

Pablo Badilla

Jefe del Programa de Cerezas y Manzanas de Agricom – 16 de febrero de 2022

¿Usted qué rol tiene en la empresa?

Entrevistado: Soy jefe del Programa de cerezas y manzanas.

Okey, ¿y la Agricom es una de las exportadoras más grandes?

Entrevistado: Hoy en día en volumen estamos en la posición número tres como exportadora de fruta fresca de Chile, también pertenecemos al grupo *Westfalia* que es un grupo grande de capital sudafricano, principalmente mueven paltas alrededor del mundo, tienen operaciones en Sudáfrica, Colombia y México.

¿Este grupo es propietario o al contrario?

Entrevistado: Sí, actualmente *Westfalia* es propietario de Agricom.

Para empezar, porque es interesante, yo vi que hay dos productores que trabajan directamente con ustedes. Acerca del contrato que tienen con la empresa, quería preguntar sobre las dos formas en las que ustedes trabajan como exportadores ¿cuál es la diversidad del productor que manejan?

Entrevistado: Agricom maneja todo tipo de productores, desde grandes empresarios con campos grandes de mil hectáreas y de campos chiquitos de dos o tres hectáreas. En general, tomamos al productor como un individuo, tratamos de armar modelos a la medida, que se vayan acomodando a ese productor. El modelo es la atención al cliente, cada productor prácticamente es un cliente de la exportadora, que confía que la exportadora Agricom es la que brinda el mejor servicio de exportación en comparación el resto de las exportadoras. En ese sentido, es un cliente más y se trata a todos por igual. Claro está, hay alguno que valoran más ciertas cosas que otros, y allí radica la habilidad del Ejecutivo, entender que es lo que es relevante para cada productor. Hay productores que consideran más relevante la información diaria, otros productores a quienes solamente les importa es el precio final y no siguen mucho el tema de la información diaria, así como hay otros productores que requieren es asesoría técnica para lo referente a fertilización, poda, riego de su huerto, obviamente sin descuidar mucho todas las razones que deben mantenerse a un nivel competitivo. Si tienes una muy mala igual independientemente que le des al productor muy buen servicio técnico igual si no tienes una pantalla comercial no te va a entregar el producto. Pero no discriminamos por tamaño ni por nada, cada cliente es un cliente distinto nada más.

¿Entonces existe una competencia entre exportadores y productores?

Entrevistado: A diferencia de los modelos europeos que son cooperativas donde las cooperativas son regionales, aquí todas las exportadoras prácticamente se topan en todas las zonas con los mismos productores. Agricom saca frutas desde las Tercera Región, parte con uvas y termina en la Décima Región con cerezas de productores a través de toda la región frutícola de Chile. Entonces el modelo en ese sentido es más competitivo porque es abierto a todo el territorio.

¿Si un productor es más grande puede tener más fuerza de contratación con ustedes?

Entrevistado: En teoría los paquetes grandes exigen un modelo un poco más de esfuerzo, porque también a estos productores los visitan más exportadoras. El modelo para poder contratarlo lleva un poco más de esfuerzo, no solo depende del producto sino mucho más de la personalidad del productor. Existen productores pequeños en cuanto volumen pero de personalidad fuerte, que demandan mucho, así como también hay productores grandes de grandes demandas. Así mismo también hay productores grandes y chicos que no demandan tanto tiempo, confían en la exportadora, y no creo que tenga que ver con el volumen de producción, pienso que un cliente es un cliente independientemente la magnitud de producción que tenga.

¿Ustedes se relacionan con supermercados, importadoras...? ¿Cómo funciona esto? ¿De qué depende?

