



ESPECIAL CEREZAS |

# Cerezas buscan soluciones

Debido al aumento de oferta en China en los últimos años, perdió el estatus de fruta sofisticada y se ha vuelto un producto común, afectando los precios. La industria apunta a rebajar costos, arrancar de huertos que no son rentables y explorar mercados fuera de China, entre otras tareas.

EDUARDO MORAGA VÁSQUEZ

“El negocio de la cereza chilena en China mantiene su potencial de largo plazo. Sin embargo, serán necesarias algunas temporadas para alcanzar un nuevo equilibrio”, reconoce Camila Miranda Vásquez, gerente general de iQonsulting. La temporada 2025-2026 dejó golpeada a la industria de las cerezas. Ya el inicio, que tradicionalmente tiene altos precios, presentó valores bastante más bajos que los usuales. Aunque era una noticia negativa, todavía no daba para encender las alarmas.

Sin embargo, cuando en enero comenzaron a arribar las grandes volúmenes de cerezas chilenas a China —el principal mercado—, la demanda se frenó. Arribo tras arribo los stocks de cerezas se fueron acumulando en las bodegas.

Las frutas comenzaron a perder condición y calidad, lo que acentuó la baja de precios. En la última semana de enero de este año el valor promedio de un kilo de cerezas se cotizó a US\$ 4,5 en China, mientras que en la misma fecha de 2025 llegaba a US\$ 6,3. Para agregar más dramatismo al análisis, está el dato de que a fines de enero de 2024 se llegaron a pagar en promedio US\$ 10,3 por kilo.

En la industria de las cerezas se habla de un segundo año de resulta-

dos de baja o nula rentabilidad. Incluso la idea de que “sobran hectáreas”, se ha hecho habitual en la discusión y algunos productores ya están arrancando huertos de cerezos menos productivos.

“Se menciona que hay que arrancar 30 mil hectáreas, pero soy más cauto. Más bien hablo de bajar los kilos por hectárea para tener mejor calibres y condición de las cerezas y lograr una buena comercialización”, sostiene Víctor Catán, presidente de Fedefruta.

En todo caso, el líder de los productores frutícolas reconoce que se vienen por lo menos un par de años complejos para la producción de cerezas hasta que se logre un modelo productivo y comercial que permita una rentabilidad aceptable.

Mientras tanto, hay mucho por trabajar y la temporada 2025-2026 deja bastantes pistas al respecto.

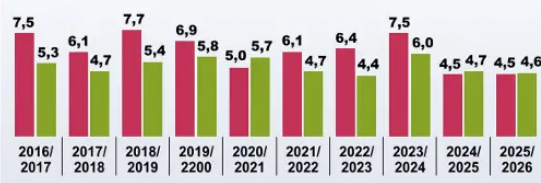
“El ajuste no dependerá únicamente del volumen, sino también de factores estructurales, como la salida de variedades que no han demostrado un buen desempeño en destino, una mejor coordinación de la industria en términos de arribos, mejora evidente en la calidad y condición al arribo y venta de las cerezas, además de un fortalecimiento de las estrategias de promoción a lo largo de los distintos períodos de venta en China. En definitiva, la presión sobre los retornos tenderá a consolidar aquellos huertos más productivos y eficientes, con mayo-



FRANCISCO JAVIER OLEA

## Valores entre los más bajos de la década

Promedio de US\$ FOB del kilo de cerezas por destino y por temporada. China \* Otros países



Fuente: ODEPA, RaboResearch.

\* Incluye Hong Kong

res niveles de tecnología y control de costos”, resume Camila Miranda.

### TEMPORADA DESAFIANTE

Claudia Soler, directora ejecutiva del Comité de Cerezas, afirma que la temporada 2025-2026 fue desafiante pues las condiciones climáticas adelantaron la cosecha entre siete y diez días, lo que concentró una mayor oferta hasta la semana cuatro. A esto se sumó un Año Nuevo Chino más tardío, que modificó la dinámica habitual de comercialización y extendió la venta.

“En términos de volumen, la temporada fue inferior a la anterior —en torno a un 9% menos a China—, por lo que el desempeño no se explica por un aumento de oferta total, sino por la forma en que esta se distribuyó en el tiempo. Además, se observó un mercado más exigente, con consumidores más selectivos y una economía china que aún no muestra una recuperación plena, lo que impactó el ritmo de ventas durante enero. Uno de los elementos más relevantes fue la alta concentración de fruta en las primeras semanas pro-

ducto del adelanto de la temporada, lo que generó presión comercial en destino y afectó el comportamiento de los precios. Estos mostraron variaciones importantes según semana, canal y condición de la fruta, en un contexto más competitivo y con cambios en las dinámicas de consumo” afirma Soler.

