores puedan entender el mercado y así dar oportunidad a que estos puedan enviar sus productos a un mercado seguro. Se trató de reducir el riesgo en inversión prediciendo lo que pasará en los años siguientes con la información procesada de los cuadros. Se eligió el mango y la mandarina al azar entre todas las frutas y vegetales que ofrece el sistema. Se diseñó un informe basado en características básicas y popularidad de las variedades que compete a cada frutal.

Contenido de informe.

Introducción. Brinda una pequeña reseña histórica de la fruta además de mencionar su perfil científico.

Concentración de la producción mundial. Esta incluye una tabla con datos obtenidos de FAOSTAT, los datos provienen desde el 2009 hasta el 2013, y se indican los países con mayor producción del cultivo.

Volúmenes y precios. Se puede apreciar la cantidad de producto enviado al mercado en EUA semanalmente, su precio Mayorista y Shipping Point.

Evolución de la oferta y de precios semanales. Se observa el precio mayorista y se compara con las variedades en las ciudades más representativas.

Precio mayorista de las principales ciudades. Se compara el precio mayorista de las diferentes ciudades para las principales variedades.

Precio mayorista de EUA versus precio mayorista internacional. Se compara el precio mayorista de las ciudades que ofrecen el mejor precio en EUA con el precio de diferentes países alrededor del mundo para las principales variedades.

Precio orgánico vs. convencional en mercado mayorista. Se compara el precio orgánico versus el precio convencional, se muestra en una tabla la diferencia que existe entre estos dos.

Precio en el punto de envío de las principales variedades. Se observa la diferencia entre las variedades según los precios dados en el punto de envío.

Precio en los principales puntos de envío. Muestra el precio al que será vendido desde el punto de envío en diferentes ciudades que importan a EUA.

La competencia.

En internet se puede contar con una infinidad de información, son pocas las organizaciones que juntan toda esta información para desarrollarla y venderla de forma que los consumidores tengan un resumen de las tendencias de consumos y precios del mercado. Generalmente, USDA (United States Department of Agriculture) y FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations) son las fuentes de donde la mayoría de las asociaciones sacan su información. La FAO es la fuente de información más general sin elaborar, ósea que esta agregada a partidos arancelarios de 6 dígitos que dificultan el entendimiento si estas no son procesadas. Tiene informes que explican los fenómenos de los sucesos positivos o negativos durante cierto tiempo analizando precios de algunos años atrás.

Existen páginas como Fresh Fruit Portal la cual divulga la información obtenida de la USDA para la comodidad de usuarios agrícolas. De igual manera se encuentra OIMA (Organización de Información de Mercados de las Américas) la cual brinda información del mercado sobre 4 países: Estados Unidos, Perú, Honduras y Chile. La fuente de información que usa OIMA proviene de USDA. Purdue siendo una universidad de renombre cuenta con un departamento de agricultura el cual tiene un portal informativo en internet que brinda este tipo de información de manera ordenada pero no procesada, ellos brindan servicios sindicados, los cuales cuenta con un análisis de lo que se está buscando dentro del mercado. Todas usan data de la USDA, pero ninguna la elabora, transforma y analiza.

Cuadro 1. Comparación de organizaciones investigadoras de mercado.

Información que proporciona	OIMA	Fresh Fruit	Purdue Agriculture	GAMIS
Precios shipping point	•	•	•	•
Precios mayorista	•	•	•	•
Precios por variedad	•	•	•	•
Precios por ciudad	•	•	•	•
Volumen de exportación			•	•
Gráficas de análisis				•
Informe de inteligencia comercial				•
Información semanal y diaria				•

Publicidad en la web

Un informe de inteligencia comercial por lo general no está dentro de la oferta convencional, ya que es algo muy difícil de conseguir. En caso de encontrar algún informe de inteligencia comercial, se puede asumir que fue hecho por servicios sindicados, los cuales resultan muy costosos y los cuales no se actualizan regularmente. Se hizo un mailing list para enviar el hipervínculo con la descripción de los informes de inteligencia comercial.

Cuadro 2. Lista de asociaciones hortofrutícolas de mango y mandarina en Latinoamérica.

Nombre de asociación	Mail	Origen
Valexport	tassio@valexport.com.br	Brasil
Pronatur EIRL	trading@pronatur.com.pe	Perú
Asociación Peruana de Exportadores de Mango (APEM)	apem@speedy.com.pe	Perú
Asociación de productores agrarios de pedregal Fruit Exchange SRL	luislopez_05@yahoo.es info@fruitexchange.org	Perú
Universidad Nacional Agraria La Molina	webmaster@lamolina.edu.pe	Perú
Asociación de productores y exportadores de mango	apem@speedy.com.pe	Perú
Fundación Mango Ecuador	info@mangoecuador.org	Ecuador
Federación de Productores de Mango de Ecuador	jjara@mangoecuador.org	Ecuador
Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP)	subganaderia@magap.gob.ec	Ecuador
Asociación Hortofrutícola de Colombia	contactenos@asohofrucol.com.co	Colombia
Sociedad de Agricultores de Colombia	presidencia@sac.org.co	Colombia
Asociación Mangos de Colombia	mangos@agc.org.co	Colombia
Asociación de Productores de Mango de El Colegio	adirector@elcolegio.org.co	Colombia
Federación Colombiana de productores de mango (Fedemango)	gerenciageneral@fedemango.com.co	Colombia
Ministerio de Ganadería, Agricultura y Pesca	ministro@mgap.gub.uy	Uruguay
Ministerio de desarrollo agropecuario (MIDA)	dbares@mida.gob.pa	Panamá
Instituto interamericano de cooperación para la agricultura (IICA)	iicahq@iica.int	Paraguay
Fundación Para El Desarrollo Frutícola (FDF)	central@fdf.cl	Chile
INDAP (Ministerio de Agricultura)	indap@indap.cl	Chile

Cuadro 3. Continuación.

Nombre de asociación	Mail	Origen
INDAP (Ministerio de Agricultura)	indap@indap.cl	Chile
Asociación de pequeños productores de Ortega	lomalarga1@latinmail.com	Costa Rica
Colegio de Ingenieros Agrónomos	colegio@ingagr.or.cr	Costa Rica
Consejo Nacional de Producción	evargas@cnp.go.c	Costa Rica
Info Agro Costa Rica	infoagro@mag.go.cr	Costa Rica
Ministerio de Agricultura y Ganadería (MAG)	sunii@mag.go.cr	Costa Rica
Alianza de Servicios de Información Agropecuaria	sidalc@iica.int	Costa Rica
Agexport, Asociación	rosio.martinez@agexport.org.gt	Guatemala
Guatemalteca de Exportadores		
Productores de Mango Haití	patricia.dufane@crs.org	Haití
Productores de Mango en Jamaica	jdawson@dawsontradinjm.com	Jamaica
EMEX Empacadoras de mango de exportación	operativo@mangoemex.com	México
Comité Nacional Sistema Producto Mango	osumano@mangomexicano.com.mx	México
Ministerio de Agricultura y ganadería	jorge.salinas@mag.gob.sv	Salvador
Rio Nance Agroindustrial (RINAGRO)	rionance@sigmanet.hn	Honduras
Farm Fresh Honduras	cmlopez@emv.hn	Honduras
Secretaria de Agricultura	infoagro@infoagro.hn	Honduras
Fundación Hondureña de Investigación Agrícola (FHIA)	fhia@fhia-hn.org	Honduras

Proceso de publicación de informes:

Una vez terminados los documentos se procedió a subirlos a una página de venta en línea con el nombre de Amazon, para lo cual se necesitó llevar a cabo una serie de pasos establecidos. Amazon tiene una página especial para los editores independientes que buscan subir documentos, libros o papeles informativos para la venta, los cuales llevan el nombre de su producto estrella para lectores Kindle Direct Publishing (KDP).

Al entrar se crea una cuenta que funciona con Amazon, ya que estas dos páginas están vinculadas. En la página principal muestra un video con un tutorial de cómo hacer el proceso fácilmente, como se muestra en la Figura 1.



Figura 1. Video tutorial para subir documento a Amazon

Al observar la Figura 1. En la parte derecha se puede ver un botón que al dar click lo lleva automáticamente a iniciar sesión con la cuenta creada para poder ingresar a la cuenta de Amazon. Una vez que se encuentre dentro de la cuenta, lo primero que se muestra son los pasos para publicar el documento tal y como se muestra en la Figura 2.

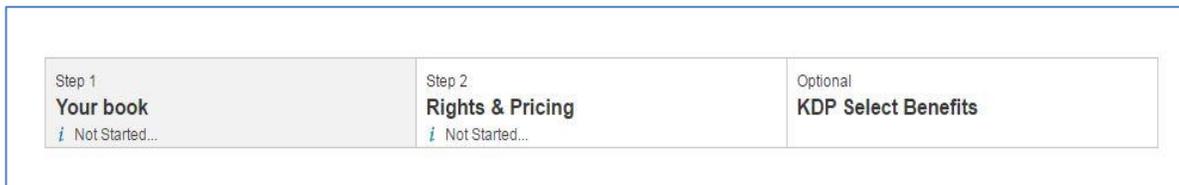


Figura 2. Pasos que requiere KDP para publicar el documento.

En el primer paso KDP requiere la información del documento como: el nombre con el que será publicado, número de edición, descripción y el idioma en el que está escrito. Recordando que este es un paso esencial, ya que el consumidor requiere saber que contiene el documento para ver si es o no de su utilidad.

En el segundo paso esta la opción de derechos de la publicación. La cual pregunta si la información puede ser de dominio público o si conservamos los derechos para el cual se le debería dar un precio tal y como se muestra en Figura 3.



Figura 3. Derechos de publicación.

Luego KDP nos pregunta en rango de edad y el nivel educativo del documento. Esto ayuda a segmentar nuestro producto buscando a nuestro mercado meta y las palabras claves que describen el documento para la comodidad de los usuarios tal y como se muestra en la Figura 4.

3. Target Your Book to Customers

Categories [\(What's this?\)](#)

Add Categories

Age Range (optional) [\(What's this?\)](#)

Minimum Maximum

Select ▾ Select ▾

U.S. Grade Range (optional) [\(What's this?\)](#)

Minimum Maximum

Select ▾ Select ▾

Figura 4. Segmento al que será dirigido nuestro documento.

El siguiente paso pregunta cómo el documento será publicado, ósea si este va a ser anunciado como pre-orden o compra directa. Se puede observar en la Figura 5 las opciones.

4. Select Your Book Release Option

Please select if you are ready to release your book immediately or if you would like to make it available for pre-order [\(What's this?\)](#)

I am ready to release my book now

Make my book available for pre-order

Figura 5. Elección de lanzamiento del producto.

Todos los documentos llevan una portada que da al consumidor una idea de lo que va a comprar, por lo cual el siguiente paso da opción a subir una imagen de la portada del documento para que sea publicada con el mismo, tal y como se muestra en la Figura 5.



5. Upload or Create a Book Cover
Upload an existing cover, or design a high-quality cover with Cover Creator. (optional)

No Cover Available

I have a book cover designed and ready to upload
Please read our [Cover guidelines](#)

Browse for image...

I want to design a cover using the Cover Creator (beta).

Launch Cover Creator

Figura 6. Subir portada de libro

Luego de la portada, KDP pregunta acerca de los derechos en digital del documento lo cual no se consideró necesario, ya que este documento tendrá varias ediciones, una por año dando por inútil las copias y las falsificaciones del documento. Se puede apreciar las opciones en la Figura 7.



6. Upload Your Book File

Select a digital rights management (DRM) option: [\(What's this?\)](#)

Enable digital rights management

Do not enable digital rights management

Figura 7. DRM (Digital Rights Management)

Para el paso 7 se da un corta idea de lo que trata el documento para que este pueda ser descargado con seguridad y así no exista ningún tipo de falla en el producto. Del paso 8 en adelante se comenzó a hablar sobre los derechos de publicidad y el precio. Verificar la zona en la que será publicado el documento, en mi caso no se aisló ningún territorio o sea que está disponible para todo el mundo.

8. Verify Your Publishing Territories

Select the territories for which you hold rights: [\(What's this?\)](#)

Worldwide rights - all territories
 Individual territories - select territories

Figura 8. Verificar el territorio en donde será publicado el documento.

En el siguiente paso nos piden que verifiquemos el precio y las regalías que vamos a tener por nuestro producto una vez vendido este por la red. En nuestro caso el documento será vendido a 5 USD, con un porcentaje de regalía del 70%. En las opciones da a escoger entre 35% y 70% como se puede observar en la Figura 9.

9. Set Your Pricing and Royalty

KDP Pricing Support (Beta)

There is not sufficient KDP data for books similar to *Tendencias del mango 2010- 2015* to display the relationship between price and past sales and author earnings.

Please continue with pricing

 Effective January 1, 2015, list prices for EU marketplaces include VAT. [Learn more about VAT](#)

Please select a royalty option for your book. [\(What's this?\)](#)

35% Royalty
 70% Royalty

	List Price	Royalty Rate	Delivery Costs	Estimated Royalty
Amazon.com	\$ <input type="text" value="5.00"/> USD <small>Price must be between \$2.99 and \$9.99.</small>	35% (Why?)	n/a	\$1.75
		70%	\$0.13	\$3.41

Figura 9. Selección del precio y regalías.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Se subió el producto por una semana y se realizaron 2 compras para ver si este funciona según lo esperado. Una vez subido los documentos se tuvo que elegir el porcentaje de regalías al que se iba a cobrar a Amazon. Se eligió la opción del 70% ya que existe una lista de países el cual Amazon premia con regalías del 70 %, estos países son: Italia, Japón, Jersey, Liechtenstein, Luxemburgo, México, Mónaco, Países Bajos, Nueva Zelanda, San Marino, Suiza, España, Reino Unido, Estados Unidos, Ciudad del Vaticano. Y si el producto es comprado fuera de estos países las regalías serían del 35%. No se eligió el 35 % ya que sin importar el país o región en la que se encuentre se recibirá regalías del 35%, este sirve en el caso de que el producto sea superior a \$ 20 USD y gustaría que se haga gratis el envío, lo cual resulta nulo para nuestro producto. (Amazon 2015)

Al formar parte de la opción del 70 % se daría un costo por el envío, nuestro producto al estar en la web, resulta favorable para nosotros. Se crea una fórmula para ver nuestra ganancia según el precio que se le da y en la región que se encuentre, por ejemplo:

Tasa de regalías \times (Precio del producto – IVA aplicable – costos de entrega) = Regalías

Ejemplo:

$$0,70 \times (5,00 - 0,10 - 0) = \$3,43 \text{ USD}$$

La venta neta dentro de los países señalados sería de 3.43 USD, por lo cual se generaría un ingreso aceptable.

La actualización de estos documentos será de forma anual, para que pueda verse los cambios que se ha dado en el mercado. No todos los productores están interesados en aprender a leer cuadros dinámicos como en la presentación original de GAMIS®. La innovación y proactividad es importante para participar en un mundo globalizado donde existe tanta competencia, hay que mantenernos al tanto de cómo cambia nuestro entorno para poder desarrollar los siguientes pasos.

