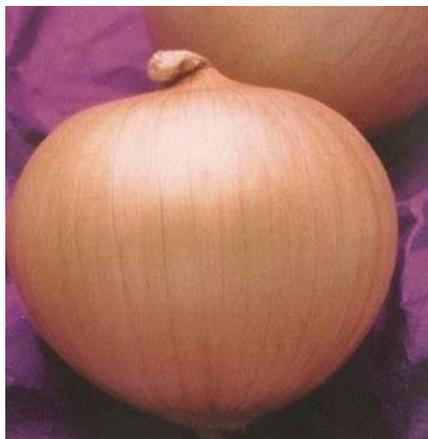


Perfil de mercado: Cebolla

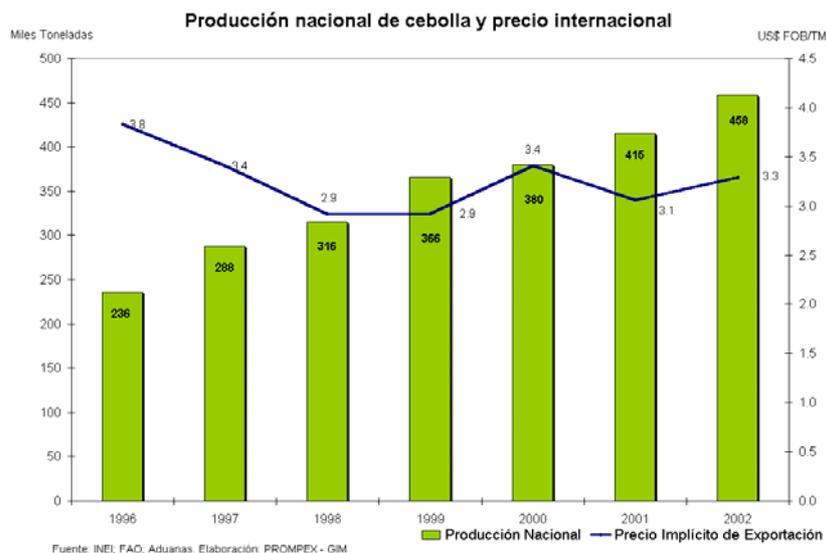


ÍNDICE

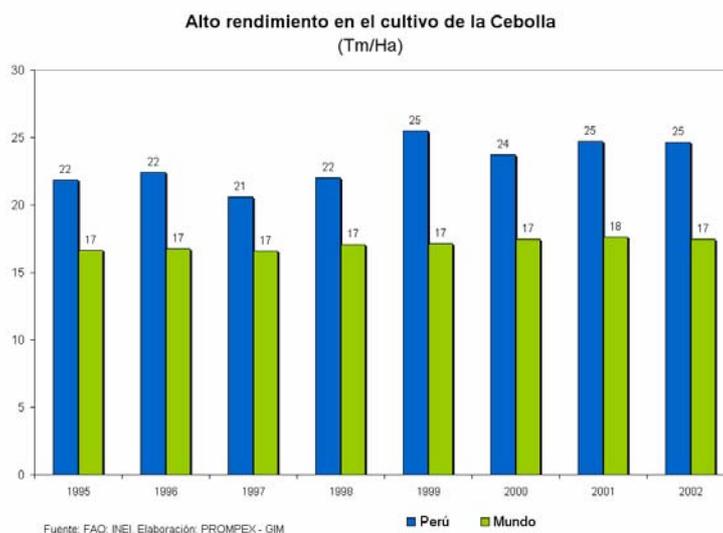
1. PRODUCCIÓN NACIONAL.....	2
2. COMERCIO EXTERIOR.....	5
2.1. EXPORTACIONES	5
2.1.1. El caso de la cebolla amarilla dulce.....	6
2.1.1.1 Mercado estadounidense y competencia	7
2.1.1.2 Clasificación y embalaje.....	11
2.2. IMPORTACIONES	11
3. EXPLORACIÓN DE MERCADOS PARA LA CEBOLLA PERUANA	13
3.1. MUNDO	13
3.1.1. Tamaño y dinámica de las importaciones.....	13
3.1.2. Tamaño y dinámica de la demanda (consumos per cápita).....	13
3.1.3. Priorizando mercados	14
3.2. AMÉRICA	14
3.2.1. Tamaño y dinámica de las importaciones.....	15
3.2.2. Tamaño y dinámica de la demanda (consumos per cápita).....	15
3.2.3. Priorizando de mercados	16

1. PRODUCCIÓN NACIONAL

Durante el período 1996 - 2002, la producción nacional de cebolla en todas sus variedades, registró un importante crecimiento de 14% promedio anual (330 mil toneladas anuales en promedio) debido a las buenas condiciones climáticas y de suelos (cosecha y siembra todo el año), a las mejoras en los procesos productivos y a la relativa estabilidad del precio internacional de la referida hortaliza.

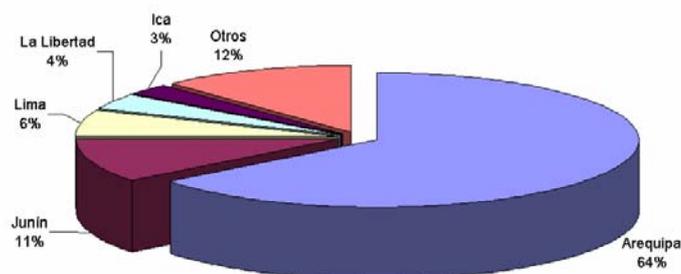


Según datos de FAO, el Perú ocupa el décimo puesto en términos de rendimiento de cultivo de cebolla en el mundo, superado en Latinoamérica solo por Costa Rica que ocupó el quinto puesto. Así, en 2002, Perú obtuvo un rendimiento de 24 Tm/Ha contra 18 Tm/Ha que fue el promedio mundial. Cabe destacar que el Perú ocupa actualmente el puesto 28 en la lista de países productores de cebolla.