Entrevistado: Depende del cultivo, hay cultivos que se especializan más en distintos mercados. Por ejemplo, el caso de la cereza, es principalmente ácida entonces el mercado por excelencia que registra los mejores retornos en los últimos siete años ha sido Asia, desde que se abrió en Chile a China. Otros cultivos como la manzana son más abiertos a distintos mercados, se exporta mucho la manzana a Medio Oriente, hay un programa grande. La curva de calibre es pequeña para Latinoamérica y a Estados Unidos crece un poco más. Incluso algunas variedades de manzana como la Fuji van a Taiwán y algunas veces también se mandan a Europa. Como la manzana en general es un *commodity* que es muy amplio en distribución de mercado y zonas geográficas, a diferencia de una fruta como la cereza que se concentra en Asia en un 98% y solamente algunas pequeñas partidas salen hacia otros mercados del mundo. Respecto al trabajo con supermercados directos, más que por el cultivo va directamente al mercado generalmente como Asia y Latinoamérica, específicamente a mercados mayorista de frutas o mercado secundario, pero siempre mercados. En destinos como Estados Unidos y Europa, la comercialización con supermercados es más potente.

¿Y esto cambia la relación que hay con un supermercado respecto a una importadora o mercado mayorista?

Entrevistado: Abastecer un supermercado es más difícil, pues obviamente la exigencia es mucho más alta, el supermercado pide más certificaciones y pide un cumplimiento de programas a cabalidad. Se torna muy difícil colocar un 100% de la fruta en el programa del supermercado porque como lo establece el programa e incluso muchas veces solo se puede colocar un 60%. Al final estos números suelen bajar, sin embargo se resalta que los cítricos son los que más logramos poner en supermercados.

Si en alguna parte no se respeta la certificación del supermercado, ¿tienen algún otro destino posible en ese sentido?

Entrevistado: Tienen otro destino pero cuando el supermercado hace grandes retornos de estos productos. Así que un rechazo en el supermercado significa una pérdida de valor en el producto, se intenta hacer el producto siempre apto para el supermercado.

En ese sentido, ¿los supermercados Europeos y de Estados Unidos son de alguna manera determinantes en cómo se conforma la escala en general o como se tiene que trabajar a nivel de estándares de calidad?

Entrevistado: Para exportar a Estados Unidos los supermercados te piden un *Grade 1* y ese *grade* lo escoge el USDA (*United States Department of Agriculture*) y, ellos mandan una ficha de calidad de cuáles son las tolerancias máximas para que una fruta esté categorizada como *grade 1*. En general, eso es lo que piden los supermercados en Estados Unidos, los otros mercados no son tan exigentes pero igual no queremos mezclar mucho las calidades porque se quiere mantener la consistencia del producto, es decir, cada persona que abra el producto se encuentre con una calidad característica, quizás no la mejor ni la peor pero consistente, siempre la misma manzana en el mismo envase para que sea más fácil repetir la compra. Es como en cualquier producto, no necesariamente tiene que ser el mejor producto sino consistente en calidad, eso te lleva a hacer muchas ventas.

Todo lo que la naturaleza en si no es.

Entrevistado: No porque todos los árboles son distintos, por eso mismo en el proceso de *packing* se trata de homogeneizar esos parámetros con la ayuda de la óptica, los colores y la calibración, se trata de dejar un producto muy consistente en la caja que parece casi artificial.

¿Hay un mercado global de la fruta o son distintos mercados que se relacionan pero tienen lógicas distintas?

Entrevistado: Los mercados tienen lógicas distintas pero también hay comunicación entre los exportadores. Por ejemplo, hay un receptor en Europa que quiere o necesita hacer un pedido específico para navidad, puede ser un supermercado en Alemania, tú le envías la cotización y la puede considerar cara porque no está acostumbrado a pagar a ese precio, pero tú conversas con argumentos como el hecho que el mercado asiático está pagando 90usd por caja, así que básicamente la cotización está bien a ese precio, se tiene que ajustar contra el otro comprador que es Asia. Igualmente existe como un mercado global si bien no es un mercado como la bolsa de *commodity* pero si existe una conversación entre los mercados para ajustar precios y volúmenes, los que van pagando menos van perdiendo volumen y los que pagan más ganan volumen porque ese es realmente el trabajo de la exportadora maximizar el retorno para los agricultores.

¿Y con este cliente hay relaciones estables en el tiempo?

