



Perspectiva sectorial

XI PomaExpo, junio 2024



Somos “Frutas de Chile”

- Organización fundada en 1935.
- Más de 270 empresas asociadas, pequeñas, medianas y grandes.
- Nuestros asociados representan más del 90% de las exportaciones y más del 60% de la superficie frutícola.
- 1° sector exportador de alimentos de Chile.



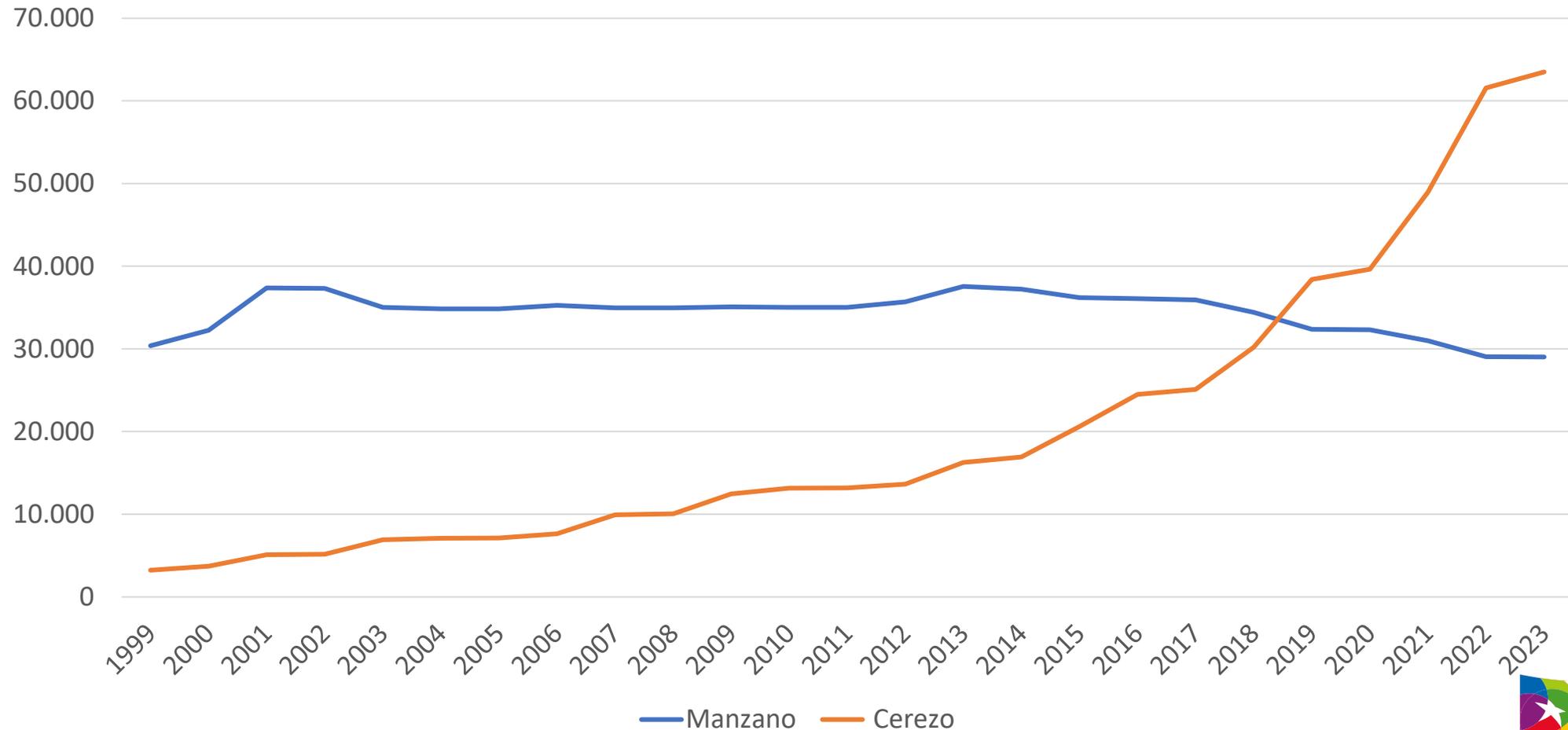
Qué hacemos





Antecedentes

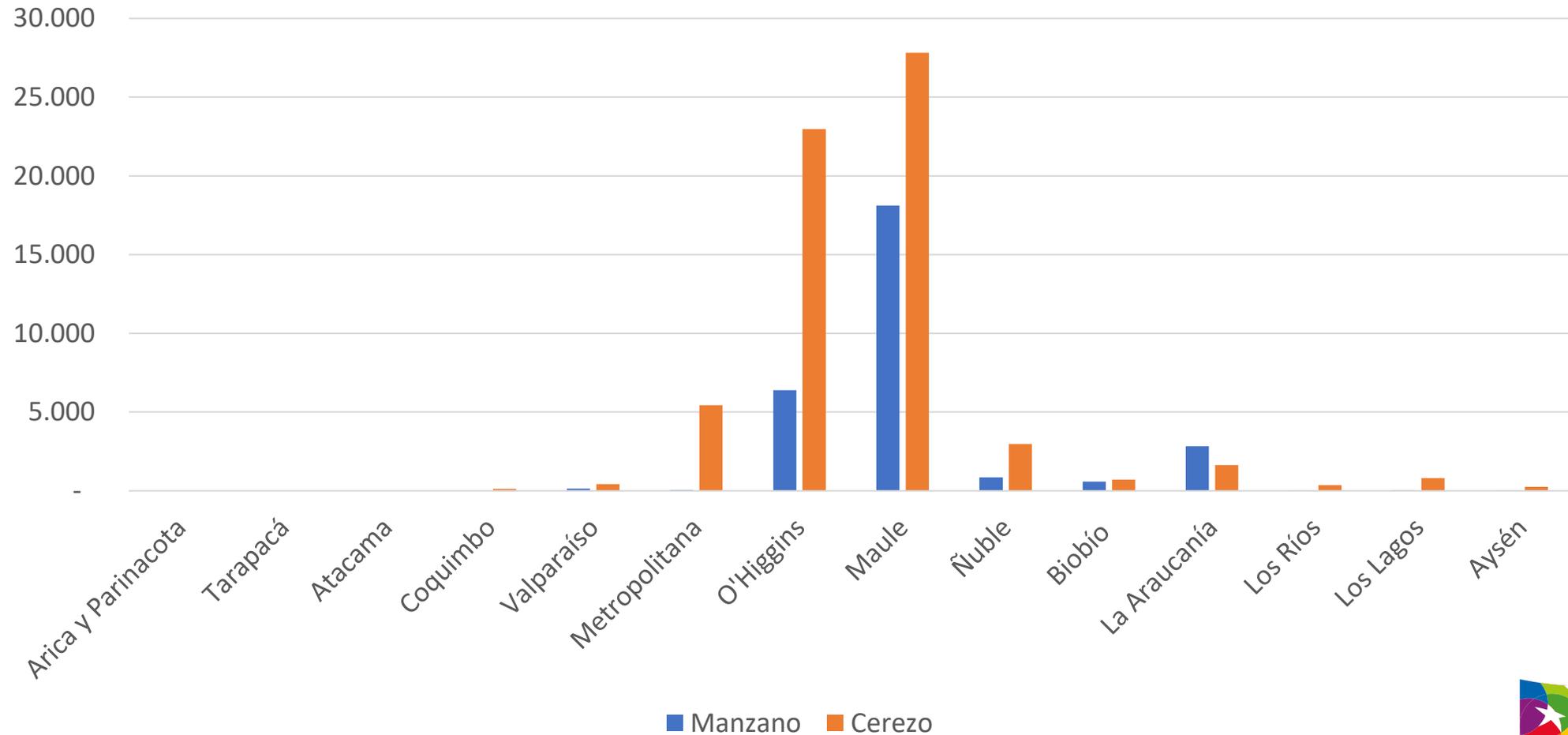
La superficie cultivada de manzano disminuye a una tasa de 2,5% promedio anual y para cerezo crece al 14% promedio anual en los últimos 10 años



