

La temporada de cítricos de Chile se está desarrollando, hasta el momento, bajo cierta normalidad en pleno brote de la pandemia del [Covid-19](#) en el país.

De acuerdo con la información entregada por el [Comité](#) de Cítricos de Asoex a PortalFruticola.com, aun cuando se ha debido enfrentar algunas dificultades en las operaciones, producto de la emergencia sanitaria, hasta el momento no se han tenido mayores problemas.

“Ha sido difícil y exigente. Obviamente, ha implicado un esfuerzo enorme, pero estamos satisfechos con el avance de la temporada a la fecha”, comentó a PortalFruticola.com el presidente del Comité de Cítricos, Juan Enrique Ortúzar.

Especificó que “sobre las estimaciones, vamos de acuerdo a lo programado. Ha sido muy difícil, pero esperamos seguir operando sin mayores contratiempos, gracias al esfuerzo de todos los involucrados; productores, exportadores, autoridades agrícolas y sanitarias, entre otros. Hay que ser muy rigurosos; estamos operando bajo restricciones muy serias como cuarentenas, cordones sanitarios, toque de queda. Por eso es muy destacable que, gracias a un trabajo muy disciplinado, se pueda seguir cosechando y procesando la fruta”.

## **Comportamiento del mercado de EE.UU.**

La campaña de cítricos de Chile está recién desenvolviéndose en los mercados con los primeros arribos, por lo que aún es temprano para evaluar el comportamiento en los mercados.

Sin embargo, hasta el momento, en Estados Unidos se ha podido ver una mayor demanda por los cítricos, sobre todo a nivel de supermercados; los que han venido a reemplazar el área de *food service* (hoteles, restaurantes, cafeterías, etc.).

Las frutas que se ven con mayor demanda hasta el momento han sido las clementinas y las naranjas. “Se ve en los consumidores una preferencia por alimentos con alto contenido de Vitamina C; como lo son clementinas, naranjas y limones, por su efecto antioxidante y estimulante del sistema inmune. Los supermercados buscarán mantener un buen abastecimiento de cítricos”, puntualizó Ortúzar.

Asimismo, expresó que los mercados en el hemisferio norte están comenzando a tener un mayor dinamismo con el inicio del desconfinamiento en algunos países.

Sin embargo, Ortúzar recalcó que es difícil realizar más pronósticos, ya que “la fruta esta

recién llegando y todavía queda mucha temporada por delante”.

En cuanto a la calidad de los cítricos, el presidente del comité enfatizó que el calibre está bastante bien; al igual que el sabor. “Tuvimos un otoño bastante favorable, ha sido una temporada normal y no hemos observado mayores problemas”.

Por otro lado, en cuanto a las lluvias que se han registrado en los últimos días en la zona centro-sur de Chile, Ortúzar explicó que “hay retrasos en las cosechas, pero la lluvia es muy bienvenida y estamos contentos”.

## **Campañas de marketing y acceso a China**

Debido al confinamiento y las diversas restricciones impuestas en los países afectados por el Covid-19, Ortúzar comentó que hubo que reformular las campañas de promoción; de acuerdo con las condiciones de la temporada actual.

“Las campañas se van a hacer más bien por medios digitales y redes sociales, porque obviamente es muy difícil hacer promoción en punto de venta”, comentó.

Asimismo, comentó que el lanzamiento de la campaña en China, con el arribo del primer cargamento de cítricos al país asiático, también “tuvo que ser reformulada a formatos digitales y promociones en redes sociales”.

En cuanto a este último punto, Ortúzar enfatizó que el comienzo de los envíos de cítricos a China es una noticia que los tiene muy optimistas.

“Es un gran paso. Es muy importante, porque el crecimiento futuro de la industria requiere apertura de nuevos mercados. EE. UU. es un excelente mercado, pero es difícil pensar que un solo mercado pueda absorber todo el crecimiento de industria; y en ese sentido, la apertura de China es importante para mejorar la diversificación”, puntualizó.

Asimismo, recalcó que con estos primeros envíos podrán adquirir más experiencia en el mercado, conocer el comportamiento de los consumidores, qué tipo de cítricos prefieren y cuándo.

“Será una temporada de aprendizaje para los exportadores, de conocer el mercado y sus oportunidades y también para los clientes de conocer y apreciar la fruta chilena”.

Finalmente, Ortúzar comentó que Asia es un mercado que se debe seguir desarrollando, más allá de China y que el próximo desafío será mirar con mayor detención esta región.

## **A diez años del Comité de Cítricos**

Juan Enrique Ortúzar aprovechó la instancia para recordar que el Comité de Cítricos, al alero de Asoex, cumple diez años de existencia.

“Ha sido un período muy positivo para la industria que ha crecido de manera constante hasta más que duplicar las exportaciones. En este período el Comité ha visto con gran satisfacción como los esfuerzos por mejorar el acceso a los mercados han rendido sus frutos”, destacó Ortúzar.