Entrevistado: Señalaré como ejemplo la relación entre *Walmart* con *Agricom*, que lleva varios años, alrededor de unas 20 temporadas, todos los años haciendo el mismo programa en general los receptores de manzana llevan trabajando mucho tiempo con la compañía igual que los de cítricos. La función de *Agricom* con *Westfalia* fue esa, *Westfalia* fue un receptor de *Agricom* que compró la empresa, llevaban muchos años como clientes de la exportadora, son relaciones a largo plazo. Yo diría que las relaciones más modernas son las que tenemos actualmente con Asia porque es un mercado que se abrió hace siete años y de ahí se empezaron a construir las relaciones, pero no tenemos relaciones de treinta años como con Estados Unidos por ejemplo.

¿Hay un rol importante en los Tratados de Libre Comercio?

Entrevistado: Claro. Toda esta apertura del mercado de la cereza a Asia tiene que ver con el Tratado de Libre Comercio y el tema de las barreras arancelarias que fueron cayendo. Dentro del tratado de libre comercio también se han ido abriendo protocolos fitosanitarios. Todos los años iba tocando

algo por ejemplo no sé si partieron con la cereza como tal, pero luego entraron los carozos, entró la uva, la cereza, el año pasado entraron los cítricos. Entonces todos los años china va abriendo un commodity nuevo para que pueda ir entrando y creando protocolo de importación todo eso gracias a los Tratados de Libre Comercio que han ido abriendo el camino,

¿Todos estos años que Agricom ha trabajado me imagino que no lo ha visto desde el inicio?

Entrevistado: No, yo no porque Agricom tiene 38 años como exportadora y yo tengo 35 años de vida.

Me imaginaba pero por lo que he escuchado ¿hay algunas cosas que han cambiado mucho en estos años?, digamos en las clases, entraron otros supermercados y otros frutos. Pero si tomamos la manzana que tiene muchas historias, ¿ese proceso ha tenido muchos cambios?

Entrevistado: El asunto con la manzana es su estabilidad, lleva varios años estable y ha mantenido los mismos precios en los últimos años entonces no ha sufrido mayores modificaciones. Una de las mayores modificaciones que hemos hecho es tratar de aprovechar más las frutas, abrir otras calidades para así poder empacar una mayor calidad de fruta y tratar de rebajar los costos sobre los kilos embalados, esa ha sido la mayor modificación que hemos tratado de hacer.

¿Eso para el supermercado?

Entrevistado: Si todos los años intentamos hacer algo nuevo porque repetir la misma forma no es viable, las empresas tienen que ser dinámicas, siempre andamos viendo que hizo el vecino porqué le fue bien y tratamos de innovar.

¿Cuáles son hoy los mayores desafíos en este negocio?

Entrevistado: Dentro de los mayores desafíos está ganarse la confianza de los compradores eso es algo que se gana con muchos años, cuesta construirla pero es muy fácil perder esa confianza con un pequeño resbalón. Se trata de la construcción de una base de productores estables que confían en la compañía, lo cual es algo que demora cierto tiempo, lograr que los productores confíen en Agricom. Los mercados fruteros son muy informales, existe mucho fraude en distintas compras, gente que no paga o que no envía la fruta, por esto construir una confianza es lo que más cuesta hacer así como también tratar de cometer la menor cantidad de errores, eso es lo que te puede llevar al éxito. Entre estos errores pueden encontrarse como procesar una fruta tarde, no cargarla, tener un problema de temperatura en las cámaras y que se pudra, eso merma el resultado de la compañía, e incluso aunque solo se pierda un 10% de fruto eso le afecta intensamente al resultado final. Se podría hacer todo bien con el 80% de la fruta pero si el 20% final tiene problemas, será una merma afectando negativamente el resultado.

Ahí está el margen.

Entrevistado: Claro, aquí está el éxito de la exportadora, la que mejor lo hace es la exportadora que menos se equivoque. Quizás no es la que vende más, sino la que menos se equivoca. Es como el tenis mientras menos doble falta, un tenista regular que comete poca doble falta igual llega a los cinco sets, quizás no tenga un saque campeón, o un remate campeón pero comete pocas doble falta y eventualmente el otro pierde.