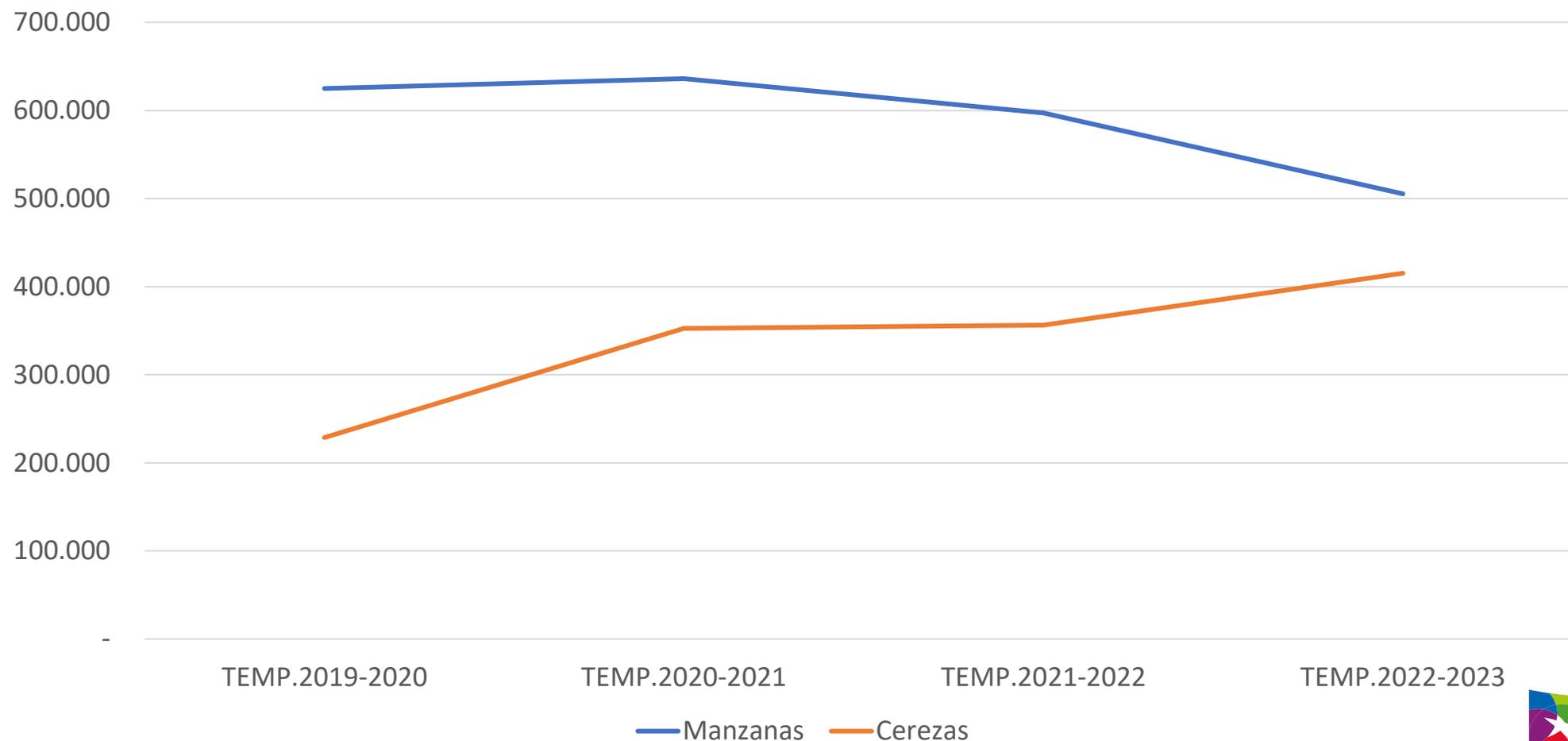
Fuente: ODEPA - CIREN



O'Higgins y Maule concentran el 84% de la superficie en manzano y el 80% en cerezo



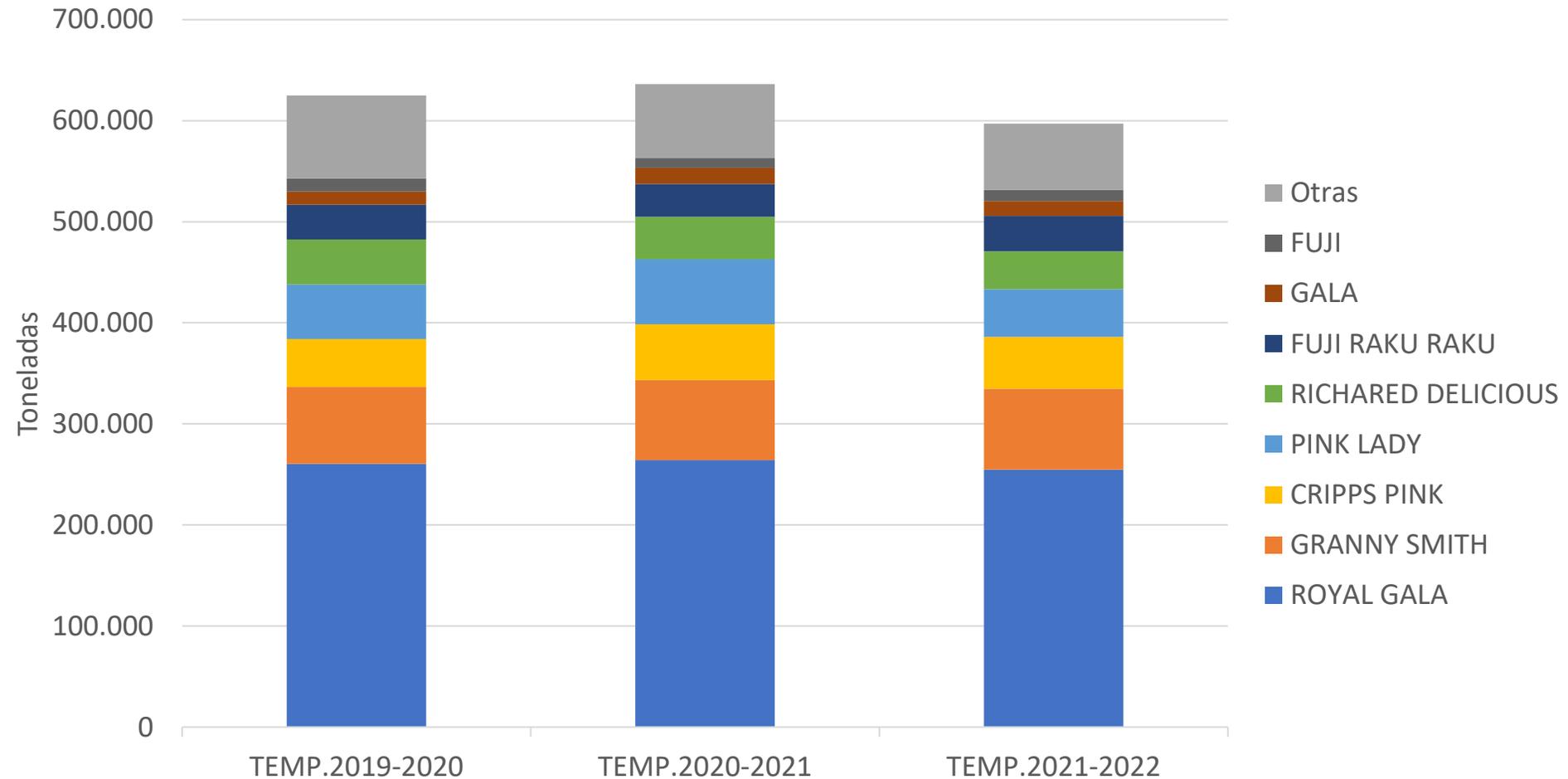
El volumen exportado ha caído un 5% promedio anual en manzanas y ha crecido un 16% en cerezas en las últimas temporadas



