

**UNIVERSIDAD DE VALPARAISO**

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y ADMINISTRATIVAS**

**ESCUELA DE INGENIERIA COMERCIAL**



**Análisis de Oferta y Demanda del Azafrán y su Posible Comercialización en  
Chile**

**MEMORIA PARA OPTAR**

**AL GRADO DE LICENCIADO EN CIENCIAS EN LA ADMINISTRACION DE  
EMPRESAS Y AL TITULO DE INGENIERO COMERCIAL**

**Profesor Guía: Sr Néstor Pérez Poll**

**Alumno: Srta. Jazmin Espinoza Irarrázaval**

Viña del Mar, 2017

## **Dedicatoria**

*Para mi guía y mi amiga,*

*Gracias Mamá*

## **Agradecimientos**

Quiero agradecer a Dios por haberme dado una vez más esta oportunidad.

A ti mama por creer en mí, por apoyarme cuando más lo necesitaba por decirme que todo con esfuerzo y ganas se puede lograr.

A mi madrina Leslie que es mi ángel de la guarda que siempre vela y cuida por mí, apareciendo siempre con el mejor consejo para tomar sabias decisiones.

A mi pololo Marco por apoyarme en todos mis procesos, etapas y locuras que se me ocurren, por amarme y mimarme, gracias amor.

A ti, Francisca Álvarez infinitas gracias por tu amistad, tu apoyo incondicional por tus consejos, tus locuras, nuestras conversaciones infinitas fuiste como llegada del cielo, por eso amiga gracias.

A mi profesor guía Néstor Pérez por tener la paciencia y dedicación de guiarme en este tremendo trabajo.

A mis compañeros de trabajo tanto de recepción como de pisos por el apoyo y buena onda. A mi jefa, Sra Elena gracias por darme el apoyo y la oportunidad de crecer y seguir cumpliendo mis metas. A mi familia y amigos que siempre están cerca para brindarme su amor y apoyo.

# Índice

Índice.....	i
Resumen.....	iv
Abstract .....	v
Introducción .....	1
<b>CAPITULO I: MARCO TEORICO .....</b>	<b>4</b>
<b>1.1. Azafrán.....</b>	<b>5</b>
1.1.1. Origen.....	5
1.1.2. Características del Azafrán .....	7
1.1.3. Cultivo y Recolección del Azafrán.....	9
1.1.3.1. Cultivo .....	9
1.1.3.2. La Recolección .....	10
1.1.3.3. La Monda.....	11
1.2. Producción de Azafrán .....	12
1.2.1. Principales Productores.....	12
1.2.2. Demanda y Exportación del Azafrán.....	14
<b>CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>15</b>
2.1. Descripción del Producto .....	16

2.1.1.	Exportadores de Azafrán .....	21
2.2.2.	Comportamiento Histórico de la Oferta .....	23
2.2.3.	Proyección de la Oferta de Azafrán.....	27
2.3.	Análisis de la Demanda .....	29
2.3.1.	Importación de azafrán a nivel mundial.....	29
2.3.2.	Comportamiento Histórico de la Demanda .....	31
2.3.3.	Proyección de la Demanda.....	33
2.3.4.	Demanda Potencial del Azafrán .....	34
2.3.5.	Segmentación .....	35
2.3.6.	Demanda Selectiva .....	36
2.4.	Análisis de Precios .....	36
2.4.1.	Comportamiento de los Precios.....	37
2.4.2.	Fijación de Precios .....	39
<b>CAPITULO III: COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO.....</b>		<b>41</b>
3.1.	Análisis de Distribución .....	42
3.1.1.	Aspectos Geográficos .....	43
3.1.2.	Aspectos Demográficos .....	44
3.1.3.	Aspectos de Infraestructura.....	45
3.1.4.	Microlocalización .....	45
3.2.	Factores Principales para la Elección del Proyecto .....	46

<b>3.3. Aspectos Generales de la Distribución de Azafrán en Chile.</b> .....	48
<b>3.4. Análisis de la Situación</b> .....	50
<b>3.4.1. Análisis Externo PEST</b> .....	50
<b>3.4.2. Análisis de la Industria. Cinco Fuerzas de Porter</b> .....	56
<b>3.4.2.3. Identificación de Amenazas de Nuevos Competidores (Media – Alta</b> .....	58
<b>Análisis FODA</b> .....	60
<b>3.5. Formulación de Estrategias de Comercialización</b> .....	62
<b>3.5.1. Marketing Mix</b> .....	62
<b>Conclusiones</b> .....	72
<b>Referencias</b> .....	74
<b>Anexos</b> .....	80

## Resumen

El azafrán o también conocido como el oro rojo, es una flor altamente valorizada en el mercado de las especias, constituidas por tres pistilos o estigmas que son el producto a comercializar y que a nivel nacional hace muy pocos años se está impartiendo en su cultivo. A raíz de este factor es que en la presente investigación se analiza y tiene como objetivo encontrar la oferta, la demanda y la comercialización del azafrán. A través del marco teórico se da a conocer el procedimiento milenario del cultivo del azafrán hasta el momento de la monda, terminología que se usa para la separación del estigma con la flor y su posterior envasado. La metodología es de tipo descriptiva donde se investiga a nivel nacional y en el extranjero el comportamiento histórico y actual de la oferta y la demanda del azafrán, encontrando la demanda potencial.

Se desarrolla un análisis de precios en base a los oferentes del mercado a nivel nacional para luego encontrar un precio adecuado para su venta. Finalmente en el capítulo 4 se realiza un análisis de situación tanto interna como externa ocupando herramientas como las cinco fuerza de Porter, análisis PEST y análisis FODA determinando luego, estrategias de comercialización a través del marketing mix que son el producto, plaza, precio y promoción.

## **Abstract**

Saffron, or also known as red gold, is a flower highly valued within the spices market, constituted by three pistils or stigmas that are the product to be commercialised and which cultivation is being imparted a few years ago at a national level. It is because of this factor that in the present investigation this situation is analyzed and its purpose is to find the supply, demand and marketing of saffron. Through the theoretical framework, it is shown the millennial process of the cultivation of saffron until its pruning, terminology that is used for the separation of the stigma with the flower and its later packaging. The methodology is descriptive, and in which the historical and current behavior of saffron supply and demand are investigated at national and overseas levels, finding the potential demand.

A price analysis is developed, based on the market suppliers at the national level and then finding a suitable price for sale. Finally, in Chapter 4, an analysis of the situation, both internal and external, is carried out, using tools such as Porter's five forces, PEST analysis and SWOT analysis, and then deciding marketing strategies through the marketing mix that are the product, place, price and promotion .

## **Introducción**

El azafrán es una flor milenaria y que su cultivo ha traspasado culturas como la egipcia, griega y romana, utilizándola no solo para uso gastronómico como se hace hoy sino que, también sus beneficios medicinales y para rituales convirtiéndolo en un producto altamente cotizado en la actualidad.

Principales productores como Irán y España han hecho que esta flor asemeje su valor al oro, por lo que también se le apoda el oro rojo, siendo esta una de las tres especias más caras acompañada de la trufa y el foie gras. España, específicamente la provincia de Castilla – La Mancha, se ha convertido en el productor de azafrán por excelencia en el mundo, donde su producto es de la más alta calidad y con estándares rigurosos para cumplir su objetivo, el cual es mantener la esencia del producto con todas sus características de sabor, olor y textura, junto con seguir la tradición milenaria que da sustento y trabajo a muchas familias de la provincia.

Irán también se presenta como el productor número uno del mercado, abarcando en casi un 90% el mercado, exportando a países como Emiratos Árabes y Estados Unidos entre otros. Para este país también es importante su cultivo, pues la mayoría de los productores son familias que han emprendido durante años, dando sustento a muchas otras personas.

Actualmente el cultivo de azafrán ha ido disminuyendo debido a la baja calidad, a las falsificaciones de este y a la disminución de hectáreas de cultivo que se ha ido experimentando por alrededor de 10 años, por degradaciones genéticas que ha llevado a esta planta a estar en peligro de extinción.

En lo referente a Chile, este es un cultivo completamente nuevo donde no existen muchos agricultores que se embarquen en este emprendimiento, esto implica que la mayoría del azafrán que está presente en el país viene del extranjero. Acorde a este lineamiento es que se propone la siguiente investigación, teniendo como objetivo general:

Analizar la oferta y demanda de azafrán en Chile, con el fin proponer una estrategia de comercialización.

Los objetivos específicos para esta investigación son los siguientes:

- Describir el uso y cultivo del azafrán.
- Identificar los principales productores del azafrán.
- Determinar la demanda y la oferta de azafrán.
- Establecer estrategias de comercialización y determinar sus canales de distribución.

A través del Capítulo I se explica la historia del producto abarcando las distintas culturas que lo empleaban y cultivaban junto con los diferentes usos que tiene el azafrán en el entorno gastronómico, medicinal como también sus usos ornamentales. Se describe paso a paso del desarrollo del cultivo en sus diferentes

etapas, método por el cual ha pasado de generación en generación, luego dando a lugar la presentación de los principales productores de azafrán en el mundo.

A lo largo de esta investigación, el capítulo II trata el análisis de la oferta y demanda azafranera en el ámbito internacional y de Chile, presentando un análisis histórico, una situación actual y proyección. Luego se realiza un análisis de precio que busca encontrar el valor indicado para la venta del producto a través del desglose de los costos de producción y venta.

En el capítulo III se analiza la distribución del producto, entregando información sobre la macro y microlocalización del sector de cultivo. Además se desarrolla un análisis de la situación interna y externa de la industria a través de herramientas como las cinco fuerzas de Porter, PEST y FODA, para luego presentar la preparación de las estrategias de comercialización a través del marketing mix: producto, plaza, precio y promoción. Al final de este apartado, están las conclusiones finales ante esta investigación, la bibliografía utilizada para los temas tratados y los anexos correspondientes.

Limitaciones de la Investigación.

Las limitaciones que se encontraron para la investigación, se encuentra focalizado en la poca información que tiene Chile con los productores de azafrán y acerca de su cultivo, por ser un producto reactivamente nuevo en el país. Por lo que la mayor parte de la información es sacada en base a los datos internacionales como la FAO y estudios

## **CAPITULO I: MARCO TEORICO**

## 1.1. Azafrán

### 1.1.1. Origen

Azafrán viene del latín a través del término *safran*, del francés antiguo del siglo XXIII. *Safranum* en cambio deriva del persa (*za'ferân*). Algunos indican que este último viene de la palabra árabe (*za'farān*), la cual en sí deriva del adjetivo (asfar, "amarillo") sin embargo, algunos etimólogos discuten indicando que (*za'farān*) es la forma árabe de la palabra persa (*zarparān*) "poseer estigmas dorados". El *safranum* del latino también es fuente del zafferano, término italiano, *açafrão* en portugués y azafrán en español, entre otros. ("Historia del azafrán", 2014)

El origen del azafrán no es muy claro pero si muy antiguo. Se remonta aproximadamente a más de 3000 años, siendo uno de los cultivos más antiguos de la historia, derivando en la existencia de diversas referencias con respecto a ritos, ceremonias religiosas y usos medicinales. En la época Greco-Romano (siglo XVIII a. C. hasta el siglo III AD) se iniciaron los cultivos de azafrán principalmente en las islas a Thera y Akrotiri, en donde la recolección la dejaban en frascos dándoles un uso botánico, como remedio medicinal casero, entre otros. Durante esa época, fueron destruidos por un terremoto donde se hundió parte de las islas, dejando las tierras poco fértiles. Su origen también se remonta desde la época egipcia donde se utilizaba para ceremonias de embalsamado para sus faraones, de uso cosmético, afrodisiaco y medicinal.

La historia dice que por Asia meridional y Asia central, el azafrán llegó por las diversas expediciones persas de esa época extendiéndose, principalmente, por la India donde dicen que, la primera cosecha, se dio por el año 500 a.C. El azafrán fue introducido a la península ibérica por los árabes, ya que aprovecharon la ruta de la seda para comercializar sus productos desde la India, China y Tailandia, dando lugar a los primeros cultivos de azafrán en España en los siglos VIII y IX, convirtiéndose en poco tiempo en una de las especias solo para la burguesía y no para las clases inferiores. Durante la Edad Media, el puerto de Venecia se convirtió en el principal receptor y distribuidor de azafrán en el Viejo Continente (sobre todo a compradores alemanes e ingleses) (“Azafrán- Historia - Región de Murcia Digital”, s. f.) y para mediados del siglo XIX, la provincia de La Mancha, España, era la mayor productora de azafrán de alta calidad.

Durante la época de la peste negra en Europa la demanda de azafrán aumentó. Esto se dio principalmente ya que era muy deseado por las personas que estaban enfermas, las cuales buscaban el producto por sus características medicinales y porque la mayoría de los granjeros que la cultivaba habían muerto. Esto último provocó que la mayoría del azafrán se importara, lo que aumentó considerablemente su valor. Este hecho desencadenó el aumento de los robos tanto de nobles como de piratas y una posterior guerra que duró semanas llamada la “guerra del Azafrán”. Este suceso desencadenó que la producción de Europa se trasladara a Nuremberg, donde la adulteración desenfrenada de azafrán concluyó en el código Safranschou, bajo el cual se podía multar a los

adúlteros, podrían ir a prisión o inclusive, enfrentar cargos como la pena de muerte (“Historia del azafrán”, 2014).

El azafrán llegó a América cuando los miembros de la iglesia Schwenkfelde, entre otras religiones tanto alemanes y suizos, se fueron de Europa con bulbos de azafrán, alrededor del año 1730. Esto hizo posible que se produjeran los primeros cultivos. Los españoles que estaban en el Caribe compraron grandes cantidades de este azafrán americano, lo que aumentó la producción en esa localidad y provocó que los precios se elevaran a tal punto que fuese equitativo con el oro. España fue el responsable de distribuir el azafrán por todo Latinoamérica, con lo que sus características y valor no han cambiado en absoluto siendo todavía muy apreciado y valorizado en los mercados actuales.

### **1.1.2. Características del Azafrán**

*Crocus sativus* L. pertenece a la división de las Magnoliophytas; clase: Liliopsida; orden: Asparagales; Familia: Iridaceae y género: *Crocus*. Especie: *Crocus sativus* L. Este género presenta cerca de 80 especies distribuidas por el centro y sur de Europa, Norte de África y oeste de Asia. (Gema, s. f.)

**Figura 1: Flor de azafrán**



**Fuente: Libro Blanco**

Es una planta herbácea, perenne con una altura de 10 a 25 cm que se desarrolla a partir de cormos. El cormo es un tallo de forma suboval, ligeramente aplastado en su base (corto y grueso), parecido al bulbo de la cebolla, con una estructura maciza y revestido por numerosas capas concéntricas. Las raíces son finas, de color blanco, numerosas y de longitud variable (5 - 10 cm). Las hojas o nomófilos varían entre cinco y once por brote, son muy estrechas, de entre 1,5 y 2,5 mm, de color verde oscuro, lineares, con una capa blanca en su cara interna y una nervadura en la externa. Las flores constan de seis pétalos, tres internos y tres externos, unidos por un largo tubo que nace del extremo superior del ovario. La forma de las flores es erecta y regular. ("Libro\_Blanco\_espanol.pdf", 33. f.).

### **1.1.3. Cultivo y Recolección del Azafrán**

El cultivo de la flor de azafrán se da principalmente en las regiones de España, por lo que en este marco referencial se dará énfasis a las técnicas europeas con respecto al cultivo y recolección, debido principalmente a sus siglos de experiencia y calidad. Pero, en las situaciones estacionales, se representaran en los climas de Chile. La planta de azafrán requiere climas mediterráneos, de inviernos frescos, veranos secos, calurosos y con un régimen de humedad mediterráneo seco. Se adapta bien a suelos calizos y pobres, soportando bien las temperaturas rigurosas de invierno y verano.

