

LA INDUSTRIA DE LA PALTA EN CHILE

Christian Magdahl Spiess

Ingeniero Agrónomo

Pontificia Universidad Católica de Valparaíso

Sociedad Gardiazabal y Magdahl Ltda.

Introducción

El fuerte desarrollo que ha mostrado la industria de la palta chilena se basa principalmente en una situación de mercado muy atractiva y a que las condiciones de cultivo en Chile son muy favorables. Esto ha hecho que Chile sea actualmente el tercer productor y el primer exportador de palta en el mundo. A nivel nacional, con posiblemente más de 27.000 hectáreas plantadas en la actualidad, es el tercer frutal en importancia, mostrando consistentemente un alto dinamismo y estimándose en más de 2.500 las hectáreas nuevas plantadas sólo este año. Esto se demuestra también en la oferta y exportación de paltas que ha crecido de 2,7 millones de cajas exportadas en 1999 a más de 10 millones estimadas para esta temporada. El violento aumento de la oferta, altamente concentrada en el mercado de EEUU, ha ido acompañada de un aumento en el consumo, lo que ha significado una mayor estabilidad de precios de la que se podría esperar, y es este creciente consumo uno de los principales factores que ha apoyado nuestro continuo crecimiento como industria y es clave para nuestro futuro.

A nivel de producción Chile presenta claras ventajas para la producción de paltas. La condición climática mediterránea seca, la calidad y disponibilidad de agua y suelos, la alternativa de cultivo en altas pendientes, la baja incidencia de plagas y las buenas condiciones para la producción de fruta de alta calidad y buena condición son factores importantes a considerar. Adicionalmente, la capacidad empresarial, técnica y de gestión en Chile han sido la base para el éxito hasta ahora alcanzado.

El objetivo de esta presentación es el revisar las características más relevantes de nuestra industria, analizar el cómo está cambiando y qué factores consideramos relevantes en relación a nuestra posición competitiva en los mercados y, finalmente, plantear los desafíos que se nos presentan para seguir gozando del éxito hasta ahora alcanzado.

La Industria Chilena en Números.

La industria de la palta en Chile ha mostrado una fuerte y constante expansión desde mediados de la década de los ochenta, con un ritmo de plantación superior a las 1.500 hectáreas anuales

promedio en los últimos diez años (CUADRO 1). Para el año 2002 la superficie nacional alcanzaba las 21.900 hectáreas (CIREN) y estimamos que este año se superarán las 27.000 hectáreas plantadas.

CUADRO 1. Evolución de la superficie nacional plantada con paltos (en miles de hectáreas).

AÑO	1980	1985	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
Sup.	6,2	7,1	8,2	12,1	13,3	16,8	18,3	20,3	21,2	22,3	23,4	25,1*	27,6*

Fuente: CIREN, ODEPA, FEDEFRUTA

* Estimado

Las plantaciones de paltos en Chile se concentran en la Quinta Región con alrededor del 70 % de la superficie, sin embargo, también se observa un fuerte desarrollo en otras zonas tales como la Cuarta Región y la Región Metropolitana.

CUADRO 2. Distribución de la superficie de Paltos según Regiones.

Región	IV	V	RM	VI	Otras
Distribución	6 %	69 %	17 %	7 %	1 %

Fuente: Comité de Paltas, 2003

El fuerte crecimiento de la superficie nacional ha sido principalmente de la variedad Hass debido a que es la más importante a nivel de consumo nacional y para exportación. En la actualidad se plantan otras variedades principalmente como polinizantes de Hass (Edranol, Bacon, Zutano) o para abastecer el mercado nacional en períodos de menor oferta. Esto ha hecho que el fuerte crecimiento de la producción en los últimos años sea mayoritariamente de Hass, correspondiendo en la actualidad a más del 85 % de la producción.

CUADRO 3. Evolución de la producción nacional de palta Hass (en miles de toneladas).

