

Los cítricos son conocidos en el mundo por ser una de las principales frutas que contienen vitamina C, que de acuerdo con los especialistas fortalece el sistema inmune.

Esta principal ventaja fue impulsada por la pandemia del Covid-19, que provocó que el consumo y demanda de cítricos aumentara en el mundo.

En Chile la situación fue similar. Pablo Osses, Gerente Comercial de [Crispagold](#) dijo en esta entrevista de Portal Frutícola que “cuando comenzó la pandemia se generó una mayor demanda de cítricos porque de acuerdo con estudios y creencias los cítricos contienen vitaminas y componentes que fortalecen el sistema inmune, por lo tanto, eso generó una mayor conciencia en especial en el mercado americano donde llega entre el 80% y 90% de los cítricos chilenos. También generó un alza en los precios respecto a la temporada 2020, cuando comenzó la pandemia”.

“La demanda también ocurrió en el mercado local y también crecieron los precios, por lo tanto, 2020 fue un año histórico en cuando a demanda y a precios a nivel de exportación”.

Uno de los efectos de la pandemia, fue la disminución de la mano de obra en los campos. Consultado por este tema, el Gerente Comercial Crispagold dijo “es cierto que en 2020 no fue tan grave el problema pero en 2021 sí lo ha sido ya que no ha estado la gente disponible. Pese a que se ha pagado más, no llega la gente y eso ha provocado que las cosechas se retrasen respecto a una temporada normal porque no se cosechan la misma cantidad o rendimiento de frutas. Lo anterior ha afectado la velocidad de cosecha, lo que puede traer consecuencias respecto a la condición de la fruta porque está alcanzado la madurez en el árbol y no durante la exportación”.

“Se cosecha la fruta con una madurez avanzada que trae consecuencias, que trae problemas de condición. De hecho, en las clementinas eso se ha visto ya afectado. La clementina, cuya temporada se cerró, ha tenido muchos problemas de condición y la explicación se debe a la falta de agua, el retraso en la cosecha de la fruta y los problemas logísticos que han existido a nivel global. Lo anterior ha afectado la reputación de la clementina chilena en el mercado americano”, aseguró.

En cuanto a las nuevas estrategias que están implementando desde la empresa, Osses detalló: “La estrategia actual la basamos en conseguir personas a través de pagos más altos y planificando mejor la próxima temporada”.

Respecto a los nuevos proyectos que están desarrollando, Osses explicó que “hoy estamos plantando una variedad que no es nueva, la cual se llama Cara Cara, que consiste en una

naranja de pulpa roja oscura. Esta variedad al igual que los arándanos tiene propiedades antioxidantes, por lo tanto, se consume bastante en Estados Unidos”.

“Ha existido un alza en el consumo. Llevamos entre 3 y 4 años plantando con nuestros productores, implementando una mayor área de superficie para esta variedad, en la cual hoy la demanda supera la oferta. Toda la demanda es proveniente de EE.UU. En cambio, en Chile no se reconoce todavía ya que se paga como cualquier otra naranja”.

Nueva temporada de cítricos

La falta de mano de obra ha generado diversas consecuencias, entre ellos el retraso de las temporadas.

Según Crispagold, la temporada de la clementina inició en mayo y finaliza la segunda semana de julio, sin embargo, debido a los retrasos en las cosechas terminó un mes después.

En tanto, la naranja parte la primera semana de junio y termina a fines de septiembre. La Murcott parte entre el 20 y fines de julio y finaliza la primera semana de octubre, “pero con el problema que está pasando de la falta de mano de obra, la naranja finalizará la primera semana de octubre, las mandarinas también a mediados o fines de octubre” consignó la compañía.

Consultado sobre las proyecciones en la nueva temporada de cítricos, Pablo Osses señaló que “nosotros este año con la clementina tuvimos un crecimiento de 60% y la industria en clementina creció un 30%”.

“En naranjas obtendremos 35% y 40% más de volumen más que el año pasado. La industria debería andar en 10%. En cuanto a Murcott estaremos en el mismo volumen que el año pasado, por lo tanto, no tendemos crecimiento en las mandarinas”.

“Lo que nosotros más exportamos son naranjas. Nuestro objetivo de esta temporada es llegar a las 700 mil cajas”, afirmó Osses.

El experto indicó que “en termino de precios no será una temporada como fue el año anterior, vamos a tener una caída. En cuanto a clementina la disminución es de un 25%, que no es menor. Los precios para la naranja serán de un 15% menos respecto 2020”.

Sobre los principales destinos que llegan los cítricos de la empresa, Estados Unidos lidera el primer lugar en cuanto a las exportaciones de naranjas, clementinas y mandarinas con 80%

del volumen; le sigue Latinoamérica con 10% y Asia con el 10%.

En el caso de los limones, Estados Unidos vuelve al primer lugar con el 50%, en segundo lugar se ubica Asia con el 40% y Europa con el 10%.

Sobre los nuevos mercados que les gustaría llegar, Pablo Osses comentó que “para nosotros es atractivo el mercado chino que por sí solo es un mercado grande, que absorbe una gran cantidad. Nos interesa estar en ese mercado”.

Impactos de la sequía

Una de las principales preocupaciones del Gerente Comercial de Crispagold se relacionan con la sequía que ha afectado los cultivos de frutas.

“El desafío más importante es enfrentar la sequía. Nosotros hemos evaluado en ir a otras partes para plantar cítricos, como Perú, Colombia y Costa Rica. Nos gustaría ir a otros países en los cuales se pueda conseguir agua con mayor tranquilidad para asegurar el volumen que requieren los clientes”.

“ Hemos hecho visitas a Perú y Colombia. Este año teníamos planificado un viaje a Costa Rica. Nos hemos apoyado con ProChile. Hay muchas otras empresas están desarrollando proyectos en Perú y Colombia porque acá la situación está muy compleja con el tema de agua”.