

ESPECIAL UVA DE MESA |

Una temporada para recuperar energías

“**N**os ha ido bien en términos productivos, salvo presiones de algunas plagas como oídio, pues esta temporada hemos tenido noches un poco más cálidas, más húmedas. Desde la brotación en adelante los parrones se han comportado de manera relativamente normal, no tuvimos eventos climáticos importantes y hubo un buen desarrollo de las uvas en la primavera”, sostiene Mario Holvoet, histórico productor de uva de mesa del valle de Copiapó.

El agricultor nortino agrega que ya va en casi 2/3 de la cosecha de la temporada 2025-2026 de los dos campos que tiene, un ritmo normal para Copiapó.

Sin embargo, no son tiempos simples para el negocio de la uva de mesa en el valle nortino ni para el resto de Chile.

La producción de la fruta sigue cayendo, un ajuste esperable tras varios años complejos y de una paupérrima rentabilidad en la campaña 2024-2025.

“En el ‘barrio’ se conversa de bajas importantes de producción. Algunas empresas de Copiapó hablan de 30% menos esta temporada comparada con la anterior, pero es temprano todavía para estar seguros de cuál será la caída real”, sostiene Mario Holvoet.

En todo caso, los uveros nortinos han podido disfrutar de precios “normales a buenos” en lo que va de la temporada, según el agricultor.

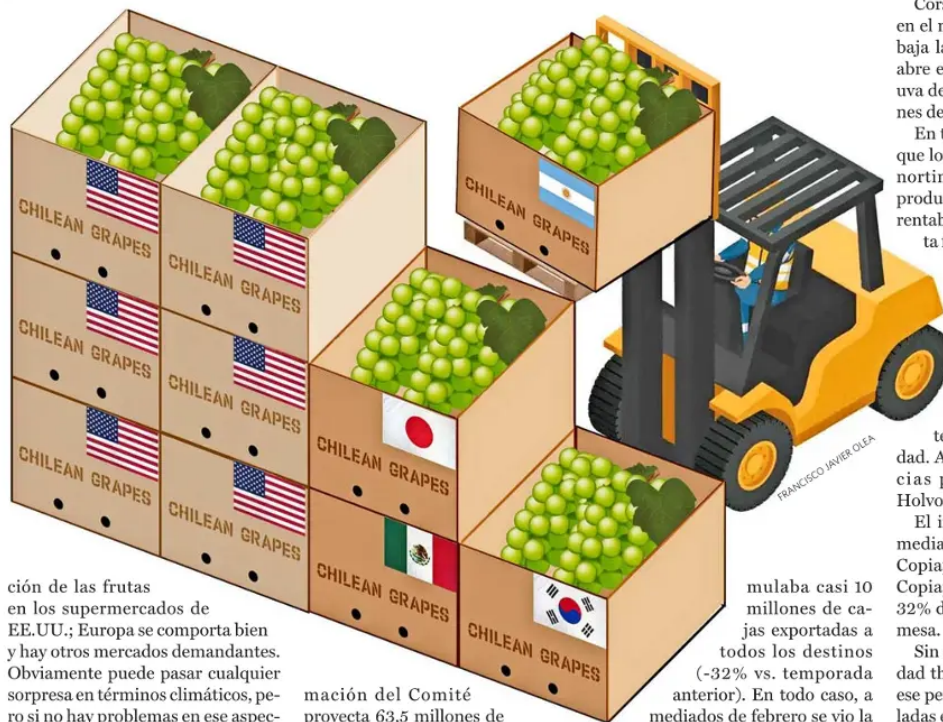
La menor oferta chilena en este tramo de la campaña, sumado a una intensa búsqueda de terceros mercados para descongestionar Estados Unidos y envíos semanales más pausados de los exportadores peruanos han permitido precios más altos que las últimas temporadas.

Sin embargo, todavía quedan muchas cajas por embarcar. Lo que resta de febrero y la llegada de marzo marcan la salida de los grandes volúmenes de la zona central del país y sellarán el destino de la temporada 2025-2026.

“Tenemos un buen equilibrio entre oferta y demanda de uva de mesa hasta ahora. Hay una buena rota-

La diversificación a mercados fuera de Estados Unidos, una baja en la producción chilena y una exportación pausada de la competencia peruana han ayudado a mejorar la rentabilidad del negocio al inicio de la campaña 2025-2026 de las uvas de mesa.