Se conversó con varios productores de mango, entre ellos el director ejecutivo de la Fundación de Mango del Ecuador, el ing. Johnny Jara y consultó sobre el producto y la fecha en la cual este se va a comercializar en el mercado, el considera que podría ser de mucha utilidad ya que la oferta de mangueros ecuatorianos exportadores a EUA está aumentando significativamente. Además nos comentó que Colombia aun no exporta mangos a EUA, pero están planificando para que en un futuro cercano sea posible. El

ingeniero también comento un poco sobre la evolución de los commodities en Latinoamérica y lo eficientes que nos volvemos día a día. El considera que la calidad y la eficiencia son claves dentro de los exportadores. Los países importadores cada vez exigen más normas por lo cual mantenernos informados es muy importante.

4. CONCLUSIONES

- El texto presenta información útil para todos los productores que quieran exportar mango y mandarina a estados unidos, dando la oportunidad de ser más competitivos.
- GAMIS[®] tiene la ventaja absoluta ante otras entidades gracias a su información actualizada de manera semanal, dando un valor agregado al producto.
- Todos los años se harán informes actualizados creando un ingreso fijo para zamorano y de este pueda destinarse al fondo de becas para que más jóvenes de Latinoamérica tengan más oportunidades a poder pertenecer a esta institución.

5. RECOMENDACIONES

- Crear reportes para los principales productos que se exportan a EUA.
- Publicitar los documentos en redes sociales.
- Dar investigaciones personalizadas para clientes específicos.

6. LITERATURA CITADA

FAO (Food and Agriculture Organization). 2015. Consultado el 15 de agosto del 2015. Disponible en: <http://faostat3.fao.org/home/E>

Microsoft. 2013. Ayuda Elaboración Página Internet (en línea). Consultado el 21 Septiembre de 2015. Disponible en: <http://www.microsoft.com>

Torrez, 2011. Aplicación para la auto actualización semanal del análisis de tendencias del mercado norteamericano de frutas y verduras del sistema de inteligencia comercial GAMIS® . P 1.

Amazon, 2015. Forma de regalías por compra de producto. Consultado el 25 de agosto del 2015. Disponible en: <https://kdp.amazon.com/>

Dropbox, 2015. Compartir archivos de manera universal. Consultado el 20 de agosto del 2015. Disponible en: <https://www.dropbox.com/>

7. ANEXOS

Anexo 1. Informe de inteligencia comercial del mango.

Gallo's Agricultural Markets Intelligence Service (GAMIS[®])



Informe de Inteligencia Comercial Tendencias del Mango 2010-2015

Preparado por
Juan Burneo Jaramillo

Y
Ernesto Gallo.

Índice

INTRODUCCIÓN.....	16
CONCENTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	19
EVOLUCIÓN DE LA OFERTA Y DE PRECIOS SEMANALES, EUA.....	20
PRECIO MAYORISTA DE LAS PRINCIPALES VARIEDADES, EUA	22
PRECIO MAYORISTA EN PRINCIPALES CIUDADES DE EUA, TOMMY ATKINS	24
EUA VERSUS PRECIOS MAYORISTAS INTERNACIONALES, TOMMY ATKINS.....	26
EUA VERSUS PRECIOS MAYORISTAS INTERNACIONALES, KENT.....	28
PRECIO MAYORISTA ORGÁNICO VERSUS CONVENCIONAL, EUA.....	30
DIFERENCIA DE PRECIO MAYORISTA ORGÁNICO VS. CONVENCIONAL, EUA.....	32
PRECIO EN EL PUNTO DE ENVÍO DE LAS PRINCIPALES VARIEDADES, EUA.....	34

Introducción

El mango (*Mangifera indica*) es una de las frutas tropicales de mayor consumo a nivel mundial, perteneciente al género *Mangifera* y de la familia Anacardiáceas. El mango, cultivo de procedencia hindú, tiene registros que se pueden trazar hasta hace más de 4000 años. Para lograr una producción anual significativa, se debe esperar un periodo de cuatro años para que esta se pueda estabilizar. El árbol de mango tiene una vida útil que alcanza hasta 30 años en promedio; el manejo adecuado del cultivo puede resultar en una mayor y más eficiente producción. El mango se produce en climas tropicales y subtropicales con altitudes no mayores a 600 msnm, más de 100 países cuentan con las características óptimas para la producción del cultivo.

Las principales variedades de mango son: Tommy Atkins, Keitt, Kent, Osteen, Haden, y Valencia Pride. El mango tiene un alto valor comercial y alta demanda, motivo por el cual pasa a ser una de las frutas más consumidas del mundo. La fruta tiene muchas cualidades nutricionales: rica en minerales, fibra, vitaminas C, B y A y provitaminas. El mango está sujeto a muchas enfermedades fúngicas, como la antracnosis, además de parásitos, como la mosca del Mediterráneo (*Ceratitis capitata*) o el gorgojo de la semilla de mango, dando lugar a pérdidas significativas (UNCTAD 2012).

GAMIS[®] pone a su disposición datos del cultivo recolectados desde el 2011 hasta el 2015 sobre el mango, para su descarga:

Link: https://www.dropbox.com/sh/50se69ryzltaxcv/AABjn4sJFdfxUD1gLN81_Vjza?dl=0

La fecha para la disposición en el mercado de la siguiente edición del informe no ha sido definida, la data muestra los datos actualizados semanalmente con las variables de precios en el país de embarque y del transporte una vez que llega a EUA.

Precio Terminal Market (Mayorista)

El mayorista es un intermediario entre el productor y los minoristas, el producto es comprado en contenedores. El mayorista paga la operación de transporte Shipping Point y venden el producto por cajas a súper mercados e instituciones que cubren los costos, posibles mermas y su margen de ganancia.

Precio Shipping Point

Shipping Point o puntos de embarque son los lugares de distribución a los mayoristas, los precios se denominan F.O.B punto de embarque. Dado que la venta es por altos volúmenes, los precios solían llamarse “Full Container Load” (FCL) o por contenedor completo.

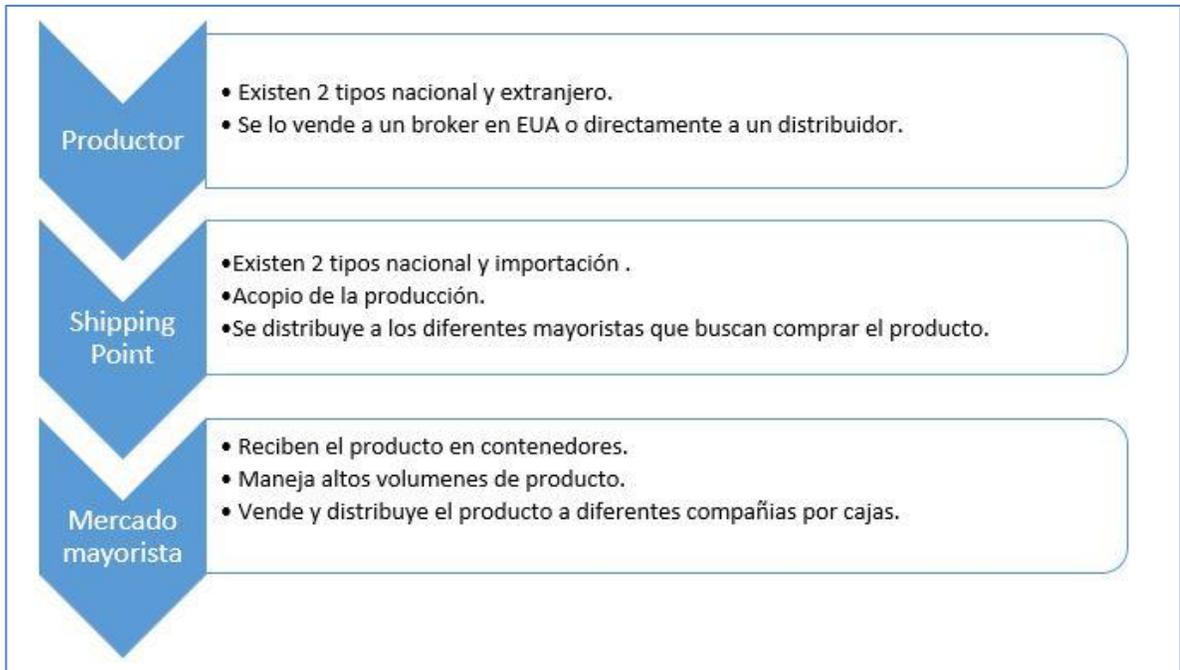
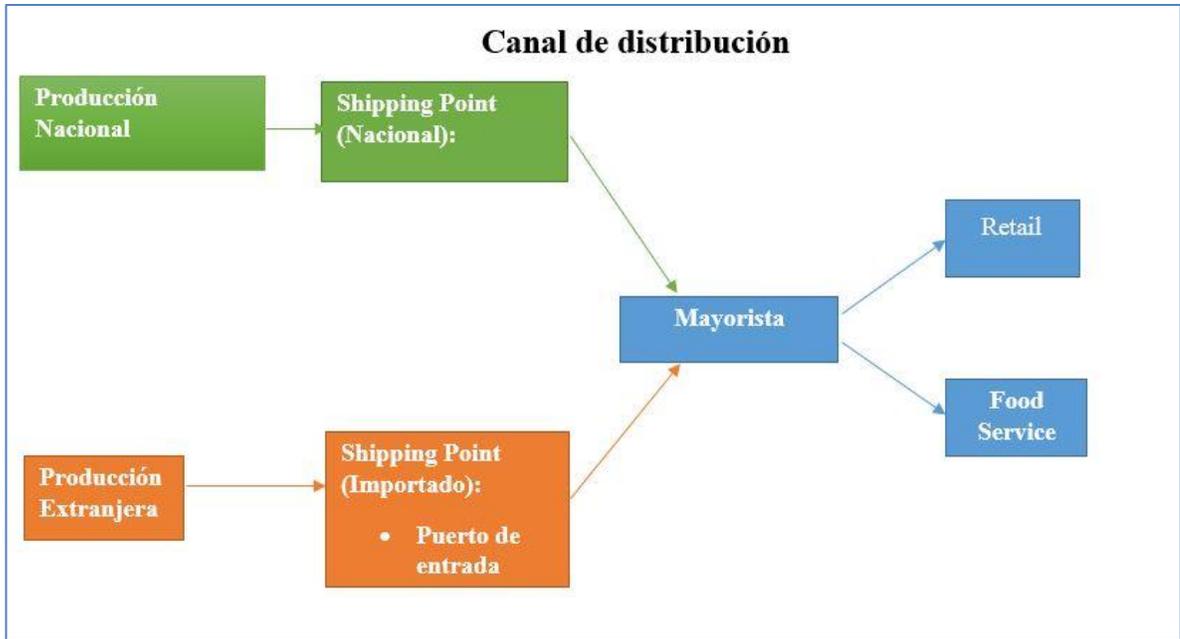
Los puntos de embarque son los centros de acopio en las zonas de producción o los mercados cercanos a las aduanas de entrada al mercado EUA. Este es el precio que debe esperar un exportador, luego de deducir la comisión del intermediario.

Precio Sh.P Nacional

Cuando se produce para la comercialización nacional, el producto es enviado en contenedores para la venta a los mayoristas. Luego de ser enviado a los mayoristas, estos se encargan de distribuirlo a diferentes negocios minoristas.

Precio Sh.P Internacional

Trata de que llegue el producto extranjero al país. El productor lo vende al distribuidor Shipping Point, y luego se encarga de que el producto llegue al almacén libre de aduanas. Todo el proceso es pagado por Shipping Point. El precio Shipping Point es el precio del producto ya puesto en el almacén más el margen del vendedor o la comisión del bróker.



Concentración de la producción

La producción de mango, como se puede observar en la Figura 1 ha venido incrementando con el pasar de los años. La producción mundial en el 2009 fue de 35'023,887 t y para el 2010 tuvo un aumento de 2'250,862.09 t, que suman un total de 37'274,749 t. Dentro del contexto mundial, India es el mayor productor, con el 36% de la producción en el 2009, aumentando en un 40% para el 2010; el país que le sigue es China, con una producción de 4'140,290 t en el 2009, pero disminuyó a 4,135,293 t en el 2010; China controla del 11 al 12% de la producción mundial, nótese que existe una gran brecha entre los dos primeros lugares.

En América, México produjo 1'509,272 t en el 2009, con un aumento constante en la producción hasta el 2013 que alcanzó las 1'901,871 t en ese año, equivalente al 4% de la producción mundial. De todos modos, se deja en claro que la producción más representativa la tiene Asia.

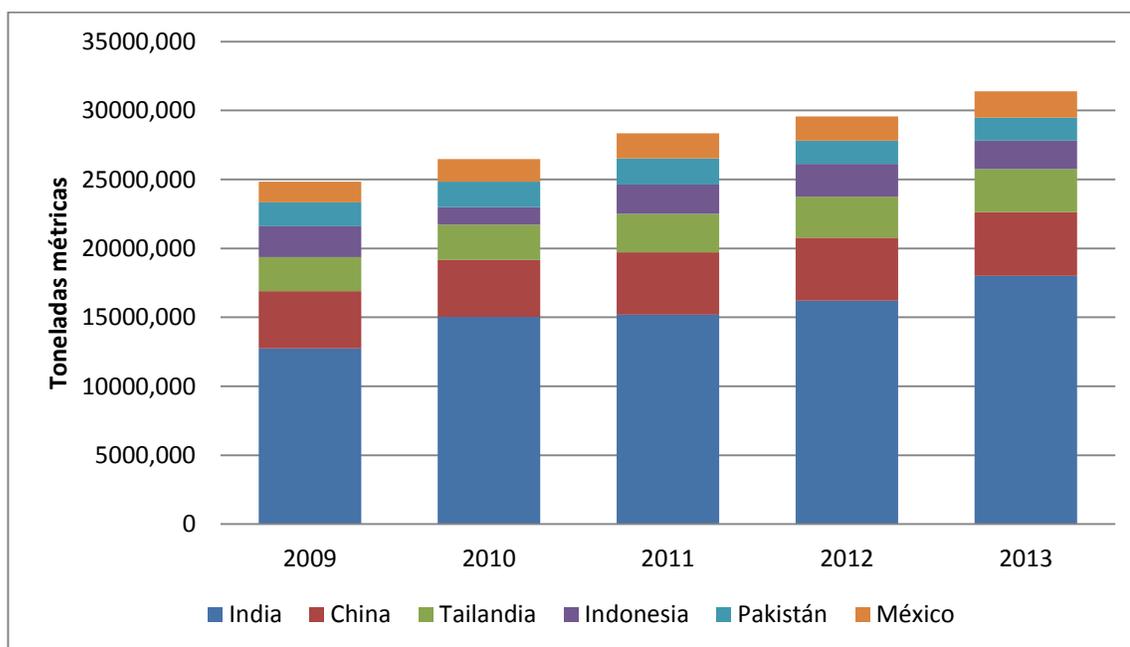


Figura 1. Distribución de los principales países productores de mango expresado en toneladas métricas