#### **1.1.3.1. Cultivo**

El ciclo del azafrán presenta dos fases a lo largo del año: la actividad y el reposo; en el periodo de actividad durante la salida del verano y la entrada del otoño, que es entre los meses de marzo y abril, la planta reanuda su actividad metabólica y se produce el enraizamiento, brotación, floración y ahijamiento. Durante la otra fase que es de reposo, los bulbos o cormos no experimentan grandes variaciones y están completamente formados. La preparación del suelo son las normales para dejarlo mullido y suelto; la fertilización puede ser con maduro y complementarlos con fertilizantes inorgánicos como son el fosforo y el potasio. Para la plantación se ocupan bulbos de 22 mm, plantándose a una profundidad entre 15 y 20 cm. El riego puede ser por inundación cuando se trata de pequeñas superficies, o por

goteo y por aspersión, siendo este considerado el mejor sistema de riego. Con respecto a la fertilización normalmente se ocupa una mezcla de nitrógeno, fosforo y potasio según las formulas  $100 \text{ kg ha}^{-1}$  (11N – 15P – 15K) +  $20 \text{ kg ha}^{-1}$  (0N – 0P – 5K) (“Libro\_Blanco\_espanol.pdf”, 38. f.)

### 1.1.3.2. La Recolección

La recolección de la flor del azafrán se prepara un mes antes de la floración, siendo este un periodo de 10 días. Esta se recolecta de forma manual como se hacía siglos antes y no ha variado mucho debido a lo delicada que es su flor. La operación consiste en cortar las flores por la base de la corola y depositarlas en pequeños cestos para evitar el aplastamiento por su peso. El rendimiento se estima entre 8 a 16 kg por persona.

Figura 1.2: Recolección de la Flor de Azafrán



Fuente: Libro Blanco

### **1.1.3.3. La Monda**

La monda es la separación de la flor y sus estigmas la cual se hace en forma manual, a pesar que se ocupan maquinarias a través de acción de aire producido por un ventilador, la forma manual es la mejor ya que se conserva mejor la calidad los estigmas.

**Figura 1.3: Demostración Monda**



**Fuente: Libro blanco**

### **1.1.4. Bondades y usos del azafrán**

A lo largo de la historia de la flor de azafrán su uso ha sido muy variado en las distintas culturas que la cosecharon; Por un lado en la parte medicinal, Hipocres, padre de la medicina galeno y de la anatomía conocía las propiedades digestivas, antioxidantes, antidepresivas y afrodisiacas. Esta debía administrarse en dosis pequeñas pues podría ser mortal e incluso abortiva en exceso. Se utilizaba como tinte tanto por los chinos como los hindúes y principalmente en el Tíbet donde los lamas ocupaban el azafrán para teñir sus túnicas, así como también era utilizado como perfume y cosmetología por los egipcios, en sus rituales de embalsamado. A pesar de sus variados usos en las áreas mencionadas, su mayor énfasis era la

aplicación de este como especia culinaria, destacando su especial aroma y sabor que entregaba a los platos.

## **1.2. Producción de Azafrán**

### **1.2.1. Principales Productores**

Los principales productores de azafrán son España, Irán, Grecia, Marruecos e India. A nivel mundial la superficie cultivada del azafrán es aproximadamente de 55.000 ha con una producción total de 205 Toneladas. Se producen en menos medidas en países como Italia, Turquía, Suiza, Israel, Paquistán, Azerbaijan, China, Egipto, Emiratos Árabes Unidos, Japón, México, Nueva Zelanda y Australia en la región de Tasmania. (Poggi, 2009, p. 42)

De esta producción India se lleva el 78%, equivalente a 160 Toneladas anuales dejando para su país entre 8 a 10 Toneladas para consumo propio. Grecia procesa entre 4 a 6 Toneladas contando con un registro de denominación de origen otorgado por la Comisión De Regulación Y Designaciones De Origen De La Comunidad Económica Europea desde 1999 (EC Reg. 378/1999) (Poggi, 2009, p. 43).

Del total mundial producido, Irán produce un total de 260 Toneladas convirtiéndose en el productor principal, destinando 46.000 ha en la provincia de Khorasan, obteniendo un total de 137 T alcanzo un rendimiento de 3kg \* ha <sup>-1</sup>.

Otro de los países principales en la producción de azafrán es Marruecos, a pesar que con el tiempo ha ido disminuyendo la superficie de cultivo, este produce entre 0,8 y 1 Toneladas.

España es el líder en la producción de azafrán principalmente en la provincia de La Mancha y Teruel, tanto en su reputación como en su excelencia de producto, pero su producción en superficies han disminuido por los altos costos de Mano de Obra que tiene su cultivo a partir de los años 90s. Estas provincias producen entre 800 y 1000 kg protegidos bajo la denominación de Origen e Azafrán de La Mancha. Esta fue creada en el año 1999 a causa de las disminuciones de la superficie cultivada que se redujeron en 365 hectáreas y su producción a 3.107 kg. Por este motivo el Gobierno regional decidió incentivar la producción de azafrán con Denominación de Origen con una orden mediante la cual se conceden ayudas al cultivo del azafrán de 1.200 a 1.800 euros por hectárea, en función de la superficie cultivada, con un máximo de 3.000 euros por explotación. (Wikipedia, 2015)

### **1.2.2. Demanda y Exportación del Azafrán**

El consumo mundial de azafrán asciende a 300 Toneladas donde Irán es el mayor productor teniendo anualmente 240 Toneladas y exportando a más de 45 países en el mundo, siendo los principales importadores España, Grecia, Emiratos Árabes y Estados Unidos, lo que lo convierte en el poseedor del 95% del mercado mundial según el Secretario del Consejo Nacional de Azafrán, Farshid Manuchehri. Para el año 2015 se pronosticó un aumento de 17% en su producción lo que equivale a 280 Toneladas anuales de azafrán.

La provisión mundial de azafrán se encontró desabastecida llegando alrededor del 95% puesto que el principal productor que es Irán, se encuentra fuera de la producción. En el año 2005 el azafrán iraní fue bloqueado de la comercialización debido a un estudio ambientalista en el año 2005, donde encontró contaminación radioactiva, sumando la situación política que posee con EEUU en conjunto con la comunidad económica europea lo que produjo un alza de los precios de azafrán y dejando desabastecida a la población mundial. El cultivo y la producción de azafrán crean numerosas oportunidades de empleo, especialmente para las mujeres que realizan el 80 % de las actividades, incluyendo la cosecha, el refinado y el envasado. (Banco Mundial, 2015)

## **CAPITULO II: ESTUDIO DE MERCADO**

## 2.1. Descripción del Producto

El azafrán o en su nombre científico *Crocus Sativus*, pertenece a la división magnoliophytas, el género *crocus sativus* está en 80 especies distribuidas en distintas partes del globo tales como centro y sur de Europa, norte de África y oeste de Asia.

**Tabla1.1: Familia del Azafrán.**

División	Magnoliophytas
Clase	Liliopsida
Orden	Asparagales
Familia	Iridaceae
Genero	Crocus
Especie	Crocus Sativus

Fuente: Gema Martín Martín, 2014

Sus características principales es que es una planta herbácea, perenne que tiene una altura entre 10 y 25 cm aproximadamente; se cultiva a través de cormos o bulbos. El corno del azafrán tiene una ligera forma ovalada hacia el tallo y aplastado en su base muy parecida al bulbo de cebolla.

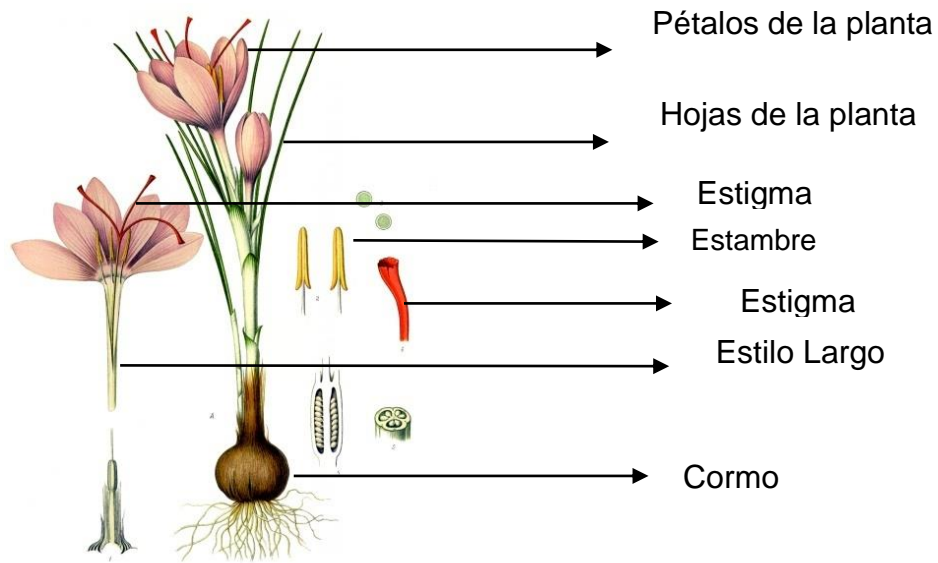
**Figura 2.1: Cormo de Azafrán**



Fuente: [www.madrideos.net](http://www.madrideos.net)

En cada planta hay entre 5 y 11 brotes de hojas muy estrechas entre sí. La flor está compuesta por un total de 6 pétalos distribuidos en el interior con 3 y en el exterior con 3 pétalos, del cual “está unida a un tubo que nace del extremo superior del ovario. El estigma o estilo atraviesa el tubo del perianto y termina en el único estigma conformado por 3 filamentos de color rojizo y que es la parte de la planta por la que el hombre cultiva. Posee de 1 a 3 flores por tallo y 2 a 3 tallos por planta. (Libro Blanco, pag 33)

**Figura 2.2: Partes del Azafrán**



Fuente: [www.madrideos.net](http://www.madrideos.net)

Los estigmas de la flor de azafrán son el verdadero producto a comercializar y es muy apreciado en el mercado internacional. Esta especia tiene distintos usos y muy ocupada para la industria alimenticia por ser aplicada como especia ya que posee un sabor amargo característico del producto, además de su acción colorante que la hace más atractiva en el uso aplicado a la cocina. Sus características medicinales son también reconocidas desde la antigüedad pues tiene efectividad contra enfermedades oncológicas, lo que la convierte en un componente importante en la industria farmacológica. También se pueden encontrar subproductos en base a los pétalos del azafrán ocupadas para aromatizar aceites, para el uso de la cosmética y como ornamentación. El azafrán es un tipo de producto perecedero ya que es fresco y tiene una duración

prolongada. Además, la naturaleza de este tipo de producto genera que su compra sea planeada con anticipación. (Evaluación de Proyectos, Gabriel Baca, pag 27)

El azafrán posee características nutricionales que en dosis muy altas puede causar abortos, demencia y dolor de cabeza; en dosis muy bajas puede ser muy estimulante teniendo en cuenta que no puede sobrepasar en su consumo más de 1.5 grs. A continuación se presenta una tabla con de los principales componentes nutricionales del azafrán:

**Tabla2.1: Información Nutricional del Azafrán**

<b>Nutrientes</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor por 100 g</b>	<b>Cucharada 0,7 g azafrán</b>	<b>Cucharada 2,1 g azafrán</b>
Agua	g	11,9	0,08	0,25
Energía	Kcal	310	2	7
Proteínas	g	11,43	0,08	0,24
Lípidos Totales	g	5,85	0,04	0,12
Carbohidratos	g	65,37	0,46	1,37
Fibra dietética	g	3,9	0	0,1
<b>Minerales</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor por 100 g</b>	<b>Cucharada 0,7 g azafrán</b>	<b>Cucharada 2,1 g azafrán</b>
Calcio	mg	111	1	2
Hierro	mg	11	0,08	0,23
Magnesio	mg	264	2	6
Fosforo	mg	252	2	5
Potasio	mg	1724	12	36
sodio	mg	148	1	3
Zinc	mg	1	0,01	0,02
<b>Vitaminas</b>	<b>Unidad</b>	<b>Valor por 100 g</b>	<b>Cucharada 0,7 g azafrán</b>	<b>Cucharada 2,1 g azafrán</b>
Vitamina C	mg	81	1	1,7
Tiamina	mg	0,115	0,001	0,002
Riboflavina	mg	0,267	0,002	0,006
Niacina	mg	1,46	0,01	0,31
Vitamina B6	mg	1,01	0,007	0,021
Ac Fólico	mg	93	1	2
Vitamina B12	mg	0	0	0
Vitamina A RAE	mg	27	0	1
Vitamina A IU	IU	530	4	11

Fuente: Azafrán, Gema Martin, 2014

Por otro lado a raíz del alto precio que conlleva el cultivo y la comercialización del azafrán, es que muchos han intentado modificar su estructura y hacerlo bajo la denominación de origen en un título que respalda la calidad de este producto y por la cual es penado por la ley. En muchas partes existen distintas técnicas de falsificación y no muchas personas pueden distinguir del auténtico azafrán. Una de las técnicas más utilizadas para la falsificación es:

- Adición de residuos de la misma planta.
- Mezcla con hilos blancos del azafrán o llamado azafrán viejo.
- Adición de aceite para adquirir mayor peso.
- Adulteración de minerales como plomo para adquirir mayor peso.

Igualmente existen mezclas del estigma del azafrán con otras especias como el cártamo, adormidera, cardamomo y árnica, se pueden distinguir por que no poseen ningún poder y adición de colorante a la mezcla.

Para poder distinguir el azafrán real del falsificado se pueden hacer algunos experimentos como: tomar el azafrán y ponerlo con un poco de agua, la auténtica flota y el adulterado se sumerge por los minerales. También una de las características del azafrán es que no tiñe inmediatamente los alimentos entonces, al momento de utilizarlo si la coloración se produce rápido, es señal que fue adulterado. Y por último, un buen etiquetado deberá proporcionar la información necesaria para identificar el producto señalando el nombre comercial, nombre científico, calidad, cantidad, n ° de lote, producto y origen.

## **Análisis de la Oferta**

### **2.1.1. Exportadores de Azafrán**

Actualmente España lidera la producción de azafrán en temas de calidad, siendo este el mejor del mundo pero, su producción en términos de kilos, no destaca debido a sus pocas hectáreas que se destinan a la plantación. En Castilla – La Mancha el cultivo de azafrán aumento un 10% en comparación al año anterior lo que estimaría recoger alrededor de 1500 kg de azafrán saliendo al mercado 1200 Kg a la venta internacional y según Antonio García, Presidente del Consejo Regulador de la Denominación de Origen del Azafrán de La Mancha, indica que no se debería vender menos de 2.400 euros el kilo, lo que equivale en moneda nacional, \$1.816.800 el kilo de azafrán.

Por otro lado Irán es el mayor productor de azafrán teniendo el 95% del mercado mundial alcanzando 250 Toneladas por año y exportando a 45 países, pero debido a conflictos internos que rodean al país, se ha dificultado enormemente su comercialización acudiendo a distintas formas de ventas donde corren el riesgo que no les pagan, incluso llegando hasta el trueque con otros comerciantes.