AÑO	94	95	96	97	98	99	00	01	02*	03*	04*
Prod.	32	28	36	35	82	41	75	85	110	120	160

Fuente: FEDEFRUTA 2001

*Estimación

Si se observa el cuadro anterior se puede ver que desde el año 2000 el patrón de crecimiento ha sido bianual, con un año de fuerte crecimiento seguido de un año más estable. Esto se explica por el típico añerismo que presentan los paltos. En años “on” se suma la mayor producción a los aumentos de producción en huertos nuevos, mientras que en los años “off”, a pesar de una menor producción en huertos adultos, la producción de nuevas plantaciones hace

que aun se observe un aumento de la producción, aunque leve. Basados en los antecedentes de plantación y producción podemos hacer una proyección de producciones a futuro que muestra el gran potencial de producción que Chile tiene y los volúmenes que enfrentaremos en el futuro.

CUADRO 4. Estimación de la proyección del crecimiento de la producción nacional de palta Hass usando un criterio de aumento en base a porcentajes (*) y en base a volúmenes (**) usando datos de los últimos años.

AÑO	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Producción	85	110	120	160	180	230	250	315
Crecimiento % *	13,3	29,4	9,1	33,3	12	28	10	25
Producción	85	110	120	160	170	210	220	260
Crecimiento vol **	10	25	10	40	10	40	10	40

Es difícil el poder hacer una estimación de la proyección del crecimiento de la producción de palta Hass en Chile debido a la falta de estadísticas exactas a nivel de plantaciones y productividades. Sin embargo, si se toman las producciones de los últimos años, se pueden hacer proyecciones usando un criterio de aumento en base a los porcentajes de crecimiento de las últimas temporadas o usando el criterio de sumar los volúmenes adicionales en que se creció de los últimos años. Además, en este ejercicio consideramos el crecimiento con el efecto del añerismo que se ha observado. En base a estas estimaciones llegamos a que para el año 2006 la producción podría situarse entre 210 a 230 millones de kilos, y para el año 2008 entre 260 y 315 millones de kilos. Esto puede dar una idea de lo que la industria chilena y sus mercados podrían enfrentar en el corto plazo.

CUADRO 5. Producción mundial industrias no tropicales, año 2000 (toneladas).

PAIS	TONELADAS
MÉXICO	939.118
EEUU	164.500
CHILE	100.000
ESPAÑA	68.000
SUDÁFRICA	64.000
ISRAEL	53.400
AUSTRALIA	20.200
NUEVA ZELANDA	14.000

(Fuente: Crane, A. 2000 Conference Handbook, Australia)

A nivel mundial se pueden reconocer dos tipos de industrias de paltas. En países tropicales y subtropicales húmedos (Brasil, Indonesia, Colombia, Zona del Caribe) la producción de paltas

se concentra casi exclusivamente en variedades de raza Antillana, que producen frutas de gran tamaño, bajos contenidos de aceite y un fuerte aroma a anís. El consumo es distinto al de las razas guatemaltecas y mejicanas, que producen mayores niveles de aceite y cuyo consumo es el conocemos en Chile y también en Estados Unidos, Méjico, Europa y Japón. En este último tipo de industria Chile ocupa a nivel mundial el tercer lugar, detrás de México y Estados Unidos. Si embargo se espera que con el ritmo de plantación en Chile y los aumentos de producción proyectados alcancemos el segundo lugar, superando a Estados Unidos, para el año 2005.

De la producción nacional de palta Hass más del 75 % se exporta, estimándose este año volúmenes de exportación superiores a 120 millones de kilos. Actualmente el período de exportación es de Julio hasta Febrero, cosa que ha variado en los últimos años en que se ha ido adelantando las cosechas y las exportaciones comparado con la década de los 90, en que la palta Hass se empezaba a exportar en Agosto. En todo caso se puede considerar que la plena temporada va desde Agosto a Diciembre concentrándose los envíos en el mercado de Estados Unidos.

CUADRO 6. Distribución de embarques por temporada (en miles de cajas);

MES	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE	FEB	MAR	TOTAL
2000 / 01	0	67	810	838	1.191	1.308	556	172	24	19	4.985
2001 / 02	0	28	553	980	1.257	914	1.013	635	18	9	5.406
2002 / 03	0	105	909	1.192	1.543	1.488	1.363	1.098	145	4	7.846
2003 / 04	38	377	1.157	1.875	2.119	949	1.377	463	8	1	8.364

Fuente: ASOEX

CUADRO 7. Distribución de exportaciones según mercado de destino y año (en cajas).