Evolución de la oferta y de precios semanales, EUA

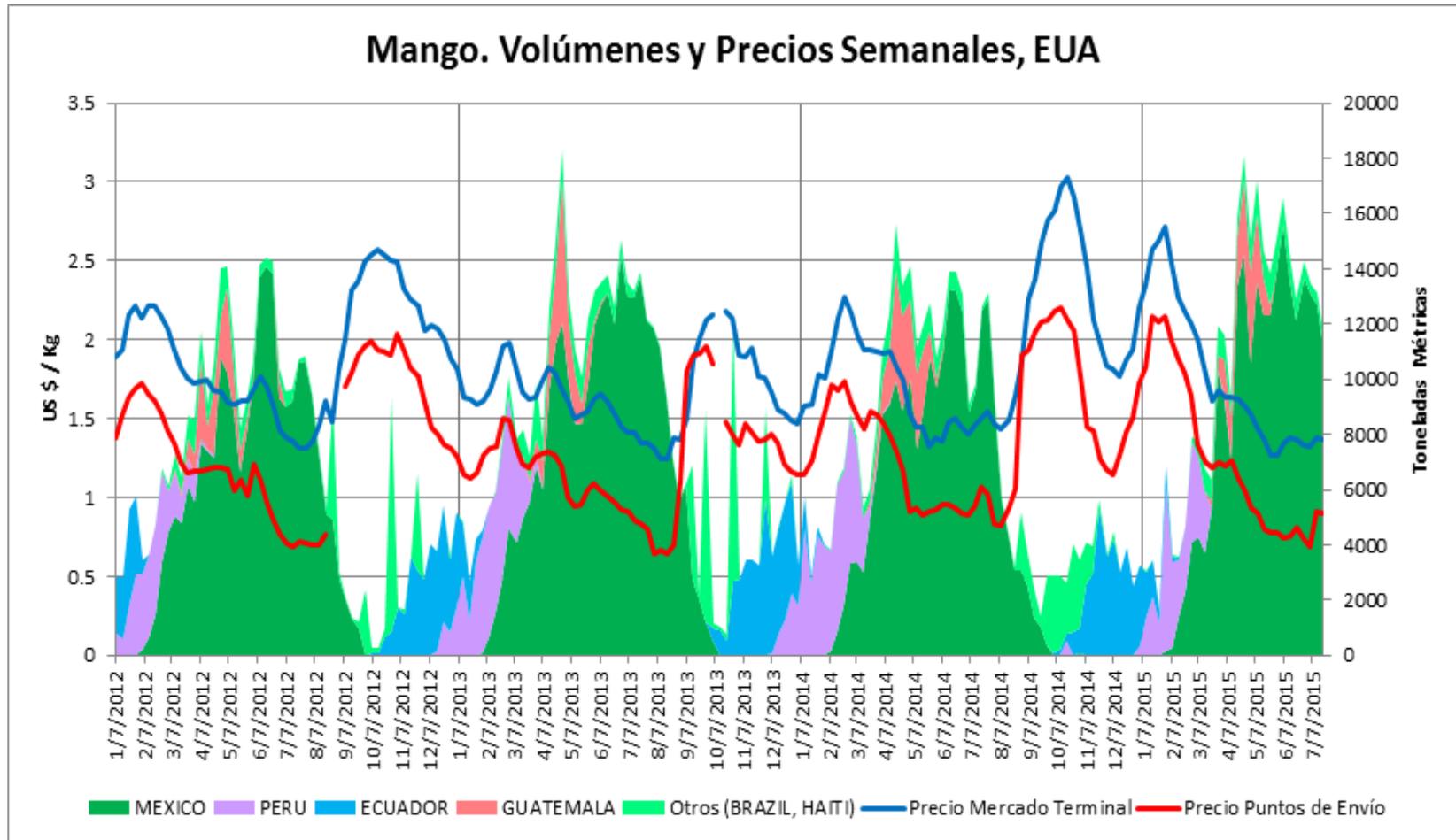
México y Perú encabezan la lista de los mayores exportaciones de mango a EUA. La oferta de México a EUA va aumentando año a año pero con el Perú todavía no podemos percibir una mejoría notable dentro de la gráfica. Podemos observar en el gráfico que contamos con dos precios; mayorista y punto de envío. Las diferencias son notales entre el precio mayorista y el punto de envío, el precio mayorista es superior debido a la cantidad de gastos. Se pueden observar los picos de México que comienzan generalmente desde febrero y termina en septiembre; Perú cubre una pequeña demanda con poco volumen antes de temporada comenzando desde diciembre captando mejores precios que México en esas fechas.

Los productores negocian la venta con los intermediarios para que su producto sea comprado a los mejores precios que este ofrece en el momento. Por otra parte, se puede ver que entre octubre y noviembre los precios llegan hasta US \$2/kg; en tiempo de temporada sólo se puede esperar US \$1.20/kg como máximo y al llegar a ese precio máximo comienza el declive.

Brasil siendo un nuevo ofertante dentro de este mercado está empezando a mostrar su representatividad en las fechas de agosto a octubre llegando hasta las 4480 t en el 2012. En el 2013 escaló hasta casi llegar a 5636 t alcanzando excelente precio mayorista hasta los US \$2.5/kg y el punto de envío llegando hasta US \$1.5/kg, en el 2014 se disminuye un poco la cantidad hasta 5163 t, esto hizo que el precio mayorista aumentara hasta US \$3/kg y el punto de envío hasta US \$2.5/kg.

Origin Name	BRAZIL	
Sum of 10000lb units	Column Labels	
Row Labels	(blank)	Grand Total
2011	4841	4841
2012	4480	4480
2013	5636	5636
2014	5163	5163
2015	20	20
Grand Total	20140	20140

Figura 2. Volumen de producción de Brasil por años.



Fuente: (GAMIS®, 2015)

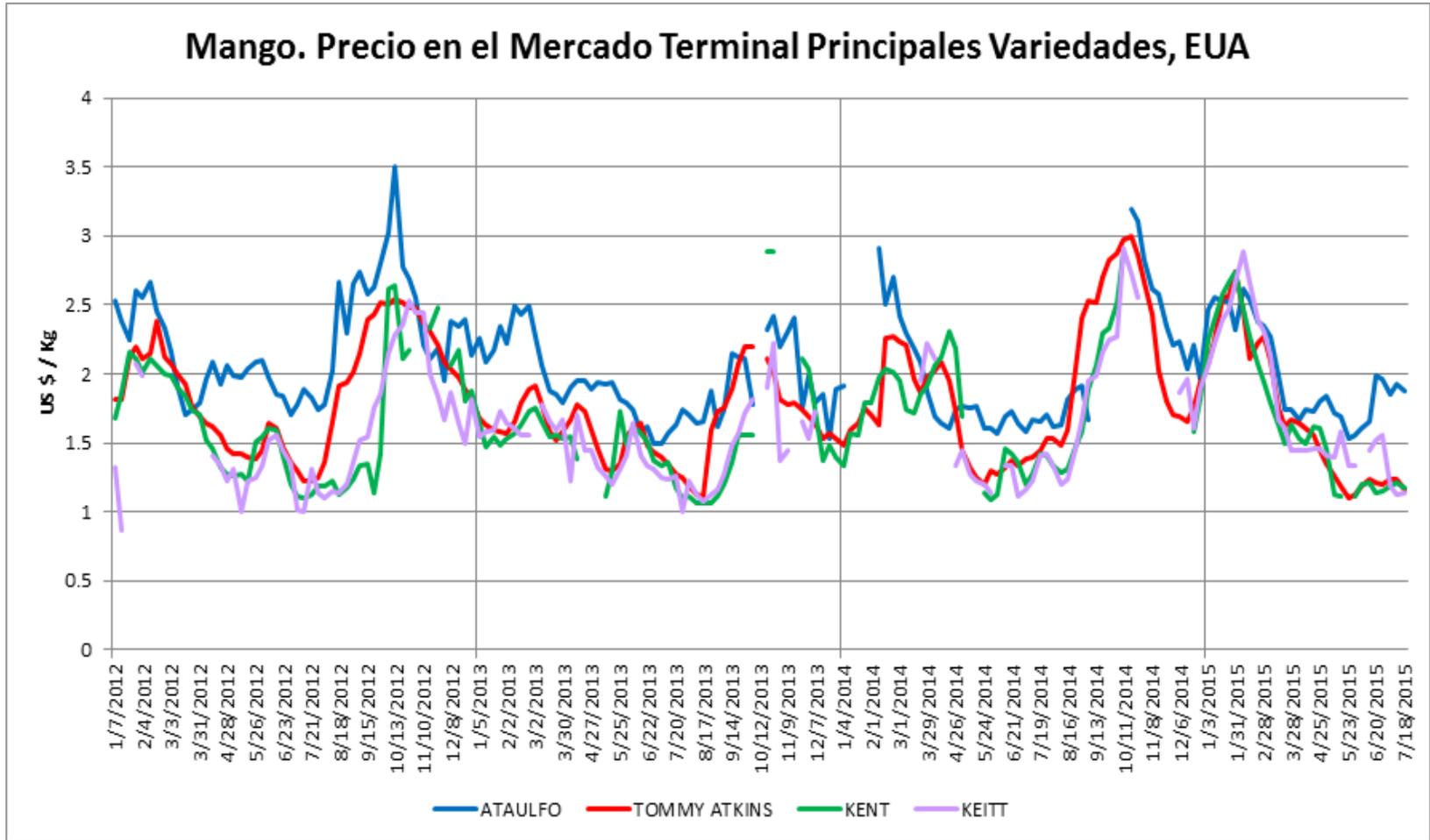
Precio mayorista de las principales variedades, EUA

Los crecientes picos comienzan en temporada baja, cuando el consumidor está dispuesto a pagar más por algo que no es fácil de conseguir. Por lo cual su pico más alto fue en septiembre del 2014, cuando los mayoristas estaban dispuestos a pagar US \$3/kg y para noviembre comienzan a disminuir los precios por el fin de temporada. Aquí entran otros ofertantes como Ecuador, Brasil y Haití los cuales perciben precios más altos ya que el volumen de producción es más limitado que cuando está en temporada.

Entre las variedades más populares en los mercados de EUA, se encuentran:

- Ataulfo
- Tommy Atkins
- Kent
- Keitt

El precios del mango varía según la temporada. Como el mejor pagado está Ataulfo con US \$2/kg máximo y US \$ 1.8/kg como mínimo, entre las semanas de febrero a junio. Otras variedades como el Tommy Atkins, Kent y Keitt tienen precios que oscilan entre US \$ 1.5/kg a US \$ 1.6/kg como máximo y US \$ 1/kg a US \$ 1.2/kg como mínimo. La variedad Ataulfo tenía un buen precio al comienzo de la temporada del 2012 pero al pasar de los años este ha ido disminuyendo poco a poco.

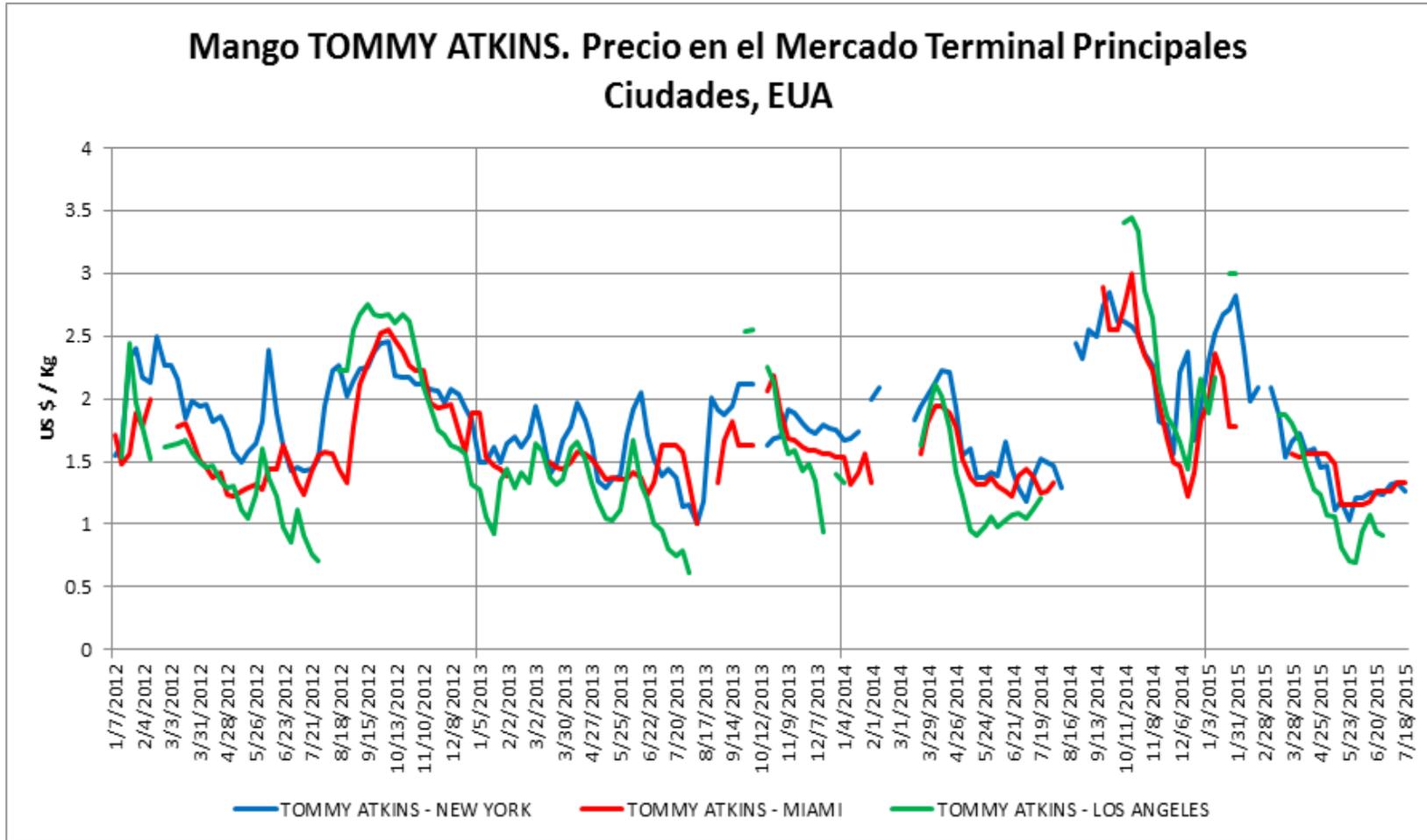


Fuente: (GAMIS®, 2015)

Precio mayorista en principales ciudades de EUA, Tommy Atkins

Se analizaron los precios de la variedad Tommy Atkins de tres ciudades importantes en EUA; Nueva York, Miami y Los Ángeles. Los precios al pasar de los años son bastantes similares. La temporada de esta variedad se da en las semanas de abril, mayo, junio y julio. La ciudad que mejor pagó en temporada fue New York con hasta US \$ 1.5/kg. Fuera de temporada, la ciudad que mejor precio ofertó fue Los Ángeles con hasta US \$ 2.7/kg. En el 2013, dentro de temporada, la ciudad que mejor precio ofertó fue New York con US \$ 2/kg. Fuera de temporada, la ciudad que mejor precio ofreció fue Los Ángeles con hasta US \$ 2.6/kg.

En el 2014, el mercado que mejor precio ofertó fue Nueva York con hasta US \$1.7/kg y fuera de temporada nuevamente Los Ángeles destacó con un precio de US \$ 3.4/kg. Al ver que el precio de mango subió pese a que no se encontraba en temporada, se puede observar que hay una gran escases en el mercado.