Entendí que por lo menos en algunos frutos o quizás en general se intenta planificar un poco lo que se vende ¿de dónde se saca la información para decidir la manera de embalar?

Entrevistado: Se trabaja en base a la estimaciones agronómicas y en también en base a la historia, debido a que generalmente son productores de los cuales ya conocemos el producto, entonces sabemos que un productor que tiene buen calibre todos los años, sería raro que este año tenga uno malo, igual habría que ir al campo para corroborar. Respecto a los otros productores, tú los compras y tienen dos calibres más que los demás, su plan de manzana tiene buen color en general entonces sacaré 70%; otro productor más pequeño no entregará lo mismo. Identificamos a los productores en base a los que tienen y te imaginas la cantidad de producto que te saldrá por cada calibre, una estimación comercial y con eso se programa luego la venta. En general no se hace la venta del 100% que uno estima si no que vendes un 80% y dejas un 20% por si se cae la estimación o para poder tratar de dar un mejor precio si hay oportunidades de mejor venta. Ahí el comerciante sabe que tendrá cierta cantidad de *Premium*, *Extra Fancy*, *Fancy*, y cierta cantidad de comercial embalada para la venta.

¿Eso lo ve después donde hay mejor oferta y precio para cada calidad?

Entrevistado: claro tratar de ir sacando cada calidad en el mejor momento del mercado, por ejemplo si el producto de calidad *fancy* se va a vender en marzo, se trata de guardar un poco la *Fancy* y cargarla esa fecha cuando ya desaparece un poco del mercado la *Extra Fancy* y la *Premium*. Cuando se tiene una fruta muy buena en un mercado y se intenta vender una fruta de menor calidad, pues cuesta venderla porque el mercado está lleno de fruta muy buena, pero cuando baja la cantidad de fruta buena e intentas vender esta que es de segunda calidad, pasa a ser buena porque no está la primera calidad. Todo esto se puede manejar muy bien en cultivos como el de la manzana, mientras que en un cultivo de cereza no porque se debe vender con mayor rapidez, la cereza no se guarda así que van a estar productos de ambas calidades al mismo tiempo.

¿Cómo se hacen los contratos con las importadoras, es de manera muy informal?

Entrevistado: Agricom es más bien formal porque debe tener seguro de crédito para todos sus recibidores, hay una compañía de crédito de exportación y si tu recibidor llegase a no pagar o quiebra, esta compañía asegura un monto sobre la factura de exportación, específicamente te aseguran de no perder 80% pero para eso tienes que buscar un cliente que sea asegurable y, por ejemplo, asegurar a un cliente en Latinoamérica es muy difícil porque son muy informales, tienen muchas razones sociales, no tienen historial por el constante cambio de razón social todos los años y en consecuencia pierden el historial para el seguro. Asegurar una importadora en Estados Unidos es quizás más fácil. Asegurar en China tampoco es tan fácil porque ir a entablar un juicio en China no debe ser nada fácil, entonces hay clientes más y menos asegurables pero Agricom trabaja en general, con seguro para todos los camiones, transporte, transporte naviero y eso te lleva a tener una base bien estable.

¿Al final se paga cuando se recibe?

Entrevistado: Todo eso depende, hay exportadoras que corren el riesgo, mandan producción no asegurada porque la promesa de precio es bastante alta y a veces esa promesa se cumple, pero si no

se cumple no hay ningún seguro asociado que te pueda responder el incumplimiento. Cada cual decide, así Agricom decide el camino más seguro.

¿Al final ustedes tienen la responsabilidad hacia el puerto de llegada es así?

Entrevistado: En general la planta se deja en un modelo que se llama...ya va, ¿la responsabilidad de la que hablas es la monetaria o sobre el producto?

Sobre el producto.