En el siguiente cuadro muestra las exportaciones de los principales países en distintos continentes, abarcado los periodos entre 2011 – 2015:

**Tabla 1: Exportación de Azafrán en Distintos Países.**

	2010		2011		2012		2013		2014		2015	
	USD	KG	USD	KG	USD	KG	USD	KG	USD	KG	USD	KG
Australia	172186	1016	169474	1142	155478	1223	147122	1118	113088	355	195,139	705
China	3788569	243374	1204456	22371	840437	18517	1061066	34958	1414952	68600	2,856,793	168,53
Egipto	25212	6625	42784	12675			69286	18820			29,366	17
Italia	730126	8799	835184	16109	922182	16306	799487	12886	2508858	17820	803,117	13,305
Pakistán	620	226	187	55	723	223	0	0	5142	2550	2,471	1
México	0	0	0	0	4833	388	5867	602	170849	12988	62,076	6,108
Nueva Zelanda	44378	13	72997	21	45604	137	91071	31	45417	42	107,887	62
Suiza	2480310	1541	3315719	2756	2159093	1908	1497707	1096	662635	623	209,115	873
Turquía	25705	3136	153963	30134	25860	2446	41557	3879	38327	3076	65,814	3,369
Irán	293.231.432	101.141	292.431.890	95.974	0	0	0	0	0	0	0	0
Grecia	606.240	269	568.394	273	927.802	3.439	695.733	516	1.440.205	1.838	1,766,046	868
India	1.496.374	427	1.516.234	5.584	2.170.576	8.382	1.884.690	116.592	1.849.664	62.220	1,604,893	109,62
Marruecos	558.681	2.645	473.744	597	400.899	1.007	579.927	3.229			371,481	152
España	66.914.930	193.288	50.283.022	68.202	51.423.393	166.505	47.315.122	165.524	47.516.350	133.825	47.159.657	410.516
Chile	0	0	0	0	0	0	0	0	116	28		
Argentina	32.711	77	24.244	17	17.432	7	15.735	6	7.537	3	10,807	4
Brasil	1.318	302	1.507	362	345	24	5.844	3.137	56.563	30.834	65,59	33,094
Colombia	541	113	0	0	70	7	0	0	0	0		
Perú	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
Uruguay	0	0	0	0	859	121	0	0	0	0	95,274	117
USA	125.018	30.885	249.491	43.784	508.371	72.359	578.026	73.123	436.996	81.736	379,318	41,392

Fuente: FAO

Afganistán también cuenta con una gran producción de azafrán, específicamente en la provincia de Herat, a través de iniciativas como el Programa de Desarrollo de Empresas Rurales de Afganistán y que es apoyado por el Banco Mundial y el Fondo Fiduciario para la Reconstrucción de Afganistán, se incentiva y educa a los agricultores sobre su cultivo y los beneficios que trae, ya que se pretende disminuir la producción de amapola y luchar contra la droga. Esta producción trae consigo también beneficios laborales donde gran parte de la mano de obra es realizada por mujeres, entregado trabajos al 80% de la provincia.

### **2.2.2. Comportamiento Histórico de la Oferta**

A partir del siglo XX España se convirtió en uno de los países con una producción de casi 14.500 ha en todo el país y alcanzando grandes toneladas en su producción final. Pero esto fue disminuyendo progresivamente con el tiempo: se debilitaron considerablemente las áreas de plantación llegando incluso a la desaparición por completo del cultivo en provincias de España como Teruel, alcanzando actualmente no más de 5 ha de plantación donde solo se destaca la provincia de La Mancha, Albacete y Toledo “entregando la mercado internacional solo el 40% de su producción siendo el principal Irán”. (Rubio, 2007)

Las razones que explican el retroceso de cultivo en España se pueden englobar bajo tres aspectos: primero con respecto a la evolución territorial donde se da a lugar nuevos cultivos e inclusión de ganadería, esto provoca que el costo sea menor y más fácil de producir, lo que lleva en consecuencia que se dejen estos tipos de cultivo. Segundo, la competencia que tiene el azafrán con los mercados extranjeros hace que sean más baratos donde el precio tiende a la baja, pero no se relaciona con la calidad que pueda obtener por lo que se pierde competitividad ante los de más bajo costo y precio internacional. Tercero, las condiciones generales de cultivo no han cambiado mucho en el último tiempo, prácticamente sin tener una evolución constante y siendo la intensiva mano de obra la característica principal al momento de su cosecha; esto conlleva que su mano de

obra es más cara en comparación en otros países por lo que su costo es menor y se vuelve una vez mas poco competitiva ante estos tipos de países. (Rubio, 2007).

Actualmente España se mantiene como uno de los principales exportadores de azafrán junto con Irán, con una producción total de 1918 kg según el Anuario Estadístico del año 2014 del Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medio Ambiente de España donde cuenta con una superficie de cultivo de 166 hectáreas, pero esto es solo en términos cualitativos ya que es su calidad lo que caracteriza a este producto español principalmente en la región de Castilla – La Mancha, reconocido por su calidad y teniendo la Denominación de Origen de Azafrán de La Mancha, un reconocimiento de calidad con requerimientos específicos que se indican en un documento todas las condiciones de las cuales son aprobadas por la Comisión Europea, con el fin de darle un sentido obligatorio de cumplimiento a todos los productores y envasadores que participen en este círculo comercial. Quien lleva la comprobación de estos requisitos es llevado a cabo por un organismo de control independiente e imparcial, autorizado por la administración competente y acreditada por ENAC, en la norma UNE-EN ISO/IEC 17065 o norma que la sustituya.

Por otro lado, Irán se ha convertido en un país importante en producción de azafrán, desde el año “1997 exportó 36 toneladas de azafrán, cifra que más que se multiplicó por 10 en 2006, pasando a exportar 164 Toneladas” (Sanjuan y Camarena, 2008). En el año 2006 los Emiratos Árabes Unidos comienzan a

importar el azafrán iraní alcanzando el 38% de las exportaciones iraníes y que es conocido como un importante reexportado (Vinning, 2005).

Actualmente Irán exporta a 45 países produciendo alrededor de 240 toneladas alcanzado el 95% del mercado mundial.

En el presente Chile no es un productor de azafrán destacado pero si existe un cultivo de azafrán en la región Metropolitana donde un francés, Thibault Paillarden, al llegar a Chile y seguir sus estudios de agronomía terminó quedándose en el país y así junto con un amigo que tenía un viñedo aprovecharon las tierras para cultivar dicha flor. También en Latinoamérica, Argentina, principalmente en la localidad de Córdoba se ha realizado. El productor indica que la región metropolitana de Chile posee condiciones edafo-climáticas similares a los grandes países productores de azafrán; paralelamente Argentina es uno de los pocos países de Latinoamérica productor de esta especia y que se encuentra en las mismas condiciones climáticas que Chile, por lo tanto el indica que las condiciones que ofrece la zona pre-cordillerana de la Comunidad Ecológica parece ser las más adecuada tanto en términos de suelo como de clima.

También existen cultivos en la zona central de Chile, específicamente en Pirque y Casablanca, donde se encuentra pequeñas plantaciones realizadas por las mismas familias y donde su producción están en convenio por la asociación de Chef donde se promocionan y venden a distintas localidades pero en menores cantidades.

Según la división de Estadísticas de las Naciones Unidas, las cifras de Exportación Nacional Anual entre los periodos 2011 – 2015 son los siguientes:

**Tabla 2.3: Exportación de Azafrán en Chile**

	2011		2012		2013		2014		2015	
	USD	KG	USD	KG	USD	KG	USD	KG	USD	KG
CHILE	0	0	0	0	0	0	116	28	3305	2188

Fuente: División de Estadísticas de las Naciones Unidas

Como se muestra en el gráfico, no posee movimientos de exportación en los años 2011 hasta el 2013, siendo el último movimiento de exportación el año con una cantidad de 1 kg por USD 2.024. Esto debido a diferentes factores del entorno, principalmente el poco conocimiento del cultivo de azafrán y el fuerte impacto de mano de obra intensiva que posee este producto.

### 2.2.3. Proyección de la Oferta de Azafrán

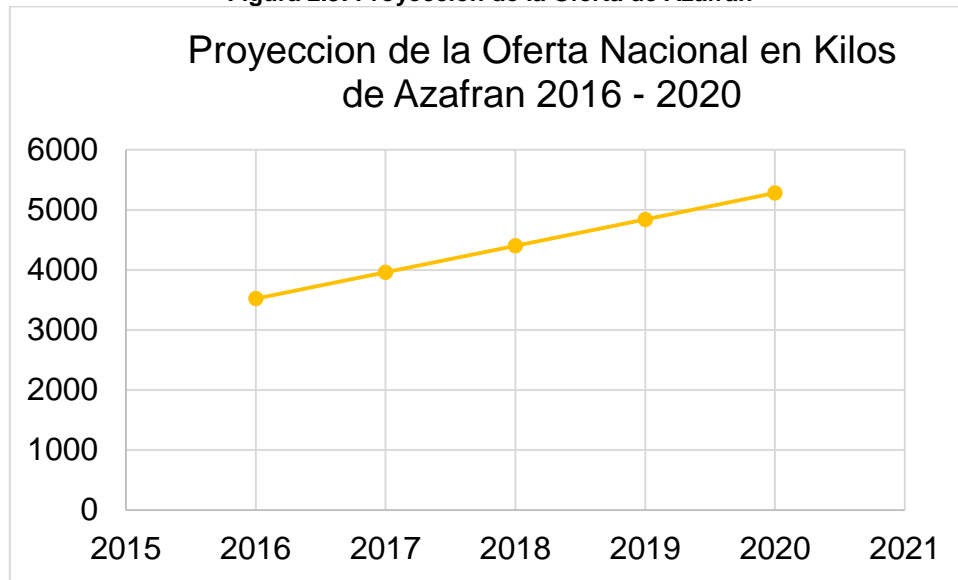
Teniendo en cuenta los datos anteriores y a través de la herramienta de regresión lineal, se pueden tomar los datos y sacar una proyección con la oferta actual nacional para los años 2016 – 2020 siendo la siguiente:

**Tabla 2.4: Proyección Exportación de azafrán**

Año	Exportación
2011	0
2012	0
2013	0
2014	116
2015	3305
Proyección	
2016	3520
2017	3961
2018	4401
2019	4842
2020	5282

Fuente: Elaboración Propia

Figura 2.3: Proyección de la Oferta de Azafrán



Fuente: Elaboración Propia

Como muestra el grafico existe una clara tendencia para la producción de azafrán llegando a un total de 5282 Kg en el año 2020, siendo una buena oportunidad de negocio.

## 2.3. Análisis de la Demanda

### 2.3.1. Importación de azafrán a nivel mundial.

El consumo de azafrán se ha conocido principalmente por sus usos culinarios pero antiguamente se ocupaba para beneficios medicinales, textiles entre otros, Hoy en día cada vez se ha masificado su uso en el mundo entero y países han ingresado al mundo del cultivo del azafrán.

A continuación se muestra principales países en distintos continentes sobre la demanda de azafrán en el mundo entre los periodos 2011 - 2015:

**Tabla 2.5: Demanda de Azafrán en Distintos Países**

	2011		2012		2013		2014		2015	
	USD	KG	USD	KG	USD	KG	USD	KG	USD	KG
Australia	1.278.312	4.864	1.304.283	30.755	1.455.771	45.151	1.628.393	60.617	1,513,044	40,044
Azerbaiyán	5.721	3.400	8.795	5.199	6.249	6.164	363	1	692	9
China	528.202	178	529.095	251	545.764	310	835.815	462	653,266	367
Egipto	6.981	1.489	15.255	13	30.350	9.619	153.738	9.096	3,273	2
Italia	21.564.269	18.433	19.050.429	87.762	18.364.511	31.686	15.907.032	288.535	17,199,930	13,748
Japón	3.535.331	1.980	2.668.059	1.693	3.192.443	2.122	2.967.412	1.862	2,772,870	1,913
Pakistán	0	0	19.647	65	1.254	282	0	0	11,693	6,787
México	700.424	2.526	780.843	3.354	1.013.011	6.645	788.664	1.602	608,437	533
Nueva Zelanda	227.548	1.389	217.898	1.281	241.377	2.329	193.713	1.273	189,386	1,284
Suiza	6.910.464	7.114	5.603.351	9.218	4.811.821	10.664	4.182.652	12.271	5,287,088	8,571
Turquía			51.678	80	13.184	64	35.677	124	26,996	49
España	38.715.009	72.200	42.643.977	81.514	38.809.486	82.775	40.138.999	46.493	51.582.645	50.135
Grecia	15.159	65	14.745	4.359	28.472	1.425	33.384	1.043	169,846	260
Marruecos	1.206	50	5.803	10	6.855	58	0	0	12,303	5
India	8.353.462	5.556	6.133.488	5.386	6.943.678	5.204	10.820.007	7.607	9,673,003	5,621
Argentina	5.100.963	2.864	5.519.188	3.441	7.671.754	5.410	5.224.085	3.551	7,197,840	4,017
Bolivia	8.071	3.473	26.400	1.121	8.779	400	1.597	1.232	4,939	359
Brasil	305.977	13.209	276.553	15.490	235.332	15.409	315.687	41.932	247,8	13,994
Colombia	41.364	849	29.098	10	22.063	756	55.146	3.516	52,834	7,787
Ecuador	12.344	235	19.581	463	5.876	153	0	0	0	0
Perú	46.256	8	53.835	15	29.599	5	43.944	14	92,815	29
Uruguay	62.213	216	89.783	696	77.502	238	62.889	308	55	9
USA	14.006.912	18.837	14.346.718	25.848	12.213.102	27.912	13.335.140	34.980	13,434,329	37,842

Fuente: FAO

La demanda a nivel mundial se puede ver en el siguiente recuadro: los principales países que consumen azafrán partiendo por España, siendo uno de los productores, este no es capaz de abarcar el mercado de su país, por lo que tiene que importar de otros países como Irán.

Países del mediterráneo como Italia presentan grandes consumos de azafrán anual de las cuales son también abastecidos por Irán, país principal en la producción de azafrán.

En el siguiente apartado se analizara el comportamiento de la demanda histórica que ha tenido el azafrán en los últimos años para poder determinar una posible demanda potencial del producto en Chile.

### 2.3.2. Comportamiento Histórico de la Demanda

En el mundo está especia es altamente valorada y es una de las más caras que se pueden encontrar, se caracteriza por su rojo intenso por lo cual es denominada el oro rojo. A pesar de su popularidad en el extranjero, en Chile es muy poco conocida por su uso medicinal y gastronómica, existen pocos campos para su cultivo por lo que principalmente el producto viene a través de importaciones.

