

## CIERRE DE LA TEMPORADA 2024-25:

# Las nuevas tareas de la uva de mesa

Tras una dura campaña, que tuvo a productores con ingresos bajo los costos de producción, se debe mejorar el acceso a Estados Unidos a través del Marketing Order y avanzar en la promoción conjunta con otros países productores.

EDUARDO MORAGA VÁSQUEZ

“Se trata de una temporada desafiante, de mucha incertidumbre y muy cambiante, donde los resultados serán muy variables dependiendo de la calidad exportada, de la variedad, del momento en que se llegó al mercado y de cuál fue el mercado de destino”, lanza Ignacio Caballero, director ejecutivo del Comité de Uva de Mesa de Frutas de Chile.

Con la llegada de mayo la temporada 2024-2025 de la uva de mesa comienza a bajar el telón. Ya se han comercializado más de tres cuartos del volumen chileno y antes de fin de mes la oferta nacional se termina. A esta altura hay bastante paño por cortar.

Para la industria chilena de la uva de mesa la actual temporada representa un violento aterrizaje tras los excelentes resultados comerciales de la campaña 2023-24.

“La temporada pasada fue muy buena, permitió sobre todo pagar deudas y darle dinamismo a la industria. El desempeño de la actual temporada va a ser muy complejo, sobre todo la uva del Norte Chico que se topó con la uva peruana. Esto sucedió porque Perú se atrasó y ade-

más tuvo un aumento de la producción, lo que generó que el mercado americano se saturara en algunas semanas", explica Víctor Catán, presidente de Fedefruta.

Si en marzo de 2024 se llegó a pagar más de US\$ 37 por una caja de 8,2 kilos de uva chilena en Estados Unidos, en el mismo mes de este año los precios rondaron los US\$ 18 a US\$ 20.

Para dimensionar el impacto económico en los agricultores hay que tener en cuenta que recién entre los US\$ 22 a US\$ 24 por caja, dependiendo de las características del productor, se pagan los costos de colocar una caja de uva chilena en EE.UU.

Por eso es el momento de sacar lecciones de cara a recuperar el tranco en la siguiente temporada. Desde potenciar un mayor volumen de fruta a exportar sin fumigación a Estados Unidos y México, beneficios que debutaron este año, hasta una mayor promoción internacional conjunta con otros países, pasando por que el Gobierno chileno se la juegue por una postergación de la partida del Marketing Order.

**SUBE LA OFERTA**

Según los datos del Comité de Uva de Mesa, la temporada 2024-25 es

una “de mucha fruta”.

Si se suman los envíos de Perú, Chile, Sudáfrica y México en 2024-25 se llega a exportaciones por más de 214 millones de cajas de 8,2 kg, equivalentes a 1,75 millones de toneladas, un crecimiento anual de 12%.

Estados Unidos, el principal mercado para Chile, había recibido 80 millones de cajas a la semana 17 de 2025, con un crecimiento de 16% respecto a la campaña pasada.

Buena parte del aumento de oferta viene desde el lado norte de la frontera. Perú, que sale al mercado antes que Chile, llegó a 82,9 millones de cajas en la temporada 2024-25. Representa un alza de 20,3 millones de cajas respecto del ejercicio anterior.

“Este crecimiento contrasta con la reducción registrada el año pasado, cuando las exportaciones se vieron afectadas por condiciones climáticas adversas en la zona norte del país, en Piura. Este año no solo se ha logrado una recuperación del

volumen de Perú, sino también una expansión del área cultivada, impulsada por la incorporación de nuevas hectáreas con variedades más productivas", explica Camila Miranda, gerenta general de iQConsulting.

La industria peruana redobló su apuesta por Estados Unidos, con un salto anual de 48% en las exportaciones a ese país, enviando 45,6 millones de cajas.

Problemas en la logística contribuyeron a una compleja comercialización.

“Hubo atrasos en la salida de barcos de Perú y Chile en los meses de diciembre y enero, los que alteraron

