

La campaña se extiende, en muchos casos, hasta fines de agosto

Kiwi 2025: una temporada marcada por menos fruta, pero mejores calibres

2025 está marcado por un 10% menos de kiwis. Sin embargo, ese descenso productivo está contrarrestado porque la de este año se trata de fruta de una mejor calidad. La temporada, al igual que en 2024, se presume más extensa -finales de agosto e inicios de septiembre, en algunos casos-, porque las exportadoras han buscado extenderla, proyectando una buena salida y precios para la fruta tardía, sobre todo en EE UU y en países de América Latina.

POR RODRIGO PIZARRO YÁÑEZ



Extender la temporada. Ese es la estrategia que están manejando las diferentes exportadoras de kiwi esta temporada. Y lo han hecho así para cumplir con un doble objetivo: Por un lado, aprovechar los buenos precios que se han proyectado con la fruta tardía y, por otro, así se evita generar un impacto negativo en el mercado.

“Al extender la temporada no tendremos una saturación de fruta”, dice Erick Farías, especialista de calidad y poscosecha kiwi y ciruela de Copefrut. “Así, vamos entregando la fruta de buena forma, sin generar un impacto negativo, que es cuando los mercados están saturados de fruta” añade.

Y es que, tradicionalmente se ha embalado mucha fruta al inicio de la temporada, porque se está empezando a abastecer el mercado con fruta chilena. “Sin embargo, a medida que va transcurriendo la temporada, debemos ir bajando esa intensidad, porque se corre el riesgo, por ejemplo, de saturar a un mercado con fruta y eso, comercialmente, no es positivo”, explica Farías, sobre algo que no es un tema particular de Copefrut, sino que otras importantes exportadoras del país están siguiendo ese mismo modelo, que apunta a achatar el abastecimiento de fruta, no tener ‘peaks’ tan pronunciados de fruta en los mercados y extender ese abastecimiento hacia las puntas.



La fruta embalada en clamshell tiene como destino EE.UU.

“Antes, en esta planta, terminábamos la primera quincena de agosto, pero hoy nos hemos ido atrasando con los embalajes y esperamos finalizar a finales de agosto”, cuenta, porque se esa forma pueden aprovechar los precios para la fruta tardía en EE.UU. y algunos países de América Latina.

Concretamente, esta temporada se están procesando entre 100.000 y

110.000 kilogramos por turno. Es decir, entre 260 y 280 bins por turno. “Siempre al inicio de la temporada trabajamos a doble turno. Sin embargo, este es un año especial porque, como tenemos el objetivo de alargar lo más que podamos el embalaje de fruta, este año estamos trabajando con un solo turno”, cuenta Farías.

A finales de junio, en una visita a la planta de Copefrut, se estaba embalando fruta en diferentes formatos, y para diferentes mercados.

Aquel kiwi con forma abanicada se embalaba para América Latina, concretamente para Brasil, Perú y Ecuador. “Hace dos años esa fruta se embalaba para el mercado nacional, pero hoy los comerciales le han ido buscando espacios a este tipo de frutas en diferentes mercados”; mientras que la fruta en clamshell tenía a EE.UU. como destino principal. “En este caso, se trata de fruta de calibres más pequeños y es visto como un producto de mucha rotación en los supermercados”, precisa Farías. También se estaba procesando fruta para México y España, mercados que prefieren calibres más grandes. E incluso para un supermercado sueco, que maneja un



La fruta se va embalando de acuerdo a los instructivos de las áreas comerciales de las exportadoras.

Ventajas y desventajas del acondicionado

Al bloquear el etileno, el 1-MCP impide que una fruta como el kiwi se ablande y madure rápidamente. “Es una tremenda herramienta porque nos permite alargar la temporada y programar las ventas”, afirma Karen Solís. “Nosotros, que tenemos un gran volumen en atmósfera controlada, llegamos sin problemas con fruta hasta septiembre. Como desventaja, cuesta que la fruta temprana llegue a su madurez, pero no así aquella fruta que enviamos a mercados más lejanos. Nosotros hacemos programas de maduración y esto ayuda mucho cuando tenemos fruta con 1-MCP”, explica la agrónoma de Dole. De acuerdo a Rosario Cuevas, el uso de 1-MCP dependerá de los objetivos de la empresa en cada momento de la temporada. “Fruta con buena condición reacciona bien al 1-MCP, pero en una fruta que no tienen una condición tan buena, hay que analizar su uso”, sostiene.

volumen grande durante toda la temporada.

