

CIERRE DE 2023-24:

Temporada histórica para la uva de mesa

Precios promedios ponderados sobre el 60% respecto de la temporada anterior, alta demanda en EE.UU. y óptima calidad se sumaron a una composición varietal que permitió que agricultores y exportadores estén terminando la mejor campaña exportadora que se recuerde.

EDUARDO MORAGA VÁSQUEZ

“Para los productores de uva de mesa de Copiapó fue una temporada muy positiva. Veníamos de cinco años complicados, con aumentos de costos y dificultad para encontrar mano de obra. Logramos buenos precios y sostenidos”, afirma Rodrigo Susaeta, presidente de la Asociación de Productores y Exportadores de Copiapó. El líder gremial nortino explica que los costos disminuyeron de manera importante, con una baja de casi US\$ 1 por caja en el flete naviero y una caída de casi US\$ 0,5 en los cartones y plásticos que usan en los embalajes. Además la llegada de trabajadores temporales de Bolivia ayudó a un rubro altamente demandante en horas-trabajador a realizar todas las labores necesarias.

Sin embargo, el factor que tiene más alegres a los agricultores de Copiapó es la alta demanda por las uvas de mesa en Estados Unidos, el principal mercado, en la temporada 2023-24. Susaeta proyecta un alza de US\$ 8 en los retornos por caja para los productores respecto de la temporada pasada.

En la zona central el ánimo de los productores de uva de mesa también es positivo, aunque el inicio de la temporada hubo bastante

incertidumbre. “Tuvimos una primavera fría, pero finalmente aparecieron los racimos y las cargas de fruta. Aunque hubo una mayor presión de oídio, la producción anduvo bien. Pudimos regar bien durante la temporada lo que ayudó a las plantas y la aparición de un porcentaje importante de nuevas variedades patentadas permitió ofrecer un producto que el mercado valoró muy bien”, afirma Cristián Allendes, productor y presidente de la exportadora Gesex.

Allendes recuerda que en los últimos años se vieron precios en torno a los US\$ 18 a US\$ 22 por caja de uva de mesa, mientras que en la temporada 2023-24 los valores rondaron los US\$ 30 a US\$ 40.

“Los mayores ingresos vienen a aliviar mucho a los productores. No recuerdo una temporada con promedios de precios tan altos”,



“

Para los productores de uva de mesa de Copiapó fue una temporada muy positiva. Veníamos de cinco años complicados”.

RODRIGO SUSAETA
PRESIDENTE APECO

sentencia Allendes. Los mayores ingresos para los agricultores explican el despegue de los volúmenes en la temporada 2023-24. Inicialmente los organismos técnicos proyectaron envíos por 55 millones de cajas, aunque Frutas de Chile subió la apuesta a 62,5 millones de cajas. Sin embargo, a la semana 18 de la temporada se acumulaban 63,4 millones de cajas exportadas.

La alta demanda en Estados Unidos hizo que toda la fruta que tuviera condición se pudiera exportar a un precio interesante para los agricultores. Por eso 2023-24 se ganó la condición de una temporada histórica para la uva de mesa chilena.

EE.UU. CON POCA FRUTA

Camila Miranda, gerente de Proyectos de iQonsulting, explica que en general, esta temporada ha sido positiva para los productores y ex-

Más fruta hacia el final

Arribos de uvas de mesa chilena a EE.UU. En cajas equivalentes de 8,2 kg por semana de la temporada.

Semana	2021-22	2022-23	2023-24
4	1.074.524	984.605	1.671.170
5	314.902	821.857	1.257.473
6	1.664.465	2.056.963	1.351.500
7	2.029.981	2.530.738	1.698.341
8	2.499.599	3.547.739	2.062.990
9	2.078.194	3.274.480	2.433.564
10	3.867.331	3.017.709	2.433.564
11	3.627.297	2.121.942	3.058.134
12	5.166.218	3.037.580	3.895.993
13	2.533.895	1.932.472	3.081.466
14	4.201.595	3.623.299	4.080.275
15	1.323.727	200.681	2.406.354
16	1.852.240	895.115	2.820.936
17	1.438.128	524.247	2.597.473

Fuente: Frutas de Chile-Exportada. Elaborado por Decofrut.

EL MERCURIO

CRISTIAN ALLENDES



Cuartel de la variedad Allison, en Paine, Región Metropolitana. Es roja sin semillas y de cosecha tardía.

portadores de uva de mesa y que la menor oferta en destino influyó positivamente en los precios.

“En el mercado de Estados Unidos, al cual Chile envió el 80% de su fruta, los precios promedio fueron mayores que los registrados en la temporada pasada. El menor volumen, producto de la reducida oferta local en Estados Unidos debido a problemas climáticos como el huracán Hilary, así como las altas temperaturas y el fenómeno de El Niño

que han afectado a Perú en sus principales departamentos productores, Piura e Ica, generaron una menor oferta, especialmente entre los meses de enero a abril, cuando se observa la mayor oferta de uva en ese mercado”, sostiene Miranda.

