



Una Mirada a la temporada de Uva de Mesa 16/17 en Atacama y Chile

2 de Agosto de 2017

Antecedentes Generales

- Adelanto de la temporada entre 2-3 semanas y concentración de envíos.
- Mayor presencia de fruta tardía de California.
- Atraso de la temporada Peruana.
- Crecimiento de las exportaciones de Perú (Especialmente a USA).
- Promociones de los Supermercados desalineadas con la realidad de la temporada de Chile.



***TORMENTA PERFECTA:
Concentración de Volumen, Escaso
Movimiento, Altos Stocks en los
frigoríficos... Un Difícil Escenario!!***

Inventario California a semana 49 (5-11 de diciembre)

VARIETY	30-11-16	30-11-15	VAR%
AUTUMN ROYAL	561.271	240.312	133,56%
PRINCESS	3.683	1.729	113,01%
AUTUMN KING	873.881	1.596.543	-45,26%
CRIMSON SEEDLESS	1.849.047	1.686.565	9,63%
VINTAGE RED	375.193	71.901	421,82%
SCARLET ROYAL	881.635	138.978	534,37%
RED GLOBE	138.758	426.626	-67,48%
LUISCO	108.868	333.491	-67,36%
THOMPSON SEEDLESS	5.558	1.207	360,48%
*OTHER WHITE	5.443	11.644	-53,25%
*OTHER RED	1.628.794	779.565	108,94%
*OTHER BLACK	46.150	27.001	70,92%
GRAND TOTAL	6.478.281	5.315.562	21,87%

Fuente: USDA

76,86% más de Rojas / 2.057.570 cajas



Perú – Una creciente amenaza para el norte de Chile



- Aumento sostenido de las exportaciones de Uva de mesa.
- Giro productivo a Variedades sin semilla.
- 30% de la superficie Peruana corresponden hoy, a **Variedades Nuevas**: más productividad por há, mayor calibre y buen color.
- Fruta tardía de California presionando a Perú a producir más tarde.
- 30,68% de crecimiento en volumen exportado a USA en 2016/2017 vs 2015/2016. (11.770.083 cajas vs 9.006.353 cajas)
- 6,65% de crecimiento en volumen exportado total en temporada 2016/2017 vs 2015/2016. (39.951.698 cajas vs 37.951.698 cajas)