Esta temporada, en Copefrut se está embalando el 90% de la fruta, de todas las categorías y todos los calibres. “Estamos embalando casi 3 puntos más que la temporada anterior, con las mismas categorías”, apunta Farías y añade que la curva de calibres ha estado mejor este año, “con el 38% de la fruta en la serie 20”, precisa.

FRUSAN, 170.000 KILOS AL DÍA

170.000 kilos de fruta por turno, en una labor que se inicia en abril y concluye en agosto, por turno.

“El kiwi lo vamos sacando de acuerdo al instructivo de embalaje que nos envía el área comercial. Vamos procesando y embalando la fruta de acuerdo a los diferentes mercados que nos van pidiendo”, dice Sebastián Vidal, supervisor de Calidad de la Planta Chimbarongo de Frusan, sobre un proceso que concluye con la salida diaria de un promedio de tres camiones.

En cajas de diferente peso, en bandeja, en clamshell... La fruta se va procesando de acuerdo a las exigencias de cada mercado. Sin embargo, antes de llegar a la mesa de embalaje, la fruta pasó por una cadena de embalaje que incluye el vaciado, despedido, fumigación, calibración y selección de la fruta.



Karen Solís Nuñez.



Rosario Cuevas.



Sebastián Vidal.



Erick Farías.

¿Los productores se deben involucrar en el procesamiento de la fruta?

Cosechar la fruta y entregarla para su procesamiento. ¿Hasta ahí se deben implicar los productores? Idealmente no, coinciden las especialistas de Dole y Subsole.

"A mí me gusta que los productores vengan a ver el proceso, porque ven la realidad de su fruta. En general, los productores más grandes son los que están más presentes, pero el más pequeño se desliga un poco", dice Karen Solís, añadiendo que hay temas importantes que podrían observar durante el proceso, por ejemplo, cuáles son los principales defectos de la fruta o cuáles son los porcentajes de fruta de Cat 1 y Cat 2, entre otros.

"Es importante que vean lo que estamos haciendo y qué aspectos se pueden mejorar en campo para llegar con una fruta exportable", sostiene Solís. "Tenemos muy pocas visitas al paking y es importante para que conozcan la realidad de su fruta en la línea", subraya Rosario Cuevas.

"La selección se hace en un primer paso, a mano, con personal que ve los defectos de la fruta, pero luego es una selectora automática la que va segregando la fruta, detectando aquella fruta blanda, con machucones, con defectos externos, fruta de diferentes formas (plana, cuadrada, abanico...), fruta con pedúnculo. La máquina muestra en tiempo real los porcentajes de cada uno de los defectos de la fruta", explica Vidal.

ENTENDER QUÉ QUIEREN LOS CONSUMIDORES

Pero, ¿qué fruta se está consumiendo en los mercados? Euro-

pa es un mercado importante y a las producciones italianas se han sumado españolas, griegas y portuguesas. En EE UU, se está viendo en las góndolas de los supermercados los clamshells con recetas de cómo comer la fruta, mientras que en México el gran consumo de kiwi es en batidos o a través de repostería.

Aumentar el consumo es clave y, en algunos casos, enseñar al consumidor a cómo comer esta fruta, también. "En cuanto a las promociones, en EE UU hemos hecho acciones con influencers y expertos en nutrición. En India, al revés de lo que ocurre en el mercado americano, solo el 8%

de las ventas son en supermercados. Por ello es que estamos poniendo foco en el distribuidor y también nos estamos abriendo al mundo de los influencers. En India la venta 'on line' es difícil, pero está creciendo en EE UU, sobre todo de la mano de los consumidores más jóvenes, motivados por los influencers", explica Carlos Cruzat, presidente del Comité del Kiwi.

Sobre la venta en los mercados más evolucionados, Cruzat precisa que en EE UU es venta en 'retail', mientras que en Europa un importante porcentaje de la fruta se vende en fruterías de barrio. En Reino Unido, las ventas son en 'retail' y tiendas especializadas, pero de fruta de calibres más pequeños. ¿En India cómo se come? Dos operaciones de los mercados más evolucionados. En EE UU es venta retail, en Europa frutería chica de barrio, UK frutos más chicos.

