



Cosecha de temporada 2024 en el valle de Leyda, en la quinta región.

Alta demanda, pero ajustada producción

El aceite de oliva, cuyo consumo los chilenos han ido incrementando fuertemente, en los últimos meses ha vuelto a ser un producto de lujo, cuyo litro en el supermercado no baja de los \$20 mil, sin muchos distinguos de marcas o procedencias. No hay que olvidar que, a nivel global, los precios y la demanda de aceite de oliva están determinados por una oferta mundial estancada y una demanda creciente. Este aumento en la demanda ha venido muy asociado al crecimiento de la oferta, principalmente de España. Sin embargo, en los últimos años, el país ibérico ha visto caer su producción mayoritariamente por condiciones climáticas adversas, así como por problemas sanitarios (la presencia de *Xylella fastidiosa*), lo que ha golpeado su oferta. A pesar de esto, la demanda ha mantenido su tendencia al alza, lo que ha llevado a un déficit mundial de aceite de oliva y, consecuentemente, a un aumento en los precios.

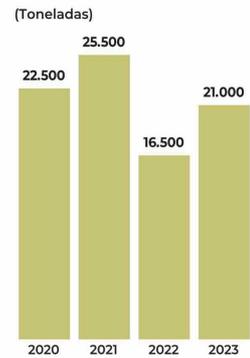
Sin embargo, eso no significa que los productores chilenos estén viviendo su mejor momento, ya que si bien el producto se vende más caro, no están pudiendo producir lo suficiente para satisfacer esa demanda, porque al igual que en el resto del mundo, el clima y, principalmente la falta de agua, les ha jugado malas pasadas.

“Se ha observado un alza de pre-

Los precios del aceite de oliva alrededor del mundo van en aumento debido a la crisis que ha atravesado España. Si bien eso podría ser una oportunidad que dé un aire a la también golpeada industria local, hay que ver si se tendrá la capacidad de responder.

CATALINA PINELA ESPINOZA

Producción nacional de aceite de olivas



Fuente: Chile Oliva.

cios, debido a que ha aumentado el precio a nivel global, por una disminución de los stocks a nivel mundial debido principalmente a que España, que es el principal productor de aceite de oliva, ha disminuido su producción durante los 3 últimos años, por la sequía que afecta al país, lo que ha hecho que el stock mundial disminuya, aumentando el precio y la industria de aceite de oliva chilena es una industria exportadora, por lo tanto, lo que sucede en el exterior influye en el mercado nacional”, explica Gabriela Moglia, gerente de ChileOliva, la asociación de productores de aceite de oliva.

En cifras del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo del país europeo, la producción de aceite de oliva se redujo en un 34%, así, lo que fue una mala noticia para los productores hispanos ha abierto

una puerta a los chilenos no solo por los precios, sino también porque aumenta la demanda internacional y Chile tiene una producción reconocida por su alta calidad. De todas formas, los productores creen que hay que mirar el futuro con precaución, considerando que todavía está por verse lo que ocurra con la temporada productiva en Europa, que, hasta el momento, se proyecta de forma positiva.

“La industria ha estado experimentando ciclos. Pasamos 10 años en un ciclo de tres, con precios muy bajos, donde muchas empresas apenas lograban llegar al punto de equilibrio operativo. Estos dos últimos años han sido bastante positivos. Sin embargo, no podemos prever con certeza el futuro. La perspectiva para Chile dependerá en gran medida de lo que suceda en la

próxima cosecha europea, especialmente de cómo se desarrolle la temporada en España, que es el mercado que más afecta los precios del aceite de oliva en el mundo. Creo que los precios se ajustarán hacia finales de año, siempre y cuando se cumplan las indicaciones o predicciones de una buena cosecha en Europa”, menciona José Pablo Illanes, gerente general de Las 200.

En ChileOliva explican que Chile, como país exportador, se ha visto directamente afectado por estos cambios en los precios de exportación y en el mercado interno. Muchos productores chilenos tienen la opción de vender fuera del país a precios más altos, lo que deja una presión significativa en el mercado local. Los precios a consumidor en Chile han tenido que ajustarse al alza para mantenerse competitivos, ya que históricamente han sido más altos que el promedio del mercado de exportación chileno.

