LITORALPRESS

Fecha: 31-10-2023
Medio: Revista Redagrícola
Supl. : Revista Redagrícola
Tipo: Noticia general
Título: **Chile, super consumidor de paltas**

Pág. : 32
Cm2: 625,5
VPE: $ 1.168.499

Tiraje: 9.000
Lectoría: 18.000
Favorabilidad: No Definida

Análisis del mercado interno

Chile, super consumidor de paltas

Haberse convertido en el segundo país que más consume per cápita en el mundo y hacerlo todo el año, convierte a esta larga y angosta faja de tierra en un comprador muy atractivo. Tanto, que los precios a productor igualan y por momentos superan a los de la exportación. La competencia es intensa e incluye productos de otros países, principalmente Perú.

Entre 130 y 170 millones de kilos al año se consumen en nuestro territorio. Foto gentileza de Subsole.

El catastro frutícola Odepa-Ciren 2022 registra 32.387 hectáreas de paltos, y los productores informan un promedio de 11 toneladas (t) por hectárea (ha) al año. Sin embargo, señala Javiera Pefaur, sectorialista fruta y papa de Odepa, esta cifra es muy variable entre productores según sus niveles de tecnología, daño por evento climático, temporada 'on' u 'off' (añerismo), entre otros factores.

No hay una cifra oficial para el total de la producción nacional, justamente debido a la alternancia productiva. A ello se suma que una cantidad importante de fruta se compra directamente en los campos sin exigencias de trazabilidad.

CUÁNTO DE LA PRODUCCIÓN CHILENA SE QUEDA EN CHILE

Gabriel Alarcón, gerente comercial de Bagno y actor del mercado interno de palta desde hace 32 años, estima que el promedio de rendimiento actual es de menos de 8 t/ha. Gonzalo Gajardo y Matías Reeves, gerente comercial de la exportadora Subsole para kiwi/palta y gerente de mercado interno de Subsole Comercial, respectivamente, piensan que la cifra se sitúa en 7 t/ha.

Solo como referencia, considerando un rango de 7 a 11 t/ha, de acuerdo a la superficie señalada, la producción total se situaría entre 226 y 356 millones de kilos/año.

En Bagno calculan que el mercado interno consume 140 a 170 millones de kilos al año; en Subsole indican 2,5 millones a la semana, lo que proyectado anualmente arroja 130 millones. Según lo declarado por los productores encuestados en el catastro Odepa-Ciren, alrededor del 35% de la producción se comercializa en el mercado interno. No obstante, puntualizan Reeves y Gajardo, en temporadas de baja producción nacional, el porcentaje prácticamente sube al 50%. El año pasado Subsole exportó del orden de 7 millones de kilos y destinó unos 5,5 millones de kg al mercado interno, un poco menos que el 'split' nacional, calcula Gonzalo Gajardo.

RETORNOS AL PRODUCTOR

Las fichas de costos referenciales de Odepa para la temporada 2021/22 en la región de Valparaíso, considerando un productor con nivel medio de tecnología y venta de producción en predio, indicaban un margen neto de $3.870.000/ha, aproximadamente. La repartición ministerial no maneja cifras de rentabilidad de las exportadoras. Debe tenerse en cuenta que los mejores productores en nuestro país logran rendimientos de 20 t/ha o más, pero también que la sequía y problemas de salinidad han bajado notablemente la productividad en algunas zonas.

Sí está claro que el retorno a un productor por la venta de palta Hass en Chile es similar a lo que obtiene por la exportación.

–Las exportadoras –comenta Alarcón– cumplen un gran rol en eso: si toda la palta quedara en el país, no se obtendrían precios atractivos. Si nosotros no pagamos el precio que da la exportadora, el productor prefiere enviar al extranjero. Y a la exportadora le ocurre lo mismo: si no le pagan

LITORALPRESS

Fecha: 31-10-2023
Medio: Revista Redagrícola
Supl. : Revista Redagrícola
Tipo: Noticia general
Título: **Chile, super consumidor de paltas**

Pág. : 33
Cm2: 344,3
VPE: $ 643.241

Tiraje: 9.000
Lectoría: 18.000
Favorabilidad: No Definida

el precio del mercado interno, el agricultor elige este último.