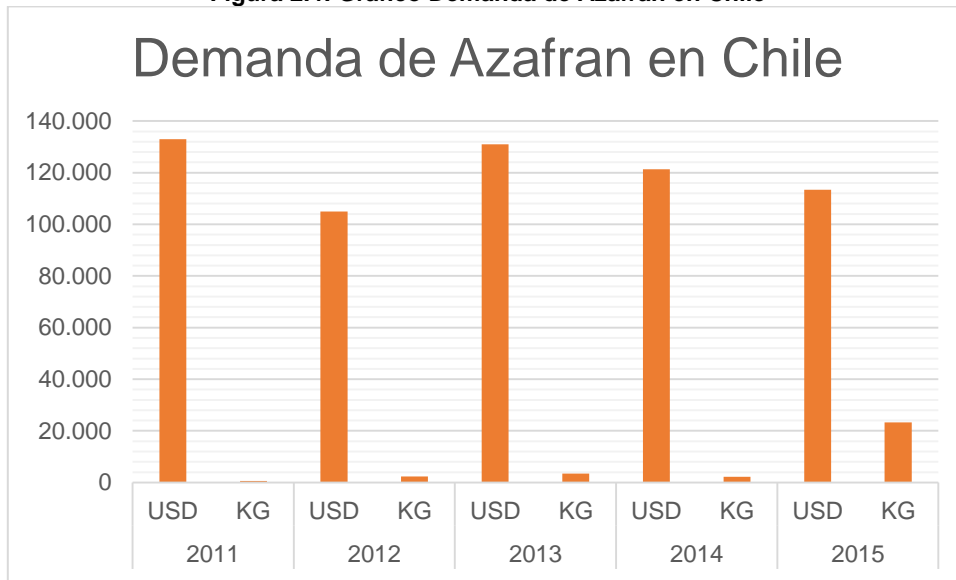
A continuación se muestra las cifras de importación de Chile, cabe destacar que los antecedentes solo existen hasta el año 2015 teniendo todavía sin publicar año 2016., desde la base de datos de la Unidad de Estadísticas de las Naciones Unidas entre los periodos 2011 – 2015:

**Tabla 2.6: Demanda de azafrán en Chile**

	2011		2012		2013		2014		2015	
	USD	KG	USD	KG	USD	KG	USD	KG	USD	KG
CHILE	132.935	538	104.913	2.336	130.955	3.412	121.280	2.165	113.403	23.336

Fuente: FAO

Figura 2.4: Grafico Demanda de Azafrán en Chile



Fuente: Elaboración Propia

A través de estos datos se muestra el incremento del uso de azafrán en Chile siendo una tendencia al alza de los años 2011, 2012 y 2013 habiendo una baja desde el 2013 al 2014, con una diferencia de 1247 KG lo que representa una variación de 7.39%.

### 2.3.3. Proyección de la Demanda

El análisis de la demanda busca encontrar el comportamiento de la demanda futura para el mercado del azafrán, teniendo en consideración los siguientes antecedentes de la demanda nacional:

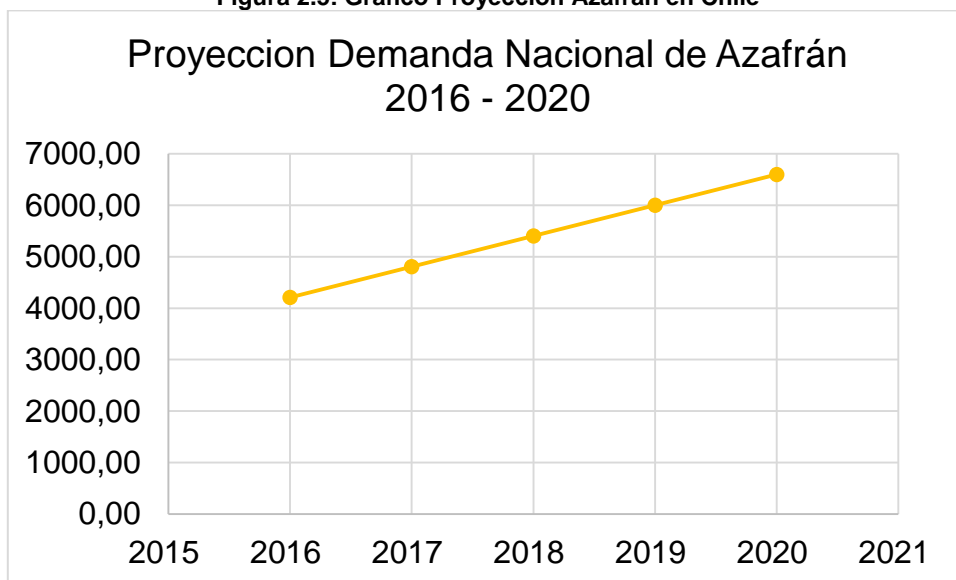
Tabla 2.7: Proyección de azafrán en Chile

Año	Importación
2011	538,00
2012	2336,00
2013	3412,00
2014	2165,00
2015	23336,00
Proyección	
2016	4209,70
2017	4807,40
2018	5405,10
2019	6002,80
2020	6600,50

Fuente: Elaboración Propia

Por medio de esta proyección podemos observar que la proyección de demanda para los próximos 5 años tiene un crecimiento constante para el mercado azafranero llegando para el año 2020 a 6.600 kg de azafrán. Esta tendencia se puede reflejar en el siguiente gráfico:

Figura 2.5: Grafico Proyección Azafrán en Chile



Fuente: Elaboración Propia

#### 2.3.4. Demanda Potencial del Azafrán

A través de este análisis se concluye que la demanda está relacionada a la oportunidad siendo de tipo insatisfecha, debido a distintas razones pero las principales están ligadas a la baja producción que tienen algunos productores que no alcanzan a satisfacer su demanda interna, a los pocos cultivos que existen y a su alto costo de mano de obra que posee el sembradío tanto a nivel nacional como internacional.

Por ende y en base a los cálculos e investigaciones la demanda de este producto en Chile es la siguiente:

Consumo Nacional Aparente = Importación - Exportación

Consumo Nacional Aparente = 23.336 – 3.305

Consumo Nacional Aparente = 20.031

Teniendo una demanda insatisfecha en el país.

### **2.3.5. Segmentación**

La mayor parte del azafrán comercializado en el país corresponde a importaciones de los principales productores como España, Irán o Afganistán entre otro. En marco al comportamiento de este producto la segmentación será de tipo de negocio, es decir la introducción del azafrán será a través de las empresas mayoristas quienes distribuyen a los consumidores finales.

### **2.3.6. Demanda Selectiva**

En Chile se puede encontrar dos grandes marcas muy reconocidas por los consumidores que son Marco Polo perteneciente al holding de Icb. SA que posee 1500 productos que van desde papas fritas, salsa y condimentos en donde se encuentra el azafrán. Por otro lado, está la marca Gourmet empresa que existe desde el año 1958 y que a partir del año 2013 tuvo una internacionalización de sus productos en Sudamérica.

### **2.4. Análisis de Precios**

“El precio es la cantidad monetaria de los productores están dispuestos a vender y los consumidores a comprar, un bien o servicio cuando la oferta y la demanda están en equilibrio” (cita guía de estudio de mercado para la evaluación de proyectos pág. 118)

### 2.4.1. Comportamiento de los Precios

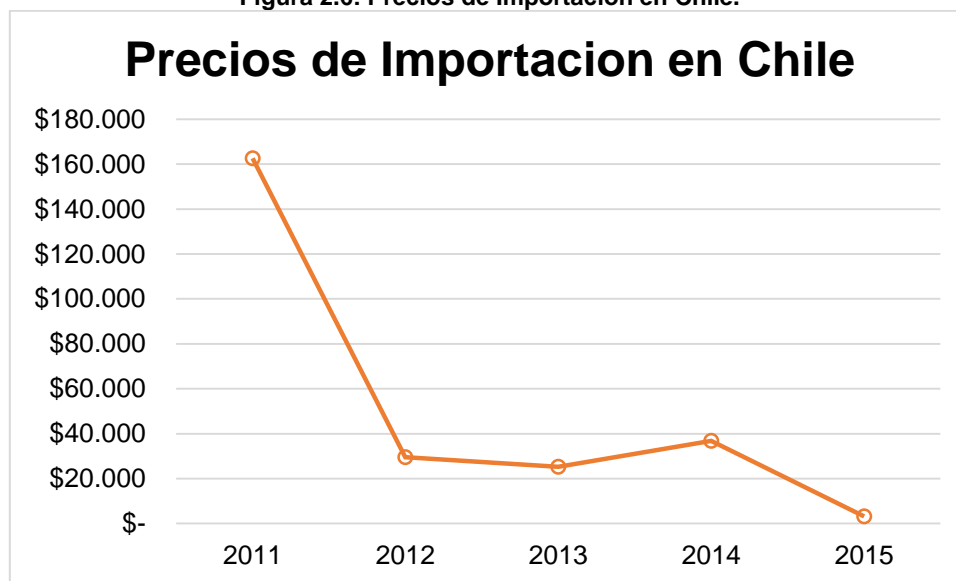
En la siguiente tabla se muestra los precios de importaciones en Chile en los periodos de 2011 – 2015 considerando la división de los kilos comprado con el total en dólares, actualizado a un dólar de \$ 658:

Tabla 2.8: Precios de Importación Chile

	2011	2012	2013	2014	2015
CHILE	\$ 162.586	\$ 29.552	\$ 25.255	\$ 36.860	\$ 3.198

Fuente: Elaboración Propia

Figura 2.6: Precios de Importación en Chile.



Fuente: FAO

Donde se aprecia que los precios estuvieron bajando debido a que los principales países productores como Irán o Afganistán se introdujeron en estos años mucho más fuerte en el mercado, desplazando a países como España y creando competencia a nivel mundial.

Actualmente en el mercado internacional el precio del azafrán por kilo esta fluctuando alrededor de los 3.000 y 4.000 euros por kilos, lo que se calcula alrededor del promedio de \$2.639.000, tomando un tipo de cambio de \$754 al año 2017.

Con respecto a la compra directa de azafrán a través de los principales supermercado en gramajes de 0.5 gr en valores neto esta fluctuando en lo siguiente:

**Tabla 2.9: Precios Mínimos y Máximos de Azafrán**

Marca	Lider	Gourmet	La Barraca	Azafrán Alberola	Gourmet
Internet \$ Min	992	3.949	3.100	2.514	2.765
Internet \$ Max	1.109	3.949	3.100	4.193	2.932
Tienda \$ Min	992	3.949	3.100	2.514	2.765
Tienda \$ Max	1.109	3.949	3.100	4.193	2.932

Fuente: [www.comparacion.cl](http://www.comparacion.cl)

## 2.4.2. Fijación de Precios

En el análisis de precios determinara el precio ideal para el producto en base a los precios de mercado que existen en la actualidad. Para tal efecto, se desglosa los costos directos e indirectos del cultivo de azafrán (Ver Anexo 1 y 2):

Costos directos:

**Tabla 2.10: Costos de Producción**

Mano de Obra	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Total Mensual	Total	
Arado de la tierra	1	JH	\$ 13.000	\$ 390.000	\$ 4.680.000	
Control de malezas	1	JH	\$ 13.000	\$ 390.000	\$ 4.680.000	
Proteccion Fitosanitaria	1	JH	\$ 13.000	\$ 390.000	\$ 4.680.000	
Recoleccion (por 7 dias)	10	JH	\$ 13.000	\$ 130.000	\$ 910.000	
Monda (por 10 dias)	5	JH	\$ 13.000	\$ 65.000	\$ 650.000	
Recoleccion de Cormos (por 7 dias)	5	JH	\$ 13.000	\$ 65.000	\$ 455.000	
<b>Fertilizantes</b>						
Sulfato de Potasio	60	kg	627	\$ 37.620	\$ 37.621	
Sulfato de Amonio	25	kg	425	\$ 10.625	\$ 10.625	
Superfosfato Triple	49	Kg	351	\$ 17.199	\$ 17.200	
<b>Herbicida</b>						
Sencor 480 (Metribuzina)	1	Kg	\$ 23.186	\$ 23.186	\$ 23.186	
Prodigio 600 (Aclonifen)	1	Kg	\$ 37.362	\$ 37.362	\$ 37.362	
<b>Fungicida</b>						
Procloraz	0,3	Lt	\$ 5.690	\$ 17.070	\$ 17.070	
<b>Otros</b>						
Cormos	75.559	Unitario	105	\$ 7.933.695	\$ 7.933.695	
Analisis de suelo	1	Analisis	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	
Cuota de Agua	1	Anual	\$ 30.000	\$ 30.000	\$ 30.000	
Baños Quimicos	2	Unitario	\$ 60.000	\$ 120.000	\$ 1.440.000	
<b>TOTAL COSTOS DE PRODUCCION</b>					\$ 25.631.759	
<b>Maquinaria</b>						
	Vida Util	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Total	Depreciación
Arado Subsolador	11	1	Unitario	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000	\$ 145.455
Motobomba	8	2	Unitario	\$ 220.000	\$ 440.000	\$ 55.000
Mangueras	5	2	Unitario	\$ 11.990	\$ 23.980	\$ 4.796
Aspersores	5	2	Unitario	\$ 2.990	\$ 5.980	\$ 1.196
Pulverizador	8	1	Unitario	\$ 37.990	\$ 37.990	\$ 4.749
Tractor	8	1	Unitario	\$ 3.800.000	\$ 3.800.000	\$ 475.000
Canastos	2	20	Unitario	\$ 18.000	\$ 360.000	\$ 180.000
Tijeras agricolas	3	20	Unitario	\$ 5.990	\$ 119.800	\$ 39.933
Bodegas (containers)	10	2	Unitario	\$ 1.660.050	\$ 3.320.100	\$ 332.010
<b>TOTAL</b>					\$ 1.238.139	
<b>TOTAL PRODUCCION</b>					\$ 26.869.898	

Fuente: Elaboración Propia

## Costos de Administración y Venta:

Tabla 2.11: Costos de Administración y Venta

Item	Costo Mensual	Total
Secretaria	\$ 257.000	\$ 3.084.000
Encargado de Ventas	\$ 350.000	\$ 4.200.000
Otros	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Luz	\$ 150.000	\$ 1.800.000
Telefonia e Internet	\$ 58.890	\$ 706.680
Bencina	\$ 1.500.000	\$18.000.000
Total		\$29.790.680

Fuente: Elaboración Propia

## Costo Total y Unitario:

Tabla 2.12: Costo Total y Unitario

Costo Total	\$ 56.660.578
Kg / 2700mt <sup>2</sup>	4.420
Costo Unitario / Kg	\$ 12.819

Fuente: Elaboración Propia

La producción de azafrán para este estudio de mercado asciende a 4.420 kg en un terreno de 2700 mt<sup>2</sup> dando un costo unitario de \$12.819 por kilo. Teniendo en consideración las ganancias y el precio a nivel nacional se considera un costo unitario por \$ 2.390 por 0.5 gr de azafrán.

