

Fecha: 30-07-2025
 Medio: Las Últimas Noticias
 Supl.: Las Últimas Noticias
 Tipo: Noticia general
 Título: China con sobreoferta de cerezas: la clave es llegar con los calibres más grandes

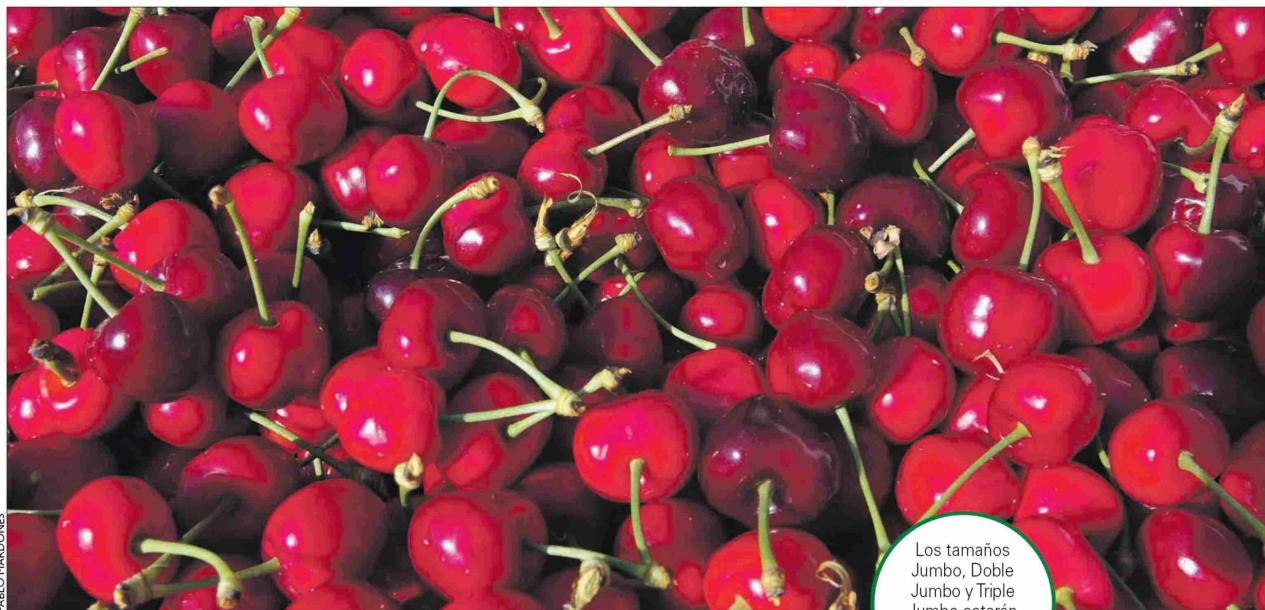
Pág.: 20
 Cm2: 732,4

Tiraje: 91.144
 Lectoría: 224.906
 Favorabilidad: ☐ No Definida

Debido al sobrestock de la temporada pasada, los precios cayeron hasta en 45%

China con sobreoferta de cerezas: la clave es llegar con los calibres más grandes

Apuntar a ciudades medianas, modernizar la logística y reforzar la trazabilidad son otras estrategias.



PABLO HADRONES

Los tamaños Jumbo, Doble Jumbo y Triple Jumbo estarán destinados a China.

MAURICIO RUIZ

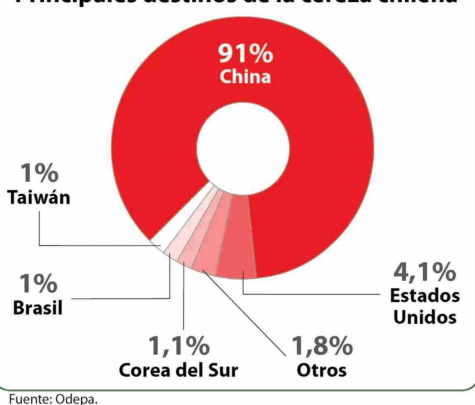
Chile es el mayor exportador de cerezas del mundo. Su crecimiento ha sido exponencial en los últimos años y la causa es sabida: la fuerte demanda del que hoy es su mayor socio comercial, China. En la temporada 2016-2017 se exportaron más de 95.000 toneladas de esta fruta fresca, y en la temporada que recién terminó (2024-2025), el volumen alcanzó una cifra histórica: más de 625.000 toneladas, por un valor de US\$3.257 millones, en cifras de Odepa. El citado volumen equivale a 125 millones de cajas de 5 kilos. De ese total, el 91% tuvo como destino el gigante asiático.