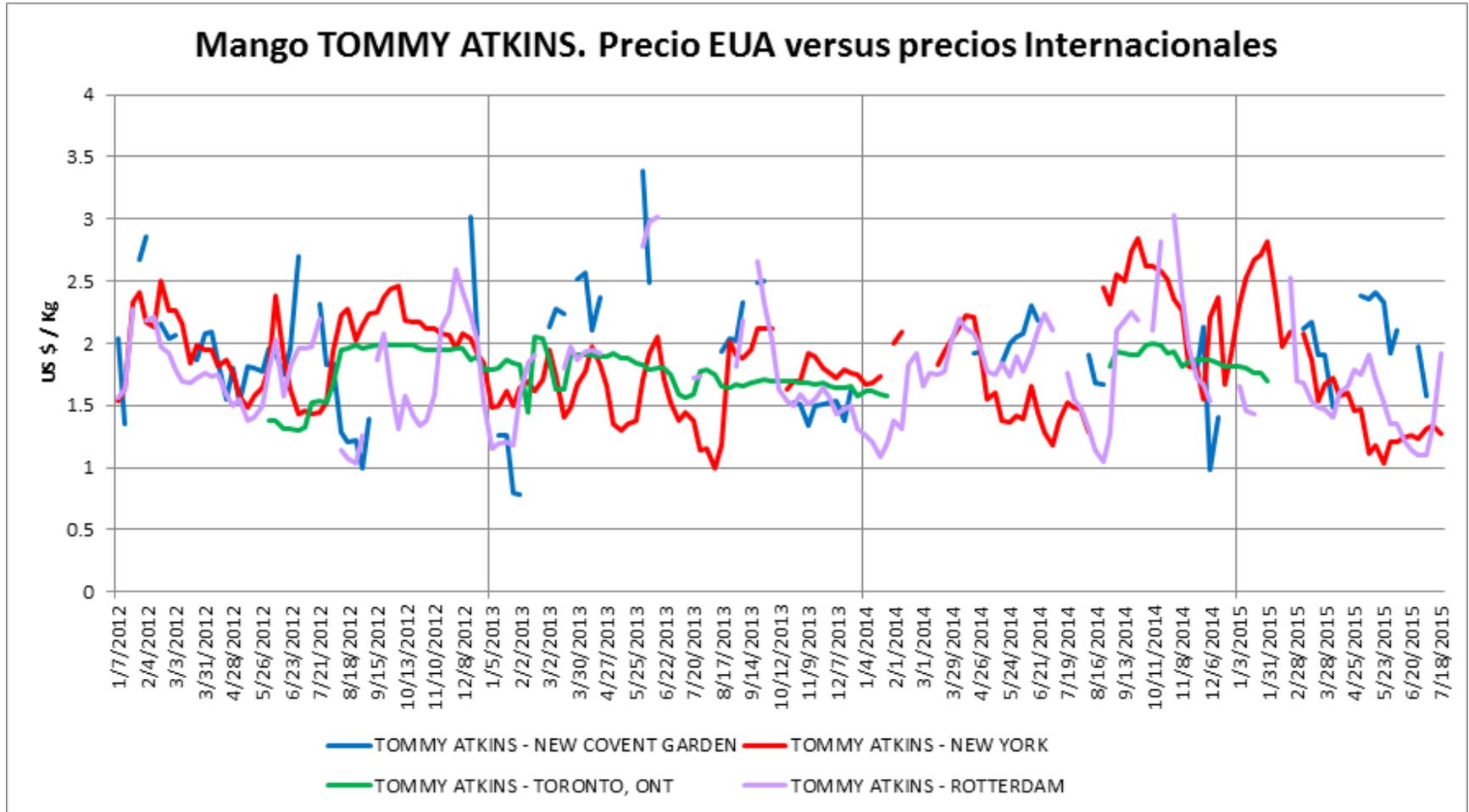
Fuente: (GAMIS®, 2015)

EUA versus precios mayoristas internacionales, Tommy Atkins.

Los mangos en ciudades de EUA son muy bien pagados. New Convent Garden, Rotterdam y Toronto, ofrecen precios similares a los precios de Nueva York en el 2012; es posible observar que desde enero hasta mayo existe un rango entre US \$2.5/kg y US \$ 2,7/kg, sufriendo una pequeña depresión en el mes de abril, probablemente por una alta oferta. Las tendencias de los precios internacionales son buenos, pero Nueva York ofrece un mercado ligeramente más fructífero.

En el 2013, New Covent Garden propuso un mejor precio en febrero, el precio fue de US \$ 2.5/kg, el cual se mantuvo hasta marzo. Sorpresivamente, para la última semana del mes abril existió un aumento en el precio hasta cerca de US \$ 3.5/kg. Las otras ciudades se mantenían en un rango de US \$ 2/kg a US \$ 1.5/kg. Rotterdam demuestra tener siempre un aumento entre los semanas de octubre a septiembre, llegando hasta US \$ 2.5/kg.

En el 2014, las tendencias de precios continuaron de manera similar a las del año anterior, a excepción de Rotterdam que ofreció un precio bajo en las semanas de enero y agosto, llegando hasta US \$ 1/kg. Sin embargo se presentó un pico entre las semanas de octubre a noviembre, llegando hasta su máximo de US \$ 3/kg en noviembre. Otra ciudad que se destaca en estas semanas es Nueva York, con un precio máximo de US \$ 2.8/kg en el mes de septiembre.



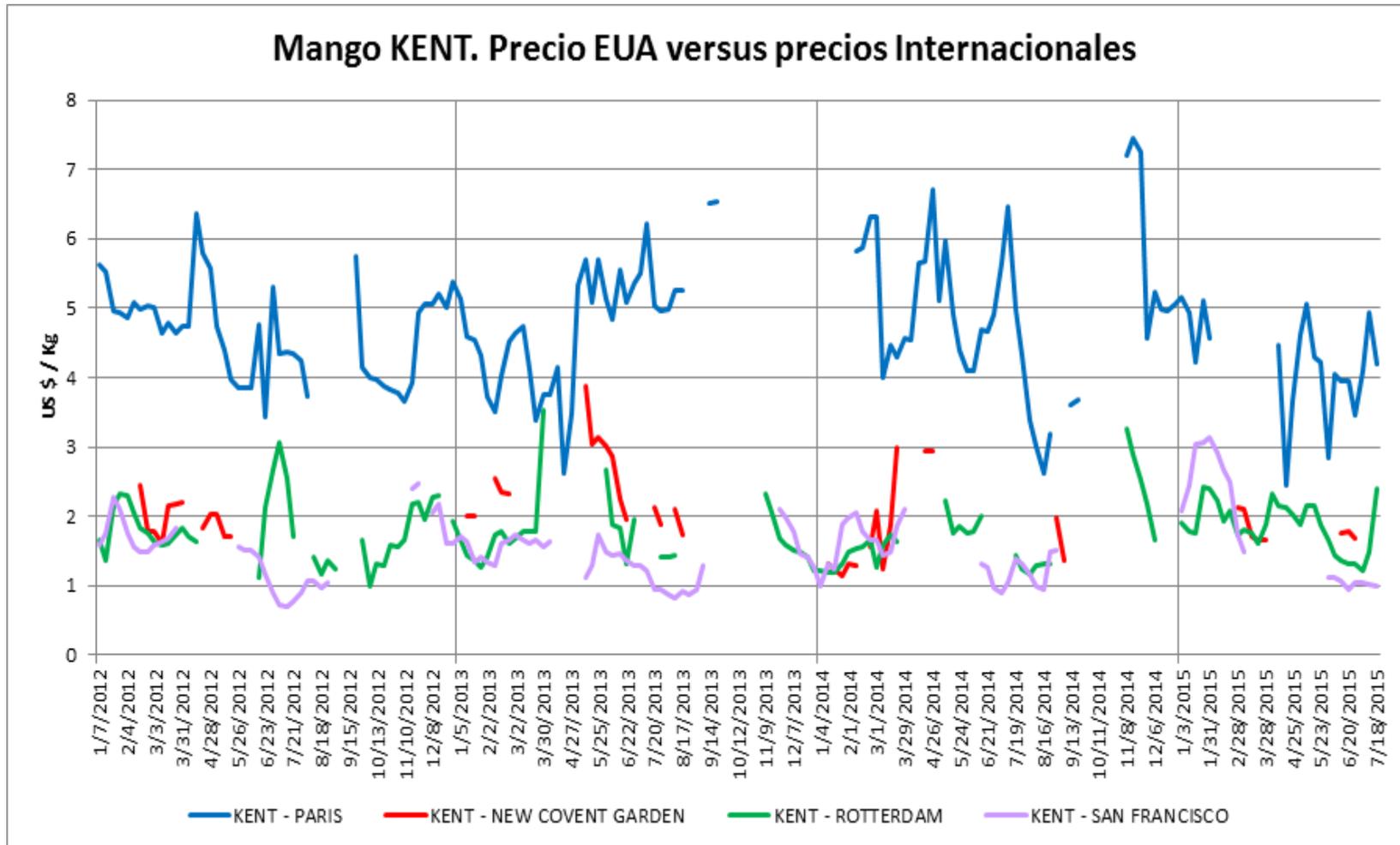
Fuente: (GAMIS®, 2015)

EUA versus precios mayoristas internacionales, Kent.

Kent es una de las variedades más populares. En el 2012, París demuestra que tiene un atractivo más fuerte que otras ciudades, el mango llega por avión, probablemente fue “madurado en planta” y su precio a consecuencia de eso es más alto segmentándose a un producto de más calidad haciendo de lado a mucha competencia. Muestra picos de hasta de US \$ 6.2/kg en el mes de marzo y su más bajo valor de US \$ 3.5/kg en junio y octubre. La ciudad que le sigue es Rotterdam ofreciendo un máximo de hasta US \$ 3/kg en el mes de junio y un mínimo de US \$ 1/kg en el mes de octubre.

En el 2013, París tuvo un menor precio entre las semanas enero y febrero, comparada con la del año pasado; se puede observar que bajó hasta US \$ 3.5/kg, con recuperación en el mes de marzo, cuando subió hasta US \$ 4.5/kg, pero con una baja para finales de este mismo mes, llegando hasta US \$ 2.5/kg. Durante las semanas de abril, mayo y junio subió nuevamente, teniendo un pico de hasta US \$ 6.1/kg en el mes de junio. New Covent Garden y Rotterdam ofrecieron precios similares, teniendo ambas un pico de hasta US \$ 3.9/kg para las semanas de abril a junio.

En el 2014, París alcanzó picos de hasta US \$ 7.3/kg en el mes de noviembre y tuvo una baja de precios en las semanas de marzo y mayo de hasta US \$ 4.5/kg; la baja más fuerte de este año fue en las semanas julio y agosto, llegando hasta US \$ 2.8/kg.



Fuente: (GAMIS®, 2015)

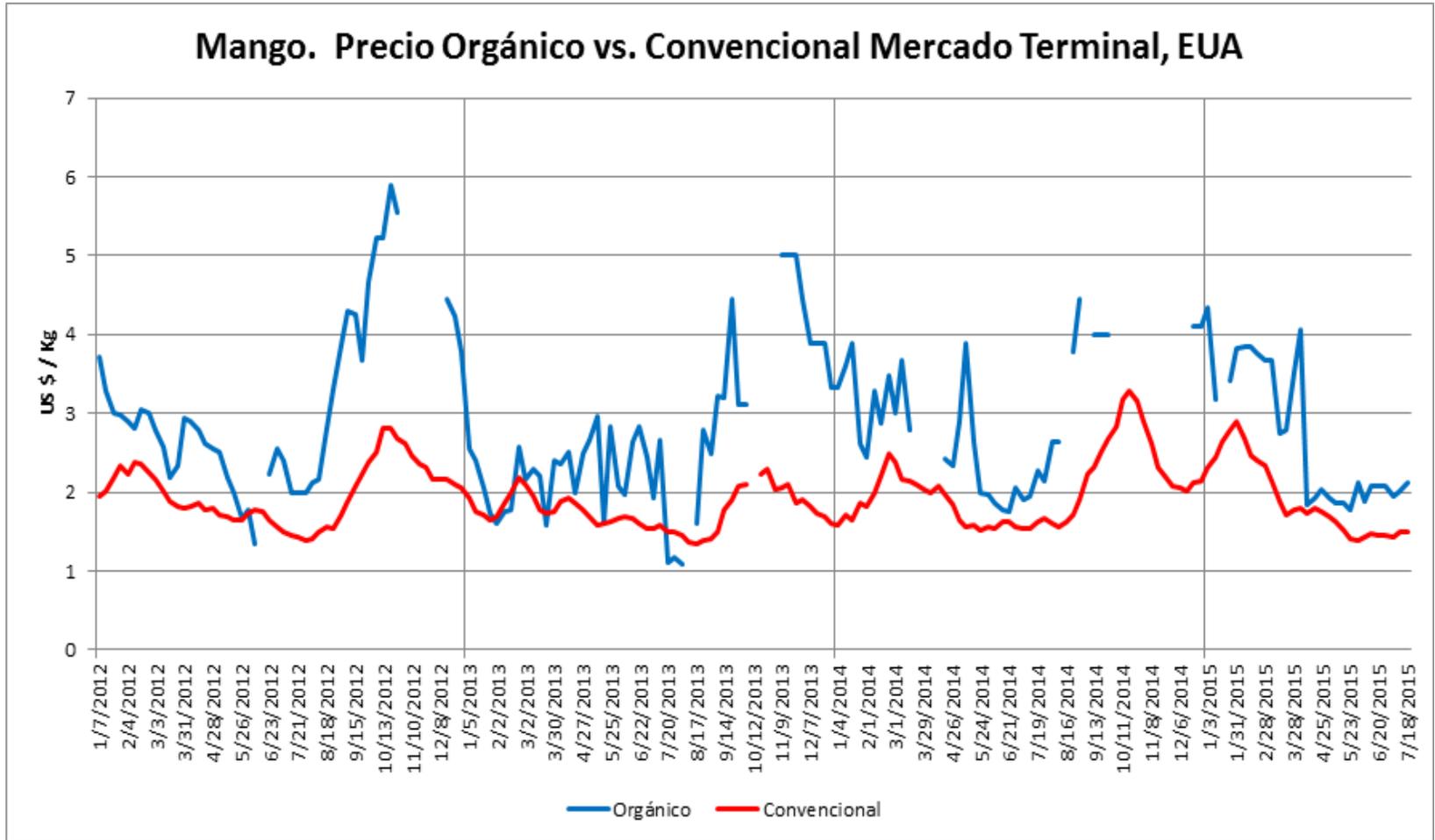
Precio mayorista orgánico versus convencional, EUA

Se calculó un promedio entre todas las ciudades, para tener una comparación a nivel nacional sobre la tendencia en el precio del producto orgánico, comparado con el convencional.

En el 2012, se pudo observar que el precio del mango convencional fue constante durante todo el año, teniendo un máximo de US \$ 2.7/kg en el mes octubre, subiendo desde el mes de septiembre. El valor más bajo se presentó en el mes de julio, con un precio de US \$ 1.5/kg. El precio del mango orgánico demuestra algún grado de variación con el pasar de los años, tuvo un pico de hasta US \$ 6/kg en el mes de septiembre y una baja en el mes de mayo de US \$ 1.5/kg.

En el año 2013, los precios del producto convencional siguen siendo estables, con un pico máximo en el mes de octubre de hasta US \$ 2.2/kg y una baja de hasta US \$ 1.3/kg en el mes de agosto. Los precios orgánicos siguen siendo más variantes, con picos que van hasta US \$ 5/kg en el mes de noviembre y principios de diciembre; los precios más bajos se encuentran en el mes de julio, hasta US \$ 1/kg.

