

Fecha: 02-02-2026
Medio: El Mercurio
Supl.: El Mercurio - Revista Del Campo
Tipo: Noticia general
Título: Una temporada compleja

Pág.: 4
Cm2: 468,6

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: ☐ No Definida

Una temporada compleja

La campaña 2025-2026 de las cerezas está en sus últimas semanas y los resultados son duros para el principal rubro frutícola chileno. Consumidores chinos más cautelosos, sumado a prolongadas guardas en destino y problemas de consistencia en los envíos de fruta desde Chile generaron una "tormenta perfecta" que golpeó a las exportaciones cereceras.

EDUARDO MORAGA VÁSQUEZ

“Esta temporada podemos hacer dos lecturas. Las cerezas que llegaron en muy buenas condiciones, tanto en calibre como en condición, tuvieron un excelente desempeño en cuanto a precios. Sin embargo, las que llegaron en condiciones complejas lograron pésimos resultados. Raya para la suma, vamos a tener una temporada compleja, difícil”, sostiene Víctor Catán, presidente de Fedefruta.

A dos semanas de la celebración del Año Nuevo lunar, la principal ocasión de consumo de cerezas en China, por lejos el principal mercado para la oferta chilena, la temporada 2025-2026 está a punto de terminar. Se estima que quedan cerca de 4 mil contenedores por vender.

Aunque los precios comenzaron a repuntar la semana pasada y los comercializadores chinos volvieron a empujar el cierre de negocios, el promedio de la temporada es preocupante.

El envío desde Chile de cerezas que no cumplieron las expectativas de los consumidores chinos, estrategias de guarda que enredaron las ventas y clientes castigados por la menor actividad económica china, ayudan a explicar el balance negativo que se hace en la industria sobre la temporada actual.



RODRIGO VALDÉS

“Quedan muchas conclusiones por sacar de esta temporada que aún no finaliza, pero la primera y sin temor a equivocarnos, es la importancia de la calidad, la que debemos salvaguardar como industria. No podemos darnos el lujo de desperdiciar otra temporada más sin ser capaces de asegurar un cierto estándar mínimo de calidad de nuestras cerezas, incluyendo restricciones de calibres y calidades. Es decir, no enviar calibre Large a China e incluso acotar el Extra Large hasta ciertas fechas y no enviar CAT 2 y frutas sin los paráme-

tros adecuados de calidad”, advierte Juan Carlos Valenzuela, director de Producción de Dole.

En tanto, Claudia Soler, directora ejecutiva del Comité de Cerezas, sostiene que en enero hubo una oferta importante de cerezas chilenas que llegó antes de lo habitual, producto del adelanto de la cosecha entre 7 y 10 días por razones climáticas. Esto hizo que hasta semana 3 de la temporada llegaran al mercado cerca de 22 mil contenedores, más del 80% de las exportaciones, con un volumen acumulado un 14% ma-

yor que la temporada anterior.

“Respecto a la calidad y condición de la fruta a la llegada, en general, los comentarios han sido positivos”, afirma Soler.

ERRORES COMERCIALES

Maximiliano Leiva, gerente general de SVA Fruit, explica que en términos de volumen, la temporada ha superado levemente las expectativas iniciales. Hasta la fecha, han contabilizado el arribo de aproximadamente 26.500 contenedores, cifra superior a los 25.000 proyectados

originalmente. Si bien es un volumen manejable para una ventana de comercialización de casi 17 semanas (desde mediados de octubre hasta el Año Nuevo chino el 15 de febrero), la distribución de la oferta mostró un *peak* cercano a los 4.600 contenedores semanales, una presión considerablemente menor que los 6.000 contenedores semanales vistos la temporada anterior.

“Sin embargo, el factor crítico de enero ha sido la condición de la fruta, exacerbada por la lejanía del Año Nuevo chino. Durante las tres primeras semanas del mes, enfrentamos una ‘tormenta perfecta’. Por un lado, la demanda natural fue floja debido a la distancia con la festividad, y por otro, hubo una fuerte especulación por parte de los recibidores que retuvieron *stock* esperando mejores precios. Lamentablemente, la fruta no resistió esa espera; tras 10 a 15 días de almacenamiento

en destino (sumando más de 40 días de poscosecha total), comenzaron a manifestarse problemas severos de condición, como pardeamiento interno en lapins y ablandamiento en kordias”, sostiene Leiva.

El ejecutivo de SVA Fruit argumenta que esta situación impactó la confianza del mercado: los supermercados rechazan esta fruta “antigua” y el canal de *e-commerce* experimentó un aumento considerable en reclamos y devoluciones.