La cereza es un símbolo de aprecio y prosperidad en China. Regalar una caja de esta fruta en el Año Nuevo Chino, cuya fecha cambia según su calendario lunisolar, es un gesto cultural que transmite afecto y buenos deseos. Esa conexión, sumada a la apertura de nuevas zonas de mercado, permitió un crecimiento constante de la demanda y del precio por kilo durante años. "Se fueron abriendo mercados año a año, y ese aumento exponencial no paró, con una demanda increíble. Pese a la potente oferta, los precios siguieron subiendo", recuerda Juan Pablo Subercaseaux, ingeniero agrónomo y máster en economía agraria de la Universidad Católica.

Los atractivos márgenes impulsaron la expansión del cultivo en Chile. De unas 3.000 hectáreas a fines de los 90, hoy existen más de 70.000 hectáreas entre Coquimbo y Chiloé, concentradas principalmente entre Rancagua y el Maule.

Sin embargo, la última temporada encendió las alertas. El volumen

Principales destinos de la cereza chilena



exportado subió más de un 50%, se generó un ineditado sobrestock y los precios promedio bajaron hasta en un 45%. "Influyó la caída del poder adquisitivo. El bono de Año Nuevo, equivalente a nuestro aguinaldo de Fiestas Patrias, fue más bajo que en años anteriores. Además, el Año Nuevo Chino comenzó tres semanas antes de lo normal y circularon rumores falsos sobre efectos adversos del consumo excesivo de cerezas, que también afectaron las ventas", explica Víctor Catán, presidente de Fedefruta.

El impacto se sintió fuerte entre los productores: "Antes, un productor recibía cuatro dólares por kilo, y esta vez solo dos, mientras que el costo de producción ronda los 1,6 a 1,8 dólares. El cambio fue radical", agrega Subercaseaux.

Estrategia país

Para enfrentar este nuevo escenario, el país está desplegando una estrategia que incluye campañas de promoción más segmentadas, mejor selección del calibre de fruta y modernización de los procesos logísticos y de certificación.

Uno de los cambios más importantes será el enfoque en calibres grandes: "Los calibres XL (24 a 26 mm), que representan cerca del 25% de lo exportado, no llegarán a China. Solo los tamaños Jumbo, Doble Jumbo y Triple Jumbo estarán destinados a ese mercado. Eso reducirá la oferta y ayudará a mejorar los precios", afirma Subercaseaux.

Además, se busca dejar de concentrar los envíos solo en las grandes ciudades. "Hay ciudades medianas, con 20 o 30 millones de habitantes, que tienen gran potencial. Se están haciendo campañas con métricas para medir el impacto en cada zona", añade Catán.

El Comité de Cerezas de Frutas de Chile —que agrupa al 83% de los exportadores del sector— apuntan a una estrategia de mejorar la comunicación con el público chino. "Hay que asegurar una experiencia de consumo extraordinaria, que impulse la recompra. Estaremos trabajando campañas de marketing no solo durante la temporada, sino también en el periodo *off season*, con acciones que eduquen al consumidor respecto a la inocuidad y frescura de nuestro producto", detalla Claudia Soler, directora ejecutiva del Comité.

Certificación electrónica

A estas medidas comerciales se suma un avance clave en el ámbito fitosanitario. A partir del 4 de agosto

de 2025, y gracias al trabajo conjunto entre el Servicio Agrícola y Ganadero (SAG) y la Aduana China, se

implementará oficialmente el uso de certificados fitosanitarios electrónicos para las exportaciones chilenas hacia ese país. La medida comenzará a aplicarse en los puertos de Tianjin, Shanghai, Shenzhen y Cantón, y permitirá eliminar el uso de certificados en papel para el despacho de cuarentena.

Este cambio representa una mejora concreta en los tiempos de tramitación y fortalece la trazabilidad del proceso exportador, aspectos clave para reforzar la competitividad del sector.

"En un contexto desafiante para el rubro, avanzar hacia procesos más eficientes y seguros es una señal concreta del compromiso país con nuestras exportaciones. La certificación electrónica no solo agiliza la operación, también entrega garantías al comprador y fortalece la confianza internacional en los productos chilenos", señaló José Guajardo Reyes, Director Nacional del SAG.

Mediano plazo

Si bien el desafío inmediato es recuperar la rentabilidad del negocio en China, los actores del sector coinciden en que la clave estará en combinar volumen con valor, optimizando la cadena exportadora y afianzando la imagen-país de la cereza chilena.

China seguirá siendo el principal destino, pero el objetivo es avanzar hacia una industria más resiliente, con una mirada de largo plazo que combine calidad, diversificación de mercados y eficiencia logística. La coordinación entre el sector público y privado será fundamental para enfrentar lo que viene.