Perú – número de há por variedad al 27 de enero 2016

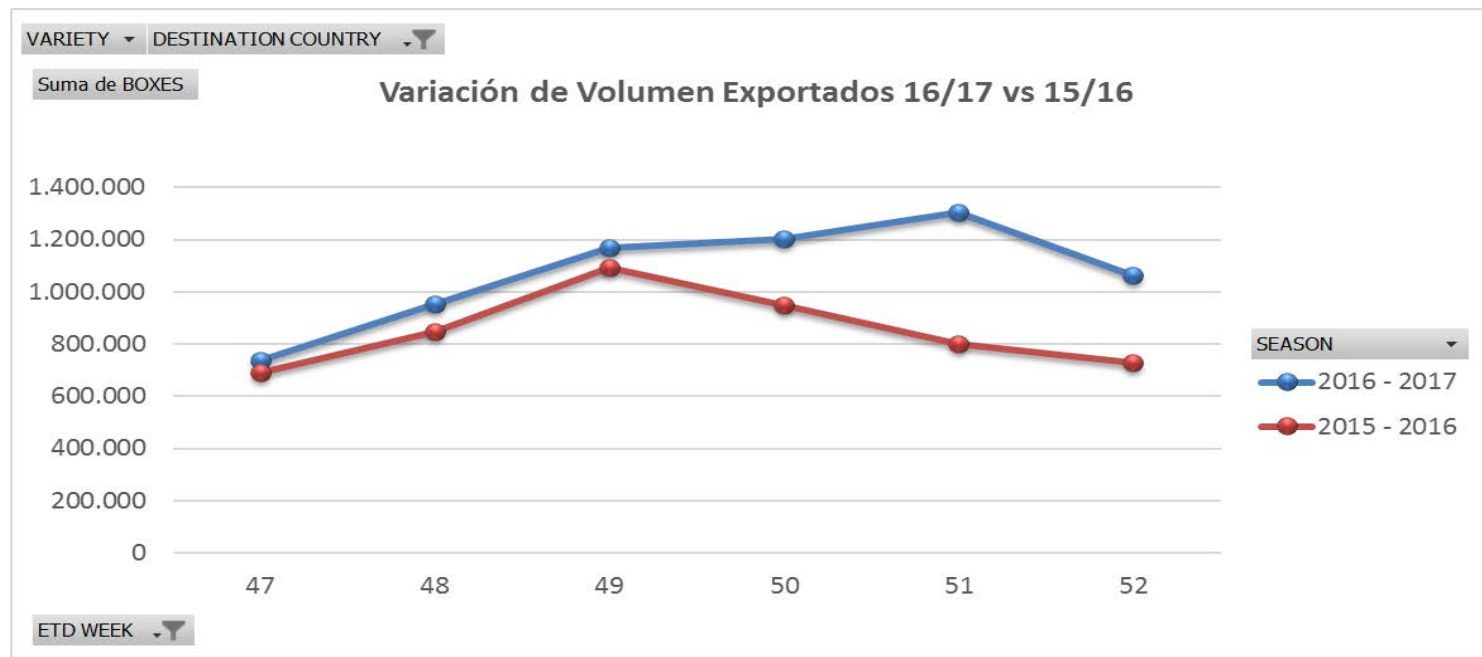
VARIEDAD	Total general há	%
RED GLOBE	8407,45	47,73%
SUGRAONE (SUPERIOR SEEDLESS)	2744,15	15,58%
CRIMSON SEEDLESS	2469,10	14,02%
FLAME SEEDLESS	1245,24	7,07%
THOMPSON SEEDLESS	737,80	4,19%
ARRA 15	334,05	1,90%
IFG Three (SWEET CELEBRATION)	270,85	1,54%
SHEEGENE 3 (MAGENTA)	201,98	1,15%
SHEEGENE 2 (TIMPSON)	187,64	1,07%
IFG Ten (067-105) (SWEET GLOBE)	162,90	0,92%
IFG Five (093-242) (SWEET JUBILEE)	138,30	0,79%
IFG Nine (JACK'S SALUTE)	109,85	0,62%
AUTUMN ROYAL	96,81	0,55%
EARLY SWEET	92,84	0,53%
SHEEGENE 13 (TIMCO)	66,40	0,38%
SUGRANINETEEN (SCARLOTTA SEEDLESS)	49,25	0,28%
SUGRASIXTEEN (SABLE SEEDLESS)	44,10	0,25%
SUGRATHIRTEEN (MIDNIGHT BEAUTY)	42,35	0,24%
IFG Eight (SWEET ENCHANTMENT)	38,64	0,22%
SUMMER ROYAL SEEDLESS	37,02	0,21%
BLACK SEEDLESS	35,45	0,20%
IFG Eleven (093-166) (SUGAR CRISP)	33,12	0,19%
ARRA 29	31,72	0,18%
IFG Six (020-229) (SWEET SAPPHIRE)	24,19	0,14%
SHEEGENE 16 (BLACK MOON)	13,31	0,08%
Total general	17.614,51	

