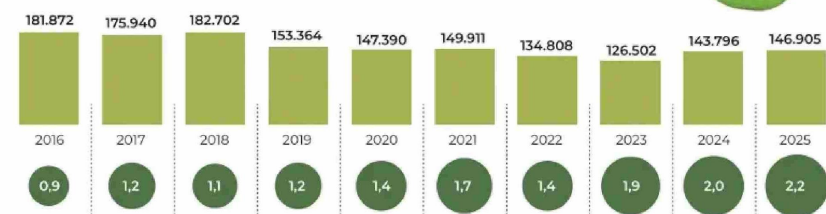


Precios al alza del kiwi

Toneladas exportadas por Chile y valor promedio de dólares por kilo. Por temporada.



Fuente: ODEPA, RaboResearch.

EL MERCURIO

“Las primeras señales de la temporada del kiwi son positivas. Sé que la cosecha va bien, con productores que están respetando los parámetros de calidad para ofrecer una buena fruta. Además, los mercados están con buenos precios”, afirma Manuel José Alcaíno, presidente de Decofrut.

Cuando para la mayoría de los rubros frutícolas la temporada 2025-2026 ya es un recuerdo, los kiwis están en plena cosecha. Junto a las manzanas, es la dupla que mueve el negocio frutícola de la zona central y del sur durante el otoño.

Ambas frutas traen buenas noticias para los agricultores. Las manzanas chilenas son miradas con mejores ojos desde hace un par de años, cuando tomaron por asalto Latinoamérica y demostraron que había espacio para productos de alta calidad y precio.

En resumen, estamos ante un panorama optimista, algo que contrasta con los malos resultados que vivían las manzanas y los kiwis hace una década y que hizo que sus huertos se achicaran, mientras que rubros como las cerezas se disparaban en superficie.

De hecho, las últimas estimaciones del Comité del Kiwi apuntan a un auge en las plantaciones de ese frutal, con cerca de 1.000 hectáreas que se agregarían este año.

MANZANAS, ENFOCADAS EN LATINOAMÉRICA

Gonzalo Salinas, analista sénior de Rabobank, sostiene que después del punto mínimo de producción y exportación que representó 2023, las manzanas de Chile mostraron una recuperación. Explica que posteriormente la exportación en fresco aumentó 4% y de productos procesados en 10%.

“Con lo que se observa de exportaciones en fresco a la fecha, debería verse una recuperación del volumen en la campaña 2026. Al mismo tiempo, a nivel general el valor FOB de exportación promedio ha logrado mantener estabilidad alrededor de US\$ 1,08 por kg en las últimas tres campañas”, afirma Salinas.

El negocio de las manzanas chilenas

Optimista partida de la temporada de kiwis y manzanas

La sólida demanda internacional impulsa plantaciones por cerca de 1.000 hectáreas de kiwi al año. Mientras tanto, las manzanas volvieron a rentabilidades equilibradas gracias a menor oferta y al foco en exportaciones a Latinoamérica.

EDUARDO MORAGA VÁSQUEZ

“

Aprendimos a guardar bien el kiwi, ya sea en frío convencional para programas tempranos o en atmósfera controlada para los tardíos”.

JUAN CARLOS VALENZUELA
 DIRECTOR DE PRODUCCIÓN DOLE

nas enfrentó un escenario contractivo tras la ampliación de las tecnologías de guarda. Eso significó que los productores y comercializadores de Estados Unidos o Europa pueden ahora abastecer casi todo el año a sus mercados.

La industria chilena tocó fondo en 2023, el negocio de la exportación de fruta fresca fue tan débil que muchos agricultores decidie-

“

Las primeras señales de la temporada del kiwi son positivas. Sé que la cosecha va bien... los mercados están con buenos precios”.

MANUEL JOSÉ ALCAÍNO
 PRESIDENTE DE DECOFRUT

ron enviar sus manzanas a la agroindustria, que usualmente paga precios menores, aunque con costos sensiblemente más bajos para los fruticultores.

Paralelamente, en las exportaciones de manzanas frescas se dio un giro hacia Latinoamérica. Si en 2022 ese mercado representaba el 38% de los envíos, en 2023 saltó a 53% con Brasil, Colombia y Ecua-

“

En la temporada pasada tuvimos muy buena fruta en Chile y un excelente resultado comercial y de retornos para los agricultores”.

CARLOS CRUZAT
 PRESIDENTE COMITÉ DEL KIWÍ

dor liderando la demanda. El resultado sorprendió.

“La temporada 2024-2025 demostró que en América Latina había un espacio para manzanas de alta calidad y precio. Fue un cambio de paradigma. Hoy es un mercado que toma todas las categorías”, sostiene Raimundo Costa, gerente general de Greenvic.

Un elemento muy bienvenido es

que usualmente las exportaciones a América Latina son a precio firme, a diferencia de las ventas a Europa y Estados Unidos, en que la mayoría se define al momento del arribo. Eso implica que los exportadores reciben antes los retornos, lo que disminuye sus costos financieros.