EDUARDO MORAGA VÁSQUEZ



ción de las frutas en los supermercados de EE.UU.; Europa se comporta bien y hay otros mercados demandantes. Obviamente puede pasar cualquier sorpresa en términos climáticos, pero si no hay problemas en ese aspecto, puede ser una buena temporada”, sostiene Manuel José Alcaíno, presidente de Decofrut.

AÑO DE AJUSTE

Ignacio Caballero, director ejecutivo del Comité de Uva de Mesa, de Frutas de Chile, sostiene que la temporada 2025-2026 se perfila como un año de ajuste.

En términos de volumen, la esti-

mación del Comité proyecta 63,5 millones de cajas (8,2 kg), una baja de 6,6% respecto de la campaña anterior.

“En lo que va de la temporada, el inicio ha sido más tardío y con menor volumen temprano en las regiones de Copiapó y Coquimbo, de las cuales proyectamos una caída de 18% y 8%, respectivamente”, sostiene Caballero.

En el Comité de Uva de Mesa explican que a la semana 6, Chile acu-

mulaba casi 10 millones de cajas exportadas a todos los destinos (-32% vs. temporada anterior). En todo caso, a mediados de febrero se vio la primera semana de más de 3 millones de cajas. También ponen el acento en que la industria está consolidando el recambio varietal: las uvas de nueva genética alcanzan 72%, versus 36% hace cinco años.

En tanto, Víctor Catán, presidente de Fedefruta, destaca que hasta ahora los agricultores han logrado buena condición, “a diferencia de la temporada pasada en que vimos al-

gunas problemáticas. En 2025-2026 la uva está llegando en buenas condiciones a los distintos mercados”.

Christian Corssen, gerente general de la exportadora Santa María, afirma que “hasta ahora la temporada ha andado bastante bien. Mejor que la pasada, de todas maneras. No fue mucha la fruta que salió temprano, ya que el norte se atrasó. La producción sobre todo en Copiapó ha estado más baja de lo estimado. Vamos a tener una caída de aproximadamente 20%, principalmente por falta de kilos y calibres en algunas variedades”.

Corssen cree que la baja que se ve en el norte podría hacer revisar a la baja las proyecciones actuales y se abre espacio para exportaciones de uva de mesa de entre 60 y 63 millones de cajas en la actual temporada.

En tanto, Mario Holvoet sostiene que los productores de uva de mesa nortinos han decidido o dejar de producir los cuarteles que no eran rentables para la exportación de fruta fresca o dedicarlos a abastecer a los comercializadores de pasas.

“En Copiapó los cuarteles se han ido ajustando. El negocio de las pasas ha madurado y es más formal. Antes no había interés por si era orgánica la materia prima o si tenía trazabilidad. Ahora son mayores las exigencias para las pasas”, sostiene Holvoet.

El impacto se hace sentir, hasta mediados de febrero la Región de Copiapó, que incluye los valles de Copiapó y Huasco, acumulaba un 32% de baja en los envíos de uva de mesa.

Sin embargo, la tradicional variedad thomson seedless bajó 60% en ese período, pasando de 9.133 toneladas en 2024-2025 a solo 3.655 toneladas en 2025-2026.

“Se está limpiando bastante la oferta de Chile de las variedades que fueron conflictivas el año pasado, incluyendo tanto algunas de las licenciadas como tradicionales. Eso ayuda a mejorar el mix de exportación. Se está concentrando en variedades licenciadas que tienen mayor demanda, considerando autumn crisp y sweet globe en el caso de las



SERGIO ALFONSO LÓPEZ



DOLE



BCI



GENTILEZA FRUTAS DE CHILE



FRUTAS DE CHILE

“

Me preocupa la situación de Copiapó, pues aunque este año los precios de la uva de mesa fresca son superiores, no estoy seguro de que compensen la caída en la producción”.

MANUEL JOSÉ ALCAÍNO
PRESIDENTE DECOFRUT

“

Con alrededor de 65 millones de cajas permitimos que los productores tengan un margen y puedan navegar con este producto”.

JUAN CARLOS VALENZUELA
DIRECTOR DE PRODUCCIÓN DE DOLE

“

En la medida en que logremos mantener los volúmenes bajo 3 millones y medio semanales a Estados Unidos, en las próximas semanas el precio debería estabilizarse”.

CHRISTIAN CORSEN
GERENTE GENERAL EXPORTADORA SANTA MARÍA

“

En lo que va de la temporada, el inicio ha sido más tardío y con menor volumen temprano en las regiones de Copiapó y Coquimbo, de las cuales proyectamos una caída de 18% y 8%, respectivamente”.