CAÍDA EN LA PRODUCCIÓN

Tal como se comentó más arriba, la producción olivícola –y de aceite de oliva– chilena no ha estado ajena a la crisis global.

Debido a factores climáticos que han afectado prácticamente a todas las zonas en las que se produce olivos de manera importante –en el país desde Copiapó hasta el Itata– se proyecta que la cosecha de este 2024 será considerablemente más baja que la temporada anterior, con la salvedad que esa había sido positiva respecto de la anterior.

“El año 2023 se produjo un alza del 27% respecto al año anterior, llegando a las 21.000 toneladas, para este año 2024 se espera una baja de producción debido a la sequía del norte y otros factores climáticos”, menciona la gerente de Chile Oliva.

Según datos de Chile Oliva, las exportaciones crecieron en volumen un 22% durante el 2023, respecto al 2022, exportándose 17.677 toneladas y el valor FOB alcanzó los US\$ 118.487.295, lo que corresponde a un 68,8% más que el año anterior.

Sin embargo, para la presente temporada, la escasez hídrica (que afectó durante el periodo productivo, antes de las lluvias del último

Fecha: 01-07-2024
 Medio: El Mercurio
 Supl.: El Mercurio - Revista Del Campo
 Tipo: Noticia general
 Título: Alta demanda, pero ajustada producción

Pág.: 5
 Cm2: 630,3
 VPE: \$ 8.279.129

Tiraje:
 Lectoria:
 Favorabilidad:

126.654
 320.543
 No Definida

mes) y los vaivenes del clima han golpeado la calidad de las olivas, lo que impacta directamente la cantidad de aceite que pueden entregar y eso, a su vez, golpea muy fuerte el volumen de aceite que se produce.

Fernando Carrasco explica que un 10% de menor rendimiento de aceite de las olivas "podría traducirse en unos 30.000 litros de aceite, lo que representa una pérdida considerable dado que son costos en los que ya se ha incurrido. Si alguien tuviera una pérdida del 20%, eso sería una catástrofe. Para nosotros, estar cerca del 10% de bajo rendimiento ya es preocupante", dice refiriéndose a que estarían cerca de un 7% abajo.

Los productores están complicados, dicen, ya que este año han invertido en la producción, pero, al caer el volumen, los resultados no generarán las utilidades esperadas. Las zonas más afectadas en esta oportunidad son las que se ubican entre la sexta y séptima región, debido a que es en donde las heladas y lluvias han golpeado con mayor intensidad.

Por otra parte, la mano de obra, hace ya un par de años, ha ido aumentando su costo, al igual como en los demás rubros del agro.

Carrasco explica que esto impacta especialmente a quienes cosechan con sistemas semimecanizados. Detalla que, por ejemplo, para ellos, "la cosecha que es con máquina vibradora requiere un equipo de mano de obra en la cosecha que es más alto que una mecanizada industrializada y eso ha hecho que se vea afectado directamente el costo".

La buena noticia es que este año los in-

sumos han mantenido sus precios dentro de los rangos normales en la mayoría de los productos.

"Los productos para manejar el huerto han tenido un aumento, pero tampoco es un costo tan incidente, así que nosotros no lo hemos notado, que eso sea una variable de costo similar. Nosotros los insumos que siempre estamos controlando bastante son los de envasado y ahí hubo un aumento de precio en lo que son botellas y también cajas,

pero en general son aumentos de precios que están asociados a las alzas de costo de combustibles. La verdad que están todos dentro de lo normal", menciona Carrasco.

Otro punto importante que se suma a las razones de la baja en la producción, es que la superficie plantada no ha aumentado en los últimos años y la inversión se ha enfocado más en el replante y la renovación de lo existente. Gabriela Moglia plantea que "algunas empresas realizan renovación de cuarteles o replantación de variedades en otros, por variedades más productivas".

Al respecto, Carrasco explica que "en promedio en Chile los huertos tienen más de 10 años, lo



LAS DOSCIENTAS



DELEYDA

“La perspectiva para Chile dependerá en gran medida de lo que suceda en la próxima cosecha europea, especialmente de cómo se desarrolle la temporada en España”.