AÑO	1999	2000	2001	2002	2003
EEUU	3.189.239	4.440.219	5.192.976	7.401.706	7.262.333
EUROPA	2.640	97.951	133.920	497.350	890.912
JAPÓN	0	2.720	0	1.423	30.294

Fuente: ASOEX

En los cuadros anteriores se puede reconocer que si bien Estados Unidos sigue siendo el mercado dominante, con casi el 95 % de los envíos en la temporada pasada, se está empezando a desarrollar el mercado Europeo y a futuro se espera poder desarrollar otros mercados. A esto nos referiremos más adelante.

Caracterización de la Producción de Palta Hass en Chile

Si se analiza el crecimiento de la superficie plantada de Hass en Chile se pueden reconocer, además de su fuerte expansión, tres tendencias que implican un cambio relevante. Una es el desarrollo de nuevas zonas de plantación, la segunda es la importancia de las plantaciones en cerros y la tercera es el cambio en el diseño y manejo técnico de los huertos, que se puede ver en el uso de nuevos portainjertos, altas densidades y de poda en su manejo, entre otras cosas.

Las Nuevas Zonas de Producción

Tradicionalmente las plantaciones de Hass en Chile se concentraba en zonas con influencia costera libres de heladas. Estas zonas son, por ejemplo, el valle de Quillota, la zona entre La Ligua y Cabildo, la parte baja del valle de Petorca, Mallarauco, etc. estas zonas se caracterizan por tener una baja incidencia de heladas (variable según la ubicación de los huertos), una acumulación térmica (horas sobre 12,5 ° C) de entre 1.000 a 1.300 horas al año y floraciones prolongadas (Octubre y Noviembre) con, a veces, temperaturas limitantes para cuaja (entre 12 a 24 días con condiciones adecuadas para cuaja en Octubre y Noviembre).

En los últimos años se ha visto cada vez con mayor frecuencia la plantación de paltos Hass en zonas atípicas, tales como en Los Andes, Panquehue, Petorca, El Palqui y Vicuña. Estas zonas interiores tienen una baja influencia costera, presentando temperaturas más altas, mayor acumulación térmica (de 1300 a 1800 horas al año), fechas de cosecha más tempranas y temperaturas durante la floración más favorables para la cuaja (entre 20 y 35 días durante la floración). Si bien el riesgo o incidencia de heladas en las zonas interiores es mayor, la plantación en cerros y en zonas protegidas ha hecho que este no sea un factor limitante.

Debido a la posibilidad de cosechar más temprano y a las condiciones más favorables para cuaja, el potencial de producción de estos huertos debiera ser mayor y debieran presentar un menor añerismo en la medida de que sean manejados correctamente.

La producción en estas nuevas zonas interiores es una de las razones por las cuales las cosechas y exportaciones se han ido adelantando en Chile. Si bien la ventana comercial más favorable para la fruta chilena, tanto en Estados Unidos como Europa, no es tan temprana, esta fruta permite empezar a marcar al menos una mayor presencia temprana en los mercados, además de poder empezar la exportación en el periodo más normal con frutas cuyos niveles de madurez y calidad son mejores.

Las Plantaciones en Cerros

Es difícil estimar qué proporción de la superficie nacional esta plantada en cerros o sectores de alta pendiente, pero claramente es este tipo de suelos los que más se están plantando en los últimos años. Posiblemente en la actualidad sobre un 40 % de la superficie nacional esta plantada en suelos con pendientes superiores al 20%.

Este tipo de plantaciones es cada vez más común debido a la disponibilidad y costo del suelo, el tamaño de las propiedades disponibles, las ventajas de clima y las experiencias exitosas previas. Además presenta otras ventajas, tales como una menor o nula incidencia de heladas y en general mejores temperaturas, tanto para cuaja como para el desarrollo de la fruta que se expresa en la posibilidad de alcanzar la madurez antes que sectores planos de la misma zona.