A nivel nacional, Arequipa produce el 65% del total de cebolla y posee el 56% de la superficie dedicada a este cultivo. Otras importantes zonas productoras son: Tarma (11%), Lima (6%), La Libertad (4%) e Ica (3%).

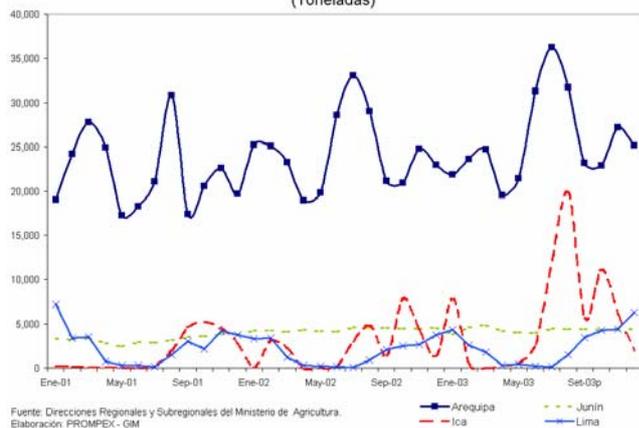
Participación nacional en la producción de cebolla
(En términos de toneladas)



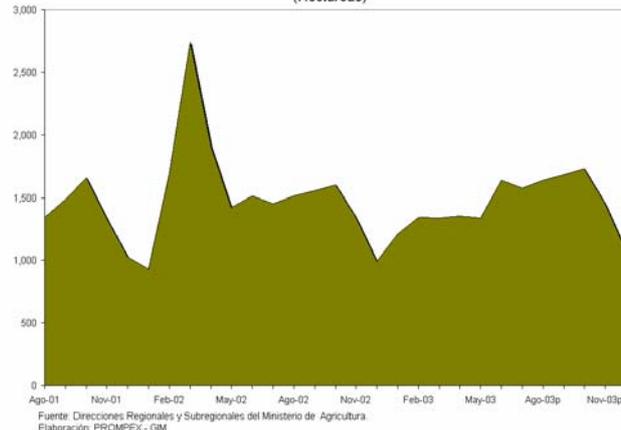
Fuente: INEI. Elaboración: PROMPEX - GIM

Una de las fuertes ventajas competitivas que posee este producto radica en la capacidad de ser sembrado y cosechado durante casi todo el año. En cuanto a la siembra, ésta tiene repuntes entre los meses de octubre – diciembre, mientras que la cosecha durante los meses de abril y mayo. Esto, debido a las óptimas condiciones de suelos (arenoso-arcilloso) y climáticas en las zonas de producción: temperatura entre 18° y 20° C y baja humedad relativa con precipitaciones de 790 – 820 mm/año.

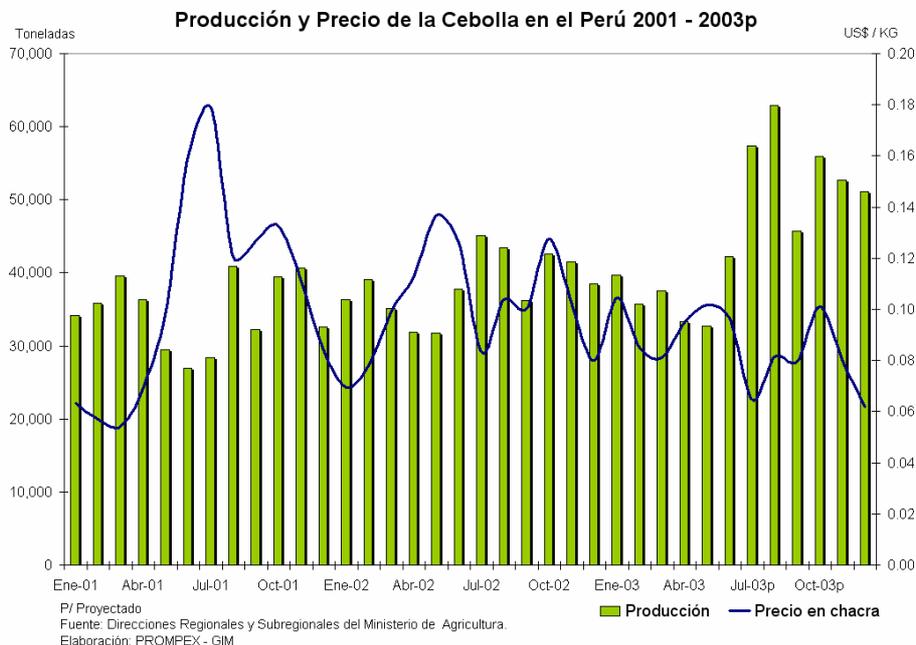
Producción mensual de Cebolla - Principales Departamentos
(Toneladas)



Superficie cosechada de Cebolla en el Perú
(Hectáreas)



Con respecto al precio interno, éste ha registrado una tendencia a la baja durante el período 2001 – 2003. Así, mientras que en 2001 el precio promedio mensual fue de US\$/Kg 0.105, en 2003 se tiene proyectado un precio de US\$/Kg 0.087, es decir una caída en términos reales de 18%. Esto, como consecuencia del fuerte ritmo de crecimiento de la oferta.



Cabe destacar que el 93% de la producción se destina al mercado interno (293 mil toneladas), de las cuales el 71% se dirige al consumo humano directo. El resto se comercializa a la industria de embutidos y al sector de medicina natural especializado en vías respiratorias. Otros usos que se le da: diuréticos y antiescorbúricas.