Fuente: Provid



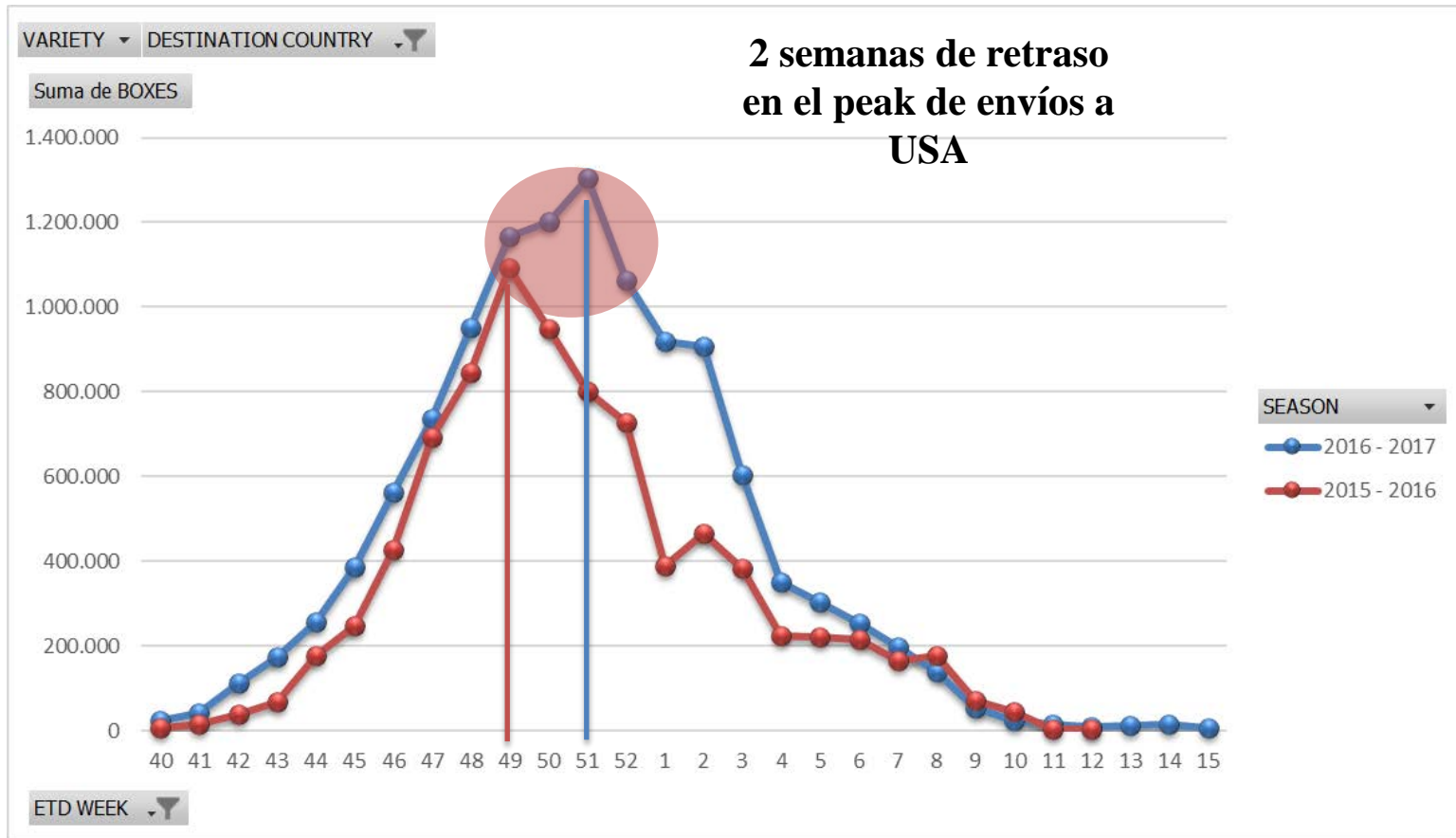
Variación de Volumen Exportado de Perú a USA 2016/2017 vs 2015/2016

Temporada	47	48	49	50	51	52	Total general
2016 - 2017	735.197	950.995	1.167.069	1.200.984	1.304.459	1.063.107	6.421.811
2015 - 2016	690.451	846.190	1.092.501	948.652	800.848	727.387	5.106.029
Variación %	6,48%	12,39%	6,83%	26,60%	62,88%	46,15%	25,77%