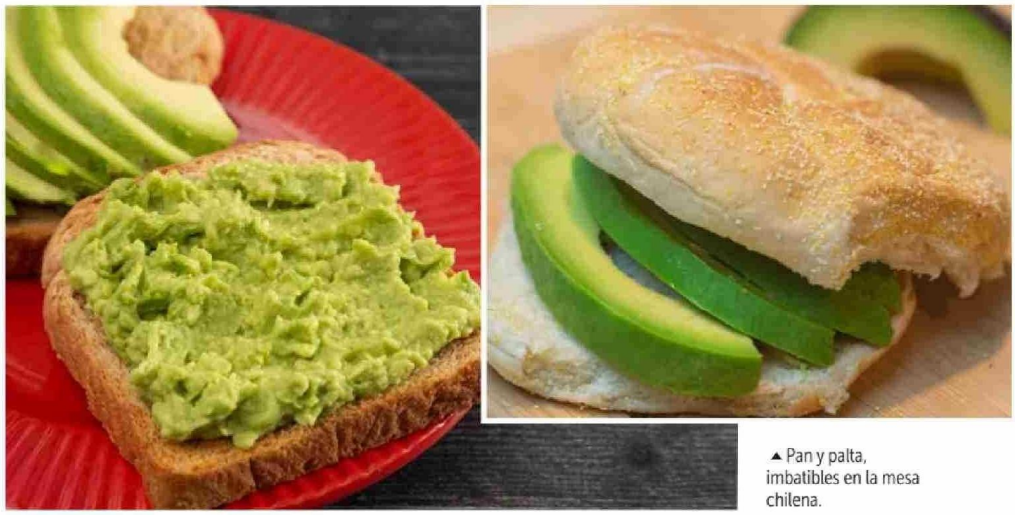
–Los precios corren paralelos, porque de lo contrario no existen incentivos de pasarnos fruta a las exportadoras –corrobora Gonzalo Gajardo, de Subsole–. Sin embargo, a partir de la semana 52, más o menos, el valor en el mercado doméstico empieza a subir. Hoy, con el dólar a 890 pesos, conviene exportar. Pero en años anteriores, ante la crisis logística, fletes navieros altos, deficiencias en el servicio de las navieras, etc., el retorno libre a productor era mejor con la venta acá que en el exterior.

El precio interno puede variar de año a año, según la época y el origen, llegando en ocasiones a ser muy atractivo. Por ejemplo, en 2022 Subsole pagó hasta $4.000/kg por "palta vieja" (cosecha tardía).

–No existe un supermercado afuera que te entregue un retorno de 5 dólares por kilo– sentencia Gajardo.

El gerente de Bagno cree que la comercialización interna ha sido muy gravitante para el productor:

–Hace 30 años las exportadoras tomaban la fruta a consignación y esperaban el retorno para cancelar el precio final. Ahora algunas se han visto en la necesidad, en ciertas épocas, de acordar un precio fijo o garantizar un mínimo. Por otra parte, el precio es un factor importantísimo, pero no el único. La oportunidad en el pago y en el retiro de la fruta, el hecho de que le compren toda su oferta durante todo el tiempo que está cosechando... El productor no puede distraerse del manejo del campo viendo a quién le va a vender, por eso muchos negocian con anticipación. Aunque si alguien se decepciona después de vender la fruta porque recibió el peor precio del barrio, al año siguiente va a buscar otra opción.



▲ Pan y palta, imbatibles en la mesa chilena.

LA ÉPOCA DE LA PALTA IMPORTADA

De mayo a agosto, baja la cosecha en Chile, la producción local se acerca a cero, indica Gabriel Alarcón. En esa

LITORALPRESS

Fecha: 31-10-2023
Medio: Revista Redagrícola
Supl. : Revista Redagrícola
Tipo: Noticia general
Título: **Chile, super consumidor de paltas**

Pág. : 34
Cm2: 697,8
VPE: $ 1.303.466

Tiraje: 9.000
Lectoría: 18.000
Favorabilidad: No Definida

1

2

1. 'Palta molida', busca diferenciarse por calidad de la 'pulpa de palta'.

2. Más del 90% de la palta importada viene de Perú.

época ingresa la mayor cantidad de palta importada, y en marzo-abril coexiste el producto importado con el nacional. Opina que la proporción nacional/importado se ubica en torno a un 55/45.

La información de Odepa señala que en 2021 se importaron 71.465 toneladas; en 2022, 59.051 t, y de enero a julio en 2023 ya iban 53.830 t. Sobre el 90% del volumen proviene de Perú. Javiera Pefaur anota que el mercado doméstico ha variado de consumir palta en forma estacional, a un consumo durante todo el año, y por ello las importaciones de palta, más allá de variaciones de un año a otro, presentan una tendencia al alza.