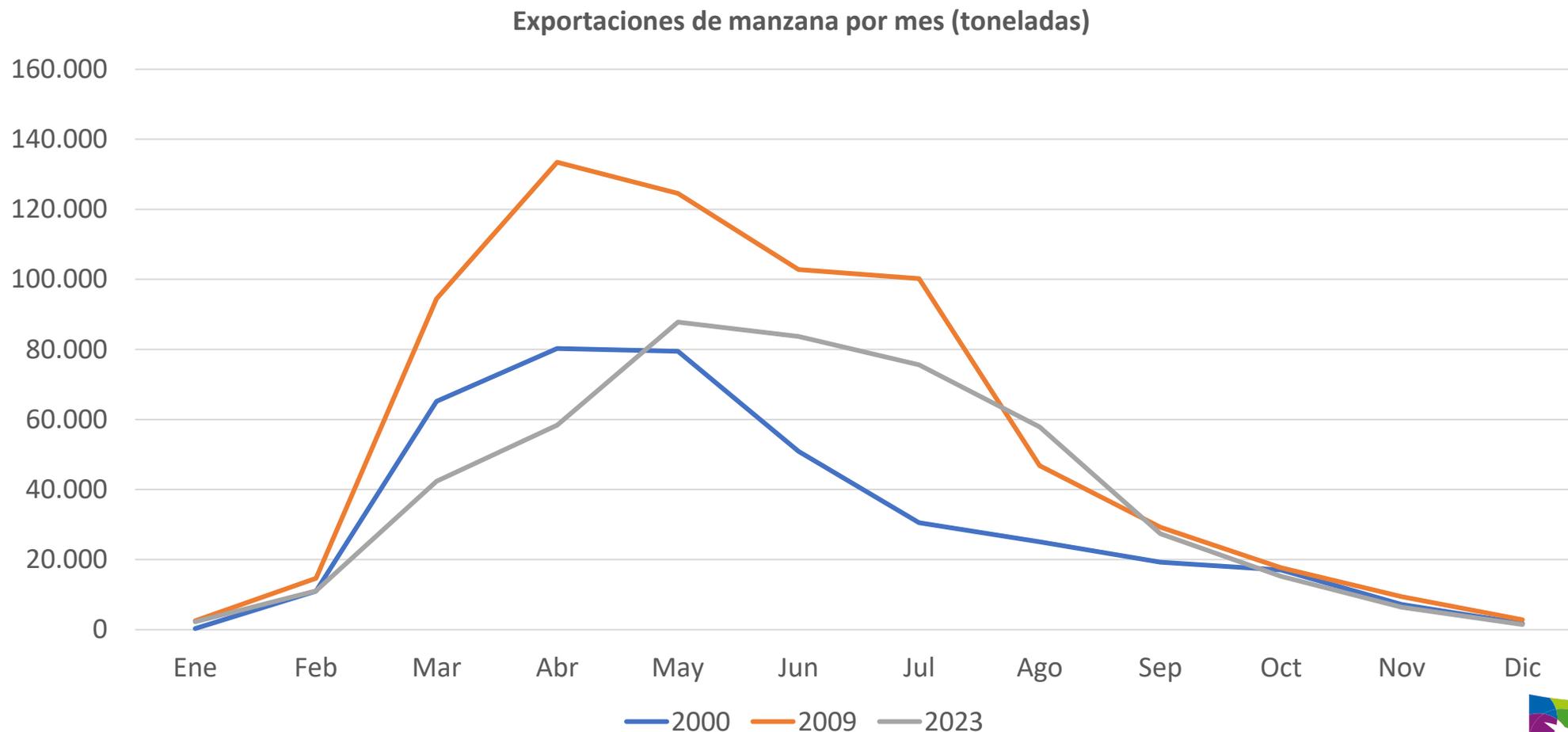


Manzanas

El mix varietal exportado se ha mantenido estable



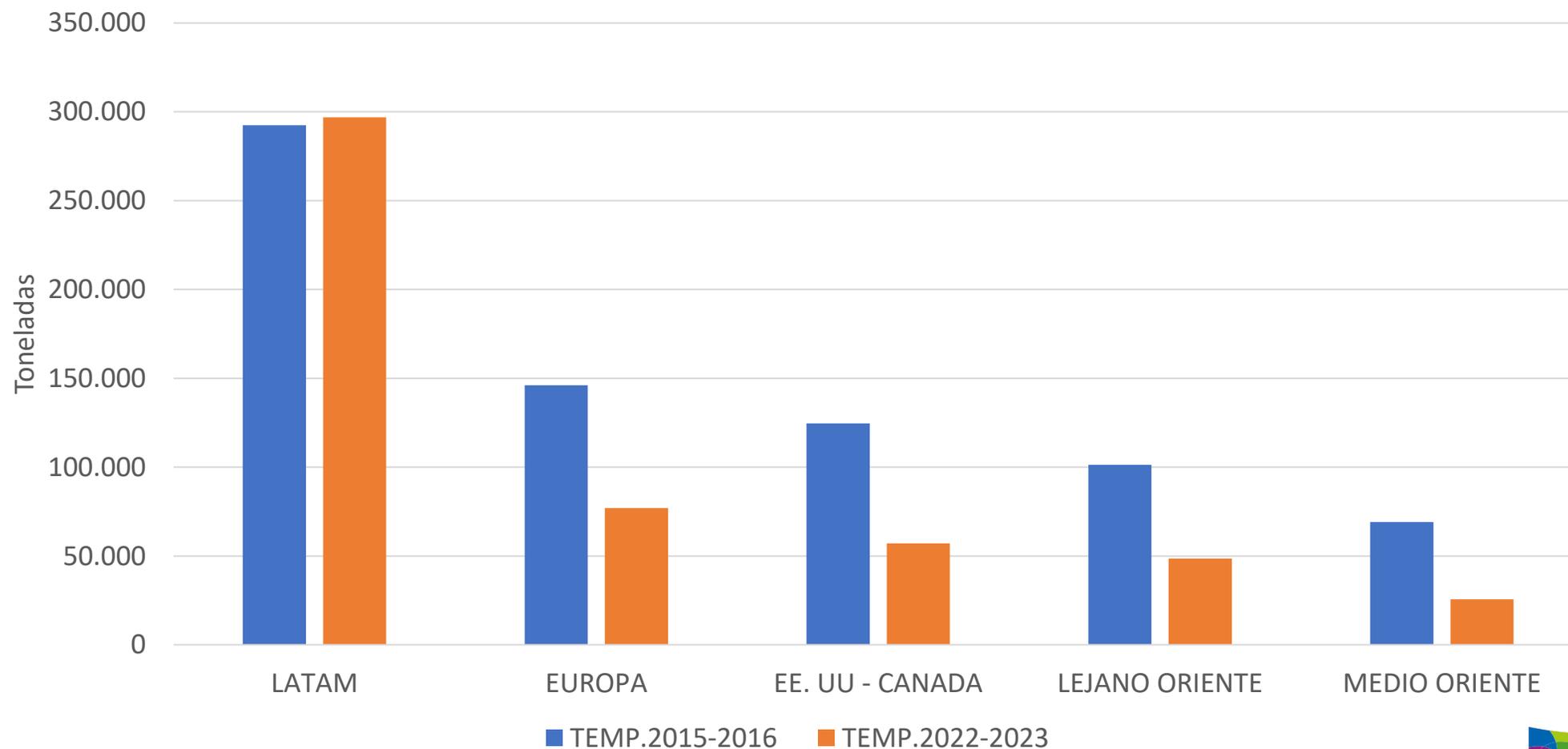
La estacionalidad de los envíos sigue siendo marcada, a pesar de que se ha desplazado hacia los meses de invierno



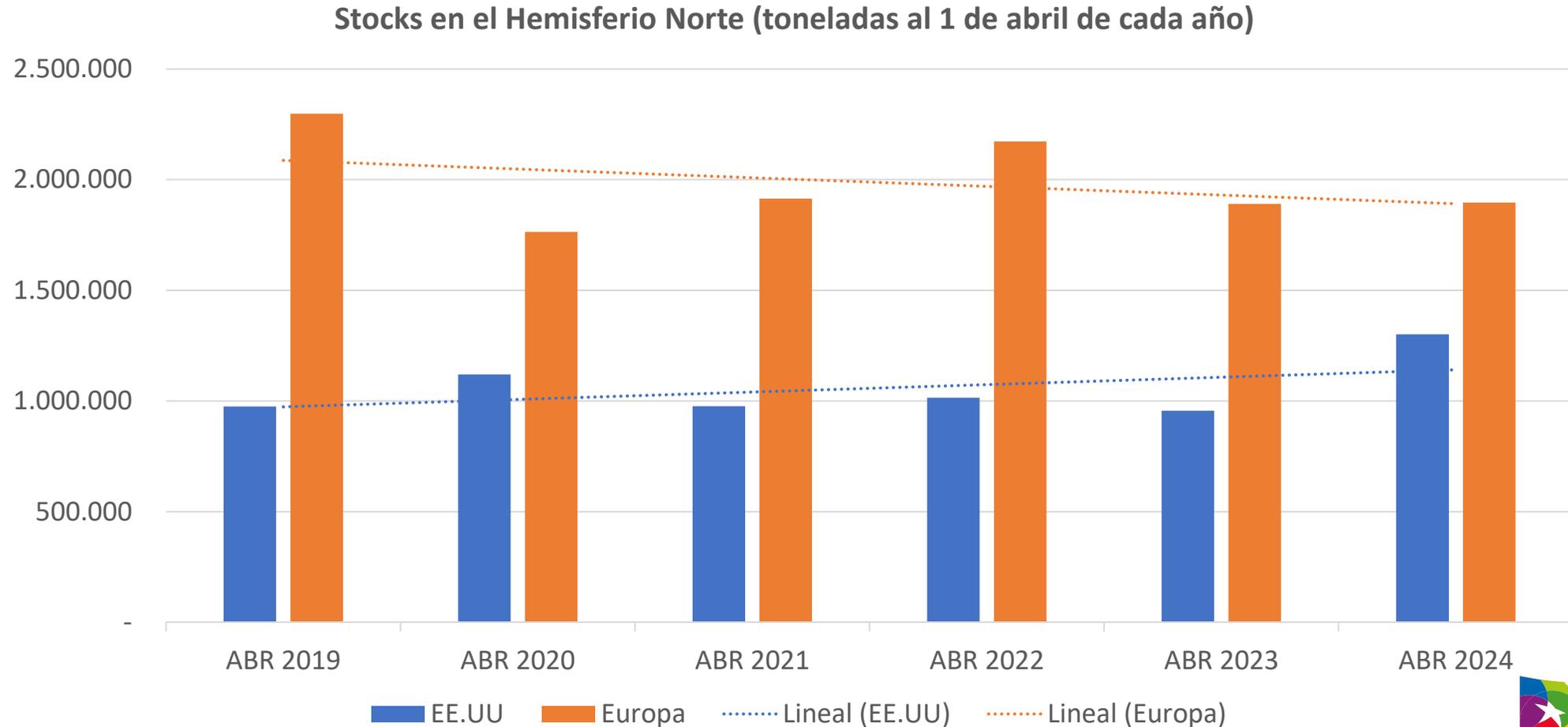
Fuente: ODEPA



América Latina se consolida como el principal destino de las exportaciones



Los stocks en Europa se mantienen estables con una tendencia a la baja en los últimos años, mientras que en EE.UU la tendencia es levemente al alza



¿Es realmente una sorpresa este escenario competitivo?