En el Comité de Cerezas explican que Chile exportó 113,8 millones de cajas en 2025-2026, por debajo de la temporada anterior, con 98,9 millones destinadas a China, cuya participación bajó de 92% a 87% del total.

Gonzalo Salinas, analista sénior de Rabobank, sostiene que a nivel de precios se mantuvo el comportamiento observado en temporadas anteriores, donde se ven principalmente cuatro etapas, desde precios muy altos para los primeros arribos, seguidos de valores altos para los volúmenes aéreos, luego vienen precios más representativos para la oferta marítima antes del Año Nuevo Chino y finalmente los precios después de esa celebración.

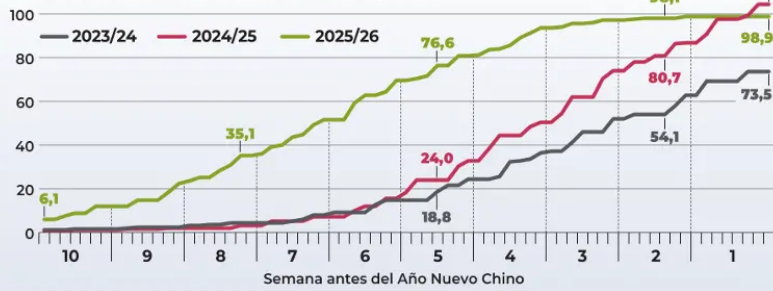
“Lo que cambió en la campaña 2025/26 fue primero que no se re-



87% de las cerezas se exportaron a China en 2025-2026.

### Partida con altos volúmenes en 2025-2026

Arribos acumulados de cerezas de Chile en China/HK antes del Año Nuevo Chino de cada temporada. En millones de cajas.



Fuente: Aduanas de Chile, RaboResearch.

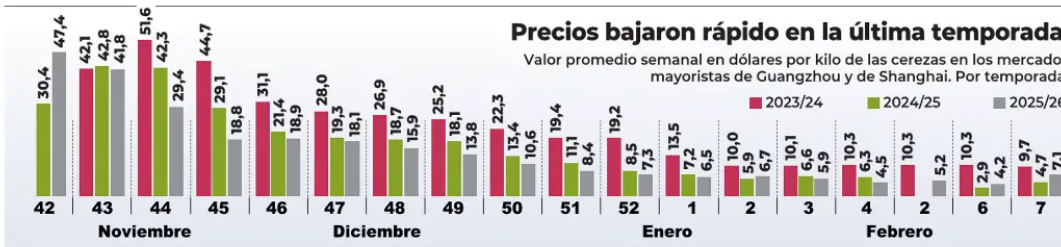
24 ya mostraba un punto de inflexión en la capacidad de absorción del mercado chino.

“Comenzaba a evidenciarse un límite cercano a las 400 mil toneladas de cerezas chilenas. Esto sugiere que el crecimiento en volumen ha generado cambios en la disposición a pagar, junto con una pérdida progresiva del carácter de lujo asociado al producto”, sostiene Miranda.

Gonzalo Salinas argumenta que desde que se logró cierta masificación en el mercado chino, el consumidor de ese país ha querido pagar menos por las cerezas. “Recordemos que hace más de cinco años que se comentaba en China la llamada Cherry Freedom para indicar que alguien tenía la capacidad de darse gustos caros sin pensarlo, y en la temporada 2024/25 el consumidor de cerezas logró tenerlas a un nivel de precios mucho más bajo de lo que estaba acostumbrado a pagar y que no va a querer dejarlo”.

### Precios bajaron rápido en la última temporada

Valor promedio semanal en dólares por kilo de las cerezas en los mercados mayoristas de Guangzhou y de Shanghai. Por temporada.