Fuente: Fresh Cargo Perú

Perú – Volúmenes de Cargas a USA 16/17 vs 15/16



Fuente: Fresh Cargo Perú

Principales Destinos de Uva zona Norte – 3°Región 16/17

Región de Destino	47	48	49	50	51	52	Total general
USA	100,00%	98,33%	95,18%	95,77%	90,99%	86,01%	92,51%
Lejano Oriente		1,21%	2,52%	1,90%	5,88%	8,24%	4,35%
Latam		0,47%	2,30%	1,02%	2,07%	4,75%	2,26%
Cánada				1,30%	1,07%	1,01%	0,87%

Región de Destino	47	48	49	50	51	52	Total general
USA	64.146	308.293	544.146	1.141.585	934.268	812.439	3.804.878
Lejano Oriente	0	3.780	14.390	22.683	60.366	77.805	179.024
Latam	0	1.463	13.171	12.195	21.220	44.878	92.927
Cánada	0	0	0	15.488	10.976	9.512	35.976

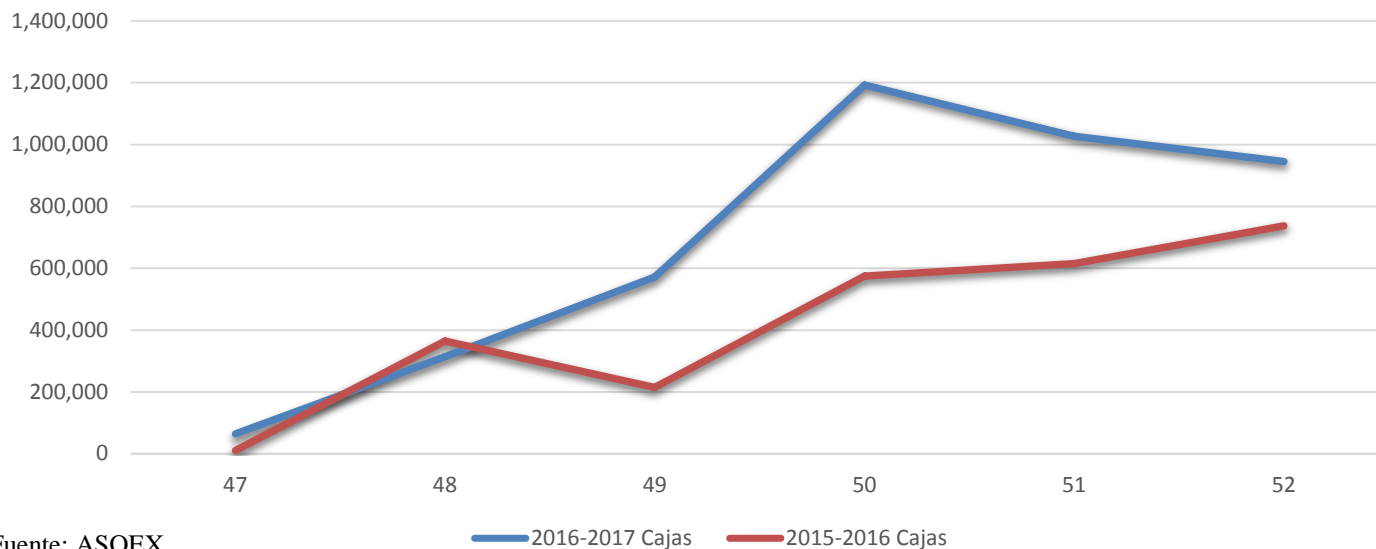
Temporada	47	48	49	50	51	52	Total general
2016-2017 Cajas	64.146	313.537	571.707	1.191.951	1.026.829	944.634	4.112.805
2015-2016 Cajas	10.488	364.756	214.756	574.390	614.878	737.317	2.516.585
Variación %	511,63%	-14,04%	166,21%	107,52%	67,00%	28,12%	63,43%

Fuente: ASOEX

Variación de Volumen Exportado Inicios de Temporada 2016/2017 vs 2015/2016 (3° Región)