En el año 2014, el precio convencional continua siendo estable, con ligeras variaciones, mostrando un máximo precio en las semanas de septiembre a noviembre, alcanzando su pico en el mes de octubre con US \$ 3/kg; los mínimos se dieron de abril a agosto, manteniéndose en US \$ 1.6/kg; por su parte, los precios orgánicos mantienen sus altos precios con un pico en el mes de agosto de US \$ 4.2/kg y un mínimo en el mes junio y principios de julio con US \$ 1.8/kg.



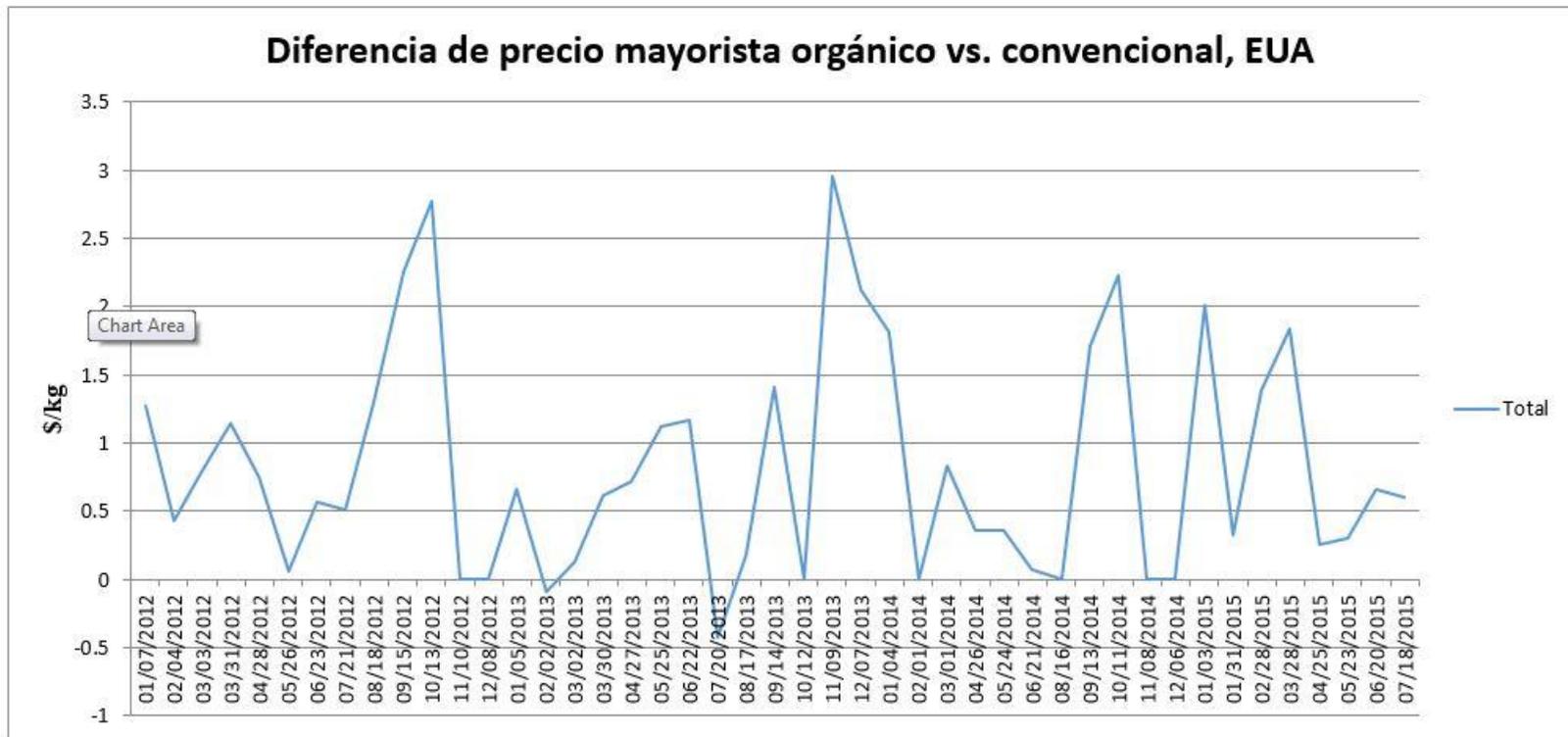
Fuente: (GAMIS®, 2015)

Diferencia de precio mayorista orgánico vs. convencional, EUA

En el siguiente cuadro se aprecia la diferencia entre los precios mayoristas orgánicos vs. Los convencionales. Por lo general el precio orgánico es un poco más alto que el convencional debido a que son productos más costosos de producir y son de baja producción. En el 2012 ponemos observar que de septiembre a octubre existe la más grande diferencia del grafico que llega hasta US \$4/kg. En el 2013 al igual que el 2012 la diferencia más grande se puede observar en el mes de septiembre que llega a un precio de hasta US \$3/kg, a pesar de que el precio orgánico baja sigue siendo más representativo que el convencional.

En el 2014 se observa que existe un fuerte declive en la diferencia de las semanas de septiembre a octubre, debido a razones desconocidas, no se tienen muchos datos de esos meses, pero se presume que fue un año similar al 2013. En el 2015 se puede ver un excelente que comenzó en el mes de abril con una diferencia de hasta US \$2/kg, por lo cual se presume que será un buen año para los productos orgánicos. En promedio se puede esperar un sobreprecio de US \$2/kg de mango orgánico sobre el convencional. En el mes de junio del 2013 se puede ver que no existe mucha diferencia entre el precio convencional y el orgánico de US \$ 1/kg como máxima diferencia, por lo cual es una rara excepción debido a que en los otros años se puede ver una diferencia de hasta US \$ 3/kg para las mismas semanas.

Existen ciertos puntos que resultan con valores negativos en la gráfica gracias a que la diferencia del precio convencional es mayor a la diferencia del precio orgánico, esto no es muy común que suceda, pero dentro de estas fechas existe este fenómeno en el cual el mercado exige más convencional que orgánico.

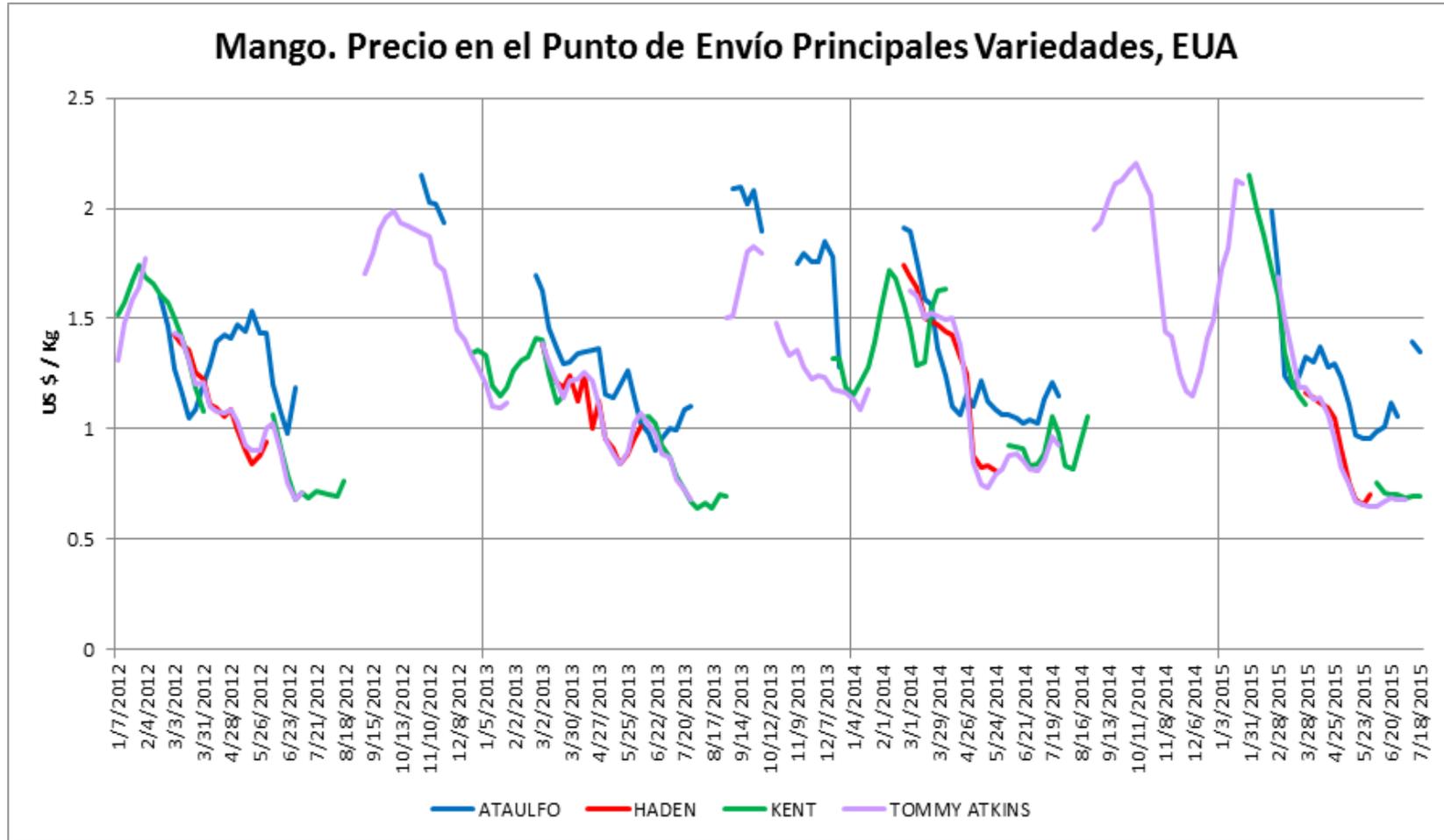


Fuente: (GAMIS[®], 2015)

Precio en el punto de envío de las principales variedades, EUA

En el 2012, los precios tuvieron un pico a fines de enero y comienzo de febrero, con US \$ 1.7/kg, los cuales cayeron en valle con US \$ 1/kg; la variedad Ataulfo se recuperó en las semanas de mayo y abril con un pico de US \$ 1.5/kg. Tommy Atkins tuvo un pico en las semanas entre agosto y septiembre de US \$ 2/kg. En el 2013, Tommy Atkins mantuvo un buen comienzo, similar al del año anterior, con US \$ 1.6/kg, pero la variedad Kent bajó el precio a US \$ 1.3/kg, luego se mantuvieron los valles de finales de febrero a junio, llegando el Ataulfo a costar US \$ 0.9/kg. Los demás se comportaron de manera similar; los precios de Kent, Haden y Tommy Atkins descendieron más, hasta llegar a US \$ 0.7/kg a comienzo de agosto. Tommy Atkins mostró un pico en el mes de septiembre, hasta llegar a US \$ 1.4/kg, de la misma manera Ataulfo alcanzó un pico en el mismo mes de US \$ 2/kg.

En el 2014, las variedades recuperaron el precio del 2012. Para finales de febrero, Kent, Haden y Tommy Atkins tuvieron un precio de US \$ 1.7/kg; Ataulfo, a diferencia de las otras variedades, comenzó con un precio de US \$1.9/kg. Tommy Atkins tuvo un pico superior al de los años anteriores, siendo este de US \$ 2.3/kg en las semanas de septiembre a octubre. En el 2015 se ve un pico en el mes de febrero para las variedades Tommy Atkins y Kent que va aumentando desde US \$ 1.8/kg en el 2012 hasta US \$ 2.3/kg en el 2015.



Fuente:

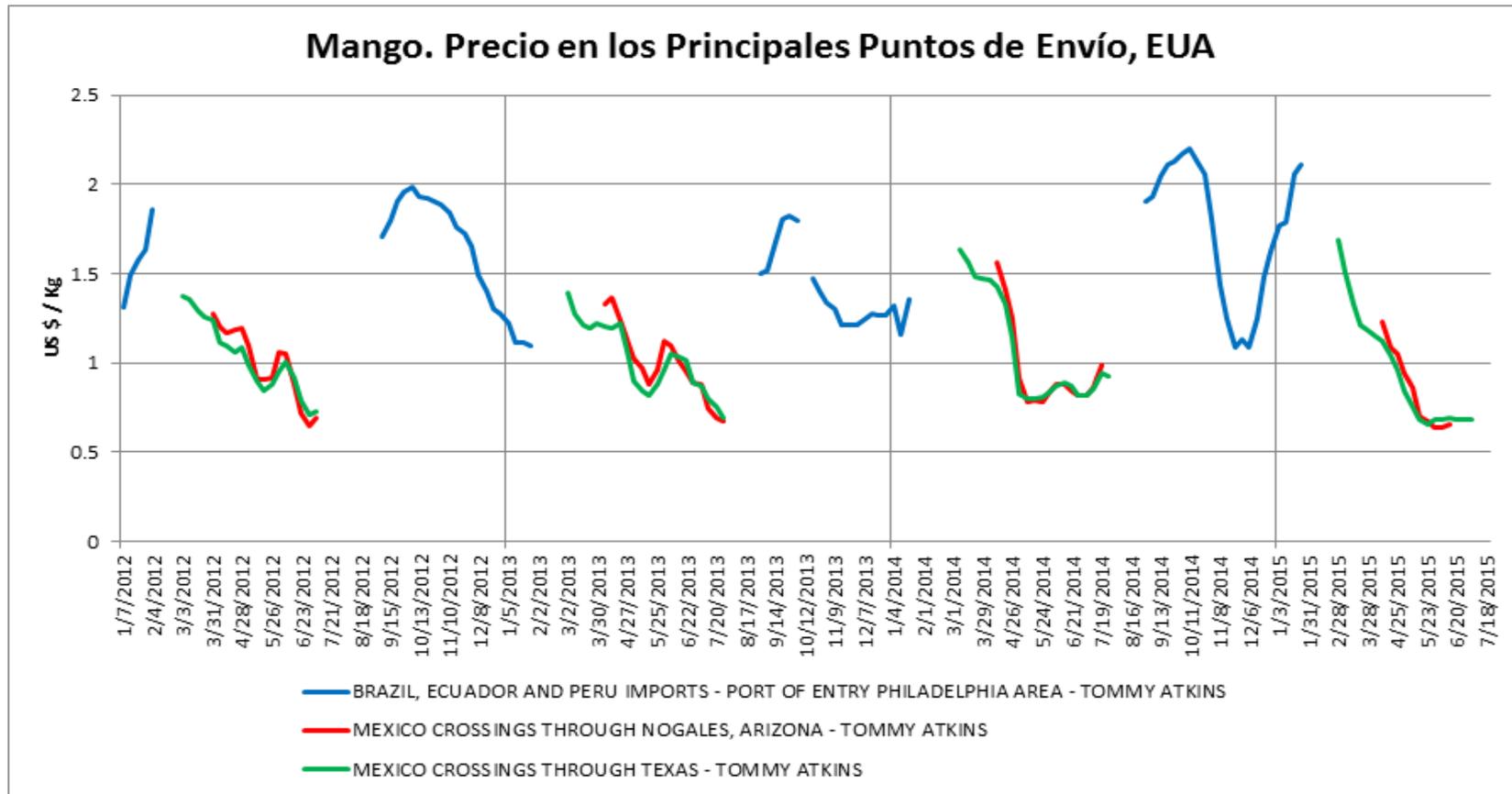
(GAMIS[®],

2015)

Precios en los principales puntos de envío, Tommy Atkins

En el 2012 se puede observar que los picos de Brasil, Ecuador y Perú se dieron en las semanas de enero y finales de febrero con US \$ 1.6/kg, además presentaron otro pico en las semanas de septiembre y de noviembre con US \$ 2/kg. Los picos de los cruces de México a Arizona y de México a Texas tuvieron una pendiente negativa que se extendió desde su máximo en el mes de febrero, con US \$ 1.4/kg a US \$ 0.6/kg, como mínimo en junio. En el 2013 se mantuvieron los precios de igual manera que el año anterior, pero a diferencia de éste, se puede observar que en el los mes de abril bajó el precio de Ecuador y Perú, a un mínimo de US \$ 1.6/kg.