Fuente: Elaborado por iQonsulting.

gistraron precios para después del Año Nuevo Chino en los mercados mayoristas. Segundo y más importante, es que la duración de cada etapa fue distinta debido a lo muy adelantada que estuvo la cosecha y la exportación. Por una parte, se podría decir que se perdió un poco la ‘expectativa’ de comenzar a escalar los volúmenes de venta un mes antes del Año Nuevo Chino, ya que en 2025/26 se contaba con un nivel de arribos de cerca de 50 millones de cajas 7 semanas antes del 17 de febrero. Por lo general ese nivel de volumen se alcanzaba entre dos a tres semanas antes de la celebración. Por lo tanto, desde el punto de vista del consumidor, el factor de ‘novedad’ o ‘exclusividad’ que podría sostener un precio alto, se perdió temprano en la temporada”, afirma Salinas.

En tanto, a Camila Miranda le llamó la atención que las variedades bicoloradas, como rainier, skylar rae y cherry glow, continúan posicionándose con precios altos, manteniéndose en curvas por sobre las variedades rojas. Sin embargo, se ha observado un aumento en los volú-

menes enviados, así como un mayor interés por estas variedades en nuevas plantaciones.

“Esto abre la interrogante respecto a la capacidad del mercado para absorber mayores volúmenes de bicoloradas sin generar presiones a la baja en los precios. En cuanto a las variedades rojas, durante esta temporada destacaron kordia, areko y regina. Otro aspecto que nos llamó la atención en la temporada fue la gran dispersión de precios. Todavía existe una parte de los compradores que están dispuestos a pagar altos precios por un producto de calidad. Pero estos lotes son aislados y no alcanzan a subir el promedio, el que estuvo muy bajo la última temporada”, sostiene la analista de iQonsulting.

Juan Carlos Valenzuela, director de Producción de Dole, explica que el inicio de la temporada se vio complicado por la urgencia de muchos actores por llegar temprano a China, a veces sin tener las características que requiere el mercado. Adicionalmente, la ampliación del uso de techos en zonas tempranas permitió sacar una mayor cantidad

“Se observó un mercado más exigente, con consumidores más selectivos y una economía china que aún no muestra una recuperación plena”.

**CLAUDIA SOLER**  
DIRECTORA EJECUTIVA DEL COMITÉ DE CEREZAS

“Es bueno unificar criterios en cómo tener un producto que llegue bien al mercado chino. Para salir de esto rápido, la industria tiene que funcionar muy afiatada”.

**JUAN CARLOS VALENZUELA**  
DIRECTOR DE PRODUCCIÓN DE DOLE

de santina, una variedad apreciada en China, al inicio de la campaña 2025-2026.

A medida que avanzaba la temporada, la urgencia por llegar al Oriente se mantuvo.

“Los primeros 10 días de febrero estuvo pésima la venta. La gran razón es que, en general, la fruta tampoco estaba en buenas condiciones y no es porque no haya llegado mal. China tiene una capacidad de compra de 3.000 a 3.500 contenedores

semanales y Chile estaba llegando con 5.000 contenedores a la semana. Entonces se produce una guarda forzada y en la próxima semana llegan otros 5.000 contenedores. Se produce un traslape de fruta que hace que la condición no sea la mejor. Al final el consumidor la prueba y se queda con la sensación de que no es un producto de primera”, sostiene Valenzuela.

En la misma línea Camila Miranda, afirma que la temporada 2023-

### NUEVOS MERCADOS

En el Comité de Cerezas afirman que están en un proceso de análisis junto a sus socios sobre la nueva realidad del mercado y así definir los focos en que se van a centrar.

Desde el organismo explican que China sigue siendo un mercado clave y con potencial, especialmente en ciudades de segundo y tercer nivel, pero hoy es un destino maduro, exigente y competitivo. Por ello, apuntan a la diversificación de mercado y destacan las perspectivas de Estados Unidos, Taiwán, Corea del Sur y Brasil.

De hecho, según datos de iQonsulting, en la última temporada Taiwán y Corea, tuvieron incrementos de 82% y 16% en los envíos de cerezas chilenas. En contraste, India, un mercado que ha sido considerado de alto potencial, registró un crecimiento de solo un 2%.

Mientras tanto, Estados Unidos tuvo un aumento de 27% y Canadá de 17%. Por su parte, Latinoamérica presentó un incremento de 51%, impulsado principalmente por Brasil (+32%), Ecuador (+45%), México (+70%) y Argentina (+136%).