El principal desafío que tienen las exportadoras es lograr una fruta de calidad y, además, tener la capacidad de procesar la fruta para llegar al punto de venta de manera constante.

2025, MENOS FRUTA, PERO DE MEJOR CALIDAD

Dole, en 2024 fue la principal exportadora de kiwis del país. Esta temporada tienen proyectado embalar unas 10.000 toneladas de fruta que, en su mayoría proviene de productores terceros.

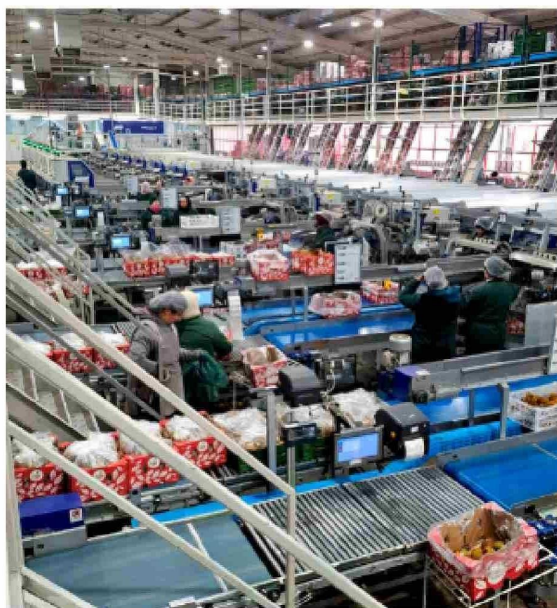
"En Dole, como compañía, nos preocupamos de maximizar los rendimientos del productor,

para lo cual tenemos una amplia cartera de mercados, incluyendo el 'retail' nacional. Bajo este concepto, se realiza una programación de guarda cada temporada, en conjunto con el área técnica y comercial", explica Karen Solís, agrónomo de planta de Dole Molina en una de los episodios del "Viernes del Kiwi", el podcast organizado por el Comité del Kiwi y Redagráfica, donde especialistas de este sector analizan lo que está pasando durante la temporada.

Para Solís, esta ha sido una temporada de muy buena fruta. "Tenemos buena materia seca, con un promedio de 16,6% y también de sólidos solubles, con un promedio entre 6,2 y 6,4; lo que nos permite llegar con una fruta con un buen sabor", precisa, añadiendo que en Dole trabajan para llegar entre 140 y 160 días con fruta de guarda. "Como la materia seca es mejor esta temporada, eso nos ha permitido hacer una proyección de poder tener la fruta por más tiempo".

En cuanto a los calibres, la experta comenta que se ha visto una curva muy similar a la temporada pasada, pero visualmente se ve un kiwi más pequeño. "Como tenemos buena materia seca, el kiwi está más pesado, pero cada productor es un mundo".

Rosario Cuevas es encargada de calidad y poscosecha de kiwis y cerezas de Subsole, coincide Solís respecto de los calibres de la fruta esta temporada. "Vemos calibres similares a la temporada pasada, concentrado en la serie de los 30, aunque sí tenemos un 5% más concentrado en la serie de los 40. Hemos hecho mediciones y comparaciones con la temporada pasada y este año tenemos un 0,9% más de materia seca, llegando a un 17%", precisa la encargada de una empresa, Subsole, que esta temporada proyecta embalar 5.800 toneladas de kiwis, de similares características que la fruta cose-



La temporada 2024/25 se alargará hasta agosto y, en algunos casos, hasta septiembre.



Proceso de palletización de las cajas embaladas. Las de la foto tienen como destino México.

chada y embalada en 2024.

“La forma de la fruta este año ha sido muy parecida a 2024. Lo mismo ha pasado con los sólidos solubles y las presiones. Partimos con un poco más de libras y vino una curva a la baja, pero luego se estabilizan”, precisa Cuevas, añadiendo que este año hubo una menor presión de pudrición peduncular, “aunque sí hemos visto pudriciones por heridas”.

Pero, ¿cómo mantener a raya y otros problemas o defectos que trae la fruta? “Tenemos que poner mayor énfasis en las cosechas y transmitir eso a los productores”, afirma Cuevas. “Trabajamos con muchos productores y hay colores distintos, materias secas distintas, formas distintas y en este punto la historia del productor cuenta mucho”, sostiene Solis. **Ra**



Selección automática de la fruta en la planta de proceso de Frusan, en Chimbarongo.