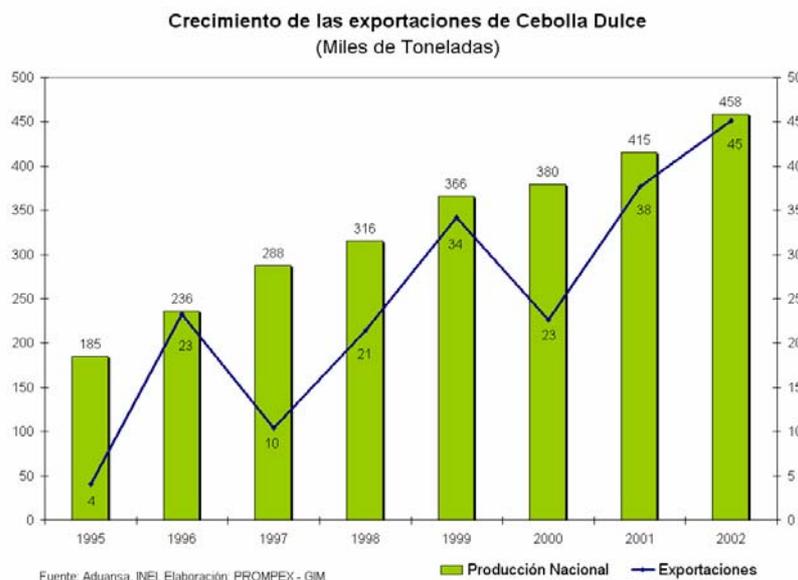
Cebolla Peruana en el Mundo (En porcentaje)								
Actividad	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Producción (Tm)	0.48	0.60	0.73	0.72	0.78	0.79	0.81	0.88
Importaciones (Tm)	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	n.d.
Exportaciones (Tm)	0.17	0.67	0.33	0.60	0.93	0.68	1.01	n.d.
Suministro Interno (Tm)	0.47	0.54	0.70	0.67	0.71	0.74	0.74	n.d.
Alimentación (Tm)	0.40	0.45	0.59	0.57	0.58	0.62	0.62	n.d.
Superficie cultivada (Ha)	0.37	0.45	0.59	0.56	0.53	0.58	0.58	0.63
Rendimiento (Tm/Ha)	22.05	25.48	22.05	25.48	23.71	24.72	24.67	24.17

Fuente: FAO. Elaboración: PROMPEX - GIM

2. COMERCIO EXTERIOR

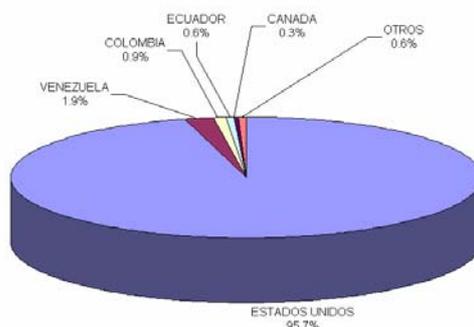
2.1. Exportaciones

Acorde con el ritmo productivo, las exportaciones de cebolla peruana han registrado un significativo crecimiento de 27% promedio anual durante el período 1996 – 2002. Cabe mencionar que solo existen dos variedades de cebolla fresca que son vendidas en los mercados internacionales: la amarilla y roja, ambas dulces.



A pesar de la diversificación de mercados de destino (de 9 a 15 entre 1996-2002), éstas se siguen concentrando en uno solo: Estados Unidos, al cual se vende el 95% de la oferta exportable de esta hortaliza, seguido muy de lejos por Venezuela y Colombia.

Mercado de destino de las exportaciones de Cebolla 2002
(En porcentaje)



Fuente: Aduanas. Elaboración: Prompex - GIM

Siguiendo el ritmo ascendente de las exportaciones de cebolla, el número de empresas exportadoras de esta hortaliza se incremento de 42 a 77. Pero a pesar del

incremento en el número de empresas exportadoras, se puede observar que este sector presenta un importante nivel de concentración. Así, las primeras seis concentran casi la mitad de las ventas externas de cebolla, mientras que las dos primeras (Sweet Imperio Produce Export-Import y Asociación de Agricultores del Valle de Supe) cerca del 25% del total exportado durante 2002.

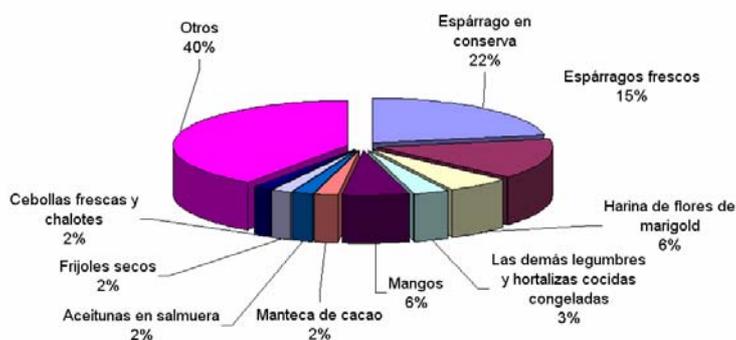
Ventas FOB	Nro.	FOB (US\$)	Peso Neto	Part. FOB (%)
De US\$ 801 - más	6	6,513,657	18,377,980	49.1%
De US\$ 301 - US\$ 800	7	3,328,598	10,963,883	25.1%
De US\$ 151 - US\$ 300	7	1,450,574	5,673,918	10.9%
De US\$ 0 - US\$ 150	57	1,972,210	8,651,930	14.9%

Fuente: Aduanas. Elaboración: PROMPEX - GIM

2.1.1. El caso de la cebolla amarilla dulce

Dentro de las diferentes variedades de cebollas, la amarilla dulce es uno de los principales productos agrícolas no tradicionales que son exportados por el Perú, el cual alcanzó ventas anuales promedio de US\$ 10.6 millones durante el período 1999 - 2001, teniendo como mercado de destino casi exclusivo a los Estados Unidos.

