

Fuertes cambios caracterizaron al negocio de uvas del hemisferio sur

Fuente: Portal Frutícola

12 agosto 2021



Durante los últimos 10 años la industria de la uva de mesa mostró un gran dinamismo, en especial en el hemisferio sur. Creció el negocio, pero también los desafíos. En pocos años proveedores de cierta importancia desaparecieron, otros surgieron y crecieron tan rápidamente que hoy dominan la escena. También se modificó la importancia de los destinos. Los mercados tradicionales ya no son los más atractivos. Hoy el interés se centra en nuevos mercados que se muestran muy promisorios.

Aumento de los envíos australes

La uva de mesa fue una de las frutas más exitosa de los últimos años y dentro de estas fueron especialmente las del hemisferio sur las que ganaron terreno. Chile como pionero en este negocio hizo un gran trabajo inicial, al cual luego se acopló los otros países australes.

Entre los motivos que se explican este fenómeno están:

- **Variedades con mayor vida pos cosecha:** permitió el envío marítimo y su conservación durante varias semanas sin afectar su calidad
- **Variedades sin semilla:** el consumidor actual ya no quiere semillas en las frutas
- **Uvas en invierno:** la uva encontró su lugar como fruta fresca durante el largo invierno del hemisferio norte, dándole otro sabor a la oferta habitual de manzanas, peras, bananas y cítricos.

- **Envases seguros, prácticos:** las cubetas y las bolsas de medio kilo, aseguraban al consumidor un producto limpio, sano y fácil de tomar en el minorista

Gracias a esto los envíos desde el hemisferio sur crecen año tras año. En los últimos 20 años los volúmenes exportados por el hemisferio sur aumentaron un 50%, pasando de 0,9 millones a las actuales 1,4 millones de toneladas.

Chile

Chile era, hace 15-10 años, proveedor indiscutido de las uvas australes. Fue la fruta más exitosa cuando se inició como proveedor de frutas del mundo. Gracias a esto pasó a ser el primer exportador mundial, abasteciendo principalmente al mercado norteamericano y europeo con uvas durante el invierno.

Durante muchos años las uvas fueron las frutas más exportadas por Chile. Pero luego de muchos años de plena expansión y dominio, la situación se complicó. En primer lugar surgieron competidores con ventajas frente a Chile, que empezaron a disputar los mercados. A esto se sumaron otros factores como el creciente problema de agua, demandando la uva más de este bien escaso que otros cultivos. Otro fue el recambio varietal, que no fue fácil de encarar por los productores chilenos.

Hace 10 años Chile exportaba más de 800.000 ton, pero estos niveles no pudieron sostenerse en los siguientes años. A partir de 2012/13 los resultados de las campañas han disminuido año tras año hasta llegar a la última campaña que totalizó los 534.000 tones, lo que marca una disminución del 35%.

Junto con la disminución de las exportaciones, también cayó la participación de Chile en el conjunto austral. De aportar el 70% del total de las exportaciones del hemisferio pasó a aportar el 38% en la última campaña.

Perú

El vecino Perú en cambio, siguió el camino opuesto de Chile, expandiendo fuertemente la producción de uvas, proceso que también se dio en otros cultivos como el arándano y la palta. Las ventajas de Perú son su clima parejo, sin los golpes de calor o frío que caracterizan a otras regiones. Además de una gran disponibilidad de tierras, mano de obra relativamente barata y la baja incidencia de plagas y enfermedades.

Junto con la expansión del cultivo, también lo hizo la exportación. Mientras que en 2010/11 el exportó unas 90.000 ton, este año la campaña cerró con 470.000 tons. Es decir, la exportación se ha quintuplicado en este período, gracias a un crecimiento intenso y sostenido, apoyado en la incorporación de nuevas hectáreas, mejoras en la forma de producción, mayores rendimientos y un fuerte cambio varietal, de la clásica Red Globe hacia las nuevas patentadas.