Felipe Garrido, *category manager* de manzanas en la exportadora Copefrut, sostiene que la tendencia base apunta a un nuevo aumento moderado de la oferta chilena para 2026-2027, aunque probablemente más acotado que la recuperación observada la última temporada.

“En 2025 se proyectó un alza de 4,4% en exportaciones, superando las 573 mil toneladas, impulsada por mejores condiciones productivas y climáticas. Para 2026-2027 esperaría un crecimiento en torno a 2% a 5%, dependiendo del clima y condición de la fruta. La industria chilena aún enfrenta desafíos estructurales como envejecimiento de huertos y competencia por superficie con especies más rentables (cerezos, nogales, avellano europeo), lo que limita expansiones fuertes”, afirma Garrido.

En cuanto a variedades, el ejecutivo de Copefrut argumenta que la gala seguiría siendo la principal variedad exportada, pero con menor peso relativo. Apunta a que las pink lady, crisp pink y rosy glow seguirán ganando participación por su mejor productividad. En tanto, la fuji mantiene una tendencia positiva por demanda en Asia —especialmente en Taiwán— y Latinoamérica.

“Chile crecería, pero más por mejora productiva y reconversión varietal que por aumento fuerte de hectáreas”, sentencia Garrido.

En tanto, a la hora de proyectar la temporada 2026-2027 Gonzalo Salinas destaca que los *stocks* de manzanas a la fecha muestran el valor más alto desde 2022 en Europa, mientras que en Estados Unidos el más bajo de los últimos tres años.

“A nivel de Latinoamérica, la producción de Brasil debería recuperarse a niveles históricos, lo que podría colocar presión hacia mitad de año, ya que el inicio de la campaña 2026 ha andado bien”, afirma Salinas.

Juan Carlos Valenzuela, director

Manzanas chilenas con foco en Latinoamérica

Exportaciones de fruta fresca por año en toneladas y por mercado.

	2015	2020	2025
Latinoamérica	248.076	273.407	305.181
Europa	142.291	173.078	115.929
Asia	83.753	77.466	75.017
Norteamérica	89.603	63.535	38.139
Medio Oriente	57.906	68.578	36.797
Otros	6.619	3.925	370

Fuente: ODEPA, RaboResearch.

EL MERCURIO

de producción de Dole, sostiene que las manzanas chilenas lograron pasar a una etapa, con una rentabilidad aceptable, aunque no para volverse locos, y que se debe a un equilibrio entre la oferta y la demanda.

Valenzuela cree que un escenario en torno a los 27 millones de cajas de manzanas frescas exportadas asegura una estabilidad que no era factible con los 40 millones de cajas que Chile llegó a exportar de la pomacea.

“Con este volumen y un precio en el mercado interno que no es malo, el productor de manzanas se defiende y tiene un resultado aceptable”, explica Valenzuela.

PRECIOS FIRMES PARA EL KIWI

Carlos Cruzat, presidente del Comité del Kiwi, reconoce que el rubro que lidera va viento en popa.

“En la temporada pasada tuvimos muy buena fruta en Chile y un excelente resultado comercial y de retornos para los agricultores”, afirma Cruzat.

El dirigente sostiene que el clima jugó una buena pasada para lograr calibres y firmeza de los kiwis.

Ayudó también que en 2025 los precios obtenidos por los kiwis chilenos tuvieron un tercer año al hilo de crecimiento, llegando a un promedio de US\$ 2,2 por kilo, 57% más que en 2022.

La mejora en la rentabilidad hizo que los huertos de kiwi se miraran con mejores ojos y se invirtiera más en su cuidado.

“Llevamos varias temporadas en donde los precios han ido al alza, a pesar de que desde todos los mercados nos llegan comentarios de que el precio del kiwi ya llegó a su tope, vemos cómo ha seguido la tendencia al alza. Lo anterior viene dado por una renovada demanda por productos saludables y con alto aporte nutricional, donde el kiwi destaca en muchos aspectos, como la vitamina C, el potasio, etc. Esta tendencia mundial ha sido muy bien aprovechada por el kiwi de todos los orígenes, complementando de manera muy positiva la producción local y contraestación en los principales mercados de consumo”, señala Sebastián García, *category manager* de kiwis en Copefruit.

La crisis del covid-19 sirvió para



A pesar de que desde todos los mercados nos llegan comentarios de que el precio del kiwi ya llegó a su tope, vemos cómo sigue la tendencia al alza”.