El gerente comercial de Bagno piensa que hubo un cambio sustancial cuando Chile autorizó la importación de palta desde Perú hace casi una década, porque permitió la continuidad del consumo. En su empresa ese país es el mayor proveedor externo, pero han traído palta de muchos otros, entre ellos México, Colombia, EE UU y Argentina.

–La palta es uno de los frutos más multiorigen; por ejemplo, hay 10 países enviándola a Europa –observa Gonzalo Gajardo–. Pero en Chile existe un público maduro que distingue la calidad de la palta nacional, y si hay no va a comprar otra.

Sin embargo, como ya se dijo, el abastecimiento local no es suficiente y Subsole suple la carencia desde Perú en algunos meses. Luego de incorporarse a la norteamericana Frutura, la empresa tiene un vínculo con una gran compañía productora en Ica, Agrícola Don Ricardo, perteneciente al mismo conglomerado.

–Existe una percepción del cliente –plantea Matías Reeves– de que la palta importada es diferente. No obstante, Perú ha mejorado enormemente su calidad. Se han dado cuenta de que así el producto se va a mover rápido y lo van a volver a comprar. El estándar mínimo del Comité de la Palta chileno es bastante exigente, 24% promedio. La última palta peruana, de Ica y Arequipa, tiene 27-28%.

El problema para los vecinos del norte –observan los gerentes de esta empresa– es que la cosecha parte en la sierra con paltas de muchos productores pequeños, que se mezclan en los contenedores. Ello hace difícil estandarizar en el proceso de maduración en destino. Después, cuando inician los grandes campos desde Piura a Arequipa, sí se logra una calidad homogénea.

ESTACIONALIDAD DEL MERCADO

En Subsole inician la exportación de la palta desde Chile hacia las semanas 32-33 y en la 52 cambia el foco a la venta interna. A mediados de febrero ya prácticamente han dejado de exportar.

En el verano se da un despertar del consumo: la palta ha alcanzado un alto porcentaje de aceite que la hace muy apetecible y la gente busca una alimentación más saludable, con más ensaladas y productos frescos.

La palta se puede mantener bastante tiempo en el árbol después de haber alcanzado una condición de cosecha, lo que da flexibilidad a los agricultores para elegir el momento de venta. Eso estabiliza el suministro. Con todo, hay que hacer un muy buen manejo agronómico para atrasar la cosecha a la época de mejor precio, ya que el huerto se debilita, se inhibe la floración e impacta negativamente el rendimiento de la siguiente temporada.

–El último año logramos 365 días de palta chilena, con un esfuerzo muy grande –menciona Matías Reeves–. Las zonas más costeras y más al sur sacan palta sin problemas hasta marzo, e hicimos negociaciones para estimular económicamente la cosecha tardía de 'palta vieja', y terminamos en junio. También en la parte temprana, hacia el norte, en el valle central, midiendo materia seca y analizando bien los huertos, se pudo empezar la 'palta nueva' en julio, logrando el traslape. Esto no significó abastecernos por completo: en forma paralela importamos palta peruana, informando del origen a nuestros clientes.

EL PRECIO VARÍA CONSIDERABLEMENTE

–Si bien los precios están siempre cambiando y pueden ser muy distintos de un año a otro –recalca Gabriel Alarcón–, hay una tendencia. Los de la palta chilena van de menos en enero, a más en junio con una Hass vieja. Después parte la nueva cosecha, en agosto, desde un valor mediano, y empieza a bajar de octubre a diciembre, cuando hay más disponibilidad. Los calibres grandes de Hass pueden moverse en un rango de 2.000 a 4.500 pesos a productor; la palta peruana hasta un 40% menos, el año pasado tuvimos semanas por debajo del dólar.

En marzo-abril, periodo de coexistencia de la palta importada con la nacional, esta última obtiene precios

Javiera Pefaur, Odepa.

Gabriel Alarcón, Bagno

LITORALPRESS

Fecha: 31-10-2023
Medio: Revista Redagrícola
Supl. : Revista Redagrícola
Tipo: Noticia general
Título: **Chile, super consumidor de paltas**

Pág. : 36
Cm2: 513,1
VPE: $ 958.482

Tiraje: 9.000
Lectoría: 18.000
Favorabilidad: No Definida

Gonzalo Gajardo, Subsole.