Entrevistado: En general, el receptor recibe el producto y, si llega con algún problema, te informa. Una vez que te informa el receptor de algún problema tal como el leer la temperatura de viaje para asegurar que la nevera haya brindado el viaje correcto, ver el tiempo de tránsito también pues los contratos de embarque tienen cierto tiempo -algunos tienen 21 días y se demoran 45 días- entonces ya ahí hubo incumplimiento del contrato carguero, todo eso se va presentado a un seguro si el siniestro es grave, si el siniestro es pequeño no lo presentan por que puede ser que la póliza del seguro sea más cara de lo que recupero y el año siguiente te sube la cuota, entonces no tiene sentido pagar 10 mil dólares para recuperar 10 mil dólares y luego el próximo año te suben las cuotas, pierdes 10 mil entonces es eso. Hay que ir viendo que se procesa al seguro y que no, pero claro la calidad de la fruta va por parte de la exportadora. En general el receptor no se hace responsable, pero si llega bien el precio de venta es responsabilidad del receptor porque hay varios receptores en el mismo mercado y, si uno vende peor que otro hay responsabilidad en ese receptor, compensar la pérdida de valor solamente por venta.

¿El receptor paga en el momento en que recibe?

Entrevistado: El receptor paga posterior a la venta. Hay varios modelos, hay un modelo de compra que es prepagado, por ejemplo se le vendió a un receptor que se le tiene mucha desconfianza y no ha asegurado el riesgo. Hay un modelo que se vende acá en Chile y se llama FOT (*free on truck*) que deja la fruta en el camión, llega al depósito se carga y se va el camión. Si hay un ajuste después la exportadora vera si te devuelve el dinero. Luego, hay receptores que les tienes más confianza y le dejas la fruta en el puerto, el receptor paga el flete, después vende y te hace una reliquidación de venta que se demora como un mes después de la venta en el mercado mayorista, ahí se cobra la comisión, los gastos operacionales del movimiento de fruta en el extranjero, los impuestos y se llega una liquidación FOT. Después hay otro como la liquidación aérea que tiene que ser muy de confianza porque la exportadora paga el flete, paga el recibo y el receptor retira allá, se paga desde Chile partiendo de la confianza que se va teniendo con el receptor, así si un receptor no es asegurable o le cobras antes de que salga la carga, pero si un receptor es confiable y lleva treinta años, de verdad está en una buena situación de seguro le puedes dar treinta días de plazo para pagar.

¿Después se pasa el producto?

Entrevistado: Claro se hace una reliquidación de venta, en general como todas las exportadoras trabajan en Chile con la reliquidación de venta la exportadora comisiona un porcentaje sobre la venta FOT, se le cargan los costos directos de los materiales y servicios de ahí sale una reliquidación de precios de venta a los productores. Ese es más o menos el negocio de exportación tradicional que tiene Chile.

Ahora quería hacerte un par de preguntas sobre la situación en Chile, sobre la constitución y algunos temas que en este momento parecen muy importantes,

es un tema largo que se menciona mucho, ¿piensas que va a afectar mucho el negocio de la exportación?

Entrevistado: Exacto claro si la pluviometría en Chile sigue como viene. En algún momento va a empezar a escasear el agua e incluso ya hacia las regiones del norte los cultivos como la pasa, el cítrico como la uva, están sufriendo de la sequía y yo creo que acá recién se ha empezado a experimentar un poco la sequía, todavía hay buena napa, se pueden hacer buenos pozos pero obviamente se ha notado que todos los años viene lloviendo menos, y este va siendo un tema cada vez más relevante en la fruticultura de Chile. Claramente sin agua no hay fruticultura, es muy difícil hacer que las plantas produzcan sin agua.

¿Y de alguna manera tomar medidas o hacer revisiones en ese sentido, organizarse respecto a eso?