Temporada	47	48	49	50	51	52	Total general
2016-2017 Cajas	64.146	313.537	571.707	1.191.951	1.026.829	944.634	4.112.805
2015-2016 Cajas	10.488	364.756	214.756	574.390	614.878	737.317	2.516.585
Variación %	511,63%	-14,04%	166,21%	107,52%	67,00%	28,12%	63,43%

Variación de Volumen Exportado de la 3° región Inicios de Temporada

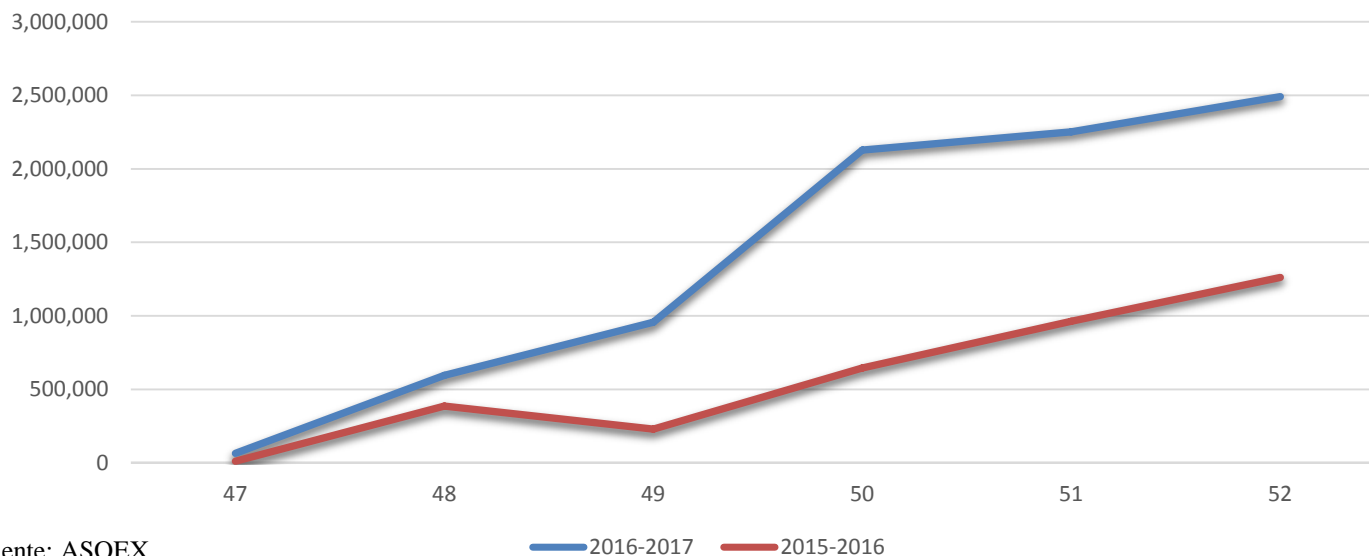


Fuente: ASOEX

Variación de Volumen Exportado Inicios de Temporada 2016/2017 vs 2015/2016 (Chile)