Sin embargo también presentan dificultades y limitantes. En muchos casos los suelos son poco profundos lo que, combinado con menores pendientes, hace que algunos huertos estén empezando a presentar problemas. La solución a esto ha sido el uso de camellones, ampliamente difundidos en la actualidad y que es un tema que se tocará en otra presentación. Otra desventaja de las plantaciones en cerro es el costo energético de la elevación del agua, el mayor costo de los equipos de riego y la mayor dificultad en algunas faenas tales como la cosecha y las aplicaciones foliares en caso de ser estas necesarias.

En relación a los costos de elevación del agua, se deben calcular tanto los costos directos como los indirectos de la electricidad y estos costos son lineales en relación a la altura de elevación. Considerando los costos actuales de electricidad y los requerimientos de agua de una hectárea de paltos adultos en la zona de Quillota (8000 metros cúbicos por hectárea al año) se deben considerar costos anuales de alrededor de 180.000 pesos por cada 100 metros de elevación. En zonas más calurosas, con requerimientos de agua mayores, estos valores debieran ser más altos. Sin embargo, es importante entender que en la medida que se pueda aprovechar más suelo para plantar y el tamaño de la propiedad sea mayor, el costo indirecto disminuye. Debido a esto normalmente el análisis que se hace es en base a un criterio incremental, es decir, el cuestionamiento es ¿ cuánta superficie se gana por cada metro de elevación y qué impacto tiene este incremento en los costos del proyecto completo?. Es así que existen proyectos en que se está elevando agua hasta cotas superiores a 500 m desde la fuente de agua, pero en que el nivel de elevación y costo ponderado de todo el proyecto es mucho menor. Es evidente que el diseño del equipo de impulsión y riego y la eficiencia del uso del agua son claves en este análisis. Además, es importante considerar los costos como costos

por kilo producido ya que, como mencionamos anteriormente, en muchos casos el potencial de producción en cerros, debido a las mejores temperaturas, puede ser mayor que en los planos.

Dentro de los otros costos que tiene el cultivo en laderas, como son la cosecha y posibles aplicaciones foliares, es casi obligatorio el manejar árboles más pequeños (y por lo tanto densidades de plantación mayores) y tener un diseño de caminos que permita un fácil acceso a cada árbol. También hay que considerar que el manejo de plagas tiene que tener un claro enfoque preventivo y que huertos de este tipo están expuestos a un mayor riesgo ante la entrada de nuevas plagas, como ha sido la triste experiencia de la industria de la palta de California.

Diseño y Manejo Técnico de Huertos

Como veremos durante este seminario, existen muchos cambios e innovaciones en el diseño y manejo de los paltos. En vez de presentar una sola “receta”, cada proyecto debe analizarse en forma individual, pudiéndose dar diferentes énfasis según la visión tanto empresarial como técnica y utilizando las distintas alternativas que existen. Lo importante es siempre considerar que la posición competitiva en cada caso esta dada, entre otras cosas, por el costo de producción por kilo y que el manejo técnico en el resultado que se logra.

En general podemos considerar que el rápido retorno de la inversión y el control del tamaño de los árboles son dos criterios muy importantes en el diseño y manejo de huertos y, además, que la productividad es en muchos casos más importante que el costo por hectárea en el momento de evaluar el potencial competitivo de una plantación expresado como costo por kilo.

La Comercialización de la Palta Hass Chilena

Como se pudo ver el CUADRO 7, el principal mercado de la palta Hass chilena es Estados Unidos, con más de un 75 % estimado del volumen total, seguido por el mercado nacional con alrededor de 25 a 30 millones de kilos. Europa y otros mercados no superan actualmente el 5 % de los envíos. Sin embargo, ante el fuerte crecimiento de la oferta chilena que se observa y espera en el futuro se están empezando a hacer mayores esfuerzos en el desarrollo de nuevos mercados, siendo Europa el que actualmente muestra mayor interés y que como tema se tocará en otro artículo.