Exportaciones de productos agrícolas no tradicionales
(Según Valor FOB)



Fuente: INEI. Elaboración: PROMPEX - GIM

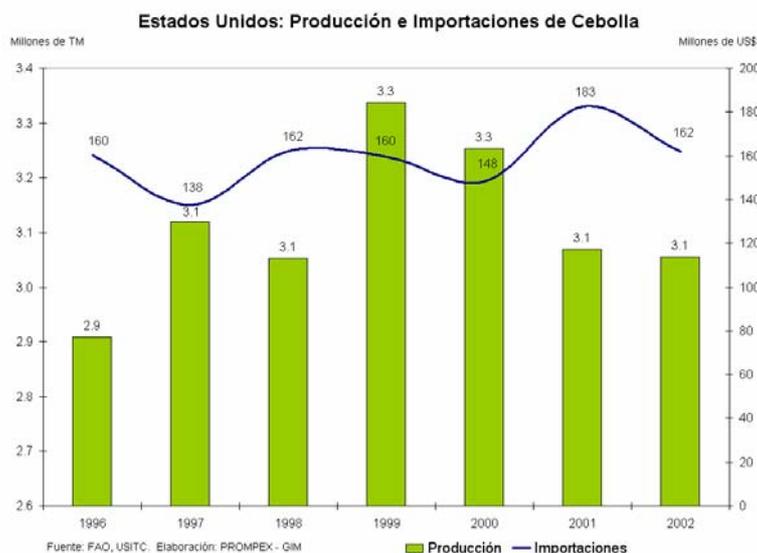
Según la Asociación de Productores y Exportadores de Cebolla Amarilla Dulce (ASPECAD), este cultivo tiene un nicho de mercado limitado porque la demanda es inelástica. Si se siembra más de 1,200 ha de cebolla amarilla dulce en una campaña (10% del total de variedades producidas a nivel nacional), y además si se concentra la producción sólo en un par de meses, el mercado se satura con la consecuente caída de los precios, afectando seriamente a toda la cadena productiva de este tipo de cebolla. Esto sucedió en la campaña 1998-1999, en la que se saturó el nicho octubre-noviembre del mercado norteamericano, haciendo que los precios bajaran hasta US\$ 5 la caja de 18 Kg, cuando el promedio está por encima de los US\$ 18.

La exportación de cebolla sigue un proceso singular, ya que no se vende directamente, sino que se envía en consignación. La venta se realiza en Estados Unidos, a través de empresas intermediarias que son llamadas "recibidores", quienes actúan bajo un régimen de comisión. Son estas empresas las que realizan los pedidos, negocian los precios y colocan la producción, por lo que reciben el 50% de las ventas que realizan en los mercados de destino.

El Perú tiene una serie de ventajas comparativas por la calidad de la cebolla amarilla dulce y por la constancia en los envíos. Además, según un informe del Environment Working Group¹, la cebolla se encuentra dentro de la lista de los vegetales considerados menos contaminados a nivel mundial, junto con los espárragos, aguacates (avocados), bananas, brócoli, coliflor, maíz, kiwi, mangos, *cebollas*, papayas, piñas y arvejas dulces.

2.1.1.1 Mercado estadounidense y competencia

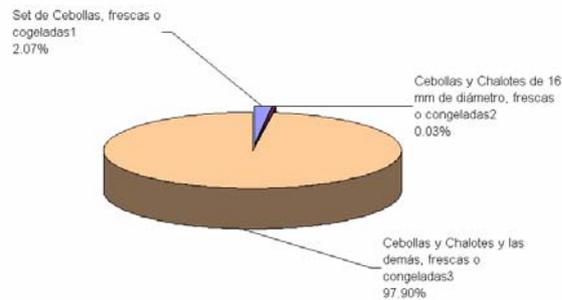
Durante los últimos cinco años, el mercado estadounidense de cebollas importadas ha presentado un comportamiento mixto pero con una ligera tendencia positiva registrando un crecimiento promedio anual de 2.7% y 4.6% en términos de valor y cantidad, respectivamente. Esto, debido al ingreso de nuevos oferentes internacionales, un incremento del consumo interno y a la caída de la oferta local norteamericana. Este mercado importa un promedio anual de 257 mil toneladas por un valor de US\$ 164 millones.



Las importaciones de cebollas de los Estados Unidos están conformadas por tres partidas arancelarias: cebollas frescas o congeladas (70.310.2000); cebollas o chalotes de 16mm de diámetro, frescas o congeladas (70.310.3000); y cebollas, chalotes y las demás frescas o congeladas (70.310.4000). En esta última partida se encuentra la variedad dulce (exportada por el Perú) y es en la que se concentran casi la totalidad de las compras externas estadounidenses de cebollas.

¹ Organización No Gubernamental encargada de clasificar la contaminación de pesticidas de 46 frutas y vegetales basado en no más de 100,000 exámenes de laboratorio.

Estados Unidos: Composición del mercado de cebollas importadas
 (Promedio 2000 - 2003)



Fuente: USITC. Elaboración: PROMPEX - GIM
 1/ P.A.: 703102000
 2/ P.A.: 703103000
 3/ P.A.: 703104000

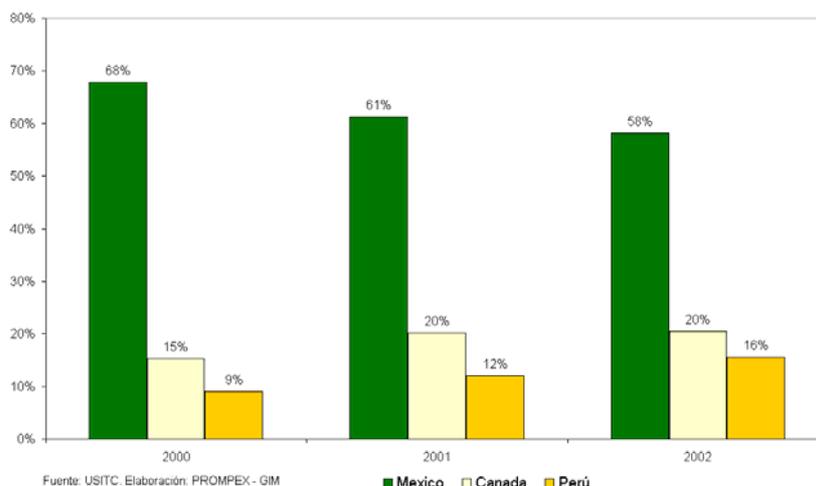
Tomando en cuenta todas las variedades, Estados Unidos se provee de cebolla principalmente de México, el cual ha logrado una participación promedio de 65% durante los últimos tres años, seguido por Canadá (19%) y Perú (11%). De estos tres proveedores, Perú es el que presenta la mayor tasa de penetración en el mercado estadounidense de cebollas importadas ya que de tener una participación de 9% en 2000 pasó a un 16% en 2002. La mayor penetración de Perú y Canadá en este mercado, ha repercutido en una importante caída de la participación de México, la cual cayó de 68% a 58% durante el período de referencia.

