

Fecha: 16-02-2026  
Medio: La Tercera  
Supl.: La Tercera - Pulso  
Tipo: Noticia general

Pág.: 10  
Cm2: 678,6

Tiraje: 78.224  
Lectoría: 253.149  
Favorabilidad: ☐ No Definida

Título: Temporada de cerezas: precios de la fruta roja caen por descalce entre cosecha y Año Nuevo chino

# Temporada de cerezas: precios de la fruta roja caen por descalce entre cosecha y Año Nuevo chino

**De acuerdo con** Antonio Walker, presidente de la Sociedad Nacional de Agricultura (SNA), la fruta se adelantó 10 días, mientras que el Año Nuevo chino se atrasó 19 días respecto al año anterior. Este factor provocó un descenso en los precios de más de 7% frente a la temporada previa.

## ANDRÉS PARRA

—El Año Nuevo chino está a punto de comenzar y los productores de cerezas ya enviaron la gran mayoría de su producción de la temporada al país asiático. Si bien la industria proyectaba un aumento en su exportación para este ciclo, los datos más recientes sugieren que las cifras no lograrán respaldar las expectativas.

Este desajuste se explica por una contracción en la demanda china durante el periodo, lo que se tradujo en volúmenes menores a los esperados y una reducción en los precios.

Esta temporada la sincronía entre la demanda y la oferta se enfrentó a una cosecha precoz. De acuerdo con Antonio Walker, presidente del gremio Sociedad Nacional de Agricultura (SNA), la fruta se adelantó 10 días, mientras que el Año Nuevo chino se atrasó 19 días respecto al año anterior. Este factor provocó una caída en los precios de más de 7% respecto a la temporada anterior. A esto se suma un fenómeno de retención de stock, donde parte de los envíos tempranos se almacenaron para ser vendidos cerca de la festividad, generando una competencia interna para la fruta recién llegada.

## LA ALIANZA MERCANTIL

La vinculación comercial entre Chile y China es muy profunda en esta industria, esto se refleja directamente en la participación de cada país en el comercio. Mientras que el 82,7% del fruto del cerezo —que constituye la tercera mayor exportación del país— se destina a este mercado, mientras que el gigante asiático importa el 98,1% de las cerezas frescas de Chile.

En este contexto, los agricultores chilenos dependen del interés asiático en la fruta roja para su continuidad. A su vez, en China la cereza juega un papel importante en el Año Nuevo —que se celebra el 17 de febrero— ya que es un símbolo de buena suerte y prosperidad.

Para cumplir con la alta demanda y la corta vida útil del fruto, la industria de cerezos cuenta con una logística especial que les permite exportar la fruta en barco dentro de 20 días en contraste con los 30 a 50 días que tarda un buque en un sistema de tránsito normal. Este servicio espe-



cial se conoce como el “Cherry Express”. Adicionalmente, el componente aéreo juega un rol estratégico en enviar la fruta de muy alta calidad que se produce muy temprana en la temporada.

## LAS PRINCIPALES VARIABLES ESTA TEMPORADA

En cuanto al comportamiento del consumidor asiático, Walker afirma que hubo una disminución en el poder adquisitivo del comprador que impactó la demanda dado el alto precio del fruto.

A la debilidad económica se sumó una brecha en la calidad, Walker atribuye en cierta medida la reducción de la demanda a que se exportaron variedades del fruto que no le interesan al consumidor chino.

“Hay variedades que no deben seguir siendo exportadas a China, porque no reúnen las condiciones organolépticas que requiere el consumidor”, dice el vocero.

Bajo este escenario de ajustes, las cifras consolidadas se situaron por debajo de las proyecciones. Isabel Quiroz, directora y socia de IQConsulting, dice que Chile terminará la temporada con 570.000 toneladas. Esta cifra es menor a las 650.000 toneladas que había proyectado la consultora e industria para el periodo en agosto/septiembre.

## CHINA Y OTROS MERCADOS

Dentro del gigante asiático, solo tres provincias acumulan el 84,6% del consumo de la fruta roja chilena: Guangdong lidera la

lista con el 60,9%, seguido de Shanghai y Zhejiang con el 17,5% y 6,3%, respectivamente.

Como contraparte a la caída de China, una estrategia del sector de diversificar sus consumidores está dando fruto. Según las cifras de IQConsulting, en el acumulado de la temporada, las exportaciones a Taiwán saltaron 90% llegando a 10.725 toneladas, seguidas por EE.UU. y Brasil que subieron 29% y 36%, respectivamente. Los demás mercados también marcaron un alza de 23%.

Hacia adelante, Walker dice que la industria enfrenta el desafío de adoptar una estrategia cohesiva, ya que el sector actual tiene una fuerte atomización que limita el poder de establecer precios. ●