

MERCADO NACIONAL Y PERSPECTIVAS

Pablo Ramírez *

En una economía abierta, como la que impera hoy en día en nuestro país, es imposible tocar sólo el tema del mercado nacional para exponer sobre la comercialización de un producto como la palta.

Con el fenómeno de economía abierta, el mundo se ha empequeñecido y en la comercialización interactúan muchos factores que presionan al alza o a la baja, de nuestros mercados. Como ejemplo basta cuestionarse: ¿Qué importancia tendría hace 20 años atrás para un productor de Quillota el hecho que se hubiese producido una helada en California, o que Méjico no pudiera ingresar al mercado norteamericano? La respuesta es simple, hace 20 años atrás, era más importante lo que sucedía en nuestro mercado nacional, conocido como La Vega. Hoy en día, los factores que deciden nuestros precios, suceden a mucha distancia de nuestros predios.

Esta situación ha hecho cambiar el concepto de comercialización, ya que actualmente, la palabra clave para una buena comercialización es INFORMACIÓN.

Nuestro mercado nacional es consecuencia de lo que sucede en el mercado de exportación. Si la exportación permite mover volúmenes, el mercado nacional permite mover los saldos a precios inferiores, pero a niveles que aún hacen rentable la operación.

La gran interrogante es: ¿Qué sucederá cuando no exista exportación? Esta respuesta nadie la conoce en forma concreta, pero todos la presentimos ¡Será un desastre!

(*) Ing. Agr. Gerente General Agro Comercial Quillota Ltda.
(PROPAL). Panamericana Norte Km 107 y Chépica.

¿Se podría evitar?

Estoy seguro que se puede evitar, pero es necesario enfocar el problema desde dos perspectivas. La primera y mas importante, es abriendo nuevos mercados como el europeo, argentino y manteniendo el norteamericano. La segunda, corresponde a ordenar el mercado nacional y ampliando el acceso de sectores que actualmente no consumen paltas como el Norte y Sur del país. La solución va por la interacción de estos dos puntos. Es en esta tarea, en la que los productores, exportadores y vendedores en el mercado local, deben asumir hoy cada uno sus responsabilidades para hacer de este negocio, un fenómeno rentable en el tiempo y que no se transforme en otro boom de la agricultura nacional, que desaparezca con la misma rapidez con que emerge.