



Iván Marambio, presidente de Frutas de Chile.

Presidente de Frutas de Chile desestima que la industria de las cerezas esté en peligro: “Llegó para quedarse”

La temporada aún no concluye, pero de acuerdo a cifras preliminares del Comité de Cerezas de Frutas de Chile, a la fecha se han exportado cerca de 114 millones de cajas, es decir, alrededor de 590 mil de toneladas, superando la última proyección del gremio, que apuntaba a 110 millones de cajas.

OLIVIA HERNÁNDEZ D.

El Año Nuevo chino está a punto de comenzar y, con él, la tradición de comer cerezas, como un símbolo de prosperidad y buena suerte.

La cereza es un producto clave para la industria chilena, ya que es el tercer producto más exportado del país, después del cobre y el salmón. Su principal mercado es China, donde esta festividad se ha convertido en uno de los mayores impulsores de la demanda.

La temporada pasada (2024-2025) fue compleja para la industria debido a un sobrevolumen de exportación, lo que se tradujo en una fuerte caída de los precios de la fruta roja. Es por esto que, para esta temporada, se esperaba corregir gran parte de los problemas que enfrentaron los distintos actores del mercado.

De manera general, el presidente de Frutas de Chile, Iván Marambio, sostiene en conversación con Pulso que esta temporada (2025-2026) “ha sido bien desafiante, donde ha habido muchos factores en juego. La

industria de la cereza chilena está entrando en un periodo de madurez, un negocio donde hay un gran volumen involucrado y donde se está entrando en un periodo en el cual las formas de enfrentar el negocio van madurando, en el sentido de que ya no es solamente el Año Nuevo chino, que era lo que siempre nos tenía tan preocupados, sino que ya son muchas las ocasiones en las cuales las cerezas se consumen”.

La temporada aún no concluye, pero de acuerdo a cifras preliminares del Comité de Cerezas de Frutas de Chile, a la fecha se han exportado cerca de 114 millones de cajas, es decir, alrededor de 590 mil de toneladas, superando la última proyección del gremio, que apuntaba a 110 millones de cajas.

Si bien estas cifras son inferiores a las estimadas inicialmente -que se asemejaban más a las de la temporada anterior (cerca de 650 mil toneladas)-, los efectos climáticos impactaron en el resultado final.

“Nuestra percepción es que la fruta este año estuvo mejor, su calidad fue mejor. En

ese sentido, tanto productores como exportadores hicieron un buen trabajo. Pero el desafío más grande tiene que ver con la concentración. Si uno analiza, a pesar de que este año hubo menos volumen total de fruta, el año pasado hubo 125 millones de cajas, este año hay 114 millones, hay 11 millones de cajas menos, y hubo menor concentración en China. A pesar de eso, si uno analiza semana por semana, todas las semanas, desde el principio de la temporada hasta el 20 de enero, llegó más fruta que el año pasado a China”, plantea.

“En términos generales, lo que sí que podemos decir es que la temporada cerecera va a ser bastante similar a la temporada pasada”, resume Marambio, quien señala que los precios de la fruta, particularmente en China, fueron similares a los de la temporada pasada.

“Si uno se va a China, el precio estuvo bastante similar al del año pasado. Se producen en dos efectos. El primero es esta curva semana a semana, en que yo diría puede ser un poco menor, tal vez, el precio promedio

durante la mayoría de las semanas. Sin embargo, como la fruta fue de mejor calidad y de mayor tamaño, al comparar calidad con precio, podría estar muy similar al año pasado”, explica.

¿FIN DEL BOOM?

Hoy, algunos expertos coinciden en que el “boom de la cereza” llegó a su fin y que lo que se avecina es un periodo de ajuste. Pero el presidente de Frutas de Chile difiere de esta idea.

“Yo creo que es un producto extraordinario que tiene Chile, en el cual prácticamente tenemos el 100% del mercado. Por lo tanto, es una fruta que va a seguir entregando muchos retornos a Chile, y me parece que es un sector que está madurando, que está siendo cada vez más sustentable, y que está buscando su espacio en diferentes partes del mundo, donde incluso, si uno analiza los números de esta temporada, la importancia de China bajó en 5 puntos: nosotros teníamos el 92% de las cerezas puestas en China, hoy día bajamos al 87%”, dice Marambio, quien añade que hay otros países, como Estados Unidos, Brasil y Corea, que están creciendo en participación de mercado.

“Por lo tanto, la cereza llegó para quedarse y va a ser un importante producto, no solamente para la industria, sino que para el país”, señala el timonel del gremio.

Respecto a la menor participación de mercado que representó China esta temporada, afirma que aquello “tiene que ver absolutamente con diversificación. Es estrategia comercial de las diferentes empresas, que buscan abrir la canasta, y buscan enviar a otros mercados. Hay muchos detalles en esto, pero, por ejemplo, hay países que uno no esperaría que empiecen a crecer. En Latinoamérica creció mucho Argentina, creció mucho Ecuador, Brasil viene creciendo, por lo tanto, se trata de estrategias comerciales de las empresas que no tienen que ver con el consumidor chino o con el mercado chino, sino que son apuestas que hacen las empresas justamente para ir metiendo los huevos en diferentes canastas”.

El presidente de Frutas de Chile concluye que la temporada ha sido desafiante para la industria, aunque destaca una mejora significativa en la calidad de la fruta. Asimismo, señala que el gremio ve con optimismo el panorama para otros productos como el kiwi, el arándano, la manzana y la uva de mesa.

“Un país tan pequeño como el nuestro es una potencia en esto. Hoy tenemos un negocio maduro, un negocio sustentable y las frutas pasan por ciclos. Hoy día estamos viviendo, esperamos, un ciclo muy importante con el kiwi, esperamos que se mantenga. La cereza ha sido un producto que ha dado tremendas satisfacciones al mundo frutícola en particular, tanto a productores como a exportadores; también esperamos que siga en ese camino de madurez y de sustentabilidad”, resume Marambio. ●