En el 2014 se puede observar una ligera mejora en los precios de México, en los cruces de Arizona y Texas, con un pico en el mes de marzo, de US \$ 1.6/kg, pero los valles fueron iguales a los de los años anteriores con un mínimo de US \$ 0.7/kg. Por parte de Brasil, Ecuador y Perú, en las semanas de septiembre a octubre, se puede ver que el pico fue superior al de los años anteriores, con un máximo de US \$ 2.2/kg; a continuación del pico se presenta un valle a finales de noviembre y comienzos de diciembre, con un mínimo US \$ 1.2/kg. En el 2015 las importaciones de Brasil, Ecuador y Perú. Muestran comenzar con un buen precio de enero a febrero de hasta US \$ 2.3/k



Fuente: (GAMIS[®], 2015)

Anexo 2. Informe de inteligencia comercial de la mandarina.

Gallo's Agricultural Markets Intelligence Service (GAMIS[®])



Informe de Inteligencia Comercial Tendencias de la mandarina 2012-2015

Preparado por
Juan F. Burneo J
Y
Ernesto Gallo.

Índice

INTRODUCCIÓN.....	40
CONCENTRACIÓN DE LA PRODUCCIÓN	43
EVOLUCIÓN DE LA OFERTA Y DE PRECIOS SEMANALES, EUA.....	44
PRECIO MAYORISTA DE LAS PRINCIPALES VARIEDADES, EUA	46
PRECIOS MAYORISTA EN CIUDADES DE EUA, VARIEDAD HONEY	48
PRECIO MAYORISTA EN EUA VS. PRECIO INTERNACIONAL, VARIEDAD HONEY.	50
PRECIO MAYORISTA DE LA MANDARINA ORGÁNICA VS PRECIO CONVENCIONAL, EUA	52
DIFERENCIA DE PRECIO MAYORISTA ORGÁNICO VS. CONVENCIONAL	54

Introducción

La mandarina (*Citrus reticulata*), perteneciente a la familia de las Rutáceas, es uno de los cítricos más populares. Muchos afirman que su origen se dio en el sureste de Asia, incluso se dice que es originaria de Japón. Este fruto atrae la atención del consumidor por su facilidad para el consumo y peculiar sabor. Las zonas de máxima producción se encuentran en climas tropicales y subtropicales, con temperaturas superiores a los 5 – 8 °C.

Su cultivo requiere suelos permeables y poco calizos, con un ambiente húmedo tanto en el suelo como en la atmósfera. Se recomienda que el suelo sea profundo para garantizar el anclaje del árbol, así también asegurarnos de que tenga una amplia distribución de las raíces para que proporcione una buena nutrición y un crecimiento adecuado. Los suelos deben tener una proporción equilibrada de elementos gruesos y finos (textura), que faciliten la aireación y el paso de agua, además de proporcionar una estructura que mantenga un buen estado de humedad y una buena capacidad de intercambio catiónico.

Dentro del mercado de esta fruta, en Estados Unidos, las variedades más populares son: W. Murcott , Honey, Sunburst, Fallglo.

GAMIS[®] pone a su disposición los datos recolectados desde el 2011 hasta el 2015 sobre la mandarina, para su descarga:

Link:

https://www.dropbox.com/sh/t8uo8zhsapj4y26/AABdIQdiKWiY4DfWWkz_cfnWa?dl=0

La fecha para la disposición en el mercado de la siguiente edición del informe no ha sido definida, la data muestra los datos actualizados semanalmente con las variables de precios en el país de embarque y del transporte una vez que llega a EUA.

Precio Terminal Market (Mayorista)

El mayorista es un intermediario entre el productor y los minoristas, el producto es comprado en contenedores. El mayorista paga la operación de transporte Shipping Point y venden el producto por cajas a súper mercados e instituciones que cubren los costos, posibles mermas y su margen de ganancia.

Precio Shipping Point

Shipping Point o puntos de embarque son los lugares de distribución a los mayoristas, los precios se denominan F.O.B punto de embarque. Dado que la venta es por altos volúmenes, los precios solían llamarse “Full Container Load” (FCL) o por contenedor completo.

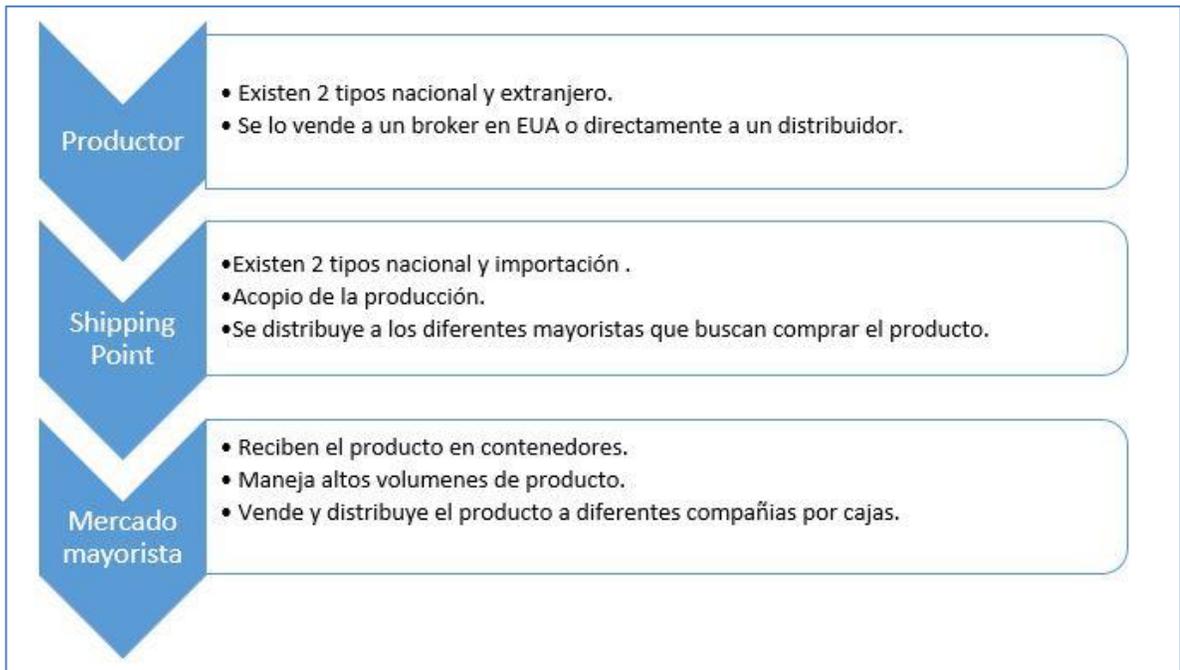
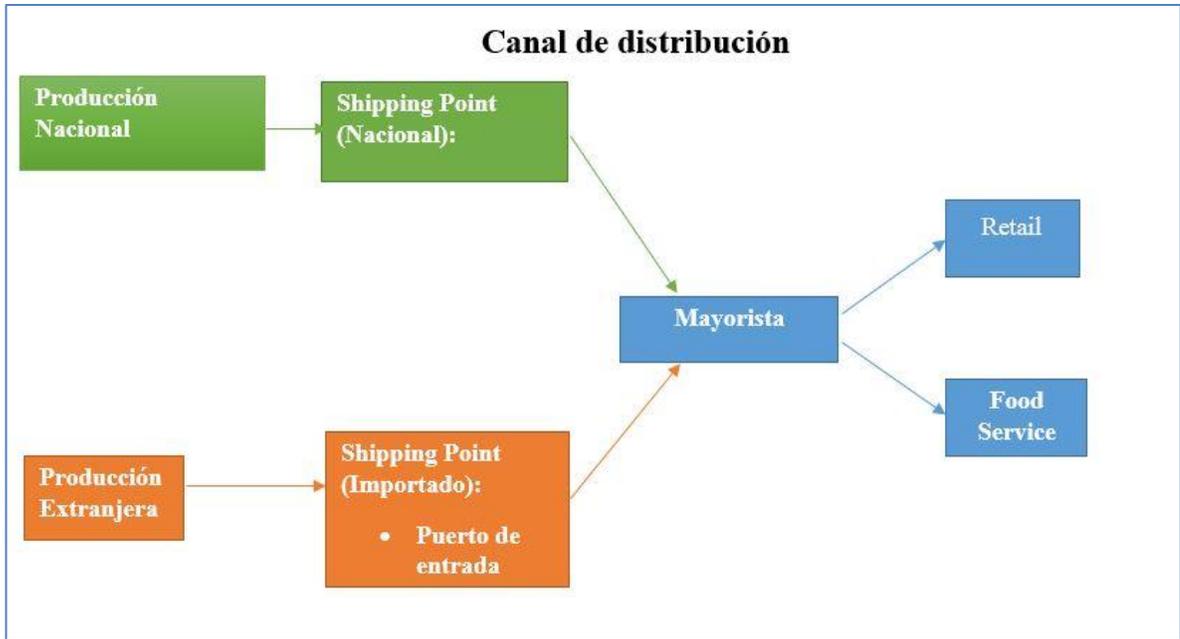
Los puntos de embarque son los centros de acopio en las zonas de producción o los mercados cercanos a las aduanas de entrada al mercado EUA. Este es el precio que debe esperar un exportador, luego de deducir la comisión del intermediario.

Precio Sh.P Nacional

Cuando se produce para la comercialización nacional, el producto es enviado en contenedores para la venta a los mayoristas. Luego de ser enviado a los mayoristas, estos se encargan de distribuirlo a diferentes negocios minoristas.

Precio Sh.P Internacional

Trata de que llegue el producto extranjero al país. El productor lo vende al distribuidor Shipping Point, y luego se encarga de que el producto llegue al almacén libre de aduanas. Todo el proceso es pagado por Shipping Point. El precio Shipping Point es el precio del producto ya puesto en el almacén más el margen del vendedor o la comisión del bróker.

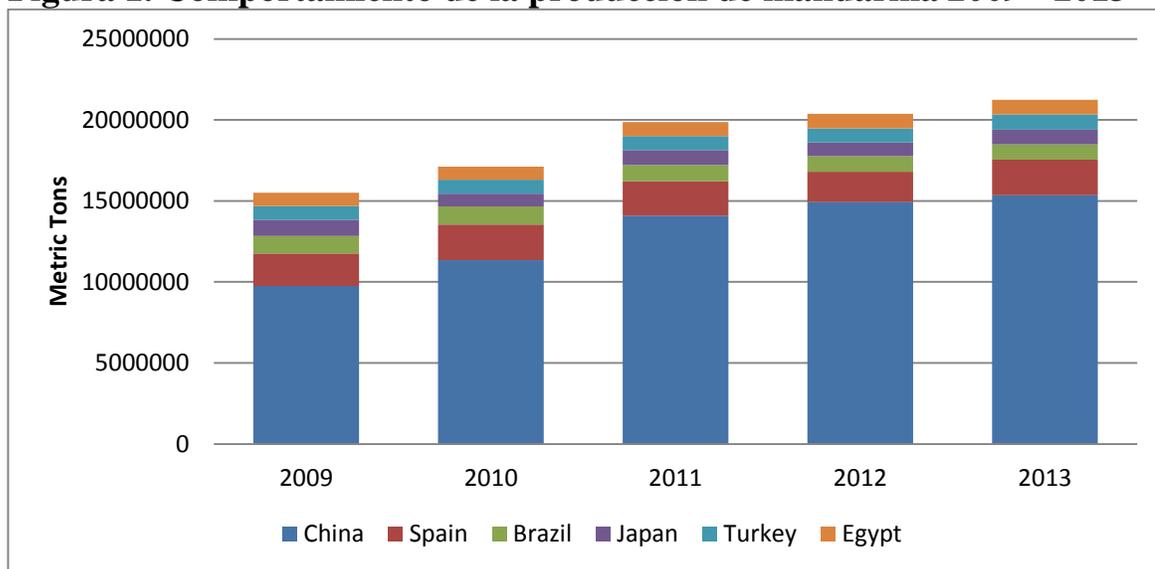


Concentración de la producción

La mayor producción de mandarina a nivel mundial se localiza en China y en otros 5 países, como se observa en la Figura 1. En el 2009, la producción fue de 15'500,047 t y tuvo un aumento de 1'606,805 t en el 2010, con un total de 17'106,852 t, equivalente a un incremento del 5%; para el año 2011. La producción fue de 19'858,374 t en el 2012 la cantidad producida fue de 5'078,85 t, dando como total 20'366,259 t. En el 2013, se produjo un aumento en comparación con el año anterior, alcanzando las 8'826,90 t, con 21'248,949 t en total.

Del 2009 al 2013 hubo un aumento del 15% en la producción mundial, lo cual puede ser un indicativo de que la demanda no es constante ni se mantiene en el transcurso de los años. Es probable que los productores de países subdesarrollados estén ejecutando planes para ser más eficientes en un mercado competitivo a nivel mundial.

Figura 1. Comportamiento de la producción de mandarina 2009 - 2013



Fuente: (FAOSTAT, 2015)

Evolución de la oferta y de precios semanales, EUA

Florida es el mayor ofertante de mandarinas en EUA, las temporadas de mayor producción de mandarina se dan en agosto hasta principios de abril.