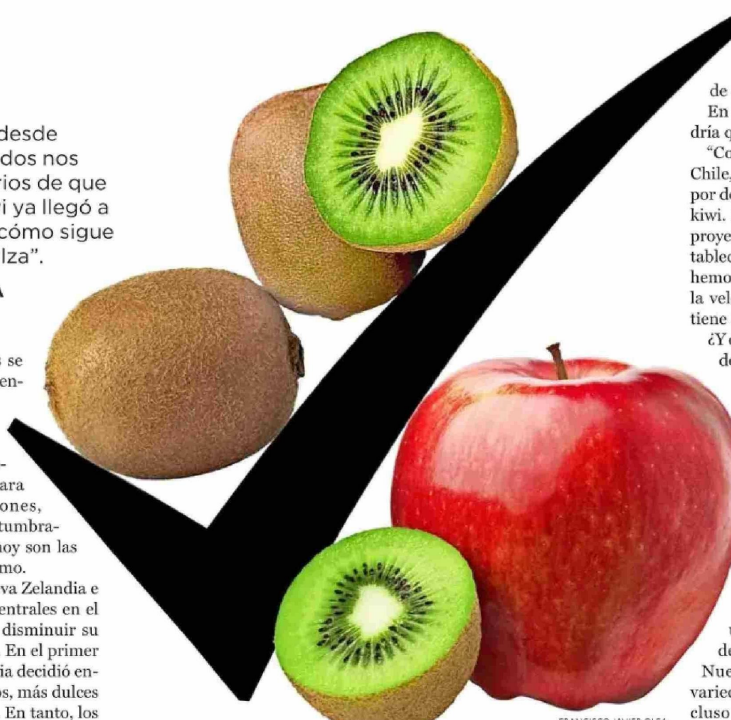
SEBASTIÁN GARCÍA COPEFRUIT

que los consumidores se preocuparan por alimentos que les permitieran cuidar su salud. En ese grupo quedó el kiwi, que además resultó una novedad para las nuevas generaciones, pues no estaban acostumbradas a comerlo y que hoy son las que empujan el consumo.

Paralelamente, Nueva Zelanda e Italia, dos oferentes centrales en el rubro, comenzaron a disminuir su oferta de kiwis verdes. En el primer caso porque la industria decidió enfocarse en los amarillos, más dulces y caros que los verdes. En tanto, los huertos italianos se han visto dañados de manera importante por enfermedades como la PSA.

Eso abrió espacio en las últimas temporadas para un resurgimiento del cultivo en Chile.

“La demanda por kiwis chilenos es transversal, afortunadamente tiene demanda en muchos mercados. Ha aprovechado el espacio que han dejado otros países productores. Con respecto de las manzanas le favorece que tiene una ventana de guarda menor, por lo que enfrenta una ventana de comercialización más despejada en el hemisferio norte”, sostiene Raimundo Costa.



FRANCISCO JAVIER OLEA

La fortuna, en todo caso, pilló a la industria del kiwi trabajando.

Con el liderazgo del Comité del Kiwi la industria se ha alineado en exportar fruta con estándar de calidad superior al de unos años atrás. Tanto es así, que hoy se menciona como un posible ejemplo para resolver la compleja situación de las cerezas.

Los conocedores del rubro explican que la mayoría de los agricultores y exportadores se ha alineado con la idea de no apurar la cosecha, mientras que antes se sacrificaba madurez y calidad por llegar antes a

los mercados internacionales.

“Se debe mostrar el objetivo al que hay que llegar y cuáles son las cosas que dificultan eso. Es un trabajo que toma años y que es difícil. Sin embargo, los actores de la industria se han convencido de que actuar en conjunto les permite enfrentar mejor los desafíos del mercado”, sostiene Carlos Cruzat.

Un elemento no menor es que la producción de kiwis se ha ido concentrando en los lugares que naturalmente se da más fácil. Además, se ha mejorado el control de la PSA y se ha invertido en tecnología para

disminuir el daño por heladas en los campos.

No se trata solo de un manejo correcto en los huertos, sino que también en el resto de la cadena.

“Aprendimos a guardar bien el kiwi, ya sea en frío convencional para programas tempranos o en atmósfera controlada para los tardíos”, sostiene Juan Carlos Valenzuela.

En ese nuevo escenario no extraña que en el gremio se proyecte un aumento de cerca de mil hectáreas al año.

En todo caso, la estimación podría quedar corta.

“Con respecto a la superficie de Chile, hemos visto un gran interés por desarrollar nuevos proyectos en kiwi. El Comité del Kiwi tiene una proyección de nuevas hectáreas establecidas para los próximos años y hemos visto un adelantamiento en la velocidad de plantaciones”, sostiene Sebastián García.

¿Y cómo se ve la nueva temporada de los kiwis?

Hasta el momento, la fruta en los huertos se ve bien, con parámetros de calidad y calibre similares a los del año pasado. Solo queda por evaluar si las lluvias de marzo en algunas zonas generaron algún nivel de deterioro.

En el caso de la comercialización, Gonzalo Salinas cree que debería verse una mayor oferta de kiwi verde de Chile al estar la oferta de Nueva Zelanda concentrada en variedades de pulpa amarilla, e incluso mostrando crecimiento con variedades de pulpa roja. “Eso ha dejado un espacio para la oferta de kiwis verdes del hemisferio sur, debido a que los otros países importantes en producción (Grecia e Italia) han tenido problemas climáticos que han afectado su producción en los últimos años. Y es ahí donde la oferta de Chile ha podido encontrar un espacio”.

Juan Carlos Valenzuela agrega que ve “una muy buena temporada 2026-2027, pero siempre hay que tener en consideración lo que está pasando con la guerra y el aumento de costos en la logística y los fletes navieros”.