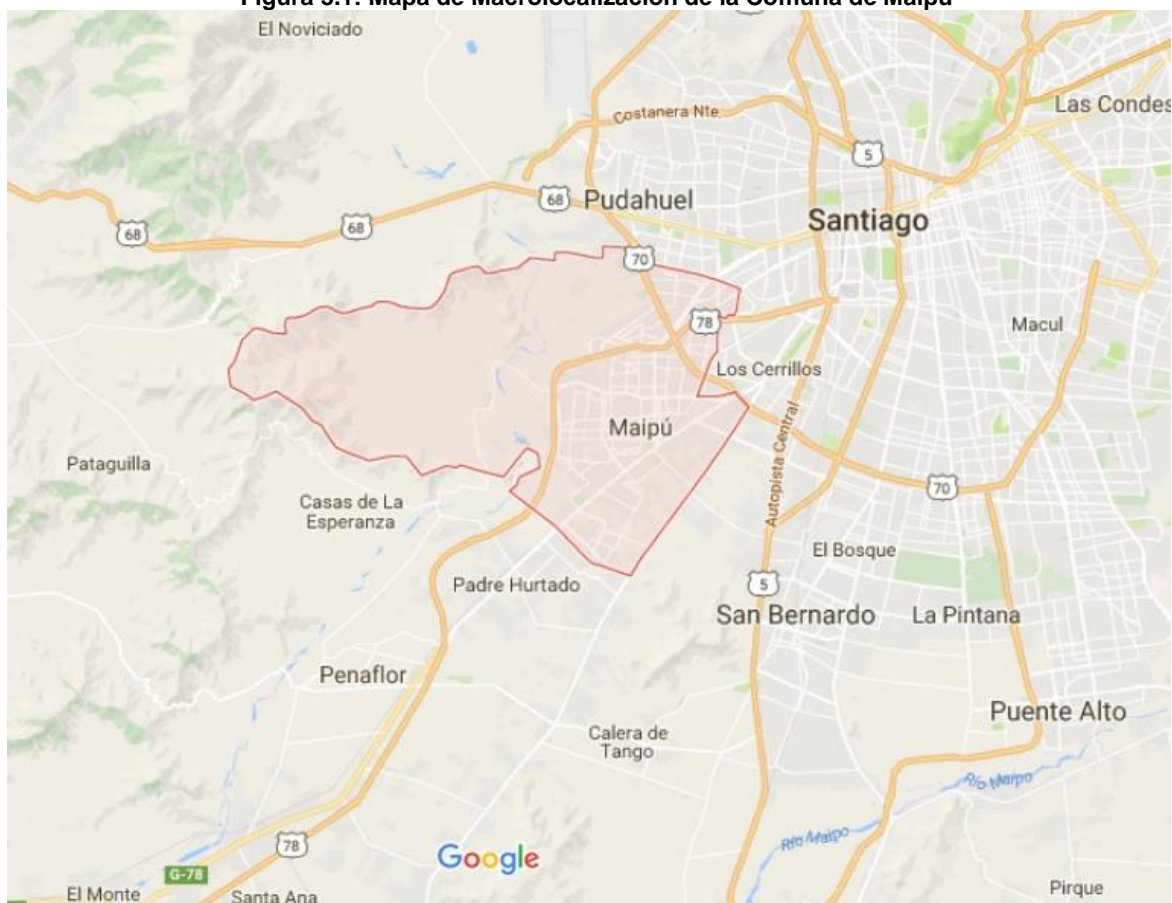
## **CAPITULO III: COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO**

### 3.1. Análisis de Distribución

“La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios del tiempo y lugar” (Evaluación de proyectos pág. 64)

Para la localización, la realización del proyecto de cultivo de azafrán se ubicará en la Región Metropolitana, en la comuna de Maipú, específicamente en el sector de Santa Ana de Chena, en donde se muestra en el siguiente mapa:

**Figura 3.1: Mapa de Macrolocalización de la Comuna de Maipú**



Fuente: Google Maps

### 3.1.1. Aspectos Geográficos

La comuna de Maipú localizada en la Región Metropolitana tiene 135,5 km<sup>2</sup> sus coordenadas geográficas son 33° 32' latitud sur y 70° 46' longitud oeste (aproximadamente a 13 km del centro de Santiago) y a 488 msnm.

El clima de la comuna es mediterráneo con estación seca prolongada con gran influencia marítima y vientos predominantes del sur y suroeste. Maipú es cruzado por el río Mapocho, un afluente de éste llamado Zanjón de la Aguada y 132 canales agrícolas pequeños. Por lo mismo se le caracteriza por ser una región húmeda y fría, sobre todo en los meses de invierno.

Limita al norte con la comuna de Pudahuel, al nororiente con Estación Central y Cerrillos, al sur con San Bernardo y Calera de Tango y al poniente con Padre Hurtado y Curacaví.

[https://es.wikipedia.org/wiki/Maip%C3%BA\\_\(Chile\)#Geograf.C3.ADa\\_y\\_clima](https://es.wikipedia.org/wiki/Maip%C3%BA_(Chile)#Geograf.C3.ADa_y_clima)

### 3.1.2. Aspectos Demográficos

Según el censo nacional del año 2002, Maipú tenía un total de 126.972 viviendas y 468.390 habitantes, de los cuales el 48,5 % eran hombres y el 51,5 % mujeres.

El crecimiento de la población se calcula en un 6,21 % anual, siendo un 2,4 % de crecimiento vegetativo y un 3,81 % por migración desde otras comunas o regiones. La variación de la población a lo largo de los últimos años ha sido explosiva.

Los grupos socioeconómicos C3 (medio bajo) y D (bajo) conforman el 77 % de la población comunal, y sólo un 5,63 % de habitantes están bajo la línea de la pobreza (E).<sup>13</sup> El 3 % de las personas que viven en la comuna corresponden a la clase alta (ABC1), mientras que el 13 % forma parte del C2 (medio alto). Gran parte de la población trabaja fuera de la comuna en labores industriales y actividades de servicios.

[https://es.wikipedia.org/wiki/Maip%C3%BA\\_\(Chile\)#Geograf.C3.ADa\\_y\\_clima](https://es.wikipedia.org/wiki/Maip%C3%BA_(Chile)#Geograf.C3.ADa_y_clima)

### **3.1.3. Aspectos de Infraestructura**

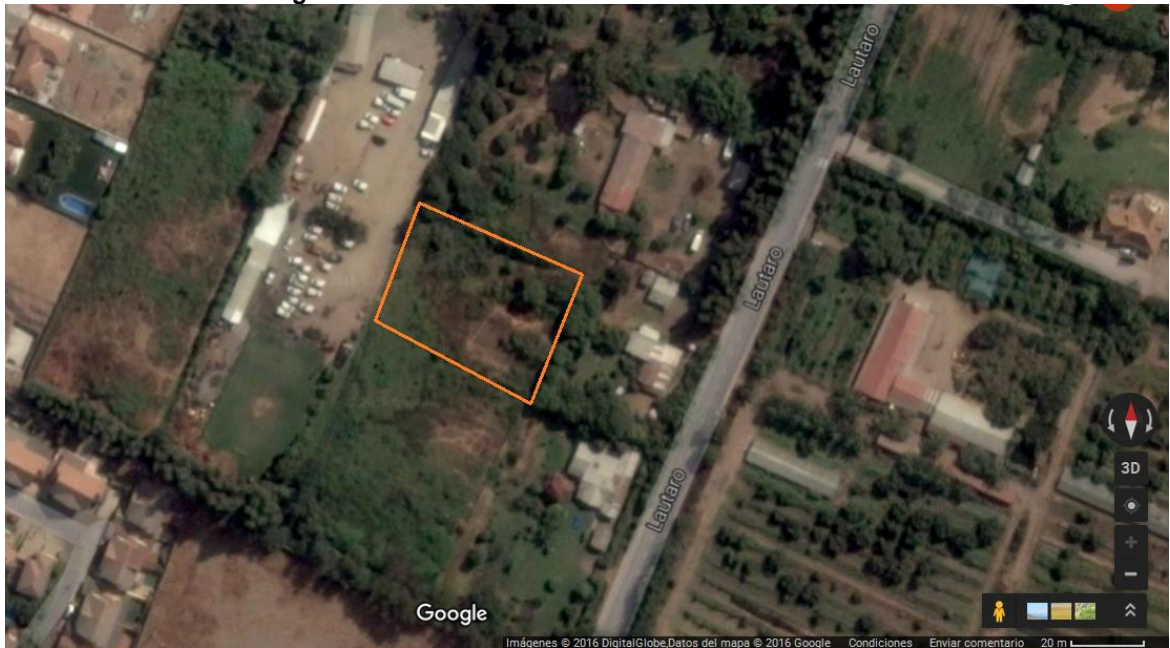
La comuna de Maipú en su totalidad posee servicios básicos de agua, luz conectividad de transporte en todas sus áreas y señalización, bancos, servicio de salud, pavimentación, colegios, parques, canchas deportivas y áreas verdes.

### **3.1.4. Microlocalización**

En el estudio de la Microlocalización se indicara la instalación del proyecto que se eligió para su realización.

Para el desarrollo del cultivo de azafrán se dispone un terreno de 1.350 mt<sup>2</sup> (30 mts x 45 mt) que se encuentra ubicado en la comuna de Maipú, específicamente en el sector de Santa Ana de Chena, parcela ubicada en la calle Lautaro. La localización se puede apreciar en el siguiente mapa:

**Figura 3.2: Microlocalización Sector Santa Ana de Chena**



**Fuente: Google Maps**

### **3.2. Factores Principales para la Elección del Proyecto**

La elección de la ubicación del proyecto es primordial para el éxito de este, para tal efecto la elección de la parcela para el cultivo de azafrán es en el sector de Santa Ana de Chena en la comuna de Maipú, entorno que se caracteriza por ser de parcela y ciudad agrícola puesto que de los 135 mt<sup>2</sup> que conformar Maipú, el 63% es de uso agrícola lo que lo caracteriza por tener una población dedicada a este trabajo.

Por otro lado, la accesibilidad es punto estratégico puesto que se encuentra a pocos metros el camino Melipilla, al lado de la Ciudad Satélite con colegios,

centros de salud y transporte público, lo que conlleva a ser un lugar óptimo para vivir cerca de estos lugares.

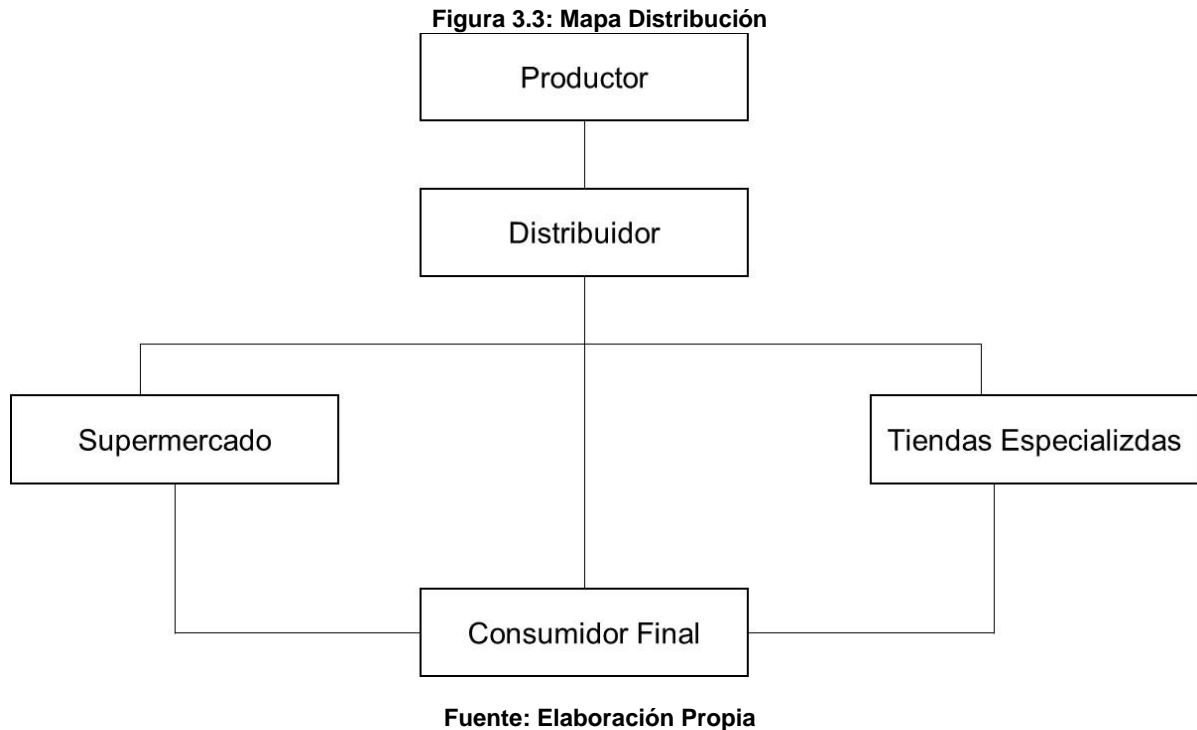
Además de poseer características climáticas que facilitan y promueven el éxito del cultivo, estos factores condicionan una buena localización para la realización del proyecto y también cumple con las especificaciones legales puesto que son terrenos que están destinados al uso agrícola.

Este terreno es colindante a la parcela familiar donde se destinara el cultivo de azafrán y posee los requerimientos de agua e infraestructura necesaria para el desarrollo del proyecto.

El cultivo se encuentra en la región de Santiago específicamente en la localidad de Lonquén en el sector de parcelas, esta se encuentra a 20 minutos del centro de cerrillos donde se ubica locales de servicio de envío.

En primera instancia se debe considerar que lo más óptimo para la comercialización de este producto es hacerlo con intermediarios como mayoristas y distribuidores y un porcentaje pequeño a clientes interesados en el consumo del producto. Esta comercialización se hará tanto en la región de Valparaíso como Santiago por sus cercanías a ella.

### 3.3. Aspectos Generales de la Distribución de Azafrán en Chile.



Gran parte de la distribución del producto se hace a través de mayoristas siendo las principales empresa como, Marco Polo, Diprosel, ChileKosher entre otros que abastecen a empresas minoristas y que se hace principalmente en la ciudad de Santiago y que es capital donde concentra la mayor población del país donde se distribuye a las demás regiones.

Así mismo las cadenas de supermercados se concentra la comercialización minorista del producto que además, también poseen sus propias empresas importadoras y distribuidoras, que de la misma forma presentan unidades de

negocio de al por mayor como la empresa Walmart que posee a la cadena Líder y Central Mayorista.

La mayor parte del azafrán comercializado en el país corresponde a importaciones de los principales productores como España, Irán o Afganistán entre otro. En marco al comportamiento de este producto la segmentación será de tipo de negocio, es decir la introducción del azafrán será a través de las empresas distribuidoras, mayoristas quienes distribuyen a los consumidores finales.

### **3.4. Análisis de la Situación**

A través de los siguientes análisis se pretende verificar el plano esquemático para la comercialización del azafrán y las estrategias a seguir.

#### **3.4.1. Análisis Externo PEST**

##### **3.4.1.1. Ámbito Político – Legal**

En el ámbito político, el país tiene una alta estabilidad donde a través de años se ha convertido en un atractivo para inversionistas extranjeros. Chile también es un país abierto a la economía del mundo con variados tratados internacionales que permiten el comercio exterior, por lo que es un factor muy importante ya que la compra de los bulbos se realizara directamente a empresas azafraneras con la marca de denominación de Castilla – La Mancha, España. Lo que posibilita esta transacción por las características de comercio exterior que tiene Chile.

Se debe tener en consideración todos los permisos necesarios para la importación de bulbos certificados para el cultivo de azafrán. Teniendo en cuenta las leyes aduaneras del país entregando la siguiente documentación:

- Certificado de Origen, en caso que la importación se acoja a alguna preferencia arancelaria, en virtud de un Acuerdo Comercial.
- Lista de empaque, cuando proceda, correspondiendo siempre en caso de mercancías acondicionadas en contenedores.
- Certificado de seguros, cuando el valor de la prima no se encuentre consignado en la factura comercial.
- Nota de Gastos, cuando éstos no estén incluidos en la factura comercial.
- Permisos, visaciones, certificaciones o vistos buenos, cuando proceda

Pagando los siguientes tributos: Por regla general, las importaciones están afectas al pago del derecho ad valorem (6%) sobre su valor CIF (costo de la mercancía + prima del seguro + valor del flete de traslado) y pago del IVA (19%) sobre su valor CIF más el derecho ad valorem y contratar un agente de aduana que entrega el servicio de aduanas de Chile.

Por otro lado, existen organizaciones gubernamentales como ODEPA (Oficinas de Estudios y Políticas Agrarias) que tienen como finalidad apoyar en la gestión del Ministerio de Agricultura a través de políticas agrarias que apoyan e informan a pequeños y medianos silvoagropecuario a través de informes, coordinación programas técnicos, estudios de realidad, detectar problemas y

emergencias, estadísticas, asesorías, entre otros. Lo que produce un impacto positivo a la hora de tomar decisiones. (Fuente: [www.aduana.cl](http://www.aduana.cl))

### **3.4.1.2. Ámbito Económico**

En forma general Chile ha mantenido un bajo crecimiento económico en los últimos tres años y su crecimiento para el año 2017 será menor a lo que fue publicado por el banco Central que era de 2,1% bajando a 1,7% y se espera para el 2018 un crecimiento de 2,3% según el FMI. El PIB tuvo un crecimiento durante el primer trimestre de 2017 de un 0,2% respecto al trimestre anterior y teniendo un PIB Per cápita trimestral de 3.419€ euros.