Entrevistado: En general lo que se ha venido haciendo con todos los productores es tecnificando. Por ejemplo, en la zona Manzanera todavía existen huertos de riego por tendido que han ido cambiándose por sistema de riego presurizado que aprovecha más el agua, se han hechos muchos pozos para tratar de depender menos del agua superficial y del periodo de lluvia, se usa el estanque del suelo y tienes agua con más certeza. Quizás es un gasto energético más agua pero con más certeza de poder regar correctamente y como organización, Agricom participa como muchas en Chile en una asociación de productores que se llama la Asoex. En la Asoex se toman temas grandes con el fondo en la forma de las grandes exportadoras de relacionarse en bloque y poder hacer políticas para el SAG y el ministerio de agricultura, un poco de relaciones con organizaciones parecidas que existen en otros países entonces a través de la Asoex se participa en los comités y se van tomando determinaciones como industria. La Asoex representa el interés de todos, crear exportaciones a china, crear embalses, ver la opción de crear algún acuífero para la zona. Todas esas cosas se tienen que hacer pero se deben hacer cuando ya hay gremios grandes, hacerlo uno solo es muy difícil a lo mejor uno solo puede construir un pequeño tanque en su campo y almacenar un porcentaje de agua pero eso no va a solucionar el problema nacional.

¿Piensas que hasta cierto punto esto puede limitar lo que se puede exportar en Chile? ¿En general usted piensa que hay un potencial de crecimiento hoy en día en la fruta que Chile exporta?

Entrevistado: Yo veo el potencial de Chile para exportar frutos de verano llámese manzanas, cerezas, los carozos, los arándanos. Hoy en día no pasa por un tema de capacidad productiva sino que pasa por un tema de capacidad de venta. Los cultivos se han proyectado rápidamente, las cerezas han crecido de volumen un 30% anual pero hoy en día hemos empezado a experimentar mercados saturados. La fruta Chilena, en general, es fruta cara porque juega a la contra estación entonces la idea tiene un costo asociado alto de embalaje mucho más alto del que vende un mercado local entonces llega al mercado de afuera a un precio que es super alto, para poder hacer funcionar esta máquina acá hay que vender a un precio alto eso va limitando un poco la cantidad de fruta que se puede ir poniendo en los diferentes mercados de fruta fresca. La manzana cuesta mucho, por ejemplo cómo guardo un año entero, si Estados Unidos, Oregon quedó con mucha manzana al otro lado del hemisferio, es difícil salir a vender a Estados Unidos o Europa porque todavía hay manzanas de ellos que no han pagado transporte, embalaje y se venden en los mercados agrícolas así tal cual viene y se vende bien, entonces no tiene la necesidad que tiene esta manzana de liquidar a digamos 20 dólares la caja de manzana.

Igual el frío tiene un costo...

Entrevistado: El costo del frío, del almacenaje, todo esos costos van sumando entonces claro cuando tienes cultivos como la manzana, el kiwi, depende mucho de cómo desaparece el cultivo al otro lado del hemisferio. La cereza no tiene eso por que como guarda poco, las cerezas del hemisferio sur entra pero igual hoy en día 60 o 70 millones de cajas en China en el mercado se nota que no es capaz de mover el volumen sostenidamente.

¿Los debates Globales que hay?

Entrevistado: Ahora el tema del agua, si va a ser un tema si sigue fallando no van a poder producir las toneladas que producen, Agricom ya lo ha ido viendo pasar con la Palta y las Clementinas del norte, se han ido achicando mucho por campos que han ido achicando su hectareaje debido al tema del agua, estos dos cultivo han sufrido.

Los debates en torno a la sustentabilidad ¿de alguna manera influyen en el trabajo? por ejemplo hay clientes que dicen que el transporte, lejano, impacta y entonces quizás hay menos interés en comprar la fruta.

Entrevistado: Lo más probables es que lo más puristas no quieren comprar fruta importada porque entienden lo que significa la cadena de fruta importada, significa un alto costo energético traer esa fruta, como también lo es traer un auto de Japón, todo lo que sea importado tiene un costo energético muy alto y un nivel de generación de basura muy alto, así como todos los embalajes para poder traer cosas en barco son infinitos cartones, plásticos, no llega el producto solo llega un montón de embalaje también.