Matías Reeves, Subsole.

3. La palta se puede mantener bastante tiempo en el árbol después de haber alcanzado una condición de cosecha.
4. Los clientes interesados solo en la pulpa son grandes compradores de paltas con defectos cosméticos.

superiores porque tiene una alta materia seca, en tanto la de la importada es baja, explica el gerente comercial de Bagno. Y agrega: a igualdad de materia seca, el sabor de la palta peruana no es el mismo, el consumidor lo percibe.

Odepa también detecta diferencias de precios entre la palta importada y la de origen nacional, en mercados mayoristas. Para la variedad Hass, el valor del producto importado aumenta cuando disminuye la oferta nacional. Al contrario, en plena época de cosecha de la palta nacional, el precio de la importada disminuye, o incluso no se comercializa, retomando en los meses sin o con reducida producción interna, es decir entre abril y agosto.

Tampoco es igual el producto de los diversos países de origen:

–La palta mexicana y la colombiana vienen de climas más húmedos –constata Alarcón–, por lo tanto resisten menos tiempo en poscosecha. Es una fruta difícil de trabajar pero de excelente sabor si se consume en un tiempo breve después de arribada. La palta peruana tiene mayor durabilidad, es de muy buena calidad en cuanto a su empaque, a su aspecto cosmético, los peruanos han hecho un trabajo muy profesional.

De acuerdo al gerente comercial de Bagno, el producto peruano comienza en marzo un poco más caro para bajar fuertemente en mayo, junio y julio. Los volúmenes son muy grandes y a veces llegan a saturar sus principales mercados de destino, EE.UU., Europa y Asia. Se produce un rebalse que llega a Chile y afecta el valor de venta.

Entre zonas chilenas, asimismo, hay distinciones asociadas a los precios:

–La palta costera es físicamente más redonda, menos alargada que la palta de cerro –comenta Matías Reeves–. En el mercado mayorista tiene menos aceptación. Recibe buenos precios en el 'retail' pero no tan buenos en el mayorista.

SUPERCONSUMIDORES

Los entrevistados de Subsole hacen notar dos aspectos: uno, las tendencias no garantizan una regularidad absoluta, en ocasiones el valor del producto se vuelve inestable. Por ejemplo, en 2022 hubo un alza de precios a mediados de febrero en que el mercado se activó sin que hubiera el abastecimiento suficiente; luego retornó a lo normal. El otro, una cierta inelasticidad en la demanda de un grupo importante de personas, que no deja de comprar aun cuando el costo aumente.

Después de México, Chile es el segundo país con mayor consumo de palta en el mundo, con 9 kg/persona/año, luego vienen Israel, Australia, Nueva Zelanda y EE.UU., informa Gonzalo Gajardo.

Pero ese promedio encubre la existencia de un especial tipo de clientes:

–Cuando la palta supera un umbral de precio –verifica Gabriel Alarcón–, los "supersonsumidores" la siguen comprando todas las semanas. Hay superconsumidores que llegan a 50 kg de palta per cápita/año. Todos los días comen por lo menos una unidad, les gusta la alimentación saludable, pagan más por tener el producto siempre disponible. El precio no determina su compra, sino la calidad. No obstante, creemos que hay cientos de miles de superconsumidores potenciales para quienes sí el precio es una limitante.

–La palta está incorporada a la dieta –dice Matías Reeves–, en el completo, en el churrasco, en la hamburguesa... Consumimos mucho pan, al pan hay que echarle algo, y la palta hace mucho más bien que la mantequilla, el jamón y el queso.

VARIEDADES SE VEN OPACADAS POR LA REINA

–En Chile hay muchas variedades de palta –verifica Matías

LITORALPRESS

Fecha: 31-10-2023
Medio: Revista Redagrícola
Supl. : Revista Redagrícola
Tipo: Noticia general
Título: **Chile, super consumidor de paltas**

Pág. : 37
Cm2: 348,0
VPE: $ 650.034

Tiraje: 9.000
Lectoría: 18.000
Favorabilidad: No Definida

Reeves–: Fuerte, Edranol, Negra de la Cruz, Mexícola… Son todas buenas. Tienen épocas de cosecha distintas. Una palta Fuerte bien terminada no tiene nada que envidiarle a una Hass.

Aun así, esta última campea en las preferencias. De acuerdo a los registros de Odepa de los últimos cinco años en los principales mercados mayoristas de Arica a Puerto Montt, el volumen transado de Hass ha ido en aumento. Si en 2018 concentraba el 80%, en lo que va corrido de 2023 representa un 95,5% del total de palta comercializada.