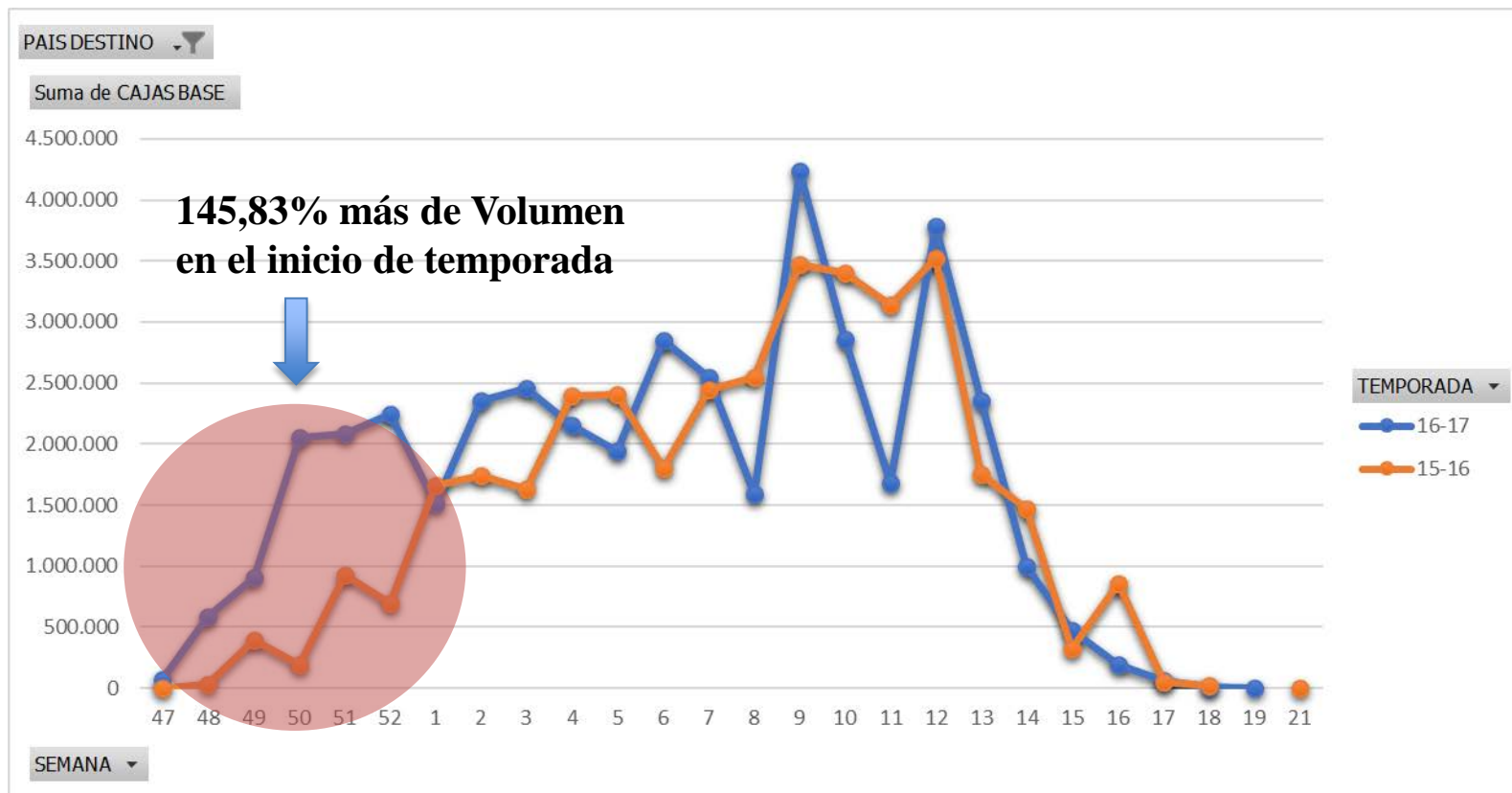
Temporada	47	48	49	50	51	52	Total general
2016-2017 Cajas	64.146	594.756	955.244	2.128.659	2.252.317	2.492.073	8.487.195
2015-2016 Cajas	10.488	385.976	229.390	644.756	962.683	1.260.488	3.493.780
Variación %	511,63%	54,09%	316,43%	230,15%	133,96%	97,71%	142,92%