JOSÉ PABLO ILLANES
 GERENTE GENERAL LAS
 DOSCIENTAS.

que hace que la renovación esté dada por temas más bien agrícolas, es decir que se hacen podas de rejuvenecimiento. Tú puedes podar fuertemente un árbol que saca ramas nuevas y prácticamente tienes un árbol nuevo que produce al estándar de uno más joven, pero es un manejo agronómico. Nuevas plantaciones, masivamente en Chile no hay”.

A DÓNDE VA EL ACEITE CHILENO

De acuerdo a datos entregados por ChileOliva, los principales destinos del aceite chileno durante el 2023 fueron Brasil y Estados Unidos, sumando ambos el 62,9% del volumen exportado.

“En general son aumentos de precios que están asociados a las alzas de costo de combustibles. La verdad es que están todos dentro de lo normal”.

FERNANDO CARRASCO
 GERENTE GENERAL DELEYDA.

Estados Unidos es el mercado de mayor cantidad con 5.689.814 kilos de aceite de oliva los que corresponden al 32,2% del volumen exportado, con un valor total FOB de USD\$36.514.252.

EL ACUERDO CON LA UE

En diciembre del año 2023 Chile y la Unión Europea (UE) firmaron el Acuerdo Marco Avanzado (AMA) y el Acuerdo Interino Comercial (AIC), que era una modernización del tratado de libre comercio que el país tenía con la Unión Europea. Si bien en la UE fue aprobado el ACI -la parte comercial del AMA-, falta que este último sea visado por los parla-

mentos nacionales y regionales -o federales- de los países del conglomerado. En Chile, en tanto, el Parlamento debe aprobar ambos documentos. Una vez que estos procesos hayan concluido de forma positiva, el acuerdo entrará en vigor el primer día del tercer mes siguiente en que se haya notificado el fin de los procedimientos interinos de los países. Se espera que eso ocurra dentro de 2024.

El acuerdo inicial con la Unión Europea contemplaba un arancel específico para el aceite de oliva chileno de 1,245 €/kg que ingresara a Europa. Por lo mismo, desde hace ya muchos años que los productores venían solicitando que se les diera una cuota que permitiera ingresar a Europa con precios competitivos.

El AMA abre esta posibilidad, estableciendo una cuota de 11.000 toneladas libres de aranceles *ad valorem* y específicos a partir de la entrada en vigencia del tratado.

La gerente de ChileOliva recalca que "la modernización del Acuerdo con UE ha sido muy esperada por la industria olivícola, ya que genera grandes oportunidades. Europa es un importante consumidor de aceite de oliva. Los principales países productores como España e Italia consumen más de 500.000 toneladas por año, siendo los principales consumidores a nivel mundial. Asimismo, países no productores de aceite de oliva y con alto poder adquisitivo como Francia, Alemania y Bélgica demandan un producto de alta calidad, que concuerda con la oferta chilena, por lo tanto, se podrían generar buenas oportunidades de comercializar el aceite de oliva chileno en estos países con arancel 0%".

¿CÓMO COMPENSAR LOS PRECIOS?

Desde la industria consideran que el aumento del precio del aceite de oliva en el mercado es consecuente y justo con los costos de producción que asumen desde siempre. Pero también saben que los consumidores pueden llegar a dejar de comprar el producto si les resulta muy costoso, es por esto que han optado por estrategias que buscan mantener la fidelidad de sus clientes y mejorar aspectos como el *packaging*, cambios de tamaño y también en los tipos de producto. "Hemos tenido que aumentar los precios en la misma proporción que el mercado, y nuestra estrategia es

seguir en esta línea, pero añadiendo cada vez más valor a nuestros clientes. Esto incluye mejorar el empaquetado, el servicio de entrega, la calidad de los productos y ofrecer nuevos formatos, como aceites monovarietales. La idea es que nuestros consumidores comprendan el valor añadido que reciben. Nos parece injusto para nuestros clientes de hace muchos años simplemente decirles que el mercado mundial ha subido un 40% y que por eso aumentamos los precios. Por eso hemos mejorado nuestros productos y formatos", explica Fernando Carrasco, gerente general de Deleyda.