Participación en mercado de cebollas importadas por Estados Unidos
 (En términos de valores FOB)



Fuente: USITC. Elaboración: PROMPEX - GIM

Penetración en el mercado de cebollas importadas por Estados Unidos
 (En términos de valores FOB)



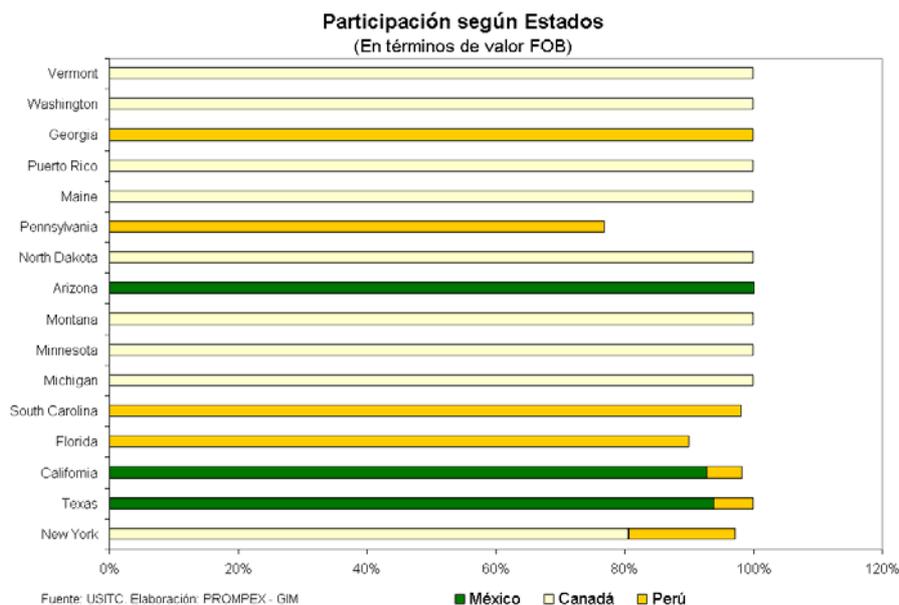
A nivel de partidas arancelarias, la estructura de proveedores no cambia radicalmente pero si se observan países líderes en la oferta de cada una de éstas. Así, Canadá domina el mercado de cebollas frescas o congeladas (70.310.2000) con una participación del 75%; Italia tiene una penetración del 81% en el sector de cebollas o chalotes de 16mm de diámetro, frescas o congeladas (70.310.3000), mientras que México es el mayor proveedor de cebollas, chalotes y las demás frescas o congeladas (70.310.4000) registrando una participación del 66%.

Estados Unidos: Principales proveedores según partida arancelaria - 2002
 (En términos de valores FOB)

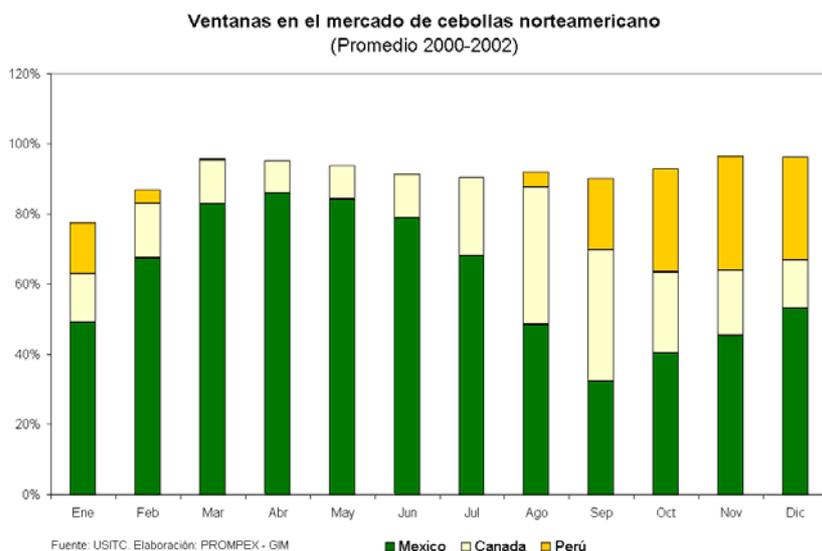
Descripción / Partida Arancelaria	País	Miles de US\$	Part. %
Set de Cebollas, frescas o congeladas 703102000	Canada	1,610	75.2%
	Brazil	161	7.5%
	Peru	157	7.3%
	Netherlands	152	7.1%
	Chile	32	1.5%
Cebollas y Chalotes de 16 mm de diámetro, frescas o congeladas 703103000	Italy	70	80.5%
	Belgium	10	11.5%
	India	7	8.0%
Cebollas y Chalotes y las demás, frescas o congeladas 703104000	Mexico	106,885	66.9%
	Canada	21,863	13.6%
	Peru	21,129	13.2%
	Chile	4,223	2.6%
	Ecuador	1,093	0.7%

Fuente: USITC. Elaboración: PROMPEX - GIM

Teniendo como criterio solo las compras externas estadounidenses de cebollas, chalotes y las demás frescas o congeladas (70.310.4000), se observa que los principales proveedores no compiten en los mismos Estados de la Unión Americana. Así, México concentra toda su oferta en solo tres Estados: Arizona, California y Texas, debido a la gran población mexicana presente en dichos territorios y a criterios logísticos ante la cercanía de los mismos. Por otro lado, Canadá presenta la mayor diversificación de mercados (9), en los cuales no tiene competencia alguna a excepción de Nueva York. Finalmente, Perú solo penetra en los mercados de la costa este debido al *expertise* logrado a través de la comercialización de otros productos agroindustriales. Sin embargo, debido a la gran calidad de la cebolla dulce peruana cada año se observa una mayor presencia en los mercados de la costa oeste dominados por México.