Embalaje que a la vez es importado...

Entrevistado: Sí, todos los cartones, con las frutas van los cartones así como con los autos llegan pedazos de plástico y las cajas de madera.

¿Pero el embalaje que se utiliza para la fruta es producido acá?

Entrevistado: El cartón se ensambla acá, lo que llega de China son unos rollos grandes de papel de celulosa. El papel de celulosa tiene dos grandes productores, China y Estados Unidos, es un rollo gigante. Si vas a Santiago, está Cartones San Fernando, afuera están los rollos enormes de celulosa, con eso se hacen tres cajas las que están compuesta de un *liner*, después vienen un cuerpo de papel reciclado que puede ser de caja antigua y otro *liner* por debajo. En Chile hay varias empresas que hacen el ensamble del cartón.

En ese sentido ¿hay esfuerzos de reducir alguna manera de cuestiones como el costo energético, la cantidad de embalaje?, ¿alguna idea?

Entrevistado: Yo creo que si se importa es más económico que comprarlo acá. En Chile, igual hay grandes empresas de celulosa como la CMPC que produce una gran cantidad de celulosa pero no sé por qué no se le compra más. Entiendo que es la parte del *liner* blanco, que es donde se imprime la foto de las cajas de cerezas, en general se compra en Chile a la CMPC principalmente pero los rollos de fibra son importados y como ahora no estoy en el negocio de la celulosa, no entiendo por qué es así.

Me dijeron que es una cuestión de calidad.

Entrevistado: Quizás el que hacen de pino y el *liner* que viene de roble, ahí no tengo idea.

No, pero mi pregunta verdadera en relación a la sustentabilidad que hay como esfuerzos de reducir la cantidad de embalaje y costos energéticos.

Entrevistado: Todos están buscando siempre cómo reducir los costos energéticos en general, lo cual es bueno pues reduce los costos de la empresa. Reducir el consumo de energía es un gran paso así que todo lo que tiene que ver con ahorro de energía está muy bueno. Ojalá pudiéramos ser libres de energía fósiles y generar planta de energía eléctrica de otra procedencia. La gran curva de Carbono que tiene una fruta está en los transportes, en los camiones, ahí es donde más se gastan en el camionaje al huerto y al barco, ahí es donde deja su mayor huella de Carbono. En la planta misma tú viste que los motores son todos eléctricos, hoy en día Chile ha transformado también su matriz a eléctrica, una matriz más sustentable. Si vas a Angol se observa una cantidad de torres de energía eólicas, una cosa que no existía hace diez años atrás que había diez torres, hoy en día no terminas de contarlas en un solo día.

¿Y ustedes por qué me hablas eso con mucho detalle, tienen evaluaciones de esto?

Entrevistado: En general Agricom trabaja con puros productores certificados y hoy en día las certificaciones han ido sumando anexos, está el *Global gap* pero en general se trabaja con el *Adams Fishman* que es un tema de seguridad alimentaria. Entiendo que se trabaja con *Rainforest* que es una certificación que cuida un poco esto de las emisiones y la certificación *Grasp*. En general los productores han intentado que se vayan auditando en estas dos, actualmente los clientes no requieren un cien por ciento de productores auditados *Grasp*, hemos notado sobre todo que el cliente europeo pide más ese tipo de certificación entonces buscamos que los productores certifiquen esto.

¿Ahí hacen por ejemplo reducciones de carbono y así?

Entrevistado: Una se llama *Rainforest* y la otra *Grasp*, después puedes buscar de qué se trata y qué es lo que evalúan.

¿Y en los debates políticos actuales que hay en Chile hay alguno que defienda la fruta Chilena?