–En alguna época en Chile hubo 60 tipos de paltas, pero han ido perdiendo relevancia –testimonia Gabriel Alarcón–. Estimamos que llegan a unos 10 a 15 millones de kilos, incluyendo las variedades polinizantes. Se distribuyen mayoritariamente en mercados mayoristas. Nosotros las vendemos, pero representan el 1% de nuestro volumen. En el país reina la palta Hass, por lejos.

Entre las características más apreciadas por los chilenos, indica Javiera Pefaur, está la cremosidad y el contenido de aceite, lo que ha dificultado la entrada de variedades que no cuentan con estos atributos.

FORMAS Y VÍAS DE VENTA

Hoy la palta que se vende en supermercados corresponde a un producto de exportación, no hay diferencia con lo que se envía afuera, subraya Matías Reeves. Pero también están las otras paltas: con pulpa probablemente impecable, pero más pequeñas, de forma inadecuada, con problemas de coloración u otros detalles. Esas van a parar al sushi, al restorán, a las fuentes de soda, al 'food service'.

Subsole ha desarrollado una variedad de productos; por ejemplo, la fruta lista para comer de inmediato, premadurada, acondicionada en una cámara de temperatura, homogénea. La tecnología permite segregar la palta para hoy, para 2 a 3 días, para 4 a 5 días. Los productos van enmallados en distintos gramajes. También entregan palta a granel, considerando a la gente que prefiere elegir.

Hay supermercados que abrieron una oferta de productos "casi perfectos", señala el gerente comercial de Bagno:

–Realmente está bien dicho, porque si bien la estética es importante, lo más relevante es lo que va por dentro. Solo debe tener el precio correcto para llegar al mercado objetivo.

De acuerdo al mismo entrevistado, la forma común de clasificación por tamaño de la fruta en Chile corresponde a extra, primera, segunda, tercera, cuarta,

LITORALPRESS

Fecha: 31-10-2023
Medio: Revista Redagrícola
Supl. : Revista Redagrícola
Tipo: Noticia general
Título: **Chile, super consumidor de paltas**

Pág. : 38
Cm2: 654,3
VPE: $ 1.222.310

Tiraje: 9.000
Lectoría: 18.000
Favorabilidad: No Definida

¿Por qué consumimos tanta palta?

Andrés Silva, Universidad San Sebastián.

Entre los aspectos que determinan el alto consumo de palta en Chile, Andrés Silva Montes, investigador, Ph.D., de la Escuela de Nutrición y Dietética de la Universidad San Sebastián, menciona:

–Es una fruta arraigada en nuestra cultura, muy del gusto del consumidor. Además resulta conveniente, se puede partir, pelar y consumir rápidamente. La semilla es fácilmente separable de la pulpa. También ha aumentado la disponibilidad fuera de estación; hoy en día se ofrece todo el año. Es versátil, puede encontrarse tanto en platos preparados, como sushi o ensaladas, y en sándwiches. Se suma el ser calificada de superalimento, por sus beneficios para la salud.

La palta responde bien a los cambios en el estilo de vida en Chile y otros países del mundo. Hay cada vez más hogares unipersonales, que se comportan de manera distinta a los pluripersonales. La gente que vive sola no quiere cocinar al volver a casa. Incluso, puede resultarle más caro que comprar un plato preparado. Los análisis liderados por Andrés Silva, sobre la base de los datos de la Encuesta de Presupuestos Familiares del INE, muestran que la disminución de las compras de frutas y verduras está asociada al aumento de los hogares unipersonales.

Cada vez las personas saben menos cocinar, no quieren estar pelando, picando ni ensuciando implementos de cocina. La palta tiene un "formato" adaptado a estas condiciones: se puede comprar por unidad, se procesa sin esfuerzo, no requiere cocción, sirve para hacerse un sándwich o para comerla sola, ya madura se mantiene bien en el refrigerador, es apetecible y saludable. Adicionalmente, al momento de comprarla, se puede predecir con relativa seguridad la calidad que tendrá al momento de consumirla.