Sudáfrica

Sudáfrica también avanzó en cultivo y la exportación de uvas. Este país posee varias regiones productoras, lo que le permite tener un amplio período de oferta y amortiguar posibles mermas en una región por problemas climáticas, con mayores cosechas en otras.

En 2010/11 exportó unas 202.000 tons y, en 2020/21 el resultado fue un 60% mayor, alcanzando las 323.000 tons. Si bien Sudáfrica ha experimentado un crecimiento considerable la evolución no ha sido tan marcada como en el caso de Perú. Desde 2016/17 a la fecha los volúmenes se han mantenido relativamente constantes (entre 250-300 mil ton), siendo esta última campaña de un mayor crecimiento y volúmenes récord.

Brasil

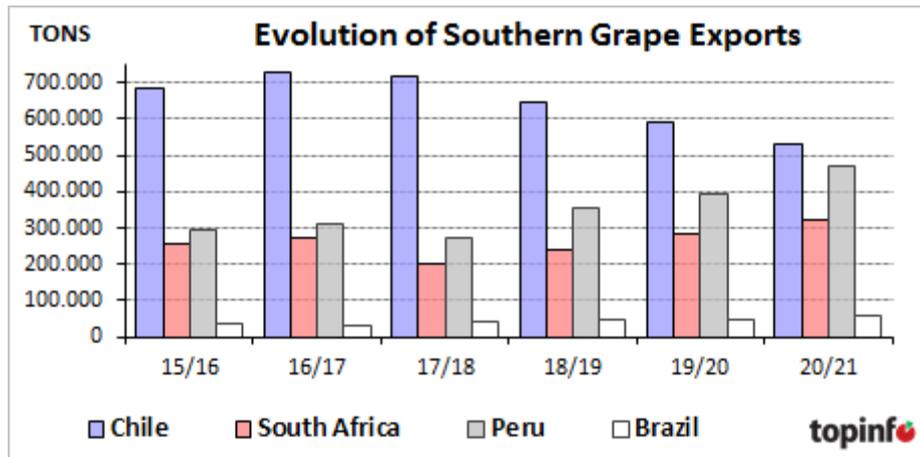
Presenta durante la última década una exportación bastante pareja entre las 30-60.0000 tons. Las fluctuaciones año tras año depende de la cosecha, pero también de la relación cambiaria y el volumen que consumo el mercado interno, el cual en caso de Brasil tiene mucho peso. Su participación dentro del total austral se ubica en el 3-5%, sin mostrar mayores cambios durante los últimos años.

Cambio de destinos

No sólo los proveedores han sufrido cambios, también los mercados. Para **Chile** el principal mercado ha sido históricamente Norteamérica. En 2010/11 se destinaba el 55% del total y en el 2020/21 el 51%. Europa retrocedió en su importancia. En el 2010/11 recibía el 21% y actualmente es solo el 12%. Esto se debe a la diversificación a nuevos destinos, orientada principalmente a Asia. Hace 10 años recibía el 16% de los envíos chilenos, mientras que ahora escala al 26%.

Perú se orienta cada vez más al mercado norteamericano. Mientras que en 2010/11 le destinaba el 26% de sus exportaciones, hoy en día este porcentaje ha escalado al 46%. Europa mantiene su participación algo más estable, entre el 25%-27%. Los mercados que se han retraído han sido el Lejano Oriente-Asia (del 27% cayó al 16%) y más aún Rusia (del 12% al 3%).

En el caso de **Sudáfrica** los cambios no han sido tan marcados. Este país dirigía en 2010/11 el 75% de su producción a Europa, siendo Asia el segundo destino en importancia con el 18%. En la actualidad, si bien Europa se mantiene como el principal destino sin haber modificado sustancialmente su importancia, es en los mercados secundarios donde se han visto algunos cambios. Los destinos asiáticos han retrocedido al 14% y Norteamérica ha comenzado a ganar importancia, con el 7%.



Autoras: Carolina De Francesco & Ing.Agr. Betina Ernst