IGNACIO CABALLERO
DIRECTOR EJECUTIVO COMITÉ DE UVA DE MESA, DE FRUTAS DE CHILE

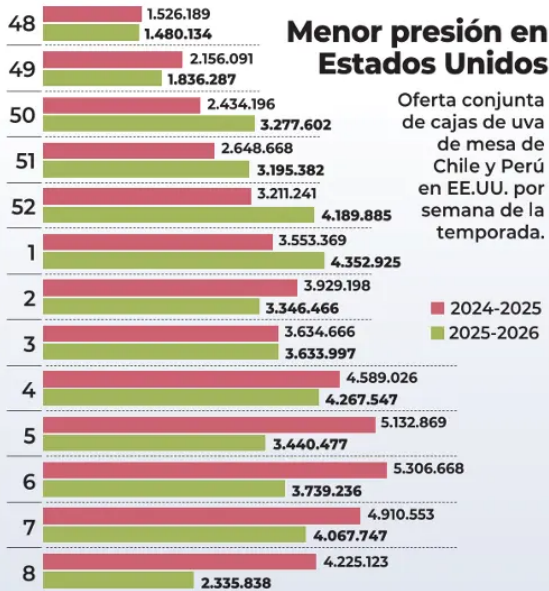
alta rotación. Este desempeño también ha sido impulsado por el inicio, el 1 de febrero, de la campaña de promoción implementada este año por el Global Grape Group”, sostiene Ignacio Caballero.

El director ejecutivo del Comité de Uva de Mesa explica que en un escenario global donde la oferta ha crecido con fuerza y la demanda muestra un crecimiento acotado, el foco ha estado en aumentar el consumo y revertir la tendencia a través

de un trabajo conjunto a nivel internacional.

“En esa línea, estamos impulsando por primera vez a través del Global Grape Group (GGG), junto con Provid (Perú) y Uvas de México (AALPUM), tres objetivos principales: aumentar el consumo a través de promoción, generar intercambio semanal de información y compartir buenas prácticas de sustentabilidad. En materia promocional, esta temporada hemos comenzado la

| ESPECIAL UVA DE MESA



Fuente: Elaborado por Decofrut en base a datos de Senasa y Frutas de Chile.

PROMOCIÓN CONJUNTA

La temporada 2025-2026 no solo ha sido noticiosa en la parte productiva. La comercialización también trae novedades, incluida una inédita promoción unida con Perú y México.

En Frutas de Chile hacen notar que en el caso de Perú se acaba de anunciar una nueva estimación de la temporada, ajustándola en 2 millones de cajas menos respecto de la proyección inicial. Con ello, el volumen esperado alcanzaría 84,2 millones de cajas, lo que representa un crecimiento de 1,5% en comparación con la campaña anterior.

Hay que tener en cuenta que a inicios de la temporada peruana se proyectaba un aumento no menor a 4% para las exportaciones de 2025-2026.

“Respecto del principal mercado, Estados Unidos, hasta la semana 5 se habían enviado casi 50 millones de cajas, es decir, un aumento de más del 17% versus la temporada anterior. A pesar de este mayor volumen, la llegada semanal ha mostrado una mejor distribución, permitiendo que el mercado opere de manera fluida, con una oferta abundante, pero con

campana antes, desde el 1 de febrero, y además estamos con actividades en Walmart Connect, en Instagram y otros importantes *retailers*. También, estamos lanzando en redes sociales nuestra campaña ‘Have a grape day’, de la que esperamos tener buenos resultados para ayudar a acelerar la rotación y poder absorber la mayor oferta versus la temporada pasada en el mercado de EE.UU.”, agrega Caballero.

DESPACHOS TRANQUILOS

Hasta enero el traslape entre la oferta de uva de mesa de Perú y Chile no fue relevante, un contraste evidente con la situación que se experimentó en el mismo período de la temporada pasada.

A inicios de 2025 se vivieron varias semanas con arribos sobre los 5 millones de cajas en EE.UU., lo que congestionó ese mercado y hundió los precios.

Fue el resultado de una tormenta perfecta. La temporada pasada los exportadores peruanos apostaron a retrasar sus exportaciones para sostener los altos precios de fines de 2024 en EE.UU.

Sin embargo, el anuncio de un posible paro en la Costa Este de EE.UU. y marejadas por casi 10 días que detuvieron los embarques peruanos, terminando por hacer colapsar la comercialización en ese mercado, pues a inicios de enero comenzaron a arribar más de 5 millones de cajas tanto de Perú como de Chile.

