

AN: 2001, Organic marketing

TI: Analisis estrategico de la produccion y comercializacion de palta organica versus la de palta convencional

AU: Puelma G, Andres Santiago

AC: Universidad Catolica de Valparaiso. Fac. de Agronomia

PI: Quillota, 2001, 137 p.

NO: Tesis (Ing Agr) 40 ref. Sumario (Es)

DE: palta; agricultura-organica; alternativa-de-produccion; alimentos-organicos; comercializacion; mercados-mundiales; mercado-interior; rentabilidad; analisis-economico

CC: E16 E70 F08 0600

AB: Resumen: La produccion de palta organica nace como una posibilidad de diversificacion del negocio. Con el proposito de comprobar la factibilidad de esta propuesta y compararla con la produccion y comercializacion de la palta convencional, es que se plantea un analisis estrategico tanto para la produccion y comercializacion de palta organica como para la de palta convencional. Este estudio involucro un analisis de mercado, de competitividad industrial, complementado con la medicion del mercado y su correspondiente evaluacion de rentabilidad. Para el desarrollo de este analisis fue fundamental la utilizacion de fuentes primarias (entrevistas a informantes calificados) y secundarias (bibliografia de instituciones relacionadas). Este estudio de caracter exploratorio permitio detectar diferencias entre el consumidor de palta convencional y organica, siendo el primero de un nivel socio economico medio a alto en el mercado interno y eminentemente latino de clase media en mercado externo. Por otra parte, el consumidor de palta organica se caracteriza por ser de un alto nivel socio economico y cultural tanto en el mercado interno como en el externo. Ademias, fue posible definir potenciales mercados objetivos para la palta organica (principalmente Europa, Estados Unidos y Japon) y para la palta convencional (Estados Unidos, fundamentalmente la costa este, Argentina, Europa). En terminos de competitividad Chile, dadas las opiniones, se encuentra capacitado para satisfacer con exito la oferta internacional, siendo su mayor amenaza Mexico. En lo que respecta a los indices de rentabilidad, no se observaron diferencias significativas entre ambos; sin embargo, por medio de la medicion del mercado se visualizo un mayor potencial de crecimiento de mercado para la palta organica, a pesar que para la palta convencional todavia se encuentra en un mercado en desarrollo. Como conclusion, es posible afirmar que la produccion de palta organica permite diversificar el negocio, al desarrollar un nuevo producto y abrir nuevos mercados, reduciendo, de esta manera, el riesgo no sistematico de la inversion en este sector industrial.