

**REPORTE COMERCIAL, AGOSTO 2020****1.- Introducción**

Este año 2020 será recordado tal vez como el año más difícil que como industria nos ha tocado ver. Comenzamos la temporada con las noticias de California con ventas más bajas que los otros años y por ende una disminución de precios, sumado a la pandemia que comenzaba a mostrar su cara más feroz en Europa con el confinamiento de los principales mercados de Chile, como Alemania, España e Italia entre otros.

A nivel nacional nuestra cosecha tuvo un volumen más bajo que la temporada anterior, pero al mismo tiempo con las consecuencias de la sequía a la vista, principalmente desde la RM hacia el norte, obteniendo fruta de menores calibres, colores más bajos y menor rendimiento de pulpa. En definitiva, una peor calidad.

Esto hizo que poco a poco las expectativas de la industria fueran gradualmente bajando. Además, nos encontramos con las noticias del aumento de la oferta de California para la temporada 2020/2021 debido al mayor stock de enlace y al incremento en el volumen de la nueva cosecha, teniendo como consecuencia que los precios cayeran a niveles similares a los obtenidos en el año 2018.

Pese a lo catastrófico que puedan sonar estos párrafos, la industria ha reaccionado bien en términos de compromisos. Si bien los embarques son inferiores a los de otros años a igual fecha, el nivel de compromisos de la industria a la fecha es alto (83% al 15 de agosto), por lo que los embarques debieran tender a normalizarse y la amenaza de terminar la temporada con stock de enlaces elevados debiera ir desapareciendo.

**2.- California**

	2018/19	2019/20
Stock Enlace	57.185	59.561
Total Cosecha	605.451	585.657
Total del año	662.636	645.218
Despachos al 31/7	581.120	549.439
Total Disponible	81.516	95.779

Si analizamos los números de California al 31 de julio, podemos ver claramente como la situación inicial se ha revertido de forma negativa. La temporada se inició con una oferta americana de 17.500 toneladas menos que el año anterior y al cierre de julio los stocks de California son 14.000 toneladas más que el cierre anterior, es decir, los despachos de California en esta temporada han sido 32.000 toneladas más bajos que la temporada anterior, solo para graficarlo, esto es equivalente a 1/4 del total de la cosecha chilena.

Es importante indicar que los meses de junio y julio en términos de despachos para EE.UU. han sido buenos y que si agosto muestra tendencias similares al año pasado, el stock de enlace debería ser alrededor de 72.000 toneladas, lo que es todavía alto y significa un 21% más respecto a la temporada anterior.

A esto debemos sumar que la estimación subjetiva dada a conocer por California a fines de julio indicaría una cosecha cercana a 650.000 toneladas métricas, 11% mayor que la cosecha reciente. Por ende, la presión de venta de California es alta y eso se ha visto reflejado en las primeras ofertas de aperturas con precios de venta menores a USD 2,00 CIF (es decir precios puesto en destino) para la nuez en cáscara, lo que son precios equivalentes a la apertura de la temporada 2018/2019. El mercado reaccionó positivamente a los bajos precios con un aumento importante del consumo lo que permitió que Chile llegara al inicio de la cosecha con un stock bajo por parte de ellos. Si la elasticidad demostrada durante aquella temporada se repite en el escenario mundial actual, podemos ser más optimistas para el inicio de las ventas de nuestra próxima cosecha.

### 3.- Chile

Como se mencionó anteriormente, los embarques de Chile a la fecha son considerablemente más bajos que la temporada anterior, como se puede observar en el gráfico siguiente. Hasta la fecha Chile lleva exportados 66.848.231 kilos comparado con la temporada anterior 91.338.911, lo que representa una disminución total de 26,81%.