2030: Juntos, Nuestra Fruta Valdrá Más

Matrix

Santiago, Marzo de 2021

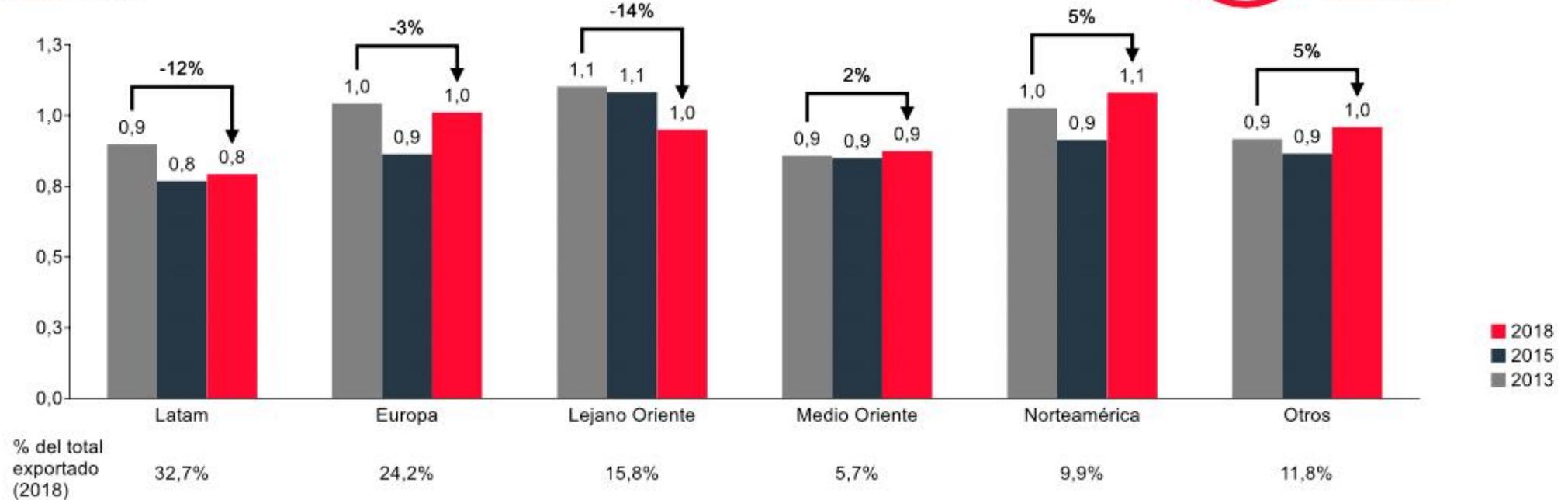


Los precios promedio de las exportaciones muestran una tendencia a la baja

Latam, Europa y Lejano Oriente, las regiones más relevantes en términos de volumen, poseen la mayor disminución en el precio promedio de venta

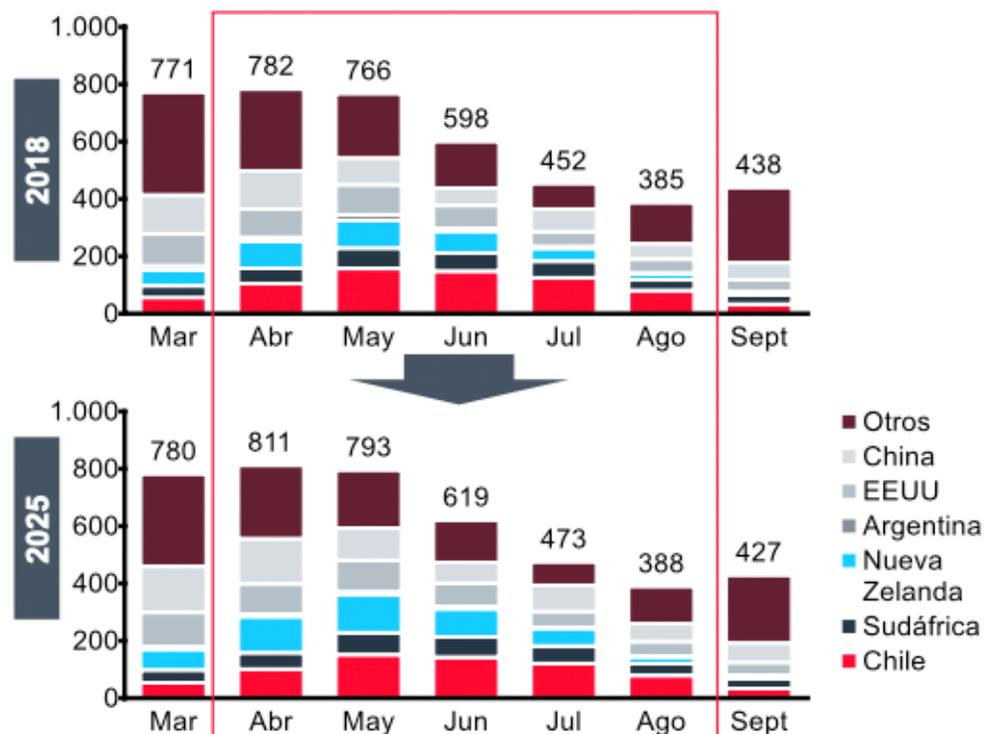
Precio promedio de venta de fruta no orgánica en regiones de destino
(USD FOB/Kg, año)