Entrevistado: Ahí yo creo que Agricom no tiene una postura oficial, seguimos siendo una compañía agrícola y te llega toda esta información como si fueras el malvado de la película. Yo soy agrónomo y cuando veo en la tele la persona que lo dice es ingeniero civil desde la ciudad de Santiago mientras yo soy una persona que trabaja en el campo, y te atacan como si fuera tu culpa, esto es un tema político. Pero es un tema político que va detrás de la búsqueda del derecho de agua, es más que todo eso lo que se está peleando porque nadie quiere discutir que la agricultura alimenta al mundo. Tampoco es un negocio de lo más rentables, así que nadie puede discutir la rentabilidad por que no es la rentabilidad que tiene la bolsa u otras cosas, pero si yo creo que hay un gran interés en el agua que hoy en día tiene mucho valor. Si tú tienes, por ejemplo, una hectárea con agua vale 70 millones de pesos pero una sin agua vale 7 entonces te das cuenta que el valor lo aporta es el agua. Si tú logras quitar los derechos de agua a los agricultores para reasignarlo, imagina el capital intangible que tiene los derechos de agua de Chile. Creo que toda esta cuestión de atacar a la agricultura es

para que el pueblo le entregue estos derechos al Estado para poder reasignarlo, te aseguro que los van a reasignar en minería, centrales hidráulicas, todo eso y los campos van a quedar sin regarse. Es lo que ha ido pasando los derechos de agua se venden, lo que pasa es que los agricultores no los quieren vender por esos subieron las tierras, porque después no pueden volver a comprar, porque les compra la minera el derecho y la minera es capaz de amarrar cien millones de pesos por un derecho y para recuperarla a cien millones de peso es casi imposible.

Ese sería el sueño...

Entrevistado: Una planta que dé hojas de dólares, una cosa así, no dará para recuperarlo. A los agricultores que les gusta el tema no venden ni quieren ceder los derechos de agua y el agua de la ciudad no tienen nada que ver con la agricultura pero sí está muy politizado porque la gente cree que la cuenta de agua es culpa del agricultor y no entienden que la cuenta del agua es un dos por ciento el agua y un noventa y ocho por ciento servicios asociados a la entrega del agua en su casa, electricidad, alcantarillado, tuberías, al final no es solo la cuenta del agua si no los servicios asociados. El agua es prácticamente regalada pero han politizado mucho, esa es mi impresión.

En general, una cosa que me impresionaba aquí para la exportación de la fruta veo como mucha atención al detalle una cosa muy precisa, pero en el mercado interno chileno no es mucho menor la calidad de la fruta que medianamente se puede comprar en Chile, en los supermercados no es tan alta como parece.

Entrevistado: En general, son los descartes de exportación los que se venden. Chile es un mercado pequeño, si Chile intentase vender su producción dentro del país no tendría valor porque para más de setenta millones de cajas se producen en Chile, tenemos dieciocho millones de habitantes significa que tendrías que comer una caja de cereza por persona a la semana, incluyendo los niños chicos, algo que es imposible. Aparte, cuando está saliendo la cereza también sale la manzana, tendrías que comer una caja de cereza una de manzana comer solo fruta.

Pero igual me parece que como hay un poco de límites entre la organización de transporte, del frío, internamente muchas veces parece que la calidad es un poco...

Entrevistado: Depende mucho del producto, pasa en general para la manzana, la cereza, los kiwis, las uvas, pero la palta es un gran producto dentro de Chile puesto que en Chile se come mucha palta y mucho tomate, entonces encontrarás de igual calidad importación dentro de Chile. Pero es un tema de mercado porque el nacional come mucho, porque Chile produce ciento cincuenta millones de toneladas y consume noventa, se exporta cuarenta o cincuenta, no más que eso. A veces, si falta, quien pierde es la exportación porque el mercado nacional sigue consumiendo y se consume toda la palta pero porque es un producto que está muy internalizado como la papa en Europa que se debe exportar poco, la consumen, en general no se ve exportación de papa para otro lugar. Pero los cultivos que tienen setenta millones de cajas como la cereza, la uva, la manzana es muy difícil, tu encuentras buenas cajas de frutas de repente en los mejores barrios que son prácticamente calidad de exportación porque es un tema de precio básicamente

Bueno yo pienso que esto es todo y muchas gracias.

Entrevistado: Espero que hayamos podido ayudar a su investigación.