**68 millones**  
de cajas de uva debería  
exportar Chile en  
2024-25

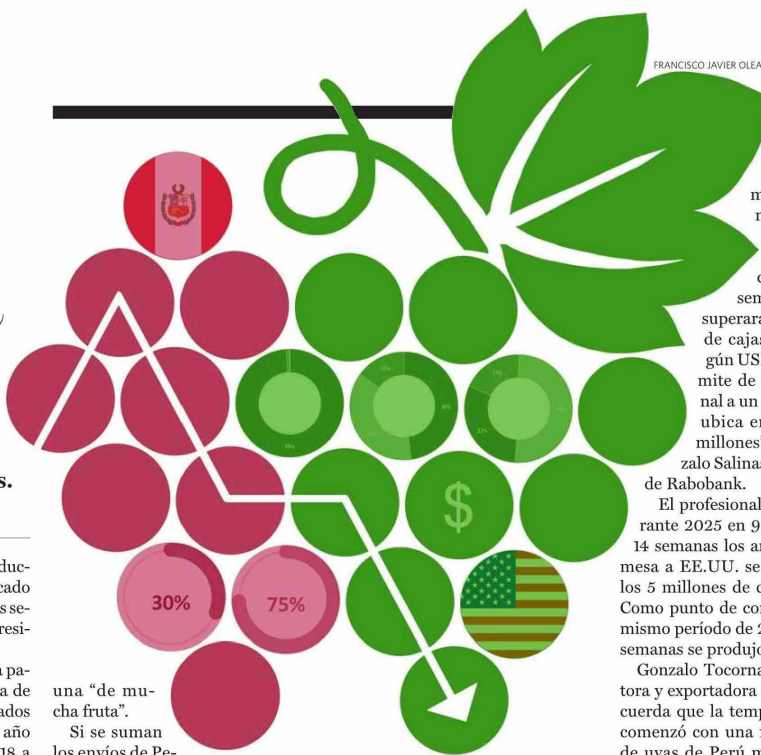
la correcta distribución semanal de volúmenes de uva de mesa arribados. Esto generó que en un par de semanas los arribos superaran los 6 millones de cajas semanales según USDA, cuando el límite de consumo semanal a un precio estable se ubica entre los 4 y 4,5 millones", sostiene Gonzalo Salinas, analista sénior de Rabobank.

El profesional explica que durante 2025 en 9 de las primeras 14 semanas los arribos de uva de mesa a EE.UU. se ubicaron sobre los 5 millones de cajas semanales. Como punto de comparación en el mismo periodo de 2024 solo en dos semanas se produjo esa situación.

Gonzalo Ticornal, de la productora y exportadora Santa Elena, recuerda que la temporada 2024-25 comenzó con una fuerte presencia de uvas de Perú mayormente por compras muy agresivas de las cadenas de *retail* ante un anunciado paro para el 15 de enero en los puertos de la costa Este de EE.UU.

"Dicha huelga fue cancelada, lo cual llevó a que el *sobrestock* mencionado, sumado a los fuertes envíos mayormente peruanos de esa época, generó un *shock* en el mercado que afectó gran parte de la temporada chilena. Si bien las condiciones climáticas y producción fueron buenas para Chile, la combinación de exceso de volumen y presencia de variedades de menor demanda en Chile que en Perú generó un caos que solo se recuperó parcialmente muy tarde en la temporada y solo para ciertas variedades y excelente condición. A su vez, la industria compradora —*retail* y *wholesale* principalmente— adoptó un nivel de exigencia muy alto, rechazando fuertemente frutas con problemas", sentencia Tocoral.

El impacto en los valores se hizo



**Fecha:** 12-05-2025  
**Medio:** El Mercurio  
**Supl.:** El Mercurio - Revista Del Campo  
**Tipo:** Noticia general  
**Título:** Las nuevas tareas de la uva de mesa

**Pág.:** 3  
**Cm2:** 620,7  
**VPE:** \$ 8.153.996

**Tiraje:**  
**Lectoria:**  
**Favorabilidad:**

**126.654**  
**320.543**  
 No Definida

sentir; según el análisis de iQonsulting los precios de apertura de la uva chilena se ubicaron entre los más altos en EE.UU., con un promedio de US\$ 7,7 kg durante las semanas 52 y 1. Sin embargo, a partir de la semana 4 los valores comenzaron a descender debido al aumento en la oferta, especialmente por el crecimiento del volumen proveniente de Perú, y los valores promedio cayeron por debajo de los US\$ 3 kg.

“En la semana 15 se registró un repunte en los precios, aunque sin alcanzar los niveles del año anterior. Para la semana 18, el precio *spot* promedio a nivel importador en EE.UU. para la oferta chilena se situó en US\$ 4,21 kg”, sostiene Camila Miranda.

Por variedad, las uvas blancas sin semillas alcanzaron un precio promedio más alto con US\$ 5,02 kg, seguida por las rojas sin semillas con US\$ 3,89 kg, las negras sin semilla US\$ 3,65 kg y la red globe con US\$ 3,21 kg.

El impacto económico para la industria chilena es relevante y entrega pautas para los próximos años.

“Copiapó y Elqui, las partes de Chile que más se topan con Perú, están complicados en forma casi permanente. La oferta peruana tiene calibres de las bayas y tamaños de racimos grandes, elementos que los consumidores de EE.UU. valoran”, sostiene Manuel José Alcaíno, presidente de Decofrut.

#### LAS LECCIONES

A la hora de revisar la última temporada, hay lecciones interesantes respecto a las estrategias productivas y comerciales.

En la temporada 2024-25 debutó el Systems Approach para el ingreso de uva de mesa chilena a EE.UU., mecanismo que permite ingresar a ese país sin fumigar las frutas, lo que alarga la vida de poscosecha y mejora la posibilidad de comercialización. El debut fue en respuesta a una pelea que dieron los privados y el Estado chileno por varias décadas ante las autoridades norteamericanas.