Las Exportaciones a Estados Unidos

La alta concentración en el mercado de los Estados Unidos se entiende por varias razones. Si se observa la producción de California es evidente que la fecha de producción en Chile calza muy bien con el período de menor oferta de California. Por otro lado, Estados Unidos es, en el hemisferio norte, nuestro mercado natural, con tiempos de tránsito más cortos que Europa y Japón, y con un historial, como importador de fruta chilena en general, muy amplio y consolidado. La industria de California, hasta ahora la segunda mas grande a nivel mundial, ha realizando un gran esfuerzo durante muchos años en desarrollar el consumo de la palta en su mercado. Debido a lo anterior, y a pesar de algunas reacciones contrarias inicialmente, las empresas tradicionales y dominantes de California en la comercialización de paltas locales reconocieron tempranamente un atractivo negocio en la importación de fruta chilena, pudiendo mantener el mercado mejor abastecido a lo largo del año, sirviendo mejor a sus clientes. El abastecimiento más constante a lo largo del año con precios también más estables y razonables ha sido uno de los más importantes factores que han estimulado el crecimiento del consumo en ese mercado y el desarrollo de regiones de los EEUU que tradicionalmente no conocían ni consumían paltas

La oferta de paltas en Estados Unidos proviene, además de California y Chile, de México, República Dominicana y Nueva Zelanda.

CUADRO 8. Oferta de paltas en EEUU y participación de mercado por país (2003).

MES	E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	Participación
California													64 %
Chile													23 %
México													11 %
R. Dom.													1 %
N Z													1 %

Fuente: Comité de Palta

Hasta ahora la oferta de palta Hass mejicana en Estados Unidos ha estado restringida debido a problemas fitosanitarios. Esto ha significado que México sólo pueda exportar fruta de huertos certificados, que todo el proceso este regulado y controlado por el USDA y que la fruta sea sometida a inspecciones especiales para poder entrar a EEUU. Además, existen restricciones que actualmente sólo permiten la venta de fruta mejicana en 31 estados del noreste norteamericano y sólo durante el período que va del 15 de Octubre al 15 de Abril. De los estados no incluidos en la zona autorizada para la comercialización y distribución de fruta mejicana están California, Texas y Arizona, que son los que presentan los mayores niveles en consumo en EEUU.

Actualmente estas regulaciones están bajo revisión y existe la posibilidad que las restricciones de fechas y estados autorizados sean modificadas o incluso eliminadas, lo que implicaría un cambio muy importante en la posible oferta de paltas en EEUU y podría poner bajo una fuerte presión a las industrias de California y Chile.

Hasta ahora la oferta de República Dominicana y de Nueva Zelanda no han jugado un papel muy importante y en conjunto no superan el 15 % de la fruta importada por EEUU. Sin embargo, hay que considerar que estos dos países coinciden en su oferta con el período de exportación de Chile (CUADRO 8).

Un factor que hay que considerar es que existe una diferencia importante entre países productores de palta con alta incidencia de lluvias y humedades, como México, Nueva Zelanda y República Dominicana y zonas de producción secas como son Chile y California, en relación a la incidencia de pudriciones de poscosecha en la fruta y, por lo tanto, en la confiabilidad como producto. En el caso de la palta, la fruta inmadura posee sustancias fungistáticas naturales que previenen el desarrollo de hongos mientras la fruta no madure. Esto implica que si bien puede existir infección, la pudrición no se desarrollará hasta que la fruta este muy avanzada dentro de la cadena de distribución, normalmente cuando la fruta se premadura o a nivel de supermercado o consumidor. Este problema de confiabilidad y riesgo es una de las desventajas comparativas que tiene los países productores antes mencionados, así como también Sudáfrica y Australia a nivel mundial. Esto es uno de los principales factores que ha hecho que en Europa la fruta chilena sea preferida sobre la de México, especialmente a nivel de programas de supermercados, y que Perú, que corresponde a una zona de producción seca, pueda competir tan exitosamente con Sudáfrica.

En la actualidad, además del costo y calidad del producto, la confiabilidad de este es posiblemente uno de los factores más importantes en la posición competitiva de un proveedor de paltas en el mercado. El concepto de confiabilidad considera varios aspectos como son la consistencia del producto, la incidencia de desordenes y pudriciones en poscosecha, la disponibilidad (lugar y fecha requerida), el cumplimiento de programas, etc.