“Estados Unidos funciona muy bien cuanto la oferta está en torno a los 3,5 millones de cajas semanales. Cuando se sobrepasa ese nivel el mercado empieza a resentirse”, sostiene Mario Holvoet.

La tardanza y menor oferta del norte chileno y una salida pausada de los peruanos a EE.UU. ayudaron a sostener los precios. Entre los agricultores se mencionan retornos, hasta ahora, entre 10% y 20% superiores a los de la temporada pasada en el primer mes del año.

“Hasta el 15 de enero, la verdad es que el traslape no fue importante. Posteriormente, los arribos más grandes han tenido un impacto en los precios, pero principalmente en

SIGUE EN PÁGINA 6

VIENE DE PÁGINA 5

uvas rojas. Hoy la demanda en Estados Unidos es de dos e incluso tres *palets* de uva verde por una de roja. Al parecer, Perú llegó con bastante fruta roja hacia el final. Se espera que Perú empiece a bajar sus envíos de aquí para adelante. Así que yo creo que en lo que resta de la temporada la competencia va a ser principalmente entre la fruta chilena”, sostiene Christian Corssen.

El ejecutivo de la exportadora Santa María explica que el desafío de Chile es mantener la diversificación de mercado. “Hasta ahora ha estado mucho mejor que años anteriores. A Estados Unidos las últimas semanas hemos estado despachando más o menos un 64% de nuestra fruta; las temporadas anteriores estábamos en 75% y 80%. En la medida en que logremos mantener los volúmenes bajo 3 millones y medio semanales a Estados Unidos, en las próximas semanas el precio debería estabilizarse e incluso después empezar a subir, sobre todo hacia fines de marzo”.

SE VIENE MARZO

Para lo que queda de febrero y marzo, el Comité de Uva de Mesa proyecta que la oferta se incrementará con fuerza en la fase media de la temporada, con exportaciones de más de 3 millones de cajas en las próximas semanas, para llegar al monto estimado.

Debido a este atraso inicial en especial de las regiones del norte, el Comité ya está trabajando en la cuarta estimación, la cual se espera tener la próxima semana, para evaluar si es netamente un poco o si efectivamente habrá un poco menos uva versus lo estimado.

Víctor Catán explica que desde el punto productivo, la IV Región aún se encuentra en faenas de cosecha y que debería terminar a fines de febrero. En tanto, la V Región está recién partiendo.

“Esta semana Chile debería ponerse los pantalones largos como exportador y aumentar sus volúmenes de manera importante. Hay que tener en cuenta que las regiones Metropolitana y Sexta están quizás un poco más adelantadas que a las fechas normales”, sostiene el presidente de Fedefruta.



Fuente: Elaborado por Frutas de Chile a partir de datos SAG.



En el ‘barrio’ se conversa de bajas importantes de producción. Algunas empresas de Copiapó hablan de 30% menos esta temporada comparada con la anterior, pero es temprano todavía para estar seguros de cuál será la caída real”.

MARIO HOLVOET
FRUTICULTOR DE COPIAPÓ

Catán agrega que en términos comerciales no ha existido un *sobrestock* de fruta en EE.UU. Incluso a inicios de febrero hubo un periodo de 3 millones de cajas semanales.

“Toda la fruta que se está vendiendo en programa está saliendo. El año pasado fue complejo y un año parejo, como se está vislumbrado este, permite tener el capital de trabajo para la próxima temporada y hacerse cargo de los compromisos financieros que los agricultores tienen. Están dadas las condiciones para que sea una buena temporada. Estamos ante un mercado que no está saturado y tenemos fruta de buena condición”, sentencia Catán.

El presidente de Fedefruta valora que en la actual temporada se estén explorando terceros mercados para evitar ahogar el mercado de EE.UU.

De hecho, según Frutas de Chile, hasta mediados de febrero los envíos a la Costa Este de EE.UU. acumulaban una baja de 41,81% respecto de igual fecha de la temporada pasada, sumando solo 50.697 toneladas. En tanto, los envíos a América Latina llegan a 13.056 toneladas, 14,8% más que la campaña anterior. La apertura sanitaria con México, gracias al Systems Approach, se hizo notar, así como un creciente interés desde Argentina.

En todo caso, en la industria de la uva de mesa hay conciencia de que no es momento de relajarse. No solo se debe insistir en la diversificación de mercados, sino que es imperativo mantener una buena condición de la fruta y apuntar a rendimientos sobre las 3.500 cajas para que los agricultores tengan un negocio rentable.