En todo caso, según Claudia Soler el futuro del negocio dependerá ca-

**SIGUE EN PÁGINA 6**



## ESPECIAL CEREZAS |

COMITÉ DE CEREZAS

### VIENE DE PÁGINA 5

da vez más de la consistencia en la oferta, tanto en calidad como en condición. “Debemos asegurar una excelente experiencia de compra desde el inicio al final de la temporada para que el consumidor vuelva a comprar cerezas una y otra vez”.

Juan Carlos Valenzuela, sostiene que no se saca nada con arrancar hectáreas y apostar a tener menos volumen si la industria de las cerezas no es capaz de tener una calidad uniforme.

“Se puede hacer de muchas maneras, pero el principal foco de los productores debe ser tener un producto que pueda viajar y llegar bien al consumidor. Es bueno unificar criterios en cómo tener un producto que arribe bien al mercado chino. Para salir de esto rápido, la industria tiene que funcionar muy afiatada, ya sea Fedefruta, Frutas de Chile y la Sociedad Nacional de Agricultura. Hay que tener la información al día de qué, cuánto y en qué fechas vamos a producir y como industria tomar buenas decisiones de los envíos a China. Anhele que pronto podamos contar con la información”, sostiene el ejecutivo de Dole.

Valenzuela añade que este esfuerzo debe ir a la par por una mayor preocupación por los costos. Estima que es razonable apuntar a un costo por kilo de cerezas en torno a los US\$ 1,7 para tener un desarrollo más tranquilo en la nueva etapa que entró el cultivo.

En el Comité de Cerezas agregan que hay una necesidad de evaluar y hacer más eficientes los procesos involucrados desde que la fruta sale del campo hasta que llega a la mesa del consumidor final para asegurar una adecuada calidad y condición, resguardando la cadena de frío en todo momento. Esto implica cumplir adecuadamente los tiempos de tránsito y evitar desajustes que puedan afectar la experiencia final del consumidor, que valora especialmente la frescura del producto.

Claudia Soler añade que también será clave seguir fortaleciendo el posicionamiento de la cereza chilena frente a otras alternativas de consumo, “ya que estamos evidenciando un cambio en las ocasiones de compra, pasando de la adquisición para



El Comité de Cerezas de Frutas de Chile apuesta a desarrollar el consumo del producto en ciudades del interior de China.

“Tras dos temporadas consecutivas con retornos bajos, muchos productores se verán fuertemente impactados y sin alternativas claras para continuar en el negocio”.

**CAMILA MIRANDA VÁSQUEZ**  
GERENTA GENERAL DE IQONSULTING

“Hablo de bajar los kilos por hectárea para tener mejor calibres y condición de las cerezas y lograr una buena comercialización”.

**VÍCTOR CATÁN**  
PRESIDENTE DE FEDEFRUTA

“Desde el punto de vista del consumidor, el factor de ‘novedad’ o ‘exclusividad’ que podría sostener un precio alto, se perdió temprano en la temporada”.

**GONZALO SALINAS**  
ANALISTA SÉNIOR RABOBANK

regalo hacia un uso más cotidiano. Estamos frente a consumidores más exigentes, que valoran la calidad por sobre la cantidad”.

Camila Miranda, sostiene que el ajuste del sector es inminente.

“Tras dos temporadas consecutivas con retornos bajos, muchos productores se verán fuertemente impactados y sin alternativas claras para continuar en el negocio. A esto se suma un mayor nivel de riesgo percibido por la banca, lo que restringirá el acceso a financiamiento para nuevas inversiones o capital de trabajo en la industria de la cereza. En este escenario, se producirá un proceso de ‘selección natural’: algunos productores saldrán del negocio, mientras que otros, ante los actuales niveles de rentabilidad, evaluarán cambiar de especie hacia frutas con menores requerimientos

de mano de obra. De esta forma, iQonsulting proyecta un período de ajuste de al menos cinco años, a no ser que se tomen medidas como industria para cambiar la tendencia observada en los últimos dos años y, productores y exportadores adhieran a esas medidas, lo cual es difícil”, sostiene la ejecutiva de iQonsulting.

Sin embargo, Miranda explica que en el corto plazo no se observará una caída significativa en el volumen exportado. Esto se explica porque, del total de superficie plantada a nivel nacional, cerca de un 40% aún no alcanza su plena producción. De acuerdo con datos de ODEPA, existen aproximadamente 12 mil hectáreas en formación y 21 mil hectáreas en producción creciente, lo que implica que los huertos seguirán aumentando su productividad en las próximas temporadas.