Para el cliente la confiabilidad tiene que ver con que el producto no presente problemas de pudrición o desordenes fisiológicos una vez comprado. También la edad de la fruta es un factor, ya que con una vida de poscosecha limitada una fruta más antigua impone restricciones a su manejo y venta. Sin embargo también la confiabilidad tiene que ver con otras cosas no inherentes al producto, tales como el cumplimiento de los programas por parte del proveedor, un abastecimiento constante y seguro de los calibres, embalajes y calidades en el lugar y

momento requerido, etc. Si bien mencionábamos antes que Chile, por ser una zona de producción seca, presenta una baja incidencia a nivel de pudriciones de poscosecha, lo que implica tener un producto más confiable y una ventaja comparativa con México, Nueva Zelanda y República Dominicana, una desventaja al mismo nivel es nuestra distancia al mercado y los tiempos requeridos en el proceso de exportación en comparación a la oferta de California y México. Esto implica llegar con un producto más antiguo y que puede presentar problemas si, durante el proceso de transporte, el manejo no ha sido el ideal. Todo el sistema logístico para llegar con el producto al consumidor es vital para el resultado final del negocio y para determinar el posicionamiento de la fruta chilena en el mercado. No sólo se puede afectar a la confiabilidad del producto propiamente tal, también la inseguridad de que el producto llegue bien y en el momento y lugar adecuado para el cliente hacen que la fruta más fresca de California se pague mejor al no tener que considerar los riesgos inherentes al proceso de transporte y exportación de la fruta chilena.

El problema de la antigüedad de la fruta chilena en el mercado es un factor de mayor importancia y es responsabilidad de todos los que participan en la cadena de valor y debiera ser una de las prioridades de la industria como un todo.

En relación al costo de la fruta chilena, un factor que favorecerá nuestro posicionamiento en EEUU es el nuevo Tratado de Libre Comercio que en forma gradual reducirá los impuestos de ingreso que paga la palta chilena hasta eliminarlos completamente para el año 2015. Esta reducción de aranceles se aplica según períodos y cantidades predeterminadas y que van cambiando año a año hasta desaparecer en 2015. Con una estimación de 10 millones de cajas que se exportarían a EEUU esta temporada se espera que en vez de pagar más de 12,5 millones de Dólares en aranceles, con este nuevo TLC se reducirá este valor en casi 5,5 millones. Esto compensaría en algo los más de 6 millones de Dólares que nuestra industria pagaría este año en un nuevo impuesto orientado a la promoción de la palta Hass en EEUU.

El Consumo en el Mercado de EEUU

Una de las claves para el éxito de la industria de la palta chilena en el futuro es el lograr aumentar el consumo en Estados Unidos. Si bien es importante buscar nuevas alternativas de mercado, por el tamaño del mercado norteamericano y por las características antes mencionadas, siempre será de gran importancia y, posiblemente, el más importante para nosotros siempre.

Cuando se analiza el mercado norteamericano uno tiende a referirse a este como un sólo mercado. Sin embargo, por su tamaño y diferencias geográficas y demográficas se pueden reconocer diferentes áreas con distintas características. En este sentido, la California Avocado Comision (CAC), lleva más de 20 años en un esfuerzo para promocionar y desarrollar el consumo en EEUU. Desde hace algunos años, y a pesar de algunas diferencias inicialmente, el Comité de la Palta de Chile a colaborado en este esfuerzo, realizando sus campañas de promoción en concordancia y a través de la CAC. Por otro lado, y después de un gran esfuerzo por parte de la CAC, se dictó una ley en EEUU que hace de la promoción de la palta Hass una obligación. Esta ley implica un pago de 62 centavos por caja que ingrese a EEUU durante esta temporada, y, como dijimos anteriormente, con una estimación de alrededor de 10 millones de cajas para esta temporada Chile aportará más de 6 millones de Dólares a un fondo para la promoción de la palta Hass. Hay que mencionar que no sólo Chile aporta a este fondo de promoción, sino que también la palta Hass de California, México y de cualquier otro origen que entre a los EEUU, esperándose que se reúnan más de 15 millones de Dólares durante esta temporada. Este nivel de recursos para la promoción de la palta Hass no tiene precedentes y debiera tener un fuerte impacto en el desarrollo del consumo en nuestro principal mercado y, a pesar de ser un nuevo impuesto, debe considerarse como un punto favorable en el largo plazo y de cara a los aumentos de oferta que se esperan de Chile.