“Se va a llegar a exportar cerca de 2,6 millones de cajas (bajo el Systems Approach), un volumen que esperamos que aumente en los próximos años. Hay que destacar que esta temporada también se implementó a través de un piloto los



## Fuerte salto exportador de Perú



“El desempeño de la actual temporada va a ser muy complejo, sobre todo la uva del Norte Chico, que se topó con la uva peruana”.

**VÍCTOR CATÁN**  
 PRESIDENTE DE FEDEFruta

“Se va a llegar a exportar cerca de 2,6 millones de cajas (bajo el Systems Approach), un volumen que esperamos que aumente en los próximos años”.

**IGNACIO CABALLERO**  
 DIRECTOR EJECUTIVO COMITÉ DE UVA DE MESA

“No existen los suficientes inspectores del USDA, por lo que se traba el Marketing Order. Si se retrasara unas semanas permitiría que el mercado funcionara de mejor manera”.

**MANUEL JOSÉ ALCAÍNO**  
 PRESIDENTE DECOFRUT

“Este año no solo se ha logrado una recuperación del volumen de Perú, sino también una expansión del área cultivada, impulsada por la incorporación de nuevas hectáreas con variedades más productivas”.

**CAMILA MIRANDA**  
 GERENTA GENERAL DE IQCONSULTING

envíos hacia México, que esperamos se consolide para la próxima temporada”, sostiene Ignacio Caballero, de Frutas de Chile.

En Fedefruta también se valora

positivamente el Systems Approach. “La dinámica de la aplicación fue buena. Estamos contentos, pues la fruta que no se fumigó tuvo una muy buena recepción en el merca-

do. Se marca mucho la diferencia”, afirma Víctor Catán.

El Systems Approach beneficia a la producción de las regiones de Atacama, Coquimbo y una parte de la de Valparaíso. En la temporada 2024-25 la fruta bajo ese sistema rondaría el 7% de la oferta total de Chile en EE.UU. La meta en las próximas temporadas debe ser aumentar ese porcentaje en forma importante.

Manuel José Alcaíno agrega que a la tarea cumplida con el Systems Approach se debe agregar ahora un trabajo público-privado para atrasar la fecha de implementación del Marketing Order para la uva de mesa en EE.UU. La medida eleva el criterio técnico, llamado “USA #1”, para permitir el ingreso de uva de mesa chilena a ese país a partir del 10 de abril de cada año.

“La medida fue hecha para apoyar a los productores del valle de Coachella, en California. Sin embargo, el escenario cambió. Antes Coachella producía 20 millones de cajas de uva de mesa, hoy solo son 2 millones de cajas. No existen los suficientes inspectores del USDA, por lo que se traba el Marketing Order. Si se retrasara unas semanas permitiría que el mercado funcionara de mejor manera”, sostiene Alcaíno.

En Frutas de Chile destacan que la temporada 2024-25 marcará la segunda campaña seguida en que los volúmenes crecen. El dato es relevante porque las cuatro anteriores marcaron caídas. Lo interesante es que el 69% del volumen exportado

corresponde a variedades nuevas.

En tanto, el productor y exportador Gonzalo Tocornal explica que “la dinámica de nuevas variedades y altas exigencias de calidad y condición están llevando a una selección natural de huertos y productores de alta especialización que finalmente será un beneficio para toda la cadena desde el productor hasta el consumidor final”.

Gonzalo Salinas llama a estar atentos en las próximas temporadas a los nichos descuidados por los cambios en las ofertas chilena y peruana.

“En Estados Unidos los envíos de Chile siempre estuvieron concentrados en uvas rojas sin semilla, seguidas por las verdes sin semilla. Sin embargo, en los últimos 9 años, la diferencia entre ambos grupos de variedades se ha reducido hasta menos de mil toneladas. Es muy probable que en la próxima temporada Chile se sume a Perú enviando más uva verde sin semilla que roja sin semilla. Esto llevará a una consolidación de este grupo de variedades en este mercado, pero también abre oportunidades para productores de variedades rojas sin semilla que podrían presentar un mercado más despejado a futuro. A nivel de precios, antes de la pandemia, los precios mayoristas presentaban una gran diferencia entre verdes y rojas sin semilla, con las primeras presentando un precio en promedio 35% más alto que las segundas. Pero en las últimas tres temporadas esta diferencia se ha reducido a un mínimo de 3%”, advierte Salinas.

En tanto, Ignacio Caballero pone el acento en empujar la promoción de la demanda en conjunto con otros países.

“Un hito de esta temporada fue la formación del Global Grape Group, compuesto por Perú, México y Chile. Estamos trabajando en el plan 2025-2026”, adelanta.

Caballero apunta a que los tres países buscan aumentar el consumo de uvas a nivel mundial. Para la próxima temporada se espera darle más fuerza a la campaña de consumo “Have a Grape Day” en EE.UU. También buscan mejorar el intercambio de información entre los países productores y promover mejores prácticas.