En tanto, Isabel Quiroz, socia fundadora de iQonsulting, apunta a que la oferta chilena ha estado irregular, muy influenciada por el clima, que determinó un adelanto y concentración de embarques de cerezas, en una temporada de Año Nuevo lunar tardío en China. De esta forma, la oferta estuvo desacoplada de la demanda, porque la fruta no se puede guardar en destino por más de una semana, por su deterioro. Con esta situación, se espera que la oferta efectiva para la celebración sea menor que en otros años.

“En cuanto a calidad, la fruta ha estado más débil en términos generales, todas las semanas se transan lotes sobresalientes que alcanzan

Fecha: 02-02-2026
 Medio: El Mercurio
 Supl.: El Mercurio - Revista Del Campo
 Tipo: Noticia general
 Título: Una temporada compleja

Pág.: 5
 Cm2: 479,9

Tiraje: 126.654
 Lector: 320.543
 Favorabilidad: ☐ No Definida

| ESPECIAL CEREZAS

“ Hay que levantar cabeza porque para la próxima temporada se viene la entrada en producción de nuevas hectáreas”

VÍCTOR CATÁN
 PRESIDENTE FEDEFruta

“ La oferta supera la demanda en el contexto de un mercado con complicaciones económicas”

ANDRÉS NAWRATH
 SALES MANAGER
 COPEFRUT

“ Esperamos que la situación de precios mejore durante la primera semana de febrero, pensando en la cercanía del Año Nuevo chino”

JUAN CARLOS VALENZUELA
 DIRECTOR DE PRODUCCIÓN DOLE

“ Respecto a la calidad y condición de la fruta a la llegada, en general, los comentarios han sido positivos”

CLAUDIA SOLER
 DIRECTORA EJECUTIVA
 DEL COMITÉ DE CEREZAS

“ Los ajustes en volumen semanal, calidad, calibre y condición en el principal mercado de cerezas de Chile deberán ser más severos”

ISABEL QUIROZ
 SOCIA FUNDADORA IQCONSULTING

“ El factor crítico de enero ha sido la condición de la fruta, exacerbada por la lejanía del Año Nuevo chino”

MAXIMILIANO LEIVA
 GERENTE SVA FRUIT

precios altos. Sin embargo, si analizamos los precios promedio en los mercados mayoristas, estos han sido iguales o más bajos que la temporada anterior, que ya había registrado precios históricamente bajos en plena temporada. De acuerdo a los comerciantes chinos, se generó un cansancio en los compradores por continuos lotes de fruta blanda y sin atractivo que ha mantenido el mercado deprimido desde diciembre pasado”, señala Quiroz.

Andrés Nawrath, sales manager de Copefrut, tiene una visión más positiva de las cerezas ofertadas, aunque eso vuelve aún más complejo el análisis de la temporada y apunta a que el consumo de cerezas en China sigue nuevas reglas.

“La calidad en general ha sido buena, la curva de calibre fue más grande, con fruta más firme, problemas de calidad y condición han sido mas bien aislados. Sin embargo, las expectativas del mercado han aumentado, hoy existe un consumidor más informado y que para productos de consumo personal tiene menos tolerancia a desviaciones de calidad que posicionen el producto bajo su expectativa”, sostiene Nawrath.

El ejecutivo de Copefrut agrega que la demanda ha estado débil desde el comienzo de la temporada.

“Los precios por semana en general han estado por debajo de la temporada anterior, lo que si lo cruzamos con el menor volumen disponible y la curva de calibre más grande, se desprende un mensaje complejo. La oferta supera la demanda en el contexto de un mercado con complicaciones económicas”, agrega Nawrath.

En todo caso, esta temporada se notó un esfuerzo por explorar mercados que no sean China.

“Las exportaciones a Estados Unidos han aumentado más del 50%. Se trata de programas con precios ya fijados. Eso habla muy bien de la capacidad de la industria exportadora. También hemos visto aumento de volúmenes a Europa y América Latina”, sostiene Manuel José Alcáino, presidente de Decofrut.

SE VIENE EL AÑO NUEVO LUNAR

Tras una temporada marcada por ventas lentas, se vienen días con altas expectativas comerciales. Que-

dan dos semanas para la celebración del Año Nuevo lunar, en que las cerezas se utilizan como regalo para la ocasión en China, y la comercialización toma un mejor pulso.

“Esperamos que la situación de precios mejore durante la primera semana de febrero, pensando en la cercanía del Año Nuevo chino y en la menor disponibilidad de fruta en ese momento, pero no va a tener un impacto significativo en el resultado final de la industria, dado el volumen que quedará por venderse. De todas formas, esperamos que al final de la temporada tengamos una mejora de precios y esto permita un término de campaña exportadora un poco más esperanzador

para la que viene”, sostiene Juan Carlos Valenzuela.