El consumo *per capita* en EEUU es de alrededor de 1 Kg, lo que es bajo si se compara con el consumo en Chile, que supera los 3 Kg o México, en que se superan los 8 Kg *per cápita*. Sin embargo, si se analiza el consumo en EEUU por zonas se pueden reconocer grandes diferencias y también grandes oportunidades para el desarrollo. Un ejemplo de esto, basado en información de los estudios de la CAC, es que la zona de los Estados del Oeste de EEUU (que incluye a California y Arizona) corresponde a sólo el 18,4 % de la población pero representa el 47,5 % del consumo nacional. En comparación a esto la región del Noreste (que incluye a Nueva York y Pennsylvania), corresponde al 25 % de la población total y sólo consume el 11,6% de la fruta que llega a EEUU. Otro ejemplo es que en la zona del Oeste antes mencionada y la del Suroeste (que incluye a Texas) el porcentaje de hogares que compran paltas es de 89 y 76 % respectivamente, mientras que en el resto de EEUU este valor es de alrededor del 25 %. Para el caso de la fruta chilena la distribución en EEUU es también sorprendente. Más del 80 % de la fruta chilena se vende en la región Oeste (California y Arizona principalmente) y en la zona Suroeste (Texas principalmente), teniendo muy baja presencia en el resto de los EEUU. El desarrollo del mercado en las zonas con alta población y niveles de ingreso, como el Noreste de EEUU, pero con bajos niveles de consumo es un

desafío y una oportunidad que puede expandir el tamaño del mercado norteamericano de manera notable.

Los desafíos para incrementar el consumo son diferentes dependiendo de la zona y deben enfrentarse con estrategias y metodologías diferentes. Sin embargo, es clave para esto el contar con un suministro estable a lo largo del año, a precios accesibles y atractivos para nuevos consumidores, y con un producto de calidad y confiable, que asegure que la experiencia de los nuevos consumidores sea exitosa y, por lo tanto, vuelvan a comprar. Esto va en concordancia con lo que se ha dicho hasta ahora, que la posición competitiva de una industria se basa en el costo por kilo del producto (tanto de producción como de la logística para alcanzar al consumidor), lo que lo hace accesible para más consumidores, y la calidad y confiabilidad del producto, que hace que el consumidor aprecie el producto y lo incorpore a su lista de compras normal. Todo lo anterior debiera ser la prioridad para todos los que participan en la cadena de valor o distribución de la fruta y la cooperación a lo largo de esta cadena es muy necesaria para coordinar esfuerzos, crear sinergia y lograr los resultados que beneficien al consumidor final y, por lo tanto, a todos a lo largo de la cadena. También la cooperación entre las distintas industrias para desarrollar el consumo es vital y California y Chile han reconocido esto a pesar de sus diferencias.

El Sistema de Exportación

A lo largo del sistema de producción, exportación y distribución de la fruta que se exporta existen distintas etapas que se deben considerar para mejorar la competitividad. Desde el punto de vista de costo del producto, este es un factor que debe ser manejado eficientemente a lo largo de la cadena, con una clara orientación a la eficiencia y a la creación de valor, más que sólo al costo puro. Y como hemos dicho antes, la confiabilidad del producto, junto con la calidad, son el principal factor de valor. Analizando etapa por etapa podemos mencionar algunos de estos factores.

Producción: Como hemos mencionado antes, el costo por kilo es la clave en el análisis de costo y eficiencia que se debe considerar en el diseño y manejo técnico de los huertos y en muchos casos la productividad es más importante que el costo directo por hectárea en el resultado que se obtiene. Sin embargo existen varios factores a nivel de huerto que pueden influir en la posibilidad de que la fruta presente problemas de condición en el mercado (confiabilidad). Estos factores son principalmente la madurez y su homogeneidad a momento de cosecha, los niveles nutricionales del árbol y la fruta (especialmente a nivel de nitrógeno y calcio), niveles de estrés de los árboles, vigor y manejos de poda, etc. La integridad y

confiabilidad de la fruta en poscosecha es un tema que debe considerarse en todas las decisiones que se tomen a nivel técnico en los huertos