-5% Es la variación en el precio promedio de la manzana entre 2013 y 2018



Se proyecta una caída en la participación de mercado de las exportaciones chilenas

Exportaciones mensuales de manzana en 2018 y proyección 2025
(Miles de Toneladas, países relevantes)



	Volumen ventana		Market Share		CAGR
	2018	2025	2018	2025	
	617	595	21%	19%	-1%
	281	304	9%	10%	1%
	330	440	11%	14%	4%
	54	36	2%	1%	-6%
	382	457	13%	15%	3%
	421	453	14%	15%	1%
	898	808	30%	26%	-1%

Chile ha perdido competitividad en los últimos años

Superficie y producción

- ✓ Crecimiento en la plantación de variedades protegidas, alcanzando el 74% de las plantas comercializadas
- ⚠ Rendimientos promedios bajos (~58 ton/ha) con respecto a otros orígenes
- ⚠ Escasa participación de variedades protegidas sobre la superficie nacional
- ✗ Disminución en un 7% de la superficie nacional desde 2005
- ⚠ Baja esperada en la superficie (-3%) y producción nacional (-2%) hacia 2023

Mercados de destino y competencia

- ✓ Participación de mercado relevante en países de Latam, con más del 80% en Colombia y Ecuador
- ✓ Alta diversificación de variedades y de mercados
- ✓ Crecimiento en las exportaciones de nuevas variedades (CAGR 4%)
- ⚠ Fuerte competencia en Europa con otros países del hemisferio sur, al igual que con producción local
- ✗ Disminución en un 7% para las exportaciones chilenas desde 2013

Precio

- ✓ Estabilidad de precios a nivel semanal y según destino
- ✓ Mercado orgánico de tamaño relevante (14,8% en EE.UU.) y altos premium en precio (~40% en EE.UU)
- ✗ Baja de un 5% en el precio promedio de exportación desde 2013

Costos

- ✓ Menor relevancia de la mano de obra sobre el costo total con respecto a otras especies, con el 40% del total

