

Federación advierte que el envío de fruta de menor calibre afectó la rentabilidad y prestigio en China, mercado que representa un componente afectivo y de estatus cultural para el consumidor asiático.

Jorge Guzmán B.
 prensa@latribuna.cl

Exportadores de cerezas exigen mantener estándares de calidad para proteger la imagen país



EXPORTADORES ACORDARON GENERAR estrategias de promoción y marketing, con métricas, para impulsar el consumo de la fruta chilena.

Productores chilenos de cerezas definieron una hoja de ruta para la temporada 2025-2026 tras evaluar los resultados del periodo anterior, que cerró con exportaciones por US\$3.091 millones, según la Federación de Productores de Fruta de Chile (Fedefruta F.G.). El encuentro estableció estrategias para cuidar la calidad de la fruta enviada a mercados receptores, especialmente China.

El presidente de Fedefruta, Víctor Catán Dabike, explicó que en la reunión con actores involucrados en producción, promoción y envió se estipuló que "primero, los calibres deben ser los adecuados". La medida responde a que durante la temporada pasada se envió fruta de menores tamaños a los acostumbrados, lo que afectó a la imagen y rentabilidad de los agricultores.

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DE FRUTA CHILENA

El dirigente contó que se acordó "generar estrategias de promoción y marketing, con

métricas". Para el próximo periodo, Fedefruta indicó que se tendrá "un plan en caso de que al 30 de noviembre hubiese algún efecto climático que pudiera afectar a la fruta".

Respecto al retraso y las pérdidas ocasionadas por el incidente con el buque Saltoro, que debía llegar a China el 15 de enero pasado tras salir del Puerto de San Antonio, y terminó arribando casi un mes después, Catán declaró que "aquí da lo mismo de quién sea el barco. El que presta el servicio, en este caso, es el que tiene que responder, y no el dueño del barco". Sin embar-

go, este tema no se conversó en el encuentro.

Sí se tocó la importancia de la apertura de nuevos mercados para la fruta chilena: "se está trabajando en eso, pero China es el único país que tiene el componente afectivo con la cereza".

ESTÁNDAR DE ÉLITE

Para el representante de los fruticultores, la cereza "tiene un valor, porque para la cultura china representa una expresión de afecto, cariño y prosperidad". El dirigente gremial agregó que "otra cosa a la

"El que quiere exportar fruta que no valga la pena va a tener que asumir las consecuencias"

Víctor Catán Dabike, presidente de la Federación de Productores de Frutas de Chile



que le quisimos dar un poco de relevancia en esta reunión es que, precisamente, es ese valor el que hay que cuidar".

Con un tono más enfático, agregó que la cereza no puede ser "una fruta más, sino que es una que tiene un componente de élite y especial". Por ello, agregó que en la cultura china "no es lo mismo regalar cualquier fruta o verdura a una cereza", especialmente en ocasiones como el Año Nuevo Chino, temporada relevante para los productores chilenos.

RELEVANCIA DE LOS ACUERDOS

Sobre la participación de la Oficina de Estudios y Políticas Agrarias (Odepa) en la

reunión, Catán Dabike valoró su rol: "Siempre nos acompaña en estas reuniones, y es muy bueno que lo haga, porque tiene la data y maneja muy bien los temas comerciales, tratados y otros. Agradecemos la participación".

Sobre el futuro del trabajo, contó que esperan "hacer que la gente entienda el sentido de por qué hay que tomar una estrategia y posiciones para la temporada de exportación de fruta".

El timonel del conjunto agrícola añadió que el conjunto de acciones adoptado tras la reunión fue pensado "siempre defendiendo el libre mercado, diciéndoles a los productores que hay que exportar fruta que valga la pena".



LA TEMPORADA PASADA SE ENVIÓ FRUTA de menor calibre del esperado, impactando negativamente la rentabilidad de agricultores y la percepción del producto chileno.