La analista de mercados sostiene que los proveedores del hemisferio sur y de México registraron un total de 22 millones de cajas equivalentes a 8,2 kg de uva roja sin semilla arribadas en Estados Unidos hasta la



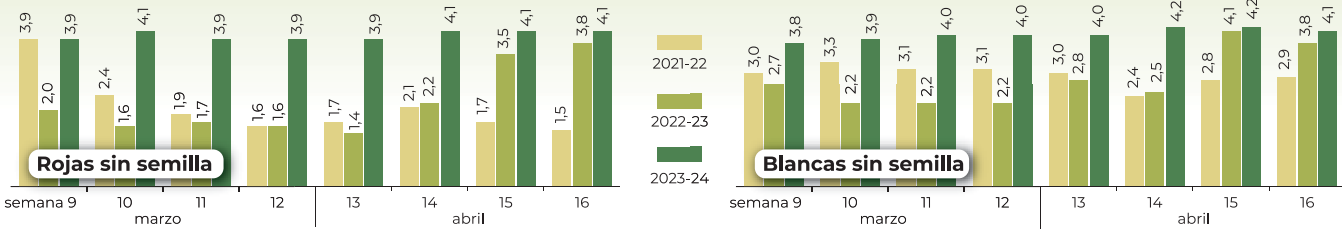
“

El cambio varietal permite que la uva de mesa sea un cultivo muy sustentable en términos económicos”.

JORGE VALENZUELA
SOCIO NUEVA VID

Uvas de mesa con altos precios

US\$ por kilo de fruta en la costa Este de EE.UU. Por semana de la temporada.



Fuente: Elaborado por iQonsulting

EL MERCURIO



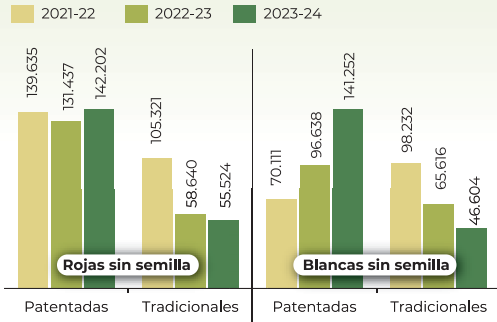
Autumn crisp subió 74% sus envíos esta temporada.

semana Miranda hace hincapié que es 20% menos de fruta en comparación con la temporada anterior a la misma fecha. En cuanto a las uvas blancas sin semilla, el total arribado fue de 26 millones de cajas, lo que significó una disminución del 15% en comparación con la misma fecha del año anterior.

Gonzalo Salinas, analista sénior de Rabobank, explica que aunque Estados Unidos estuvo con una demanda muy activa, también colaboró el com-

Crece oferta de variedades patentadas

Exportaciones de uva de mesa chilena. En toneladas acumuladas a la semana 18 de cada temporada.



Fuente: Frutas de Chile-Exportada, Elaborado por Decofrut

EL MERCURIO

portamiento de Europa y en menor medida el de China.

“Los precios presentaron diferencias positivas de dos dígitos en casi todas las variedades. A nivel de grupos de variedades, se observó un aumento más fuerte en las rojas sin semilla, indicando que el mercado de Estados Unidos todavía sigue demandando uvas de este color, luego de que, en la temporada pasada, las verdes sin semilla se transformaran en el principal grupo de variedades

importado en los EE.UU. Los precios estuvieron más altos todas las semanas de la última temporada, y no presentaron el típico comportamiento de ‘v’ de valores altos, luego muy bajos por los mayores arribos, y nuevamente precios altos que se observaba en las temporadas anteriores, demostrando que la velocidad de venta fue muy rápida, incluso hasta el final de temporada”, sostiene Salinas.

El profesional de Rabobank destaca el buen desempeño de la variedad

red globe, que va en retirada en cuanto a superficie tanto en Chile como en Perú. Según Salinas, el mercado necesitaba de uvas de buena calidad para poder suplir la demanda y esta variedad presenta buena capacidad viajera. En el caso de la red globe en Europa, se vio una diferencia de 33% respecto de los precios de la temporada anterior, con precios mayoristas sobre US\$ 25 durante la temporada.

En tanto, Manuel José Alcaíno, presidente de Decofrut, pone el acento en los altos precios logrados en Estados Unidos por las uvas chilenas. En el caso de las rojas sin semilla, el precio promedio ponderado a la semana 17 fue de US\$ 4,41 FOT por kilo, 76,6% más que la temporada pasada. Además, Alcaíno explica que en el caso de las blancas sin semilla fue de US\$ 4,44 FOT por kilo, un alza de 69,8% respecto de la temporada pasada a la semana 17.

“Son valores que la uva de mesa necesitaba. Toda la industria se sustentaba en los productores. Sin ellos se acababa el negocio para los barcos o los frigoríficos y con los precios que se vieron en años pasados los agricultores perdían plata. Creo que los importadores tomaron conciencia de eso, es una situación que llegó para quedarse”, afirma Manuel José Alcaíno.

¿COYUNTURAL O PERMANENTE?

La gran pregunta que deja la última temporada de la uva de mesa es si

se trató de un veranito de San Juan o hay señas de un cambio estructural en el negocio de esa fruta.