Con respecto a las ventanas del mercado de cebolla estadounidense, México domina casi la totalidad del año a excepción de septiembre, mes en el que la cebolla dulce canadiense entra con fuerza en este mercado. Entre septiembre y enero, Perú es el tercer principal abastecedor compitiendo con Chile, Ecuador y Brasil en la región y con México y Canadá a nivel internacional. El resto de meses se envían menores cantidades. Estados Unidos solo tiene demanda la cebolla de tamaño “Jumbo” y “colosal” de 9 centímetros de diámetro básico, pues la pequeña no tiene demanda. Cabe mencionar que este mercado está siendo explorado por Chile con una variedad de cebolla dulce denominada “Oh so Sweet”.



Con relación a precios, la cebolla fresca o congelada es la más valorada ya que durante los años 2000 y 2002 obtuvo un promedio de US\$/Kg 2.1, seguida por las cebollas, chalotes y las demás frescas o congeladas que registraron un promedio de US\$/Kg 1.9. Con respecto a esta última clase de cebollas, Canadá es el que recibe el mejor precio ya que durante el período 2000 – 2002 obtuvo un promedio de US\$/Kg 3.26, seguido por Perú con US\$/Kg 1.96.

Precios implícitos de importación de cebollas en Estados Unidos
(US\$ / KG)

Partida	Descripción del producto	2000	2001	2002	Ene-Sep 2002	Ene-Sep 2003	Var % 03/02
703102000	Set de Cebollas, frescas o congeladas	1.74	1.70	2.82	1.85	3.16	70.8%
703103000	Cebollas y Chalotes de 16 mm de diámetro, frescas o congeladas	2.30	0.57	1.31	1.32	3.22	144.7%
703104000	Cebollas y Chalotes y las demás, frescas o congeladas	1.45	1.57	2.67	1.63	2.71	66.0%

Fuente: USITC. Elaboración: PROMPEX - GIM

Estados Unidos: Precios implícitos de importación por país (US\$/Kg)						
País	Partida	2000	2001	2002	2003	
Canadá	703102000	2.29	1.66	2.76	1.69	
	703103000	1.00				
	703104000	2.48	3.83	3.48	2.67	
Chile	703102000	2.24		1.25	2.40	
	703103000					
	703104000	1.50	1.65	1.44	1.84	
México	703102000	0.83	0.93	1.00	2.28	
	703103000				2.50	
	703104000	1.30	1.25	1.23	1.07	
Perú	703102000			2.11	1.58	
	703103000					
	703104000	1.98	1.88	2.02	1.87	

Fuente: USITC. Elaboración: PROMPEX - GIM

Según datos de exportadores peruanos, los precios promedios de la cebolla dulce en cajas de 23 kilogramos, es de US\$ 1.435/Kg en el mercado terminal; mientras que el precio CIF varía entre US\$ 20 a US\$ 25 la caja.

2.1.1.2 Clasificación y embalaje

Una vez terminado el proceso de curado, la cebolla va a una empacadora donde se hace una clasificación por diámetro y por calidades. Los tamaños considerados son súper colosal (más de 11cm), colosal (de 11cm a 9cm) y jumbo (de 9cm hasta 7.5cm), aunque algunas veces se acepta el calibre médium, si hay escasez en el mercado norteamericano, que es muy exigente y básicamente compra cebollas grandes.

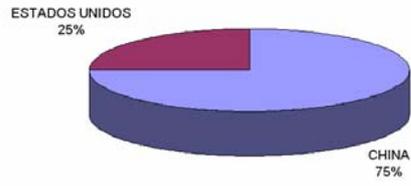
La producción que no alcanza estos tamaños es descartada, pudiendo ser colocada en mercados como Colombia, Ecuador, Venezuela o el mercado interno, que cada vez está aceptando más la cebolla amarilla dulce.

El packing se realiza en dos modalidades: en cajas de 40 libras (aproximadamente 18 a 19 kg) o en bolsas (arpillas) de 25 kg, que son reempacadas en cajas en los EE.UU., también de 40 libras. Precisamente, el precio internacional se fija con esta medida

2.2. Importaciones

Debido a los altos niveles de producción y de calidad de la cebolla peruana, las importaciones de esta hortaliza son relativamente bajas e inconstantes. Así, en 2002, se importaron cebollas de China por un monto total de US\$ CIF 3,700 y una cantidad de 1.6 Tm. Al respecto, el Perú solo compra cebolla a dos países: China y Estados Unidos.

Solo dos abastecedores de cebolla
(En porcentaje)



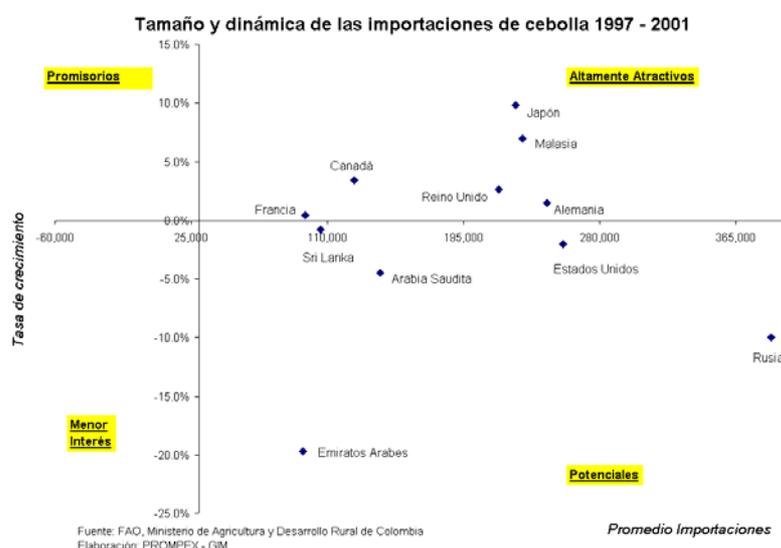
Fuente: Aduanas. Elaboración: Prompex - GIM