Cosecha y embalaje: Además de los posibles daños que puede sufrir la fruta en este proceso, el factor más importante a este nivel es la velocidad con que la fruta entra a frío. Además del problema de coordinación y logístico, uno de los problemas a este nivel es que la frecuencia de naves ha sido hasta ahora de entre 7 a 12 días, lo que hace que se trabaje sólo algunos días previo al zarpe para no manejar fruta antigua, lo que aumenta los costos operativos, o que en general parte de la fruta embarcada tenga hasta 12 días de antigüedad. Otro problema aquí es que a veces los zarpes se atrasan, con lo que automáticamente la fruta embarcada es más antigua de lo planificado operativamente, o que fruta cosechada para determinado barco no se pueda embarcar, teniendo que esperar la próxima nave o, lisa y llanamente, no se exporte, con el impacto a nivel de costo que esto implica.

Transporte: Una vez enfriada la fruta es vital mantener la cadena de frío. Cualquier alza de temperatura durante el transporte implicará arribar con fruta cuyo proceso de maduración avanzado y, por lo tanto, menor tiempo de guarda o distribución para el importador. Se pueden presentar otros problemas especialmente relacionados a ventilación de la fruta y daños relacionados a acumulación de CO₂ o etileno y su efecto sobre maduración y pardeamientos o decoloración a nivel de pulpa. Además de lo anterior, que afecta directamente a la fruta, la inseguridad que produce la posibilidad de que ocurran estos problemas, además de posibles atrasos en tener disponible la fruta, hace que nuevamente la confiabilidad del producto se vea afectada.

Ingreso a Estados Unidos: Debido a nuevas medidas de seguridad en EEUU y a los procesos normales tanto de operación a nivel de puertos como a nivel de inspecciones rutinarias, el tiempo entre arribo y el momento en que el importador tiene disponible la fruta puede variar mucho. Además, durante este período existe la posibilidad de que se interrumpa la cadena de frío, especialmente cuando se inspecciona la fruta, lo que no se puede hacer dentro de los frigoríficos, afectando en control de temperatura de la fruta.

Almacenamiento y distribución en EEUU: Debido a la frecuencia que hay entre arribos y a las distancias que hay dentro de EEUU, el manejo de la fruta durante el almacenamiento y transporte son vitales para asegurar la vida comercial del producto y el control de este proceso involucra no sólo a los importadores sino que también a distribuidores y supermercados.

Debido a todo lo anterior no es extraño que la fruta chilena pueda superar los 35 días entre cosecha y venta, lo que está cerca del límite de la vida de poscosecha de la fruta manejada en atmósfera convencional, y esto siempre que no haya habido interrupciones en la cadena de frío o problemas durante el proceso de exportación. La alternativa de uso de atmósfera controlada es una alternativa no siempre disponible que implica un mayor costo y que también tiene el riesgo de presentar algún tipo de malfuncionamiento. Sin embargo, el uso de atmósfera controlada permite prolongar hasta más de 45 días la poscosecha de la palta y es indispensable para exportar en contenedores a Europa y Japón.

En todo caso, para las exportaciones a EEUU, la disponibilidad de “charters” abiertos podría tener un impacto muy importante en la antigüedad de la fruta Chile en general. Por otro lado, al aumentar los volúmenes se podría justificar el tener más naves con salidas más frecuentes, cosa que también debiera favorecer tanto la antigüedad como el costo del producto.

Todo lo anterior hace que la logística en la exportación de paltas tenga una alta importancia estratégica y debiera ser una de las principales preocupaciones de todos los que participan en el negocio de la palta y de la industria como tal, ya que afecta la percepción de la fruta chilena, independiente de la marca.

La posición competitiva de nuestra industria, expresada a nivel de costo, calidad y confiabilidad será la clave para mantener la rentabilidad a todo nivel. Para esto los desafíos radican en el incrementar el consumo en los principales mercados, desarrollar nuevas alternativas comerciales, mejorar el sistema logístico de exportación y aprovechar todas nuestras condiciones y capacidades técnicas y de producción para contar con el producto que nos permita lograr enfrentar los desafíos que nuestro propio crecimiento nos impone.