Variación de Volumen Exportado Chile Inicios de Temporada



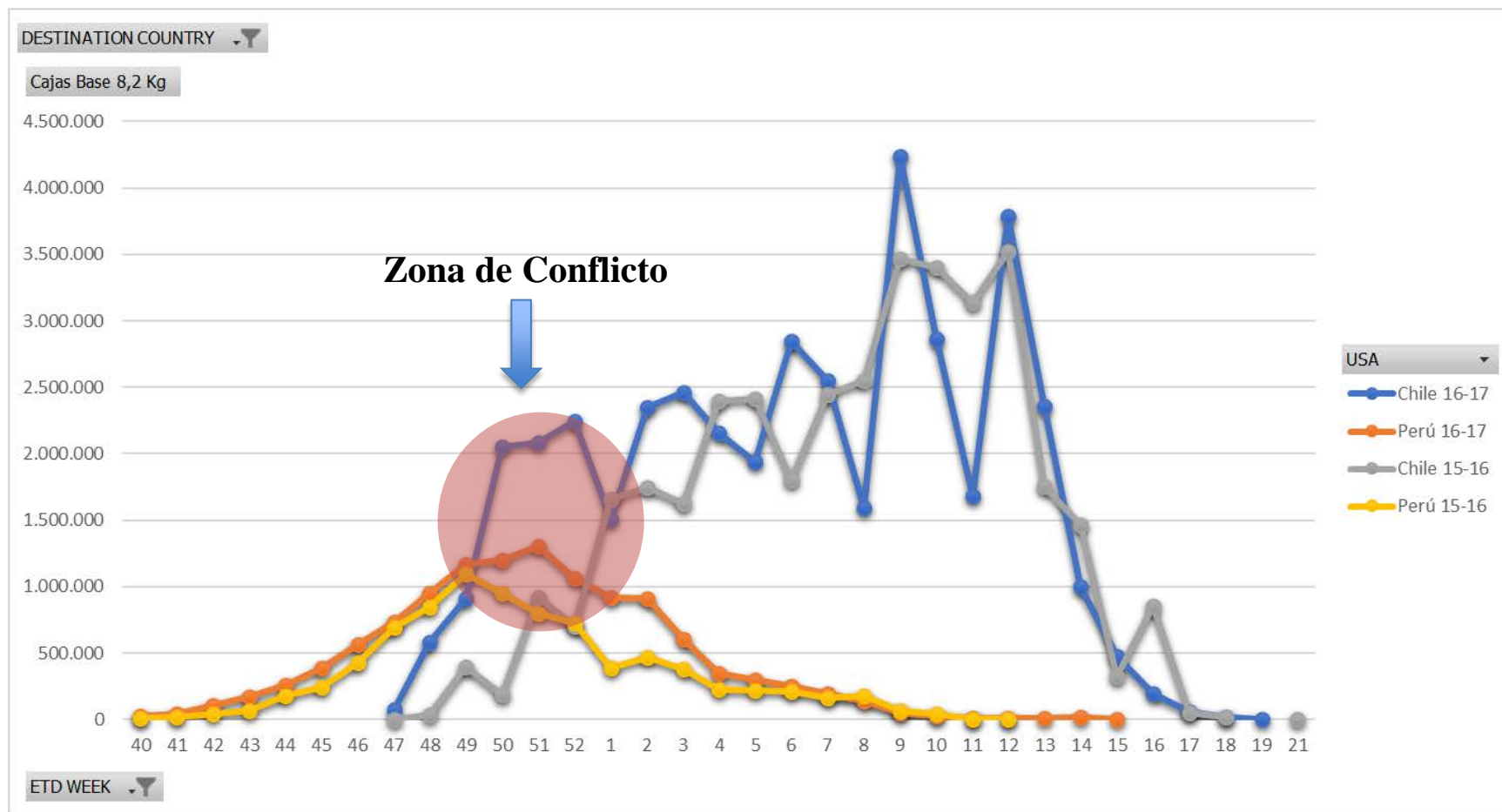
Fuente: ASOEX

Chile – Volumen Exportado a USA 16/17 vs 15/16



Fuente: ASOEX

Chile vs Perú – Volumen Exportado a USA 16/17 vs 15/16



Fuente: ASOEX/Fresh Cargo Perú

Precios informados en USA inicios de temporada 16/17 vs 15/16

Green Seedless

Variedad	Calibre	Temporada	50	51	52	1	2	3	AVG
Green Seedless	XL	15-16	40,00	40,00	40,00	40,00	37,00	38,00	39,17
		16-17	38,00	38,00	38,00	36,00	29,00	29,00	34,67
	Var %		-5,00%	-5,00%	-5,00%	-10,00%	-21,62%	-23,68%	-11,49%
	L	15-16	38,00	38,00	38,00	38,00	35,00	36,00	37,17
		16-17	36,00	36,00	36,00	34,00	27,00	27,00	32,67
	Var %		-5,26%	-5,26%	-5,26%	-10,53%	-22,86%	-25,00%	-12,11%
	M	15-16	36,00	36,00	36,00	36,00	33,00	32,00	34,83
		16-17	32,00	32,00	32,00	30,00	21,00	21,00	28,00
	Var %		-11,11%	-11,11%	-11,11%	-16,67%	-36,36%	-34,38%	-19,62%

Variedad	Temporada	50	51	52	1	2	3	AVG
Green Seedless	15-16	38,00	38,00	38,00	38,00	35,00	35,33	37,06
	16-17	35,33	35,33	35,33	33,33	25,67	25,67	31,78
Var % Total Greens		-7,02%	-7,02%	-7,02%	-12,28%	-26,67%	-27,36%	-14,24%

Fuente: Información de Mercado

Precios informados en USA inicios de temporada 16/17 vs 15/16

Red Seedless

Variedad	Calibre	Temporada	50	51	52	1	2	3	AVG
Red Seedless	XL	15-16	42,00	42,00	42,00	42,00	40,00	41,00	41,50
		16-17	31,00	32,00	35,00	27,00	26,00	26,00	29,50
	Total XL		-26,19%	-23,81%	-16,67%	-35,71%	-35,00%	-36,59%	-28,92%
	L	15-16	38,00	38,00	38,00	38,00	36,00	36,00	37,33
		16-17	29,00	29,00	29,00	25,00	20,00	20,00	25,33
	Total L		-23,68%	-23,68%	-23,68%	-34,21%	-44,44%	-44,44%	-32,14%
	M	15-16	36,00	36,00	36,00	36,00	34,00	30,00	34,67