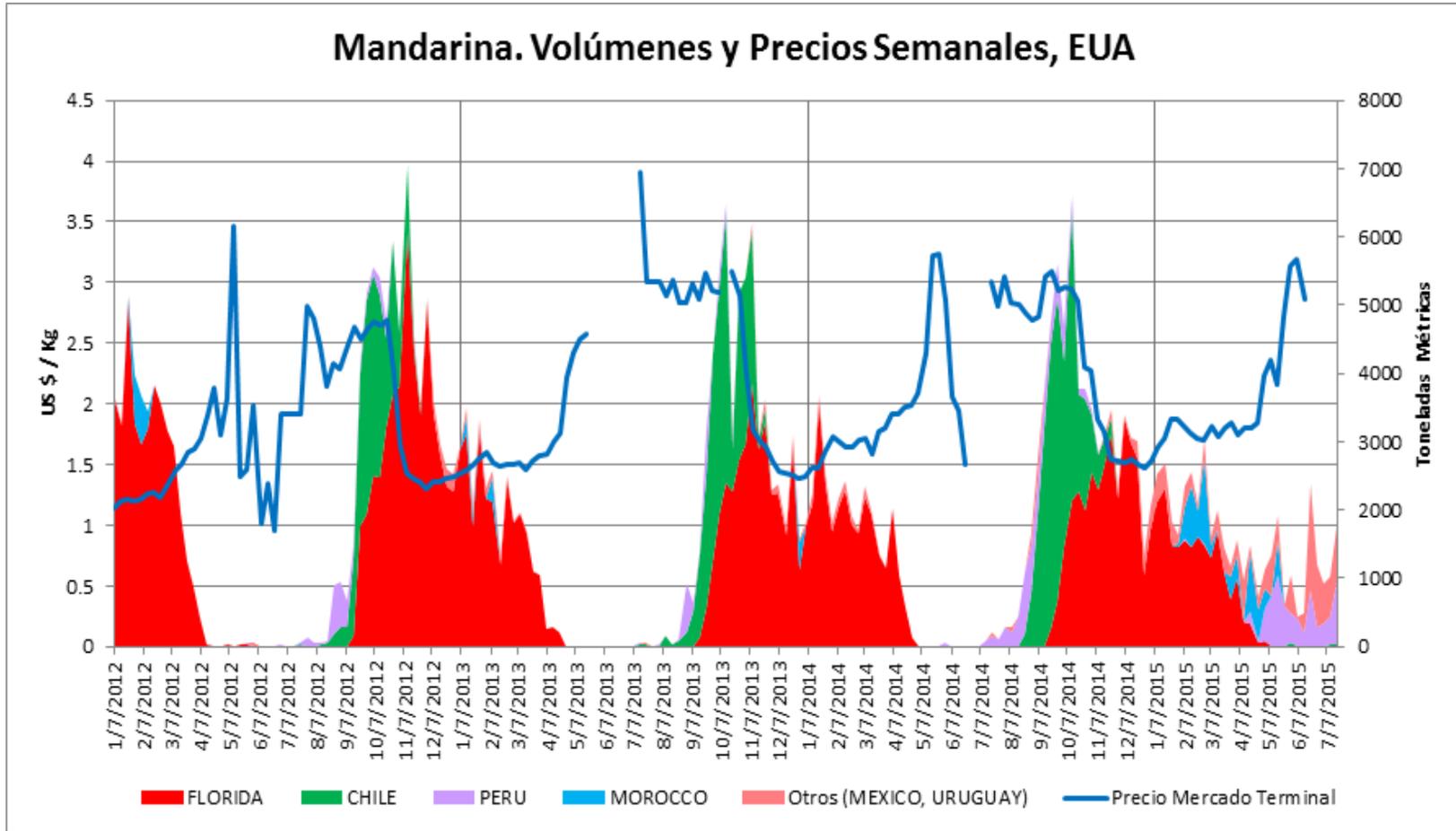
Chile tiene una corta temporada de septiembre a noviembre.

Florida es un gran productor de cítricos en EUA, en su mayoría con naranjas, siendo la mandarina el segundo producto más importante. Los picos que presentan en el 2012, entre enero - abril y de finales de septiembre a diciembre, completan una producción total máxima de 7000 t para las semanas de noviembre.

En el 2013 y en el 2014 hubo una disminución de producción en Florida y un aumento en Chile. Se puede observar el descenso de Florida, decreciendo hasta 3500 t semanales en enero y febrero. En septiembre, la producción total en temporada llega hasta 6000 t, en su mayoría producción proveniente de Chile.

El total de la producción en los años 2013 y 2014 presentó un comportamiento similar. De septiembre a noviembre se ve los grandes picos, que en su mayoría se debieron a la gran producción que tiene Chile en esa época, a diferencia de Florida que tiene un aporte decreciente en comparación con el 2012. Se observa que en estas fechas la oferta aumenta, dejando abiertas puertas para nuevos productores de otros países que quieren entrar a este mercado. Florida está bajando su producción, mientras Perú y Marruecos está subiendo su oferta en las semanas de contra estación, además de que México y Uruguay está aumentando su oferta para los meses de mayo a julio.

La línea azul demuestra el precio de las tres variedades más reportadas en el mercado de EUA. En los meses de no temporada, de abril a julio, se da un precio muy generoso con picos de US \$ 3.5/kg en el 2012, US \$ 3.8/kg en el 2013 y US \$ 3.3/kg en el 2014. En tiempos de temporada los precios bajan, hasta un mínimo de US \$ 1.5/kg. El producto muestra una fuerte estacionalidad, se observa una brecha de abril a septiembre que está siendo cubierta por Perú y otros.



Fuente: (GAMIS®, 2015)

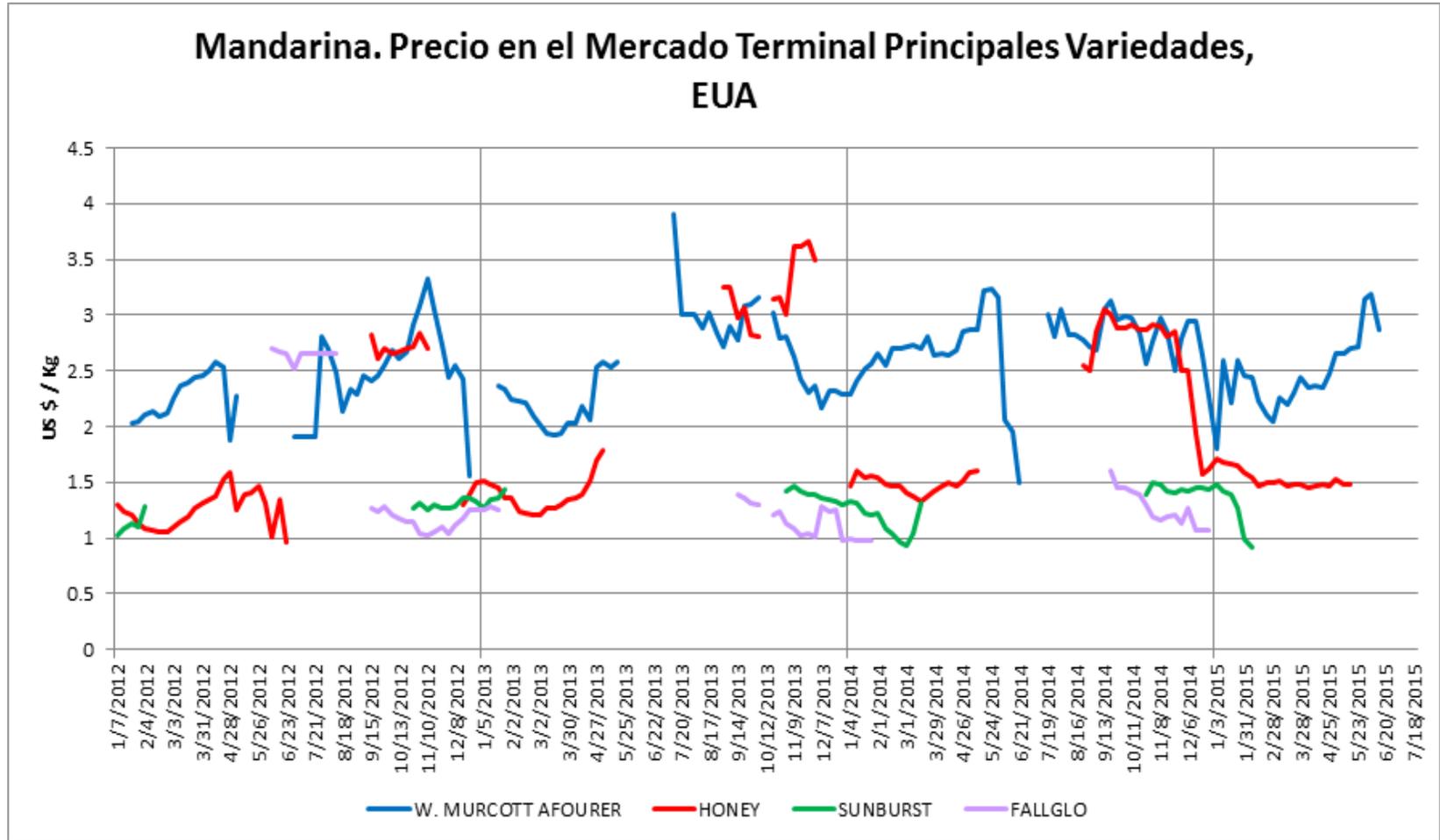
Precio Mayorista de las principales variedades, EUA

Existen cuatro variedades principales dentro del mercado estadounidense:

- W. Murcott Afourer
- Honey
- Sunburst
- Fallglo

La variedad más aceptada dentro del mercado EUA es la W. Murcott Afourer, que en el 2012 tuvo picos en el precio del mercado mayorista de hasta US \$ 3.3/kg a principios de septiembre y tuvo valles de hasta US \$1.5/kg a finales de diciembre. En el 2013 los precios son bastante similares a los del 2012, con la excepción de que finales de junio y principios de julio el precio estuvo a US \$ 4/kg y dando un valle en el mes de abril de US \$ 2/kg. En el 2014 sigue existiendo la misma tendencia, pero su pico esta vez disminuyó a \$ 3.1/kg, con valles de hasta US \$ 1.8/kg a finales de diciembre.

La segunda variedad más cotizada es la Honey. En el 2012 resaltó sus picos en los meses de septiembre a noviembre con US \$ 2.8/kg y con valles bastante pronunciados, a principios del año, entre enero a junio con US \$ 1/kg. En el 2013, sus picos incrementan al igual que la W. Murcott Afourer, pero su máximo es de US \$ 3.5/kg en el de noviembre y sus valles muy similares a los del año anterior, con US \$ 1.2/kg como mínimo. En el 2014 se observa que en julio los precios bajaron, quizás por una sobre oferta, dando con un pico hasta US \$ 3/kg y unos valles constantes en las mismas fechas, a principio de año, hasta de US \$ 1.6/kg.

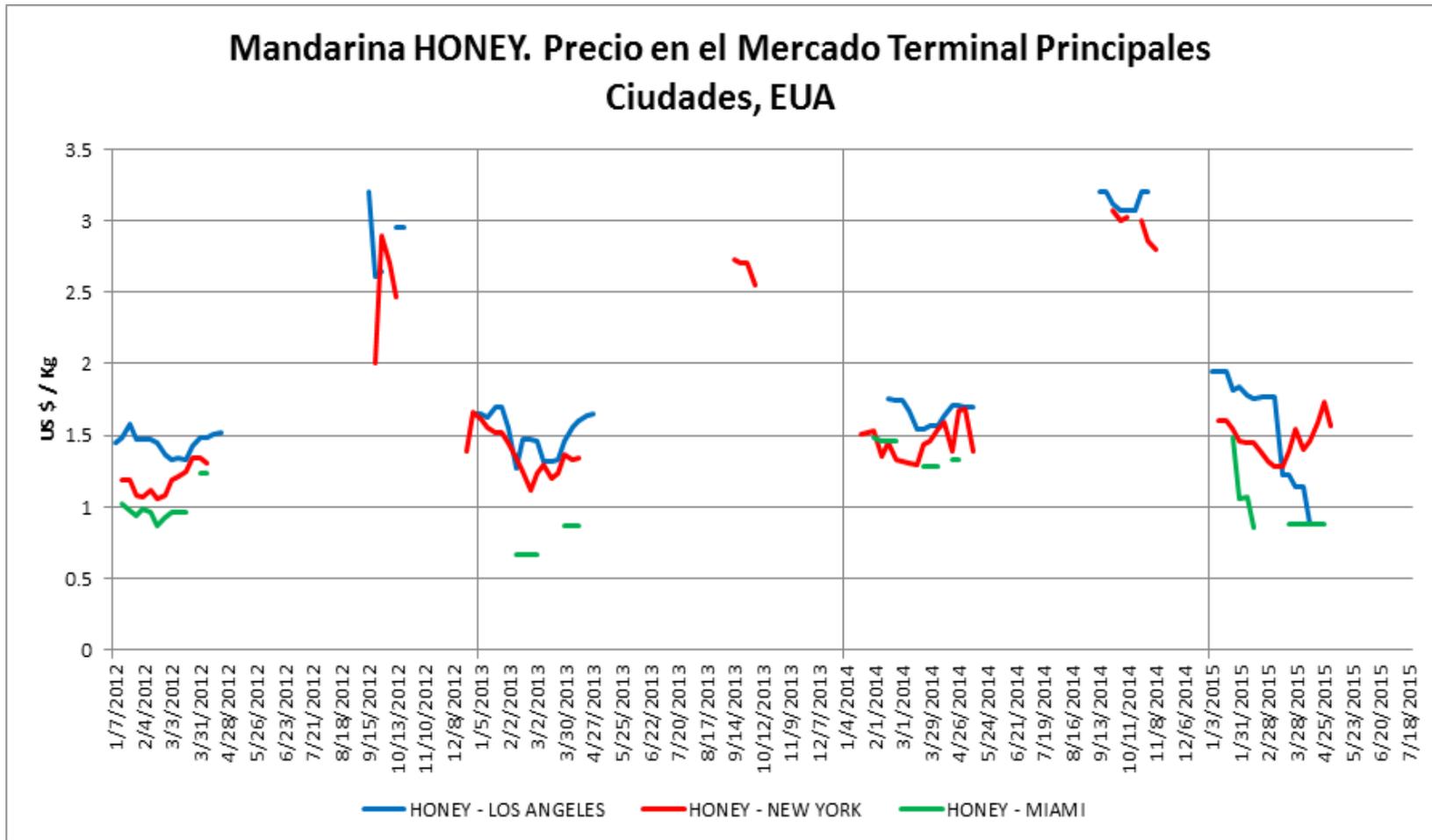


Fuente: (GAMIS®, 2015)

Precios Mayorista en ciudades de EUA, variedad Honey

Los Ángeles es la ciudad que más paga por la variedad Honey. En el 2012 se puede observar picos hasta de US \$ 3.3/kg en septiembre y valle de hasta US \$ 1.3/kg. En el 2013 se puede observar que tiene un pico de hasta US \$ 1,6 /kg en el las semanas entre enero y febrero, el valle se demuestra pronunciado a finales de febrero de hasta US \$ 1.2/kg. En el 2014 se puede observar que existió un pico nuevamente en las semanas de septiembre a noviembre de hasta US \$ 3.3/kg, igual al del 2012, los valles fueron siempre pronunciados en los primeros meses del año, de enero a junio, dando en el mes de abril un mínimo de US \$ 1.3/kg.

Nueva York tiene el segundo mejor precio, con valores semejantes al de Los Ángeles. En el 2012 se observa que tiene un pico en septiembre de US \$ 2.8/kg y los valles se dieron igual que en la ciudad de Los Ángeles, en los meses de enero a abril con un mínimo de US \$ 1.2/kg. En el 2013 se observa que el pico disminuyó en el mes de septiembre a US \$ 2.7/kg y un valle en el mes de febrero de US \$ 1.3/kg. En el 2014 se puede observar que el pico fue mucho mayor al de los años anteriores, dando como máximo en el mes de septiembre y a finales de octubre un máximo de US \$ 3/kg y en el valle se puede observar que el punto mínimo, mayor al del año anterior, pagando hasta US \$ 1.4/kg. Se puede observar los altos precios en octubre y noviembre del 2012 al 2015, lo que nos da a entender que existe una escases en estas fechas por lo cual su precio aumenta significativamente.