La tasa de variación anual del IPC en Chile en abril de 2017 ha sido del 2,7% con lo que se repite el dato del mes anterior. La variación mensual del IPC ha sido del 0,2%, de forma que la inflación acumulada en 2017 es del 1,4%. Con respecto a la tasa de desempleo esta ha ido en aumento paulatino desde el mes de diciembre fluctuando entre los 6,1% y 6,7%. Según el último trimestre móvil febrero abril la tasa de desempleo subió a 6,7% donde disminuyó los asalariados.

Ahora refiriéndose al sector silvoagropecuario y según el análisis macrosectorial de abril de 2017 realizado por la ODEPA, este sector presenta un alza 3,3% anual elevando el PIB nacional, por otro lado en el año 2016 la actividad agropecuaria – silvícola aumento en un 4,5% y desde 2013 – 2016 la fuerza de trabajo ocupada en agricultura y pesca aumentó en 3.500 personas en el trimestre móvil

diciembre-febrero de 2017. El empleo en Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca se expandió 0,4%, alcanzando a 831 mil personas. Esto se debe a que actualmente las materias primas siguen siendo un bien de primera necesidad a pesar de que las cifras globales mantengan a un país con un crecimiento bajo.

### **3.4.1.3. Ámbito Sociocultural**

Según el CENSO 2012 Chile posee una población 17 millones con una densidad de 23,01 hab/km<sup>2</sup> del cual aproximadamente el 38 % se concentra en la región metropolitana. El territorio se divide en 16 regiones subdividida en provincias, ciudades y comunas. La población urbana concentra el 86,6% mientras que la población rural concentra el 13,4% de la población total.

Dentro de este porcentaje de población rural muchas de las familias viven de la agricultura, la ganadería o la pesca siendo los principales ingresos para la manutención de sus familias. Por lo mismo que el gobierno ha jugado un papel importante para el desarrollo silvoagropecuario que junto con el ministerio de agricultura han hechos lineamientos en post de obtener más productividad, mejores condiciones y más emprendimiento para estas familias.

#### **3.4.1.4. Ámbito Tecnológico**

Las tecnologías de información han impactado enormemente en el diario vivir de la población tanto de manera particular como profesional, aplicado a toda empresa y rubro. El acceso a una conexión a internet se ha vuelto primordial y esto conectado a la utilización de las redes sociales para efectos laborales permite, de manera masificada, llegar a todo tipo de público sin un mayor costo. Para efectos específicos de esta tesis, el rubro silvoagropecuario también puede sacar un enorme provecho de estas herramientas de diversas formas: las reuniones mediante la plataforma Skype permiten conectarse con personas de todo el mundo en tiempo real sin mayor dificultad, por lo que para el nuestro caso, en un futuro se podrían generar redes de contactos con otras regiones del país e incluso con empresas o clientes en el extranjero. LinkedIn también es una red social la que puede utilizarse para generar contactos con profesionales de todo el mundo.

El sitio web también es un factor relevante y su costo puede variar desde 0 hasta el pagar por la creación de uno. En la actualidad existen plataformas como Wix, que permiten a emprendedores y pymes crear de manera gratuita un sitio web para dar a conocer su producto, conectándolo a la vez con la utilización de redes sociales. Otro elemento muy utilizado es Facebook y el “fan page”: esta es una página que permite dar a conocer un producto o servicio, interacción con personas, generar redes de contactos del mismo rubro, compartir información, generar publicidad pagada (donde cada uno puede invertir desde \$1000 a

cualquier cantidad y distribuir ese dinero en los días que estime conveniente). La compra de productos, pago de costos o cuentas o la contratación de servicios a través de internet también es un factor que acorta de manera sustancial tiempos/costos de viajes y traslados, ya sean de personas y/o documentación. Es claro que en términos digitales, con solo tener acceso a internet, se puede sacar muy buen provecho para emprender y dar a conocer un producto en la actualidad.

Pero las tecnologías no solo van ligadas a plataformas digitales sino que también a los avances que existen para agricultores, donde nuevas maquinarias facilitan aún más el trabajo a que sea menos laborioso.

Las tecnologías también dan paso a la creación de ferias donde se pueden exponer sus productos como por ejemplo las jornadas celebradas en junio por ICEX España Exportación e Inversiones y la Oficina Económica y Comercial de España en Santiago de Chile, quienes presentaron en Santiago y Santa Cruz (VI Región) tecnología de riego, protección de cultivos, post-cosecha, packaging, software para la industria agroalimentaria y smart-agro.

### **3.4.2. Análisis de la Industria. Cinco Fuerzas de Porter**

A través del Análisis de Porter de las cinco fuerzas se pretende medir el entorno competitivo donde se encuentra el producto de azafrán en Chile.

#### **3.4.2.1. Poder de Negociación de los Clientes (Media)**

Actualmente el cultivo de azafrán en Chile es un proyecto pequeño donde la cantidad de productores que existen no es muy extensa y que se concentra principalmente en la región metropolitana y de O'Higgins por las características del clima que posee. Por otro lado, la cantidad de países exportadores de azafrán es mucho mayor por lo que las tarifas arancelarias y el precio del dólar puede beneficiar a la empresa perdiendo poder de negociación al productor pero, estos serán variantes que dependerán de la propia economía. Por otro lado la estructura de costo del producto es estandarizada teniendo como variante la mano de obra que haga aumentar la producción con el tiempo lo que da la posibilidad de negociar los precios y plazos.

Cabe destacar que el azafrán es uno y no hay variantes del mismo por lo que el cambio es fácil de realizarlo, pero lo que debe destacar es la calidad de este de tal modo, que el cambio de producto es fácil dependiendo de la calidad que el competidor tenga y este no será costoso realizarlo.

Una amenaza de integración hacia atrás es muy baja de realizarse pues deberían empezar un sector de su negocio a ser agrícola. Caso contrario es la integración hacia adelante que se pueda hacer en la empresa en ese caso, se puede realizar el servicio de ellos pues la comercialización se hace con el producto que es el azafrán y que como productor puede vender a sus clientes de forma directa y a un precio mucho menor.

Como se dijo anteriormente la calidad del producto es muy importante para la venta de este, por lo que mucho dependerá la venta sobre este factor. En conclusión se puede visualizar que el poder de negociación es relativamente baja.

#### **3.4.2.2. Poder de Negociación de los Proveedores (Media)**

Los proveedores de bulbos de azafrán genuinos son escasos en el país recurriendo a proveedores internacionales y con respecto a los agroquímicos como feriantes hay una gran cantidad de oferentes que existe la opción de conversar los precios de este. El cambio de proveedor no es tan alto pues los bulbos solo se compran una vez y los agroquímicos como fertilizantes, herbicidas entre otros existe una competencia fuerte beneficiando a los agricultores.

### **3.4.2.3. Identificación de Amenazas de Nuevos Competidores**

#### **(Media – Alta)**

El cultivo de azafrán posee altos costos de mano de obra por sus características de cosecha que debe ser a mano para mantener la calidad del producto por lo tanto, no se puede tener bajos costos y su precio de venta aumenta. Acorde a los lineamientos de calidad es que este producto se diferencia de otros cultivos y de productos extranjeros que no vengán bajo la denominación de azafrán de la Mancha, que asegura la calidad del producto por lo que las barreras de entradas son altas en términos de inversión inicial. El acceso a los canales de distribución son variados existe una gama de empresas distribuidoras, mayoristas y minoristas que se puede acceder a la venta de producto contando también los nuevos roles de internet y redes sociales que producen un alto impacto en las ventas por su bajo costos. Por otro lado no existe una protección de gobierno, patentes o marcas registradas con el producto por lo que no tiene incidencia al momento de que nuevos competidores entren a este mercado.

La tasa de crecimiento cada vez es más alta; por otro lado la demanda de este producto es alta y todavía no hay demanda que pueda satisfacer al mercado en la actualidad por que todavía existen muy pocos terrenos y agricultores que destinen su producción al azafrán.

#### **3.4.2.4. Amenaza de Productos Sustitutos (Media – Baja)**

El azafrán no tiene un producto sustituto que abarque todos los beneficios y utilidades que posee, sino que existe alteraciones del producto que hacen que el gramaje, características físicas entre otros, sean modificados para poder vender más volúmenes del producto y así tener más rentabilidad. Los costos asociados estas modificaciones son altas debido a que el precio por gramo es elevado y al no tener un azafrán en 100% no cumple ninguna utilidad tanto en sabor, textura y beneficios médicos que pueden ser utilizados así que el cliente se arriesga a una pérdida.

#### **3.4.2.5. Determinación de la Rivalidad entre Competidores (Alto)**

En la actualidad pocos son los agricultores que destinan sus tierras al cultivo de azafrán debido a su intensidad en mano de obra que necesita al momento de la cosecha, por lo que este sector no está siendo explotado en su totalidad. Este producto es diferenciado por la calidad que otros pueden ofrecer exactamente lo mismo y salirse de este es relativamente bajo pues terrenos, maquinarias y bulbos pueden volver a ser utilizados por otras áreas. El costo de cambio es también poco ya que se ofrece lo mismo y la tasa de crecimiento va en una subida paulatina, pues productores de azafrán de otros países también hacen llamado a su cultivo para que este no se pierda.

## **Análisis FODA**

### **Fortalezas**

- Se puede comercializar durante el año manteniendo las condiciones de temperatura y almacenaje óptimo
- Los bulbos pueden ser reutilizados y entregan crías para aumentar a producción
- No se necesita terrenos especializados para su cultivo
- La flor es capaz de soportar distintas temperaturas
- Los procedimientos de cultivo se pueden efectuarse con las mismas herramientas como cualquier otro
- Existencia de manuales sobre el conocimiento de cultivo en todas sus etapas de origen europeo

### **Oportunidad**

- Existen pocos terrenos destinados al cultivo de azafrán en Chile
- Empresas distribuidoras y mayoristas existen para comercializar
- Internet y redes sociales herramientas viables para la comercialización de azafrán
- Se necesita mano de obra, por lo que crea más empleos
- Producto altamente demandado a nivel internacional
- Tendencia sostenida en los precios de azafrán por kilo

- Existen organismos gubernamentales que entregan fondos para emprendimientos agrícolas

### **Amenaza**

- Existen porcentajes de importación de azafrán en Chile
- Rivalidad de calidad con el azafrán europeo
- Adulteración del azafrán
- Falta de grupos que estén asociados al cultivo de azafrán
- Que el precio percibido de los clientes sea muy alto
- Debilidad
- Poco conocimiento de sus propiedades
- Inversión alta por la compra de bulbos
- Alto porcentaje de pérdida en la primera cosecha
- Existe un alto desembolso de dinero por intensiva mano de obra
- Problemas fitosanitarios y plagas que puedan afectar al cultivo

## **3.5. Formulación de Estrategias de Comercialización**

### **3.5.1. Marketing Mix**

En base a la segmentación realizada previamente las estrategias se enfocaran a empresas distribuidas y mayoristas.

#### **3.5.1.1. Producto**

##### **Ciclo de Vida del Producto**

El azafrán es un producto perecible que tiene dos tipos de envasado, el primero en donde se ubica en la monda o desfloreamiento para separar los estigmas o pistilos de la flor, estos se envasan directamente y la segunda forma es la deshidratación del azafrán donde su duración dependerá de la protección que tenga de la luz y la humedad para no afectar la calidad de producto. Es recomendable que la temperatura varíe entre los 5° y 10° C y la humedad relativa entre 30 y 50%. Cabe destacar que la comercialización del azafrán debe ser dentro del mismo año de la cosecha. (Libro blanco pag. 52 y54).

## **Proceso de Cultivo**

El cultivo se realiza solo los primeros días 10 días desde la floración durante las 5 primeras horas de la mañana. Su proceso es netamente a mano sin la intervención de maquinarias ya que como se trata de una flor muy delicada y se quiere conservar la calidad de los estigmas, se debe hacer con canastos de mimbre y colocar muchas flores encima. Una vez recogida la flor se procede a la monda o desfloramiento de los estigmas, que consiste en la separación total de estos para luego proceder a la clasificación de estigmas que estén óptimos para la venta.

Atributos del Producto:

- Producto 100% natural
- Su distribución va a estar ligada a distintos canales por lo que pueden llegar los consumidores finales.
- No solo posee atributos culinarios, sino que también medicinales y ornamentales.

El azafrán es un producto que se puede que se puede comercializar de dos formas y en diferentes formatos. En primera instancia se puede vender en hebras que es el azafrán que sale directamente de la flor, en segundo lugar se puede vender molido y deshidratado en formatos 1 gramo hasta 5 gramos. Envasados en envases herméticos que conserven el producto.

## Usos del Producto

El azafrán cubre una cantidad de usos que pueden ser los siguientes

En usos culinarios para restaurantes y hoteles.

Usos medicinales para problemas digestivos, problemas respiratorios como asma y tos, como ungüento para dolores musculares, para estados de ánimo y dolores de cabeza como té.

En ornamentación y agente natural para teñir telas.

Posee un alto valor nutritivo pues es rico en vitamina C, complejo B, en minerales como magnesio, potasio, hierro, fibra, zinc y sodio en dosis muy pequeñas.

Para la ideal conservación del azafrán deben ser envasado en cantidades muy pequeñas por ser una especia cara y para mantener su calidad, por lo que el formato vendrá el producto es a través de paquetes de 0.5 gr de plástico herméticos que conserven su aroma y sabor. A continuación se muestra un ejemplo de envase para la conservación del producto:

**Figura 3.4: Ejemplo de Envase para el Azafrán**



Fuente: [www.alibaba.com](http://www.alibaba.com)

### **3.5.1.2. Precio**

El nicho que se escogió para la comercialización del azafrán es en empresas distribuidoras y mayoristas que tienen mucho más alcance en el mercado de azafrán.

El precio está fluctuando entre los \$1.109 y \$3.100 en 0.5 gr de azafrán en hebras por lo que se seguirá esta tendencia de precios dando a destacar la diferenciación del producto a través de su calidad, naturalidad y producto 100% chileno.

Se comercializara el azafrán en envases de 0.5 grs a \$2.390 siguiendo la tendencia de precios que existe en el mercado, conseguir una rentabilidad óptima.

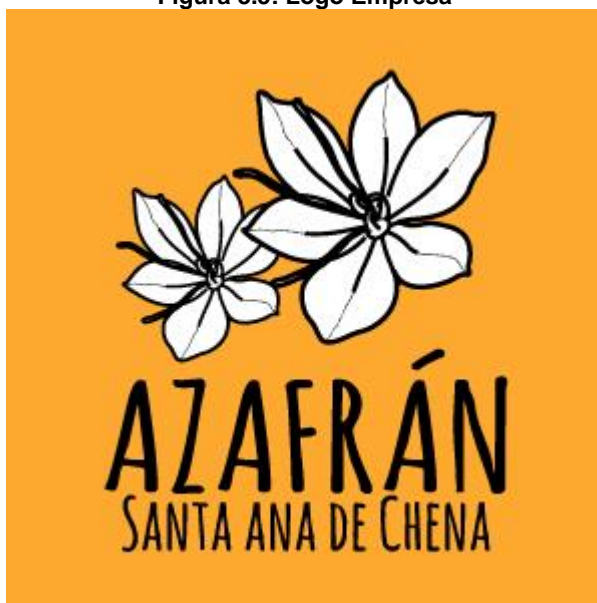
### **3.5.1.3. Promoción**

Al ser un producto nuevo en el mercado su promoción se basará a través de presentaciones del producto a las empresas mayoristas y distribuidoras, donde se destacara un producto 100% natural y chileno.