		16-17	24,00	24,00	24,00	23,00	14,00	14,00	20,50
	Total M		-33,33%	-33,33%	-33,33%	-36,11%	-58,82%	-53,33%	-40,87%

Variedad	Temporada	50	51	52	1	2	3	AVG
Red Seedless	15-16	38,67	38,67	38,67	38,67	36,67	35,67	37,83
	16-17	28,00	28,33	29,33	25,00	20,00	20,00	25,11
Var % Total Reds		-27,59%	-26,72%	-24,14%	-35,34%	-45,45%	-43,93%	-33,63%

Fuente: Información de Mercado

QUÉ DEBEMOS HACER?? LUZ AL FINAL DEL TUNEL???



Visión General de la 3ª Región – Temporada 16-17

- Predominan variedades tradicionales - % alto de parrones envejecidos.
- Bajas producciones por hectárea (1.800 caja prom/ha).
- Dificultad para competir – En general calibres medianos.
- Solo 4,21% de la producción exportada corresponde a Variedades Nuevas.
- Históricamente la región ha apostado al timing de cosecha para la obtención de buenos precios.... **YA NO SE PUEDE CONTAR SOLO CON ESTO!!**

El Camino que debemos tomar

- Reemplazo de cuarteles envejecidos con baja producción.
- Recambio Varietal: Mayor productividad, menor costo, mejor calidad de fruta.
- Enfoque en la calidad para competir. (calibre y sabor).
- Mejorar y optimizar nuestra operación: Cosecha-Embalaje-Prefrío-Embarque.
- Mejorar nuestras estimaciones y comunicación con nuestros socios estratégicos (clientes y navieras).

Algunas Conclusiones

- Escenario mundial cambiante, necesidad de adaptación.
- Cambio en los hábitos de consumo en los principales mercados: Mayor calibre, Color, Sabor.
- Aumentar la competitividad de nuestro producto: Cambiar nuestro enfoque productivo hacia la calidad.
- Recambio Varietal: Mayor producción, menor costo, mejor calidad de fruta.
- Mejor comunicación con el mercado.



GRACIAS