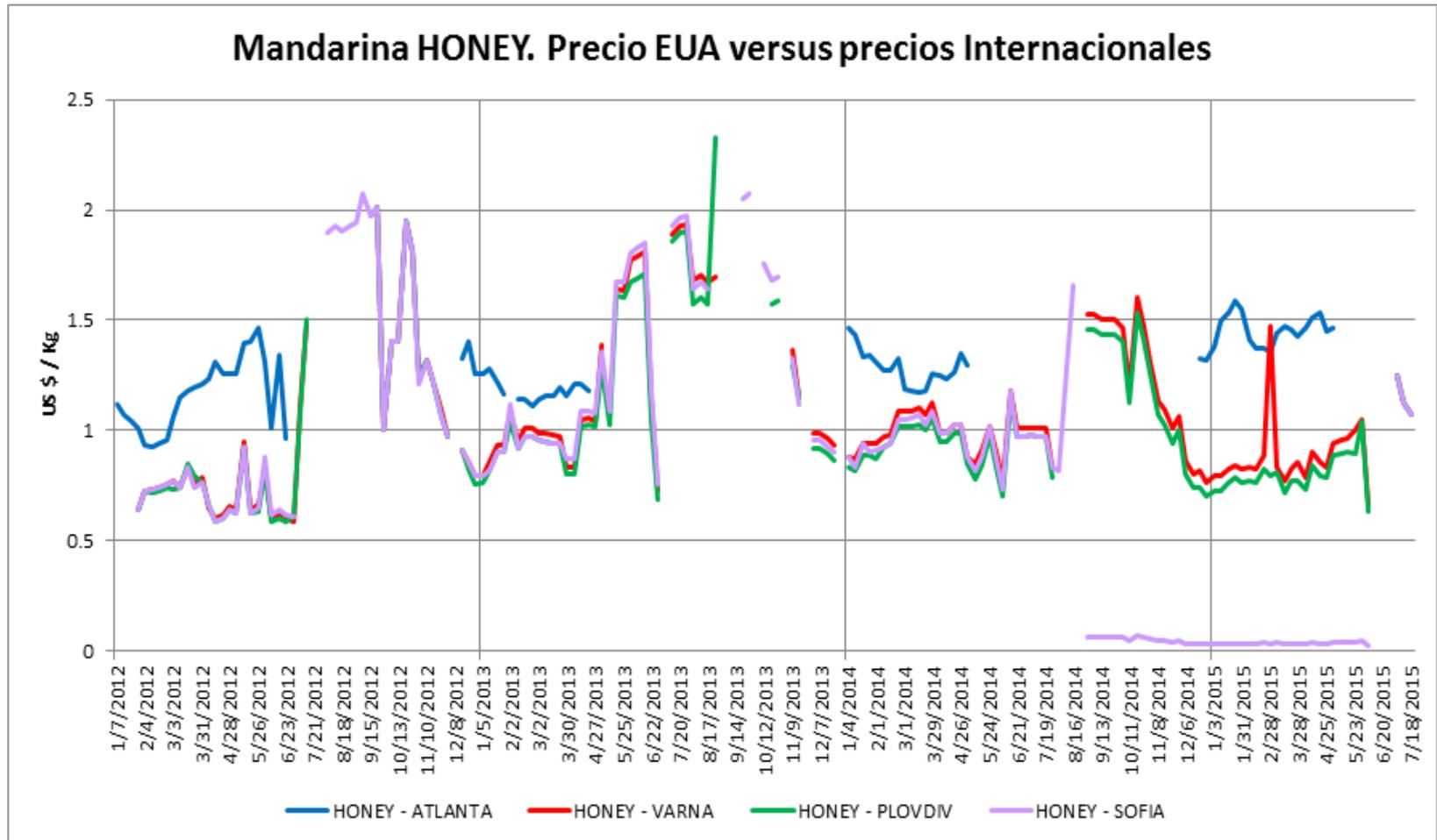


Fuente: (GAMIS®, 2015)

Precio Mayorista en EUA vs. Precio internacional, variedad Honey

Sofía es la ciudad que ofrece un precio bastante generoso en época de no temporada llegando hasta US \$ 2/kg en el 2012, aumentando en el mes de julio hasta octubre, con una ligera disminución, en el mes de septiembre hasta US \$ 1/kg probablemente por la mayor oferta de países productores en pocas proporciones. En EUA, los precios son menos elásticos a comparación de los de Europa. En Atlanta, los precios son estables teniendo variaciones cortas. Manteniéndose en US \$ 1 /kg a US \$ 1.5/kg durante todo el año. En el 2013 se observa una similitud al 2012, con la ligera inquietud que en el mes de junio pudo existir más oferta por otros productores y haciendo caer el precio a US \$ 1/kg pero volvió a aumentar a US \$ 2/kg en el mes de julio hasta el mes de septiembre. Atlanta al igual que el año anterior mantuvo sus precios.

En el 2014, se dio un aumento en la oferta y los precios decrecieron en comparación con los años anteriores. Sofía para abril en los años anteriores comenzaba a aumentar el precio y en los meses de julio y agosto se daban picos que alcanzaban los US \$ 2/kg, pero en este año se observa que los precios en las semanas de junio y julio son inferiores a \$ 2/kg. A pesar de los cambios que ha tenido Sofía, se observa que Atlanta se siguió manteniendo en sus precios, dando por entendido cierta estabilidad. El precio EUA demuestra ser superior al europeo al inicio de año, el resto del año los países europeos varían mucho los precios siendo igual o superior al EUA.

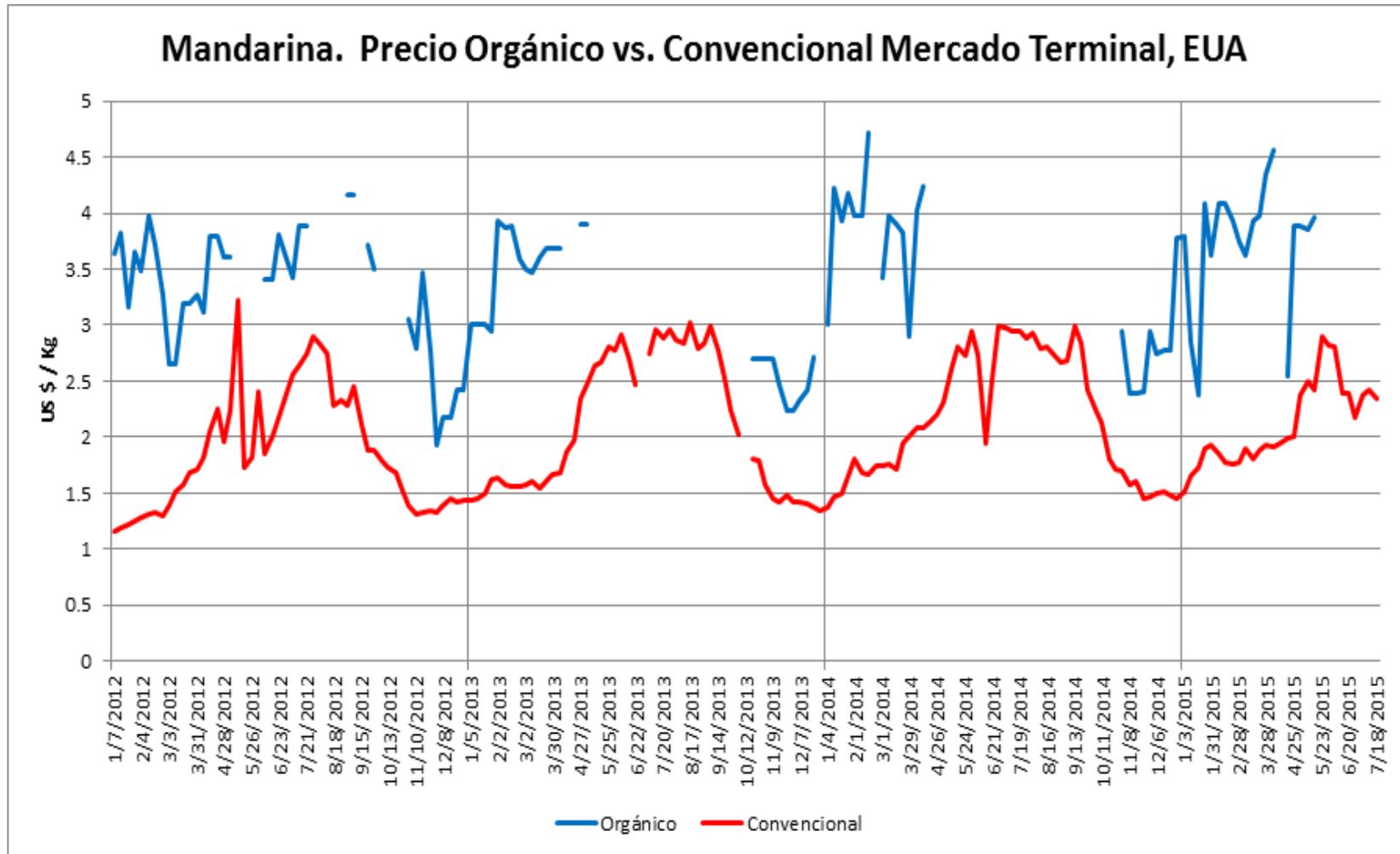


Fuente: (GAMIS®, 2015)

Precio Mayorista de la mandarina orgánica vs. precio convencional, EUA

Al observar la gráfica, se nota un claro panorama acerca de la estacionalidad de los precios convencionales de la mandarina, las variaciones son muy pequeñas con el pasar de los años. En el 2012, el pico se dio en las semanas de abril llegando hasta US \$ 3.2/kg; de igual manera se observa en los años que le siguen. Los valles en el 2012 llegaron hasta US \$ 2/kg en las primeras semanas mayo, la diferencia en los siguientes años es que se observa el intento por mantener los precios al mismo nivel durante cinco meses, de abril a septiembre.

Los precios orgánicos son mucho más variables en comparación con los convencionales, a pesar de su varianza los precios son superiores a los convencionales. En el 2012, los picos se dan en los meses de enero y febrero, llegando hasta US \$ 4/kg y los valles se dieron a fin de año, a fines de noviembre y comienzo de diciembre. En el 2013 se observa un comportamiento similar al del año anterior, demostrando que los picos se mantuvieron en la fechas de enero y febrero al mismo precio de US \$ 4/kg. Los valles se dieron en la misma época que el año anterior dando precios muy similares. El 2014 se observa que en el mes de enero y febrero aumentó el precio, llegando hasta casi US \$ 5/kg y de la misma manera que los años anteriores tiende a haber un valle en los meses de noviembre a diciembre.



Fuente:

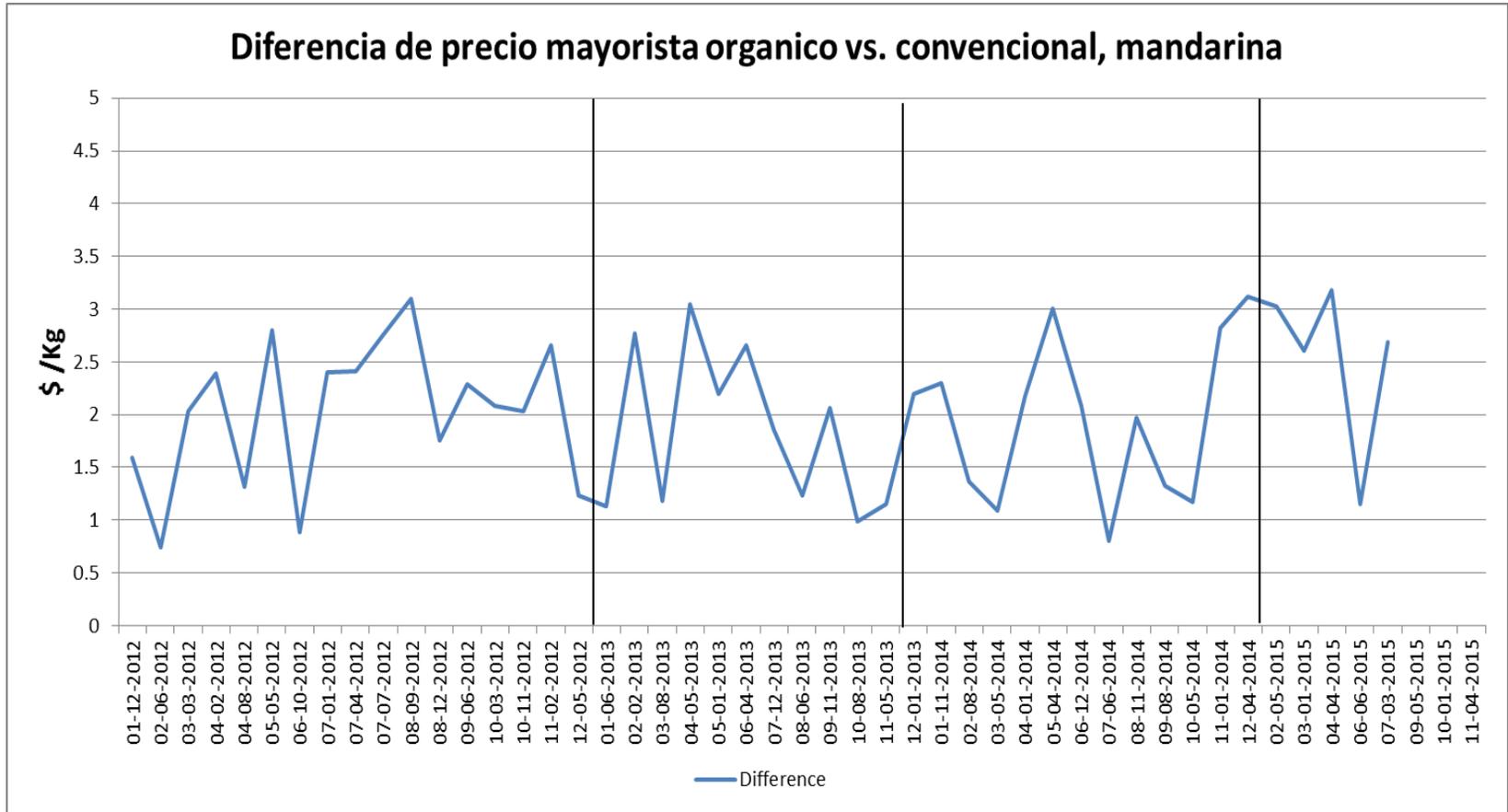
(GAMIS@,

2015)

Diferencia de precio Mayorista orgánico vs. convencional

Analizamos la diferencia entre el precio orgánico vs. el convencional. Podemos observar que en el 2012 una diferencia de precio entre los meses de julio a agosto demostrando un poco oferta que hizo elevar los precios hasta los US \$ 3/kg. En el 2013 tenemos una buena diferencia en los meses de marzo a abril llegando hasta los US \$ 3/kg, pero en los siguientes meses existe una falta de datos por problemas diversos. Se presume que la diferencia se mantuvo en los meses de julio a agosto.

El 2014, fue parecido al 2013 dando una importante diferencia entre las semanas de marzo a abril, por lo general mantiene su precio en las semanas de julio a agosto. El 2015 el producto orgánico tuvo una buena diferencia de precio manteniéndose en los meses de enero a marzo con hasta US \$ 3/kg, se espera que este precio se mantenga o quizás mejore, es poco probable que se disminuya el precio. El producto orgánico cuenta con un diferencia muy alta a comparación con el convencional, al existir una cantidad de producto muy limitado en el mercado el precio podría ser muy elástico. Existen meses en los cuales la diferencia no es mucha como en los meses de julio y septiembre, se puede prestar hasta una diferencia de US \$ 0.8/kg la cual no es muy significativa, indicando que por más orgánico que sea el producto no va a ser mucha la diferencia.



Fuente: (GAMIS®, 2015)