Por su parte, Maximiliano Leiva proyecta un escenario comercial altamente segmentado o de “dos velocidades”.

“Por un lado, estimamos que aún existen cerca de 2.000 contenedores de *old stock* en el mercado que deberán venderse bajo gran presión. Por otro lado, esperamos el arribo de 2.000 contenedores nuevos de forma escalonada: 1.000 entre el 25 de enero y 1 de febrero; 500 entre el 2 y 8 de febrero; y los últimos 500 hasta el 15 de febrero. La proyección de precios es al alza para la fruta fresca. Esperamos incrementos secuenciales

de hasta US\$ 7 por caja durante esta semana y otros US\$ 7 adicionales la semana siguiente. Sin embargo, este escenario optimista está reservado exclusivamente para la fruta de condición superior. La variedad predominante será la regina, la cual presenta desafíos técnicos para su guarda, por lo que la rotación rápida de la fruta de calidad será clave para capturar estos precios”, sostiene Leiva.

Isabel Quiroz pone foco en el efecto de los *stocks* que todavía no se han comercializado.

“En las semanas 3 y 4 de enero se vendía en torno al 60 a 70% de la fruta que ingresaba a los mercados mayoristas, ello implica que se están acumulando *stocks* y esta fruta no tiene capacidad de ser almacenada, por tanto, esperaríamos en febrero una oferta mezclada de los últimos arribos en conjunto con la fruta que no se ha podido vender en semanas anteriores que presionará a la baja los precios antes de Año Nuevo, que este año será el 17 de febrero. En este escenario, habrá mucha dispersión de precios de acuerdo a la calidad, pero la fruta buena de los arribos más tardíos debería obtener precios atractivos”, sostiene la ejecutiva.

En el Comité de Cerezas explican que para ese período desarrollarán un programa para apoyar la rotación y fortalecer la experiencia de compra en este mercado cada vez más competitivo y exigente.

“Vamos a participar en conjunto con líderes de opinión de Tik Tok en actividades de transmisión y venta *online* desde mercados mayoristas, promociones en las principales plataformas de *e-commerce* y la distribución de contenido positivo respecto a la categoría en medios regionales, en sitios *online*, Weibo y TikTok”, adelanta Claudia Soler del Comité de Cerezas.

SACANDO CONCLUSIONES

Víctor Catán advierte que la temporada 2025-2026 de las cerezas ya está jugada y que las ventas de febrero no moverán tanto los resultados finales. Pone hincapié en sacar lecciones de lo sucedido en la actual campaña para aprovecharlas en la siguiente temporada.

“Hay algunos productores que van a tener rentabilidades negativas, pero hay que levantar cabeza porque para la próxima temporada se viene la entrada en producción de nuevas hectáreas y si tenemos un año productivo normal, puede haber un salto en los volúmenes”, sostiene Catán.

En tanto, Juan Carlos Valenzuela advierte que como conclusión inicial parece haber sido lo negativo que fue realizar guardas en destino, ya que han perjudicado las ventas de la fruta posterior.

“Por otra parte, no deja de llamar la atención que estas dos últimas temporadas de mayor volumen a China el mercado no respondió como si lo hizo cuando no pasamos de los 75 millones de cajas. Tal vez la próxima temporada y con una fecha de Año Nuevo chino más temprana y tomando en consideración lo descrito, podamos levantar nariz como industria”, sostiene el ejecutivo de Dole.

Isabel Quiroz agrega que se confirma que existe mercado de alto precio para la fruta de alta calidad, entre 20 a 25% del total de las exportaciones. Sin embargo, el mercado del gran volumen de calidad variable está siendo muy castigado.

Quiroz agrega la importancia del conocimiento de las variedades.

“Se ha observado un comportamiento distinto a la temporada pasada en las diversas variedades, influenciadas por variables climáticas que cambiaron el patrón. Varias arribaron con condición más sensible. Por ello, pronosticar el comportamiento de cada variedad previo al embarque es fundamental para limitar los lotes que no toleran un viaje de tres semanas y con información basada en data, destinarlos a mercados más cercanos. China se debe cuidar porque seguirá siendo el gran mercado de las cerezas de Chile. Sin duda, la temporada 2025/26 será difícil y los ajustes en volumen semanal, calidad, calibre y condición en el principal mercado de cerezas de Chile deberán ser más severos para volver a contar con un mercado atractivo y hacer sostenible el negocio del gran volumen de cerezas chilenas”, sentencia Isabel Quiroz.