Se entregarán informativos o trípticos promocionando el producto y entregado la información del mismo para las empresas, acompañado de una muestra gratis del producto para la comercialización.

El producto posee un logo distintivo para crear una marca y pueda ser reconocido por los clientes y es el que se muestra a continuación:

Figura 3.5: Logo Empresa



Fuente: Elaboración Propia

También estará ligado a una página web <https://mzagaltapia2.wixsite.com/azafran-santa-ana> que estará enlazado con distintas redes sociales como Facebook, Twiter e Instagram, modos económicos para la publicidad del producto y que se muestra a continuacion:

Figura 3.6: Sitio Web Sección Home



Fuente: Elaboración Propia

Figura 3.7: Sitio Web Sección Nosotros



Fuente: Elaboración Propia

Figura 3.8: Sitio Web Sección Trabajo



Fuente: Elaboración Propia

Figura 3.9: Sitio Web Sección Contacto



Fuente: Elaboración Propia

La compra del producto se realizara de igual forma a través de las redes sociales como también las consultas de precios y envíos. Se utilizara también la plataforma de correo electrónico para suplir la misma necesidad para poder estar presentes en diversas formas teniendo descuentos por cantidad de gramos comprados.

Las formas de pago se harán a través de transferencias, depósitos y cheques al día, 30 y 60 días viendo la posibilidad en un futuro la opción de pagos a través de transbank. Esto también tendrá descuento si se paga el 100% del pedido en efectivo.

Como merchandising se recomienda entregar llaveros con el logo y la información de contacto.

Figura3.10: Logo a Color



Fuente: Elaboración Propia

Figura: Logo Blanco - Negro.



Fuente: Elaboración Propia

#### **3.5.1.4. Plaza**

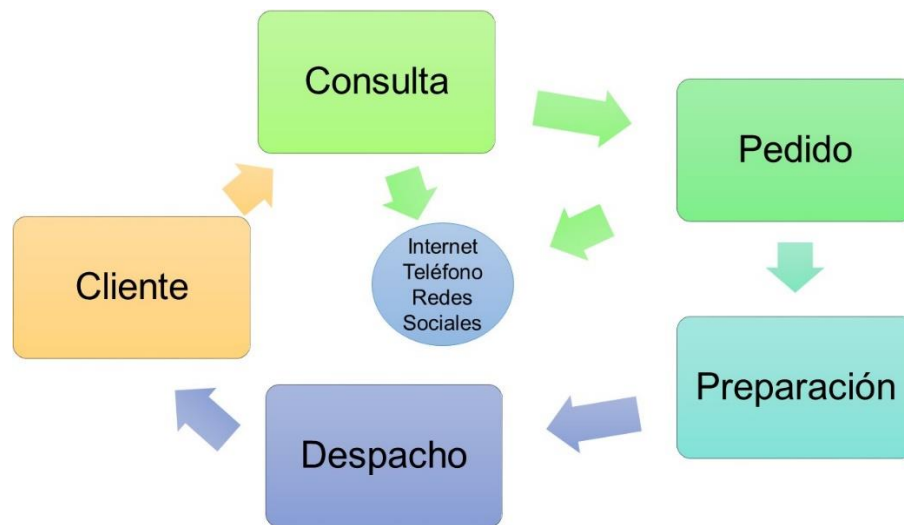
La distribución será limitada solo a la región metropolitana por encontrarse la mayor cantidad de empresas mayoristas y distribuidoras y la región de Valparaíso por sus cercanías a través de entregas directas o encomiendas.

Como se mencionó anteriormente la solicitud se podrá hacer a través de:

- Correo electrónico
- Redes sociales
- Página web
- Vía telefónica

Siguiendo el siguiente esquema:

Figura 3.12: Esquema Atención al Cliente



Fuente: Elaboración Propia

El cliente puede solicitar el pedido por los medios estipulados para luego ser preparado y despacharlo ya sea de forma directa o envíos por encomiendas y se entregaran en formatos 0.5 gr.

## **Conclusiones**

Al finalizar esta investigación y acorde a los lineamientos planteados anteriormente es que se alcanzó el objetivo general que era analizar la oferta y demanda de azafrán en Chile, con el fin de proponer una estrategia de comercialización y cumpliendo con los objetivos específicos que era describir el uso y cultivo del azafrán, identificar los principales productores del azafrán, determinar la demanda y la oferta de azafrán y establecer estrategias de comercialización y determinar sus canales de distribución.

A lo largo de este trabajo se investigó la historia del azafrán junto con sus usos identificando todas las etapas que conlleva su cultivo y sus principales productores para dar paso al desarrollo del análisis de la oferta y demanda de azafrán.

En esta etapa del trabajo se desarrolló de forma más extensa los diferentes oferentes de azafrán que existen a nivel mundial destacando su gran participación en el mercado Irán, Afganistán y España como productor principal en términos de calidad del producto. En lineamiento con los objetivos específicos es que en Chile se demuestra que no existe una gran oferta del producto pues gran parte de los agricultores no posee muchos conocimientos de este tipo de cultivo, incluso sobre su uso a pesar de que en tiendas especializadas, restaurantes, hoteles y rubros similares, esta especia es muy cotizada.

Con respecto a la demanda de azafrán, a nivel mundial gran parte del azafrán en Chile es importado pues, como se dijo anteriormente, es que la producción nacional no es suficiente para abastecer el mercado nacional, por lo tanto el cálculo de la producción nacional junto con la importación que se hace en el país se concluye que existe una demanda insatisfecha dando una oportunidad de negocio para futuros emprendedores.

Desde el punto de vista comercial y a raíz de lo investigado en base a como se encuentra la industria ocupando las cinco fuerzas de Porter y el análisis del entorno con PEST y FODA que se crean distintas estrategias comerciales con el marketing mix, estableciendo la dinámica de venta pues se elige ferias libres, mayoristas, una marca, sitios web y redes sociales para su comercialización.

Finalmente se puede concluir con este proyecto se puede crear fuentes de trabajo para el sector agricultor, en tiempos donde la mano de obra no es necesaria pues, el azafrán es una especia única en el mundo tanto por sus características medicinales como también por sus tributos gastronómicos. Considerada como la especia más cara del mundo y denominada como el oro rojo, es también uno de los productos más antiguos del mundo datando su cultivo desde culturas milenarias como la egipcia, griega y romana y del cual no se puede perder.

## Referencias

Alonso, Diaz-Malta Gonzalo **et.al.** *Algunos Detalles Históricos del Azafrán*. Revista de la Facultad de Albacete. N°2. [En Línea] 1988. Pags. 223 – 230 Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2282471> ISSN: 0214-4824

Alonso Díaz-Marta, Gonzalo – Sánchez Gómez, Ana María. Libro Blanco Azafrán en Europa: Problemas y Estrategias para Valorizar la Calidad y Mejorar la Competitividad. [En Línea] España. [En Línea] España. Nuove Grafiche Puddu. 2007. [Fecha de Consulta: 01 de Octubre de 2015] Disponible en: <http://hdl.handle.net/10532/3620> ISBN: 88-89061-29-4

Azafrán de la Mancha. Denominación de Origen Protegida. [En Línea] <http://www.doazafrandelamancha.com/es/> [consulta: 08 de agosto 2017]

Baca Urbina, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Séptima Edición Mexico McGraw-Hill, 2013 381p. ISBN 978-607-15-0260-5

Botanical. Botanical – Online [En Línea] [http://www.botanical-online.com/azafran\\_historia.htm#](http://www.botanical-online.com/azafran_historia.htm#)

CROP&FOOD, New Zealand Institute for Crop & Food Research Ltd A Crown Research Institute *Growing Saffron - The World's Most Expensive Spice*. [En Línea] 2013 N° 20 [Consulta: 10 de Febrero de 2016] Disponible en <http://www.boobookhill.com/Kiwi%20Saffron.pdf>

Food and Agriculture Organization The United Nations, *JOINT FAO/WHO FOOD STANDARDS PROGRAMME CODEX COMMITTEE ON SPICES AND CULINARY HERBS*. [En Línea] 2014.India. [Fecha de Consulta: 10 de Febrero de 2016]. Disponible en: [ftp://ftp.fao.org/codex/meetings/ccsch/ccsch1/sc01\\_06\\_Add1x.pdf](ftp://ftp.fao.org/codex/meetings/ccsch/ccsch1/sc01_06_Add1x.pdf)

Giusti Federico; Vionet Guillermo. ANÁLISIS PRODUCTIVO-ECONÓMICO DEL CULTIVO DE AZAFRÁN EN LA ZONA DE VILLA MARÍA. [En Línea] Universidad Tecnológica Nacional, Facultad Regional Villa María. 2014 [Fecha de Consulta: 01 de Octubre de 2015] Disponible en: [http://www.edutecne.utn.edu.ar/cytal\\_frvm/CyTAL\\_2012/TF/TF037.pdf](http://www.edutecne.utn.edu.ar/cytal_frvm/CyTAL_2012/TF/TF037.pdf)

Gobierno de España, Ministerio de Agricultura y Pesca, Alimentación y Medio Ambiente, DOP Azafran de la Mancha [En Línea] [http://www.mapama.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-agroalimentaria/calidad-diferenciada/dop/condi\\_espe/DOP\\_azafranmancha.aspx](http://www.mapama.gob.es/es/alimentacion/temas/calidad-agroalimentaria/calidad-diferenciada/dop/condi_espe/DOP_azafranmancha.aspx)

Grupo Banco Mundial (2015). *“Azafrán, una fuente importante de ingresos y una alternativa al cultivo de amapola”*.

<http://www.bancomundial.org/es/news/feature/2015/01/20/saffron-major-source-income-alternative-poppy>

Gumucio Maria Amalia. ODEPA. Análisis Macrosectorial Abril 2017 macroeconomía, indicadores económicos, PIB silvoagropecuario, agroindustria, comercio exterior silvoagropecuario, empleo, precios. [En Línea] [Consulta: 26 de Julio de 2017] Disponible en:

[www.odepa.gob.cl/wp-content/files\\_mf/1494595913articulomacroeconomia.pdf](http://www.odepa.gob.cl/wp-content/files_mf/1494595913articulomacroeconomia.pdf)

Iran Spanish Radio. Irán exporta azafrán a 45 estados. [En Línea]

<http://spanish.irib.ir/radioculture/noticias/nacional/item/219375-ir%C3%A1n-exporta-azafr%C3%A1n-a-45-estados>

[Consulta: 20 Noviembre de 2016]

Jaramillo, Jorge. *La Guerra por el Oro Rojo* [En Línea] 2010 [Fecha de Consulta:

03 de Febrero de 2016] pp 778 – 781. Disponible en:

[http://www.mapama.gob.es/es/ministerio/servicios/informacion/plataforma-de-](http://www.mapama.gob.es/es/ministerio/servicios/informacion/plataforma-de-conocimiento-para-el-medio-rural-y-pesquero/biblioteca-virtual/articulos-de-revistas/art_datos.asp?articuloid=2431&codrevista=Agri)

[conocimiento-para-el-medio-rural-y-pesquero/biblioteca-virtual/articulos-de-](http://www.mapama.gob.es/es/ministerio/servicios/informacion/plataforma-de-conocimiento-para-el-medio-rural-y-pesquero/biblioteca-virtual/articulos-de-revistas/art_datos.asp?articuloid=2431&codrevista=Agri)

[revistas/art\\_datos.asp?articuloid=2431&codrevista=Agri](http://www.mapama.gob.es/es/ministerio/servicios/informacion/plataforma-de-conocimiento-para-el-medio-rural-y-pesquero/biblioteca-virtual/articulos-de-revistas/art_datos.asp?articuloid=2431&codrevista=Agri)

Knoema. The United Nations Commodity Trade Statistics Database 1992-2014 [En

Línea] [http://knoema.es/UNSDCTSD2013/commodity-trade-statistics-database-](http://knoema.es/UNSDCTSD2013/commodity-trade-statistics-database-1992-2014?country=1000000-afghanistan&commodity=1003290-saffron&action=download)

[1992-2014?country=1000000-afghanistan&commodity=1003290-](http://knoema.es/UNSDCTSD2013/commodity-trade-statistics-database-1992-2014?country=1000000-afghanistan&commodity=1003290-saffron&action=download)

[saffron&action=download](http://knoema.es/UNSDCTSD2013/commodity-trade-statistics-database-1992-2014?country=1000000-afghanistan&commodity=1003290-saffron&action=download) [Consulta: [10 Febrero de 2016]

Kotler Phillip, Keller Kevin. Dirección de Marketing. Décimo Cuarta Edición.

Mexico, Pearson, 2012. 808p ISBN 978-607-32-1245-8

Kotler, Philip y Armstrong, Gary, Fundamentos de Marketing, Decimo Primera

Edición. México, Pearson, 2013, 648p. ISBN 978-607-32-1722-4

Martin, Gema Azafrán I (Crocus Sativus L). [En Linea] España. Reduca. 2014.

[consulta: 11 de noviembre 2015] Disponible en:

<http://eprints.ucm.es/27837/1/AZAFR%C3%81N%20Gema%20mart%C3%ADn.pdf>

ISSN: 1989-3620

Orjuela Soledad; Sandoval Paulina. Guía Del Estudio De Mercado Para La Evaluación De Proyectos. Seminario de Prueba para optar al título de Ingeniero Comercial. Universidad de Chile. Facultad De Ciencias Económicas y Administrativas Carrera De Ingeniería Comercial. 2002 145 h.

ODEPA. Ficha Técnico - Económica. [En Línea] [Consulta: 24 de junio de 2017] Disponible en: [http://www.odepa.cl/wp-content/uploads/2013/09/Ficha\\_costo\\_limon\\_metropolitana\\_2013.pdf](http://www.odepa.cl/wp-content/uploads/2013/09/Ficha_costo_limon_metropolitana_2013.pdf)

Pastor Sanz, Alvaro. Análisis de Viabilidad de la Empresa Azafranes Pastor, S.L. Grado en Administración y Dirección de Empresas. Universidad de Valladolid. Escuela De Ciencias Empresariales y del Trabajo De Soria. 2014. 65 h.