3. EXPLORACIÓN DE MERCADOS PARA LA CEBOLLA PERUANA²

3.1. Mundo

3.1.1. Tamaño y dinámica de las importaciones³

Como mercados “Altamente Atractivos” se pueden considerar los países de Alemania, Malasia, Japón, Reino Unido, Canadá y Francia, ya que sus volúmenes importados y tasas de crecimiento anuales, son mayores al promedio mundial (21,700 y 1.3%). Por otro lado, como mercados “Potenciales” se clasifican los países de Rusia, Estados Unidos, Arabia Saudita, Sri Lanka y Emiratos Árabes, los que pese a tener valores promedio de importación altos, no obtuvieron dinámicas de crecimiento mayores a la del mundo.

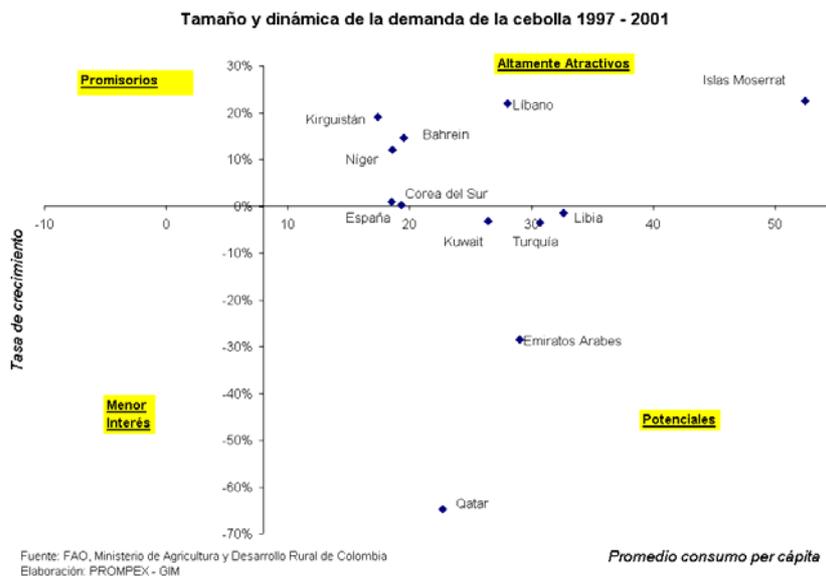


3.1.2. Tamaño y dinámica de la demanda (consumos per cápita)

Islas Montserrat, Líbano, Corea del Sur, Bahrein, Níger y Kirguistán, son los países que se caracterizan por tener mayores consumos per cápita en promedio y crecimientos mayores al mundial. Por su parte, en los países de Qatar, Emiratos Árabes, Turquía, Libia, Kuwait y España, se registra un alto valor de consumo en promedio aunque no así en la dinámica del mismo.

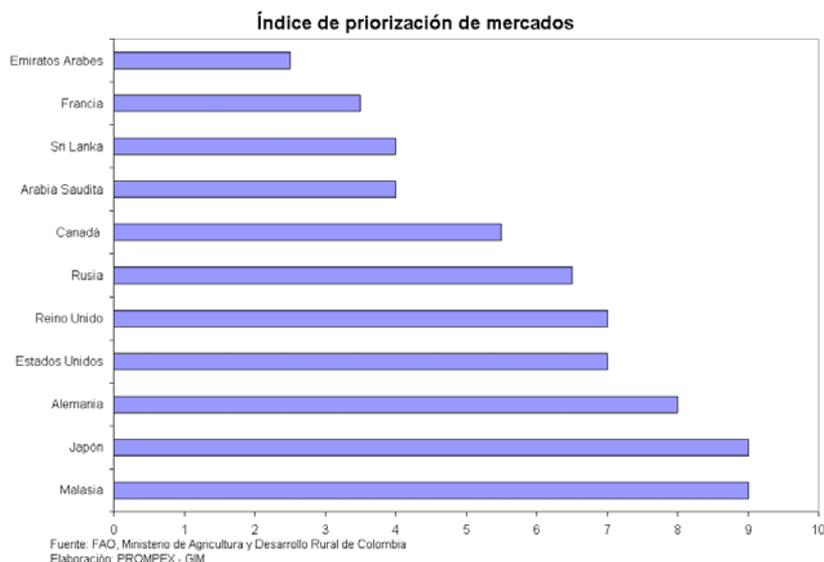
² Los índices y metodologías desarrollados en este punto del documento tiene como base a los establecidos por la Corporación Colombia Internacional (http://www.agrocadenas.gov.co/inteligencia/int_cebolla.htm#m1).

³ Al cruzar el tamaño promedio de las importaciones en volumen en los últimos cinco años del respectivo país con la respectiva tasa de crecimiento de las importaciones durante el mismo período, se establece una gráfica con cuatro cuadrantes, que identifican la posición de atractivo del negocio de exportación para la cebolla. En el primer cuadrante (arriba a la derecha) se ubican los productos altamente atractivos (de tamaño y dinámica superiores al promedio), en el segundo cuadrante (arriba a la izquierda) se encuentran los productos promisorios (de tamaño menor al promedio y altas tasas de crecimiento), en el tercer cuadrante (abajo a la izquierda) se localizan los productos de menor interés (tamaño y dinámica menor al promedio) y en el cuarto cuadrante (abajo a la derecha) se identifican los productos potenciales (gran tamaño pero dinámica menor al promedio).



3.1.3. Priorizando mercados 4

Cruzando la información sobre el comportamiento de las importaciones y demanda de cebolla a nivel mundial, tenemos que los países del mundo que presentan el desempeño más interesante como mercados objetivo de cebolla, debido a que combinan en mejor medida el comportamiento de sus importaciones (crecimiento y volumen) y su consumo interno (total y per cápita), son, en orden de importancia: Estados Unidos, Malasia, Japón, Alemania, Reino Unido, Canadá, Rusia, Países Bajos, Francia, Senegal y Jamaica.