Por la opción de que se trata de una situación transitoria hay evidencia contundente.

En agosto de 2023, el huracán Hilary azotó California. Se trató de la primera tormenta tropical en esa parte de Estados Unidos en 84 años. El resultado fue una baja de 19% en la producción californiana y el impacto fue más fuerte en la producción de uva tardía. Se estima que salieron casi 20 millones de cajas del mercado por ese evento.

En el hemisferio sur, El Niño hizo de las suyas y mermó la producción de uva en Perú, especialmente en la zona norte de ese país.

“Si bien al principio, Perú logró llenar el vacío de oferta en el mercado, al presentar también una temporada de menor volumen, no logró hacerlo durante toda la temporada y el mercado se movió hacia la temporada de Chile con una importante baja en el volumen, que fue aprovechada por la oferta de nuestro país”, explica Gonzalo Salinas.

Hay que tener en cuenta que los productores del sur del Perú, en la zona de Ica, que son los que se topan más directamente con la oferta chilena, decidieron no realizar prácticas agronómicas que les permiten retrasar su cosecha. Los malos resultados de la temporada anterior en que recurrieron a esa estrategia explica en parte el interés por salir antes.

Sin embargo, también hay factores en el desarrollo de la temporada 2023-24 llaman a tener una mirada optimista respecto del futuro del negocio de la uva de mesa en Chile.

Un dato relevante es el cambio en la composición varietal de la oferta chilena. Los envíos de uvas de variedades protegidas ya superaron el 60% del volumen total, mientras que a Es-

SIGUE EN PÁGINA 6



Tuvimos una primavera fría, pero finalmente aparecieron los racimos y las cargas de fruta. Aunque hubo una mayor presión de óidio, la producción anduvo bien”.

CRISTIÁN ALLENDES
PRESIDENTE GESEX



Los precios estuvieron más altos todas las semanas de la última temporada, y no presentaron el típico comportamiento de ‘v’”.

GONZALO SALINAS
ANALISTA SÉNIOR RABOBANK

VIENE DE PÁGINA 5

tados Unidos, superó el 70%.

De hecho, en el porcentaje de variedades tradicionales, la red globe juega un papel importante. Este producto tiene un mercado de nicho en Asia y en algunas comunidades dentro de Estados Unidos, por lo que corre por un carril comercial propio.

“Creo que esta temporada mostró un cambio estructural. Hace unos años Chile ya ajustó su superficie y con ello el volumen a exportar. Ahora llegamos con la calidad correcta a lo largo de la temporada a los mercados de destino. En eso es central el aporte de las nuevas variedades patentadas pues permiten tener una alta productividad, homogénea y de alta calidad. Además los agricultores las están bajando bien”, sostiene Jorge Valenzuela, socio de Nueva Vid.

Valenzuela, de paso, les deja un mensaje a los bancos: “Tienen que vi-



SERGIO ALFONSO LÓPEZ



Son valores que la uva de mesa necesitaba. Toda la industria se sustenta en los productores. Sin ellos se acaba el negocio para los barcos o los frigoríficos”.

MANUEL JOSÉ ALCAÍNO
PRESIDENTE DECOFRUT



RODRIGO SUSAETA

Los agricultores del valle de Copiapó tuvieron buenos resultados productivos y económicos en la temporada 2023-24.

sitar los huertos, el cambio varietal permite que la uva de mesa sea un cultivo muy sustentable en términos económicos”.

Otro elemento interesante viene de un aliado inesperado: la alta infla-

ción de los años recientes. Los consumidores en Estados Unidos, como en el resto del mundo, han visto cómo suben los alimentos, por lo que el aumento de las uvas de mesa en las góndolas de los supermercados no gene-



IQCONSULTING



Es necesario, en primer lugar, asegurar la calidad de la fruta como eje principal de cualquier estrategia”.

CAMILA MIRANDA
GERENTE DE PROYECTOS IQCONSULTING

ró alarma. De hecho, la uva de mesa se mantuvo como una de las frutas más demandadas en ese mercado.

En todo caso, no hay que adelantarse y concluir que los altos precios se repetirán en la temporada 2024-25. La combinación de problemas climáticos en California y Perú es muy difícil que se repita, por lo que las exportaciones chilenas de uva de mesa deberían encontrar un mercado menos despejado que en la última temporada.

“Chile ya no puede competir únicamente en volumen en los mercados; por lo tanto, es necesario, en primer lugar, asegurar la calidad de la fruta como eje principal de cualquier estrategia. En segundo lugar, se debe

considerar la importancia de la imagen país, el relato y la diferenciación mediante la presentación de los atributos de la fruta que se está comercializando (dulzura, textura crujiente, entre otros). Además, es fundamental resaltar la sustentabilidad tanto en la imagen de nuestra fruta a nivel internacional como en la eficiencia en los campos, donde se pueda producir con excelente calidad pero utilizando menos recursos”, sostiene Camila Miranda.

En tanto, Manuel José Alcaíno cree que es posible una baja en torno a los US\$ 10 por caja para la próxima temporada. Es decir, aunque aterrizarían los precios, los valores serían bastante mejores que en los años pasados.