En cuanto al ser un producto "caro", Andrés Silva dice:

–La palta, en el periodo del año que se produce en Chile, no es necesariamente más cara que otras frutas y verduras de consumo habitual. Cuando preguntamos a la gente la razón para no comer más frutas y verduras, responde de manera automática: por el precio. Pero las frutas y verduras que más compran no son las más baratas. Caramente el costo no es el único factor que se toma en cuenta. En Chile, la fruta más consumida se importa: el plátano. Y no es necesariamente la más barata. Las personas nos dicen que la conveniencia, calidad predecible y atributos saludables son determinantes para explicar su consumo. Hasta cierto punto, la palta comparte esos tres atributos.

precalibre y descarte. Además se usa categoría 1, sin daño o defecto; categoría 2, con defectos leves, y descarte con problemas significativos.

Otra forma de venta es la pulpa de palta, prácticamente toda importada, asegura Gabriel Alarcón:

–La materia prima nacional es muy cara comparada con la de otros orígenes. Se deben transar unas 100 toneladas al mes, un 1 a 2% del consumo. Bagno también tiene una línea de 'palta molida'. Le hemos puesto así porque queremos diferenciarnos de la pulpa importada. Es mejor, 100% palta chilena. Se destina a 'food service' y 'retail'.

UNA FUERTE COMPETENCIA INTERNA

El mercado interno de la palta se distingue por su alto nivel de competencia. Participan exportadoras, como Propal, Baika/Fruchac, Subsole, Agricom/Westfalia, pero también compañías orientadas netamente al mercado interno, como Bagno, Cami y numerosas empresas medianas, pequeñas o micro.

–Hay 100 o 200 comerciantes más, que tienen su camioncito, recolectan fruta donde la cosechan y la venden –precisa Gabriel Alarcón–. En cuanto a clientes, Bagno provee a todas las grandes cadenas de supermercados; cadenas de comida rápida, grandes y chicas; clientes mayoristas; centros de abastecimiento de ciudades grandes, y sucursales propias también. Comercializamos del orden de 20 millones de kg/año. Nosotros encargamos un estudio de mercado donde se detectó que más del 80% del consumo ocurre fuera de los supermercados: 56% en ferias y 25% en negocios de barrio, minimarket, verdulerías…

El abastecimiento chileno de Bagno proviene en un 80% de compra directa a productores grandes, medianos y pequeños, y un 20% de exportadoras.

Subsole vende a supermercados (70%), mayoristas y minoristas (venta 'on line' o telefónica y entrega semanal en Isla de Maipo). Matías Reeves estima que en Chile el 35-40% de la palta va a supermercados que llegan directamente al consumidor final; el 60-65% restante se dirige a mayoristas, como Lo Valledor, la Vega Central, similares y distribuidores de paltas en las distintas ciudades, los cuales tienen su canal de venta a través de minoristas.

PROYECCIONES, SUSTENTABILIDAD, INOCUIDAD

–En Odepa no se manejan datos de proyecciones de precios, producción ni comercio exterior –especifica Javiera Pefaur–. Sin embargo, se evidencia una tendencia por el aumento de los volúmenes transados en los mercados mayoristas, que registran un alza en el último lustro de 20%, junto con las importaciones que han crecido más de 500% en el mismo período, pese a que la superficie ha disminuido 10,8% entre 2012 y 2022.

Para Gabriel Alarcón, el mercado se encuentra bastante maduro y, de mantenerse los niveles de precio, ve poco espacio para un aumento del consumo, ya muy alto. Si los valores bajaran, subiría la demanda pero desincentivaría la oferta porque los costos de producción son elevados, y se ha encarecido toda la cadena de valor, logística, trabajo de calibración, selección de la fruta, así como la energía y la mano de obra. Tampoco se visualiza un mayor poder adquisitivo que impulse el consumo.

Aparte de los atributos organolépticos y de la apariencia, Alarcón recalca la preocupación por el aspecto sanitario y la inocuidad. "Hay una trazabilidad que nos exigen y que nos interesa tener", declara. Solo trabajan con productores certificados que cumplan con toda la normativa ambiental, "la palta chilena está muy profesionalizada, lo mismo que el uso del agua", puntualiza.

–Es importante que la industria, como gremio, esté junta –postula Gonzalo Gajardo–, para enfrentar la mala imagen que se ha hecho por el tema del agua, ataques que se reciben a diario, sobre todo en época de elecciones. Debemos informar cuál es el verdadero uso en comparación con otros productos (carnes, pollos, productos agrícolas, bluyines). Hay que divulgar que el palto como bosque perenne tiene huella de carbono positiva, y que un alto porcentaje de agua del palto se devuelve al ecosistema. **Ra**