3.2. América

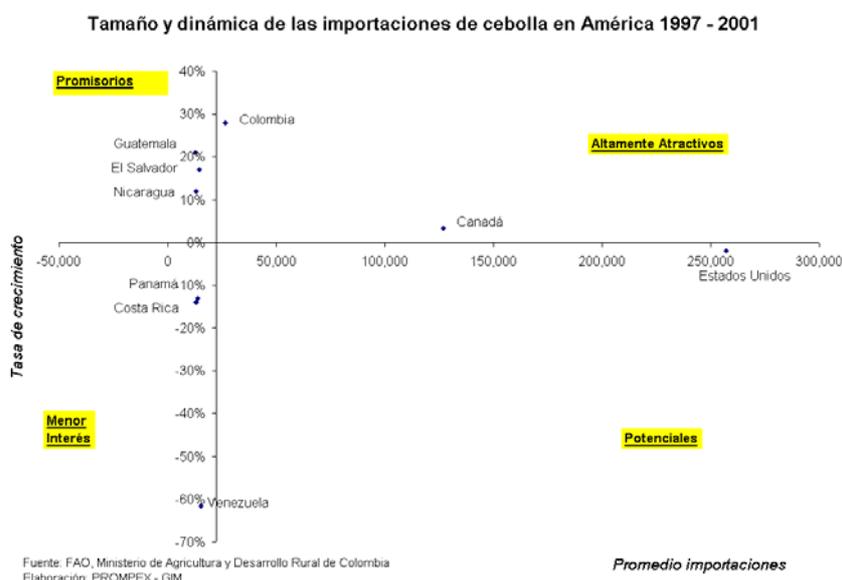
La exploración de mercados se analiza bajo dos escenarios: todos los países del mundo y los países de América. Este continente, por ser un mercado natural para

⁴ El indicador empleado para la priorización de países se ha elaborado en base a la tasa de crecimiento del valor de las importaciones y el volumen de las importaciones, la tasa de crecimiento del consumo per cápita y el consumo per cápita promedio, todos ponderados por el tamaño de la economía.

Perú, especialmente los países de la CAN, de Centroamérica, el Caribe y los Estados Unidos, ofrece las mayores oportunidades comerciales para la expansión y profundización de los productos de las diferentes cadenas estudiadas y para la exploración de nuevos nichos de mercado.

3.2.1. Tamaño y dinámica de las importaciones

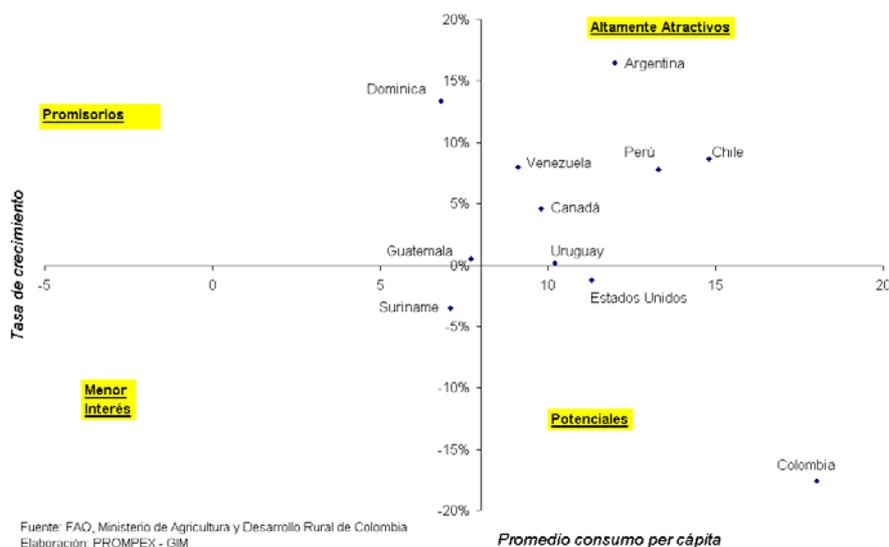
Los mercados “Altamente Atractivos” ya que sus volúmenes de importación y sus tasas de crecimiento anual promedio, superan el promedio para el continente, esto es, 15.993 y 4%. Como mercado “Potencial” se clasifica Estados Unidos, por tener un volumen importado importante, aunque no así su tasa de crecimiento. Los países de Nicaragua, El Salvador y Guatemala se ubican, bajo la metodología, como mercados “Promisorios”, con altas tasas de crecimiento pero con volúmenes importados menores a la media del continente. Finalmente, como de “Menor Interés”, se reseña a Panamá, Costa Rica y Venezuela, ya que su volumen importado y tasa de crecimiento, no supera los registros del total americano en ningún caso.



3.2.2. Tamaño y dinámica de la demanda (consumos per cápita)

A nivel continental, Chile, Perú, Venezuela, Canadá y Guatemala, destacan en su consumo per cápita, ya que tanto el promedio como la tasa de crecimiento registrados en el último quinquenio son mayores al promedio para América. Colombia, Estados Unidos y Uruguay sobresalen por el promedio en el consumo pese a no crecer a ritmos importantes. Dominica, aunque si bien ha crecido a una tasa interesante, su valor promedio en consumo per cápita no supera la media americana. Por último, Suriname no registra valores mayores al americano en dinámica ni en promedio de consumo.

Tamaño y dinámica de la demanda de cebolla en América 1997 - 2001



3.2.3. Priorizando de mercados

Cruzando la información sobre el comportamiento de las importaciones y demanda de cebolla a nivel mundial, tenemos que los países de América que presentan el desempeño más interesante como mercados objetivo de cebolla, debido a que combinan en mejor medida el comportamiento de sus importaciones (crecimiento y volumen) y su consumo interno (total y per cápita), son, en orden de importancia, Estados Unidos, Canadá, Suriname, Honduras, Santa Lucía, Barbados, República Dominicana, Nicaragua, El Salvador, Jamaica y Uruguay.

