Pablo Montesinos, gerente general de Iansa:

“Tuvimos que hacer ajustes importantes de cara al futuro”

El Mercurio - Revista del Campo

**El ejecutivo destaca que pronto se reflejarán en los resultados de la compañía azucarera los cambios de los últimos años, que significaron cerrar las plantas de Los Ángeles y Linares. Pretende llegar a las 9.000 hectáreas de remolacha en la nueva temporada, con un precio de US$ 48,5 por tonelada.**

'Uno vive de percepciones y no siempre son la realidad', sostiene Pablo Montesinos. El ingeniero civil industrial lleva dos años y medio a cargo de la gerencia general de Iansa. En ese tiempo le tocó comandar el cierre de la planta procesadora de Los Ángeles y concentrar las operaciones industriales de la azucarera en Chillán.

'El año pasado, después de que tomamos la decisión de dejar de producir en Los Ángeles, estuve dos semanas visitando agricultores. Les transmití en sus casas, en sus escritorios, en sus campos lo que queríamos hacer. Con la contratación de este año estamos transformando eso en verdad. A los agricultores que entregaban la remolacha en Los Ángeles y que hoy lo hacen en Chillán, les estamos pagando la diferencia de flete, incluyendo el peaje, al 100%. Ese es nuestro compromiso'.

-Sin embargo, en la temporada 2021-2022 deben competir con el maíz, que tiene altos precios, y con la fruticultura que está creciendo fuerte en las cercanías de Chillán. ¿Sigue siendo la remolacha un producto interesante para los agricultores?

Sí, definitivamente. Nosotros contratamos remolacha desde la Región del Maule a la de La Araucanía. Tenemos agricultores desde Colbún hasta Collipulli.

Enfrentamos la competencia de otros cultivos, pero entendemos que la remolacha tiene que rotar. Lo que damos es una rentabilidad más segura, con condiciones fijas por el 100% de la remolacha, con apoyo técnico y con seguros tanto de cambio como de eventuales siniestros agrícolas, que le permiten ser un cultivo muy atractivo.

El año pasado se ofrecieron 46 dólares, esta temporada son 48,5 dólares y estamos dando bonos por distancia para agricultores que están de 20 kilómetros hacia arriba. Sumado a eso pagamos entre 50% y 100% del seguro agrícola, dependiendo del tipo de financiamiento. Eso apunta a dar seguridad.

-Tras el cierre de las plantas de Los Ángeles y Linares, ¿qué pasa con la capacidad de procesamiento de remolacha?

Cerramos dos, pero crecimos en Chillán. Pasamos de tener 12 mil hectáreas en total con las tres plantas a 9.000 hectáreas, que es lo que queremos tener ahora. Se decreció 30% en las zonas más alejadas, las zonas de Linares y Los Ángeles.

Hoy el 40% de la remolacha viene de la zona de Chillán. Efectivamente tiene una mayor representación, pero la zona de Linares y Los Ángeles sigue manteniendo una representación importante. Cambió un poco el mapa, pero la rotación del cultivo obliga a que tengamos la superficie distribuida.

-¿En qué pie está la viabilidad financiera de Iansa?

Tuvimos que hacer ajustes importantes de cara al futuro en los últimos tres años. Lo hicimos justo en un momento en que el precio del azúcar estaba en sus mínimos en los últimos 20 años. Ese tránsito nos dejó con resultados que no eran los que nosotros esperábamos.

¿Qué ha pasado ahora? Terminamos el 2020 con un Ebitda de US$ 18 millones. La verdad es que los resultados en los tres primeros meses de este año han sido bastante buenos y en línea con nuestro presupuesto.

Humpreys nos ratificó la clasificación A- y Feller nos tiene con clasificación A. Tenemos una generación de caja positiva, la concentración de las operaciones en Chillán nos permite bajar costos fijos y eficientizar nuestra operación. En el retail vamos muy bien, hoy estamos con un market share de, en promedio, 50% en azúcar. Somos una de las tres principales marcas de endulzantes no calóricos en el mercado.

Tenemos una operación de pasta de tomate súper exitosa, tanto en Perú como en Chile.

El negocio de ingredientes ha tenido un muy buen desempeño. Nuestro portfolio de negocios es bastante sano. Es normal que una compañía que lleve 65 años en un negocio haga cambios en su estructura productiva y en la tecnología. Lo que pasa es que nosotros lo hicimos en un periodo muy corto, por eso mismo que impacta.

En la planta de Chillán hemos invertido más de US$ 30 millones y todavía queda un paquete de US$ 20 millones para los próximos tres años en modernización y mejoras productivas.

De aquí a fin de año vamos a poder cosechar los resultados de las inversiones que hemos hecho y los cambios en nuestra matriz productiva.

-El precio del azúcar depende de los mercados internacionales, ¿cómo se ve en los próximos meses?

Pasamos por momentos de niveles muy bajos, principalmente en 2019 y a principios de 2020. Ahora hay una recuperación. No está en los altos niveles que tuvo en 2015, pero es un nivel que es coherente con lo que hemos proyectado a largo plazo y con las inversiones que hemos hecho. Los shocks que hemos tenido han sido desajustes de oferta y demanda a nivel mundial.

En Europa se ha ido reduciendo la cantidad producida. Eso ha permitido lograr equilibrios entre oferta y demanda que no existieron entre 2018 y 2019.

**Recuadro**

- "De aquí a fin de año vamos a poder cosechar los resultados de las inversiones que hemos hecho y los cambios en nuestra matriz productiva'

- Impacto de ley de etiquetado

- ¿Cuánto cambió el consumo de azúcar tras la Ley de Etiquetado?

Aproximadamente un tercio de nuestra producción va a la demanda del retail y dos tercios a la industrial. Con la Ley de Etiquetado hubo una baja en el consumo de azúcar industrial, coherente con los cambios de comportamiento de consumo y de alimentación que han ocurrido en países desarrollados.

Hoy el consumo se ha estabilizado. La Organización Mundial de la Salud considera el azúcar como parte de una dieta, con un máximo de consumo de 10%.

En el caso industrial somos por lejos el proveedor más importante. Al tener un stock de azúcar en el país, permitimos a las empresas tener continuidad de operación.

Contacto de medios:
**Rodrigo Ansaldo**
**rodrigo@corpo.cl**