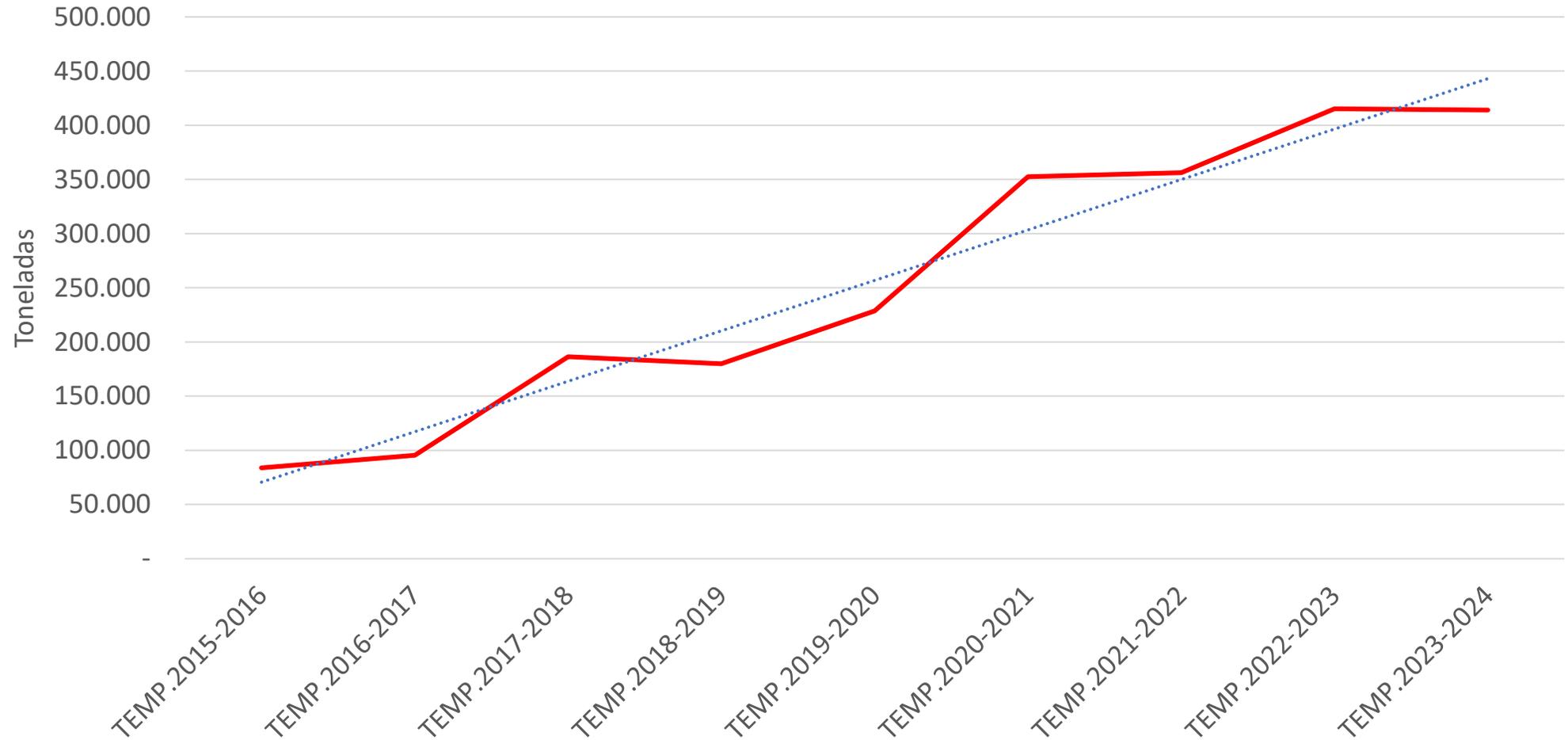
Principales desafíos

- Duración del producto y movimiento de stocks globales.
- América Latina ha crecido en importancia para las exportaciones (Brasil, Colombia, Ecuador), por lo que es necesario fortalecer la presencia en esos mercados; Promoción en Brasil.
- Avanzar en acceso a mercados: Japón, Corea del Sur e India (aranceles)
- Nuevas variedades
- Formación del Comité de Pomáceas



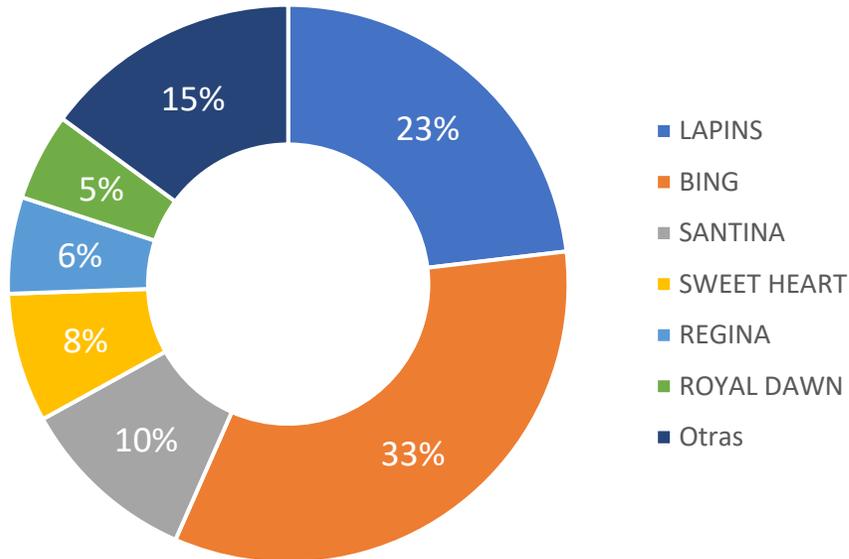
Cerezas

Una historia distinta

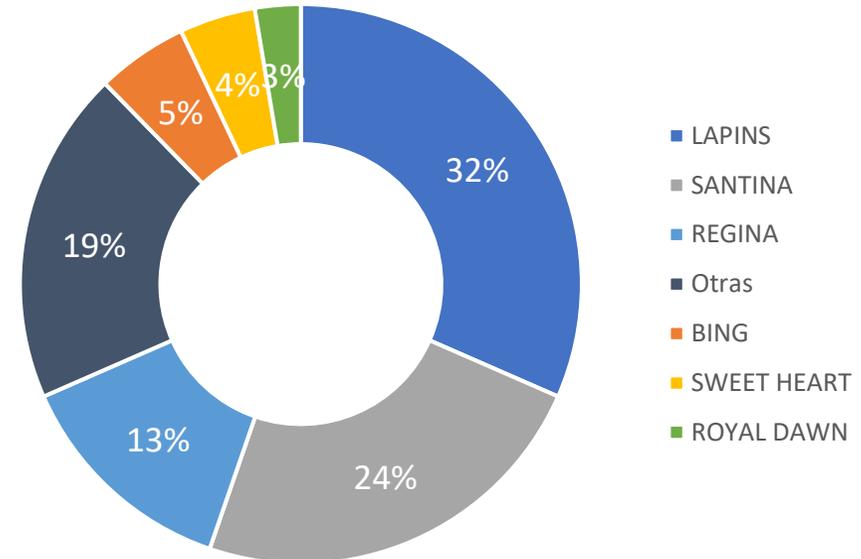


Lapins, Santina y Regina han ganado terreno en el mix exportador. China sigue concentrando los envíos (+90% en temp. 2023-2024)

Temporada 2015-2016



Temporada 2022-2023



Factores de éxito



Cherry Express,
coordinación en la
cadena para disminuir
tiempos de tránsito y
optimizar la gestión
logística



Promoción activa y
consistente en los
mercados



Coordinación público –
privada para la defensa
de mercados (virus
vegetales y condiciones
de acceso)

Principales desafíos

- Logística de exportación ¿estamos preparados para los desafíos de la temporada que viene?
- Condiciones de acceso a mercados: envíos marítimo aéreos, tratamiento de frío, etc.
- Diversificación de puertos en destino y de mercados (India, sudeste de Asia y Estados Unidos)
- Profundización de mercado en China
- Esfuerzo sostenido en la promoción
- Necesidad de, al menos, mantener la calidad y condición de la fruta.

Gracias