Poggi. LM Avances en Horticultura. *“Problemáticas y nuevas perspectivas tecnológicas para la producción de azafrán”* [En Línea] 2009. V. 28. N° 65 pp 39 [Consulta: 23 de Noviembre de 2015] Disponible en: [http://journaldatabase.info/articles/problematicas\\_y\\_nuevas\\_perspectivas.html](http://journaldatabase.info/articles/problematicas_y_nuevas_perspectivas.html)

ISSN: 0327-3431

PROCHILE. Estudio de Canal de Distribución HORECA para Alimentos y Bebidas en Taiwán. [En Línea] [Consulta: 25 de Julio de 2017] Disponible en: [www.prochile.gob.cl/wp-content/.../1445948801Canal\\_Taiwan\\_HORECA\\_2015.pdf](http://www.prochile.gob.cl/wp-content/.../1445948801Canal_Taiwan_HORECA_2015.pdf)

Región de Murcia, Región de Murcia Digital [En Línea] [http://www.regmurcia.com/servlet/s.SI?sit=c,543,m,2719&r=ReP-20561-DETALLE\\_REPORTAJESPADRE](http://www.regmurcia.com/servlet/s.SI?sit=c,543,m,2719&r=ReP-20561-DETALLE_REPORTAJESPADRE)

Rowhani Saffron. [En Línea] <http://www.rowhanisaffron.com/saffron-production-statistics/> [Consulta: 18 de Junio 2017]

Rubio, Pascual. *El Azafrán. Aspectos Socioeconómicos y Culturales*. [En Línea]. N° 13.Revista de Humanidades Universidad de Zaragoza. 2007. Pags. 199 – 228. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2221417.pdf> ISSN: 1137-8417

Sánchez Teruel, Amparo. Heraldo. El azafrán busca productores. [En Línea] [http://www.heraldo.es/noticias/teruel/el\\_azafran\\_busca\\_productores.html](http://www.heraldo.es/noticias/teruel/el_azafran_busca_productores.html) [Consulta: 18 de Junio 2017]

Sanjuan, Ana; Camarena Dena Gobierno de Aragón.. *Los Mercados Internacionales del Azafrán*. Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón. [En Línea] 2008 Disponible en: [https://www.researchgate.net/publication/294428297\\_Los\\_mercados\\_internacional\\_es\\_del\\_azafran\\_2008](https://www.researchgate.net/publication/294428297_Los_mercados_internacional_es_del_azafran_2008) DOI: 10.13140/RG.2.1.2903.7844

Sanodelucas. Análisis de Porter. [En Línea] [Consulta: 25 de Julio de 2017] Disponible en: [sanodelucas.cl/wp-content/uploads/2016/06/Análisis-de-Porter.pdf](http://sanodelucas.cl/wp-content/uploads/2016/06/Análisis-de-Porter.pdf)

Sapag Chain, Nassir. "Preparación y Evaluación de Proyectos". Quinta Edición. McGraw-Hill. 2008

Sapag Chain, Nassir .Proyectos de inversión, Formulación y Evaluación. Segunda Edición. McGraw-Hill 2011

Servicio Nacional de Aduanas. Preguntas frecuentes. [En Línea] Disponible en: <https://www.aduana.cl/preguntas-frecuentes-importaciones/aduana/2007-02-28/161116.html> [Consulta: 26 de Julio de 2017]

SICAGROALIMENTARIA . “La adulteración del azafrán, el principal problema de su cultivo”. <http://www.sicagroalimentaria.com/la-adulteracion-del-azafran-el-principal-problema-de-su-cultivo/>

Undata. United Nations Statistics Division. [En Línea] [http://data.un.org/Data.aspx?d=ComTrade&f=\\_I1Code%3A10](http://data.un.org/Data.aspx?d=ComTrade&f=_I1Code%3A10) [Consulta: Julio 2017]

Verdés, Pijuan. *La Fiscalidad Sobre El Azafrán: Una “Cuestión De Estado” En La Cataluña Del S. Xv*. [En Línea] España. Universidad de Valencia. 2008 [Fecha de Consulta: 16 de Octubre de 2015] Disponible en: <http://hdl.handle.net/10261/54211>  
ISBN: 978-84-370-7042-1.

Wikipedia. Wikipedia Enciclopedia Libre Comercio y uso del Azafrán. [En Línea] [https://es.wikipedia.org/wiki/Comercio\\_y\\_uso\\_del\\_azafr%C3%A1n](https://es.wikipedia.org/wiki/Comercio_y_uso_del_azafr%C3%A1n)

Wikipedia. Wikipedia Enciclopedia Libre. Maipú (Chile) [En Línea] Disponible en [https://es.wikipedia.org/wiki/Maip%C3%BA\\_\(Chile\)#Geograf.C3.ADa\\_y\\_clima](https://es.wikipedia.org/wiki/Maip%C3%BA_(Chile)#Geograf.C3.ADa_y_clima)

Yahoo Finanzas. El ‘tesoro rojo’: vale más que el oro y sus vendedores prosperan pese a al boicot de medio mundo. [En Línea] <https://es.finance.yahoo.com/blogs/finlaotracaradelamoneda/los-vendedores-del-oro-rojoque-han-prosperado-101734368.html> [Consulta 02 agosto 2017]

## Anexos

### Anexo 1: Cotización Azafrán





Bulbos de calibre 9/10 cm - Entrega desde agosto hasta mediados de septiembre 2018  
**Pídalos desde ahora**

*Los bulbos son entregados con un folleto explicativo de cultivo*

Para un pedido de más de 2000, sólo hace usted un pago anticipado de 30%, el resto le será pedido antes de la entrega.

**Nuestras varias ofertas a partir de 0,297 € el bulbo!**

10 crocus sativus  
(Entrega Agosto de 2018)  
 20 crocus sativus  
(Entrega Agosto de 2018)  
 30 crocus sativus  
(Entrega Agosto de 2018)  
 40 crocus sativus  
(Entrega Agosto de 2018)  
 50 crocus sativus  
(Entrega Agosto de 2018)  
 60 crocus sativus  
(Entrega Agosto de 2018)  
 70 crocus sativus  
(Entrega Agosto de 2018)  
 80 crocus sativus  
(Entrega Agosto de 2018)

**3.90 €**  
**7.10 €**  
**10.30 €**  
**13.80 €**  
**17.10 €**  
**20.70 €**  
**24.10 €**  
**27.50 €**

**Añadir**  
**Añadir**  
**Añadir**  
**Añadir**  
**Añadir**  
**Añadir**  
**Añadir**  
**Añadir**

90 crocus sativus  
(Entrega Agosto de 2018)  
 100 crocus sativus  
(Entrega Agosto de 2018)  
 200 crocus sativus  
(Entrega Agosto de 2018)  
 500 crocus sativus  
(Entrega Agosto de 2018)  
 1000 crocus sativus  
(Entrega Agosto de 2018)  
 2000 crocus sativus  
(Entrega Agosto de 2018)  
 5000 crocus sativus  
(Entrega Agosto de 2018)  
 10 000 crocus sativus  
(Entrega Agosto de 2018)

**30.90 €**  
**34.10 €**  
**67.90 €**  
**154.90 €**  
**306.00 €**  
**598.00 €**  
**1498.00 €**  
**2979.00 €**

**Añadir**  
**Añadir**  
**Añadir**  
**Añadir**  
**Añadir**  
**Añadir**  
**Añadir**  
**Añadir**

**Crocus a azafrán - Crocus Cartwrightianus Albus (Flores blancas)**



## Anexo 2: Cotización Maquinarias.

**yapo.cl**

Home Buscar Avisos Favoritos Ayuda Mis Avisos Tiendas **Publicar aviso**

Chile | Región Metropolitana | Negocios, maquinaria y construcción

VOLVER A RESULTADOS PRÓXIMO AVISO >

**AGI Arado Cincel subsolador 1.8m x9** \$ **1.600.000**

Publicado 21 Junio 13:44

**Juan Carlos A.**  
930958934  
1.600.000,00  
J&A

**Juan Carlos Aranguibel**  
PROFESIONAL

Región Metropolitana, Santiago  
+(56) 930958934

Envíale un mensaje

Tu nombre  
Tu e-mail  
Tu teléfono (Opcional)

Todas las categorías Súper Precios Feria de Pisos Ofertas Electrohogar Muebles Dormitorio Baño Cocina Aire Libre Organizadores Construcción Herramientas

/ Aire Libre / Jardín / Riego de Jardín / Riego Tecnificado / Aspersores /

**Aspersor emergente 5 cm distancia 1.5 x 9.1 m Orbit**

SKU: 197556P

**Internet: \$2.990**

Cantidad: 1 **Agregar**

Stock en tienda

Simula tu despacho > Ver opciones

Retiro en Tienda No disponible

VALOR DE TU CUOTA CON TARJETA CENCOSUD

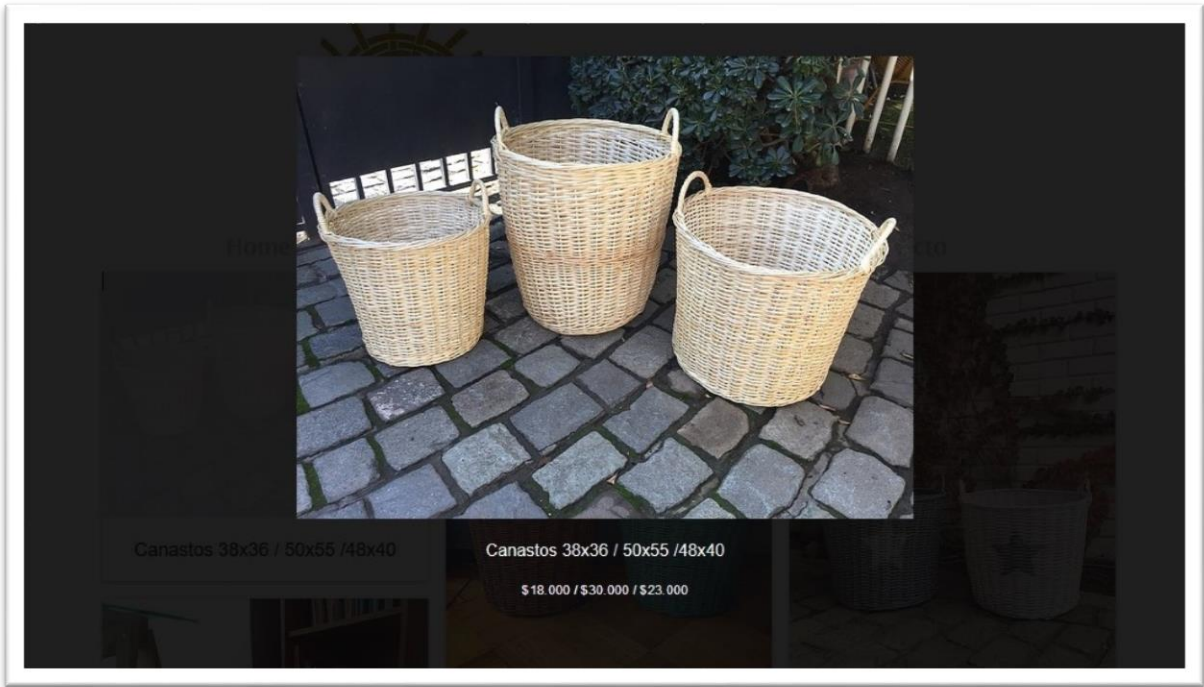
Oferta Exclusiva Seleccionar

Costo total CAE Valor de la cuota

Alto producto:	105 mm
Ancho Total:	57 mm
Largo Total:	57 mm
Marca:	Orbit
Nombre del fabricante:	Irrigation products Inc
Peso bruto:	0.078 kg
Garantía:	5 años
Medidas:	5 cm
Medidas de producto armado:	105 mm x 57 mm x 57 mm

**Ver más**

Emerge 2sobre el suelo. Tornillo ajusta distancia hasta un 25%. Material resistente. Modelo: Serie 400 Presión: 28 PSI. Radio: 1,2x9.0 metros. Consumo: 4,16 l/mt. Angulo regadio: Franja central. Contenido: 1 aspersor. Material: Plástico. Color: Negro. Origen: Chile. Garantía: 3 meses (por fallas de fabri



mercado libre

Regístrate | Ingresar | ? | Vender

### Manguera Retractil Expandible 45 Mts+piton 50142/ Fernapet

★★★★★ 5 opiniones · Nuevo 557 vendidos

**\$ 11.990**

6 cuotas de \$ 1.998 sin interés con mercado pago

VISA

Más Información

Envíos a todo el país por Mercado Envíos  
Conoce los tiempos y las formas de envío.  
Calcular costos

Cantidad: 1

**Comprar**


Compra Protegida con Mercado Pago  
Recibe el producto que esperabas o te devolvemos tu dinero.

Home | [BUSCAR AVISOS](#) | [FAVORITOS](#) | [AYUDA](#) | [MIS AVISOS](#) | [TIENDAS](#) | [Publicar aviso](#)

Chile | Región Metropolitana | [Negocios, maquinaria y construcción](#)

[VOLVER A RESULTADOS](#) | [PRÓXIMO AVISO >](#)

**Motobomba kipor kdp20 diesel** \$ **220.000**  
Publicado 25 Junio 14:18 \$ -250.000



**Jonathan Salinas**  
PROFESIONAL

Región Metropolitana, San Ramón  
 + (56) 988288204

**Envíe un mensaje**

Tu nombre

Tu e-mail

Tu teléfono (Opcional)

Mensaje

Envíame una copia


Servicio al cliente 600 600 3010 | Venta telefónica 600 600 3279 | [Sigue tu compra](#) | [Tiendas](#) | [Ayuda](#) | [Catálogos](#) | [Mundo Experto](#)

[easy.cl](#)

[Ingresar / Crear cuenta](#) | [0 Items - \\$0](#)

[Inicio](#) | [Súper Precios](#) | [Feria de Pisos](#) | [Ofertas](#) | [Electrohogar](#) | [Muebles](#) | [Dormitorio](#) | [Baño](#) | [Cocina](#) | [Aire Libre](#) | [Organizadores](#) | [Construcción](#) | [Herramientas](#)

**presión 16 litros Roots**



Garantía:	3 años proveedor
Modelo:	RGP007
Color:	Diseño aplica variedad de colores
Alto:	58 cm aprox
Ancho:	43 cm aprox
Capacidad:	16 litros
Contenido:	1 pulverizador
Marca:	Roots
Uso:	Jardinería
Requiere Instalación:	No
Origen:	Importado
Tamaño Producto:	Pequeño

[Ver más](#)

SKU: 9003441P

**Internet:** **\$37.990**


Cantidad:

Stock en tienda

Simula tu despacho [Ver opciones](#)


Retiro en Tienda No disponible

VALOR DE TU CUOTA CON TARJETA CENCOSUD

**easy** cencosud | **easy.cl** | Buscar  | [Ingresar / Crear cuenta](#) | [0 Items - \\$0](#)

Todas las categorías | [Súper Precios](#) | [Feria de Pisos](#) | [Ofertas](#) | [Electrohogar](#) | [Muebles](#) | [Dormitorio](#) | [Baño](#) | [Cocina](#) | [Aire Libre](#) | [Organizadores](#) | [Construcción](#) | [Herramientas](#)

Inicio / Aire Libre / Herramientas de Jardín / Herramientas Manuales de Jardín / **Tijera de poda bypass verde Roots**




Tipo:	Tijeras
Modelo:	RGR001
Color:	Verde/gris
Largo:	21cm aprox
Largo Total:	21 cm
Medidas:	Largo: 21cm aprox
Material:	Hoja templada ; mango plastico
Material del Mango:	Mango ergonómico y antideslizante
Contenido:	1 tijera
Marca:	Roots
Uso:	Jardín
Requiere Instalación:	No


SKU: 9000694P

**Internet: \$5.990**

Cantidad:  **Agregar**

Stock en tienda

 Simula tu despacho > [Ver opciones](#)

 Retiro en Tienda No disponible


VALOR DE TU CUOTA CON TARJETA CENCOSUD

Chile | [Región Metropolitana](#) | [Negocios, maquinaria y construcción](#)

[AVISO ANTERIOR](#) | [VOLVER A RESULTADOS](#) | [PRÓXIMO AVISO](#)

**Mini tractores Kubota refaccionados** **\$ 3.800.000**

Publicado 16 Junio 11 28



**Importadora Nuñez Ltda**  
PROFESIONAL

[Ver más avisos de este vendedor](#)

[Región Metropolitana, Padre Hurtado](#)  
[+\(56\) 942800496](#)

**Envíe un mensaje**