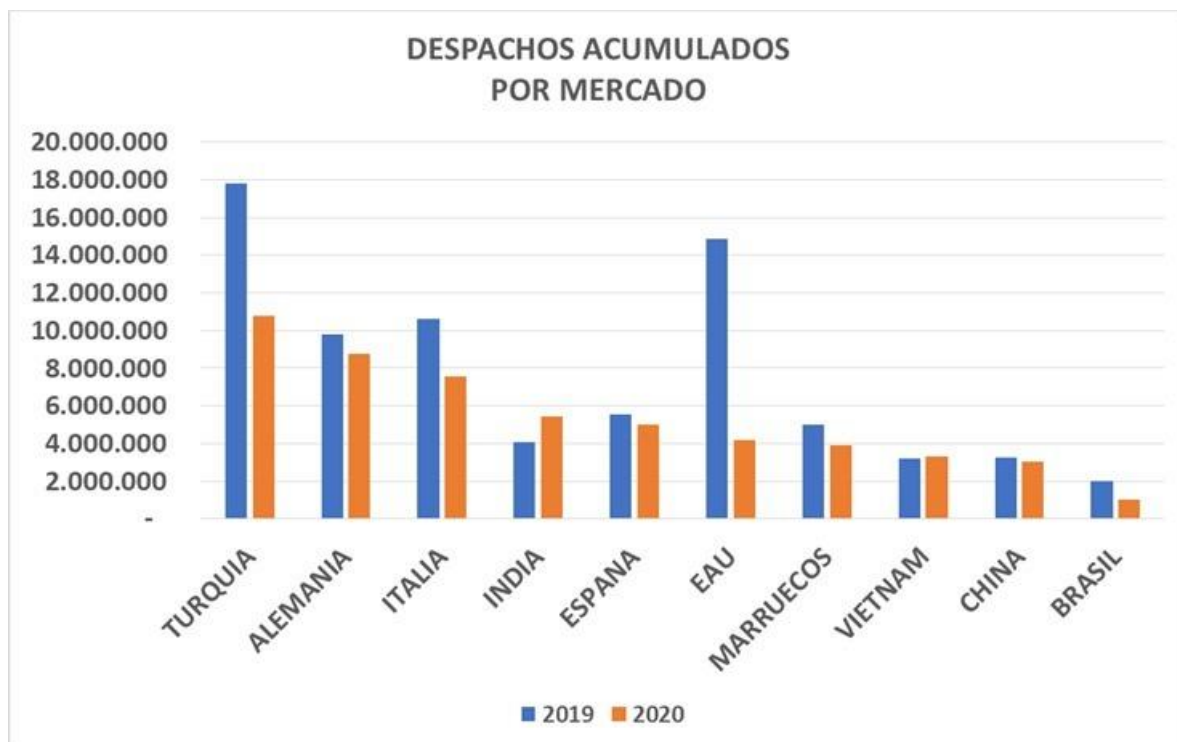
La disminución de los despachos tiene varias explicaciones. Primero que todo la disminución de la producción nacional de un 7%, volumen que representa prácticamente en su totalidad la caída de producción de la variedad Serr; la salida del período de compra de los países musulmanes por el

Ramadán (recordar que cada año se adelanta en 11 días), por lo que los despachos de Chile ya no alcanzan a llegar para esta celebración disminuyendo la demanda urgente temprana que existió hasta el año pasado y la ausencia, producto de las cuarentenas, de compradores Turcos en Chile que comercializan un volumen importante directamente desde los campos; la irrupción en el mercado mundial de las exportaciones de nueces de China que tuvieron buena aceptación en mercados de Medio Oriente y Rusia; y finalmente el efecto de la pandemia que obligó a las plantas a tomar los resguardos necesarios sacrificando capacidad de proceso.

Sin embargo y como un hecho positivo, está el punto de que los compromisos de la industria chilena ya han superado el 83% del volumen, cifra muy similar al año 2018 lo que habla de que, pese a todos los problemas, Chile ha podido seguir vendiendo a una buena tasa.

Con respecto a los mercados, pese a la gran disminución, la importancia relativa de Turquía se mantiene en las exportaciones chilenas, seguido por Alemania, Italia, India, España, Emiratos Árabes Unidos, Marruecos, Vietnam, China y Brasil.

Marruecos esta temporada fue el gran mercado para la variedad Serr ante la baja demanda de los otros mercados tradicionales (Turquía y EUA). Alemania sigue siendo el principal mercado para la pulpa chilena. Llama mucho la atención la gran caída que tuvo este año EUA bajando en más de un 60% su participación respecto a la temporada anterior. India se sigue mostrando como un mercado atractivo con crecimiento, el cual se debiera mantener ya que la nuez chilena se posiciona como un producto de altísima calidad y que es capaz de abastecer con producto fresco la principal festividad (este año es el 14 de noviembre). Es posible pensar que en los próximos años este mercado va a seguir creciendo.



#### 4.- Conclusiones

Pese a todas las dificultades, Chile ha logrado vender su producto en la ventana abril - septiembre compitiendo con el producto californiano como un producto fresco y de contra estación. Sin embargo, las señales del mercado indican precios bajos para lo que viene principalmente dado por los precios de apertura de Estados Unidos que marcarán la tendencia y el aumento de la producción mundial.

¿Qué podemos hacer? Producir calidad, preocuparse de las podas, de dar las condiciones técnicas para producir una buena nuez. Con mala calidad y un mercado deprimido, la relación volumen/precio no funciona. La diferenciación de precio de las buenas calidades versus las calidades regulares o malas es cada vez más notoria. La calidad va a ser un atributo diferenciador en lo que viene.

Tenemos que asumir que, ante un escenario de alta producción mundial, con nuevos actores entrando año a año al mercado, la calidad que podamos producir y los esfuerzos para poder promocionar nuestras nueces como una alternativa de contra estación, va a ser fundamental en el éxito para agregar valor a nuestro producto.

Elaborado por:  
Exportadora Calbu y Exportadora Growex.