

Temporada 2024/25

“Planificación estratégica y ampliar los destinos comerciales son factores clave para seguir creciendo en el mercado de cerezas”

El director de 'Grupo Los Olmos', Luis Ahumada, analiza los resultados de la última temporada y los principales retos que enfrenta el sector respecto a producción y ventas.

Desafiante. Esa es, sin lugar a duda, la palabra que mejor resume la temporada 2023/24 de cerezas en Chile. Si bien, las proyecciones estimaban entre 10 a 15 millones de cajas más que el periodo anterior, no se logró esta meta.

¿Qué factores gatillaron este escenario?

Para Luis Ahumada, director y fundador de Grupo Los Olmos, compañía con más de 30 años de trayectoria en el mercado, variables como la poca cantidad de horas frío que acumularon los árboles durante el invierno por la presencia del Fenómeno El Niño, y los daños que sufrieron producto de las lluvias, mermó la producción y generó problemas de poscosecha.

No obstante, el ejecutivo destaca que “debido a la menor cantidad de fruta hasta la mitad de la temporada, los precios se mantuvieron estables incluso después del Año Nuevo Chino (ANC), cuando la demanda tiende a disminuir considerablemente, lo que permitió obtener buenos resultados para la industria”.

Ahumada anticipa un salto productivo importante. “Si se manifiesta el anunciado Fenómeno La



Luis Ahumada, junto a sus hijas Paulina y Javierita (de izquierda a derecha).

Niña, que se traduce en un año más seco y frío, podríamos tener una temporada 'normal' en cuanto a acumulación de frío, y contar con una producción de entre 115 a 125 millones de cajas para el año que viene. Además, el Año Nuevo Chino (ANC) se adelanta del 10 de febrero al 29 de enero, por lo que tendremos 12 días menos para vender”.

En esta línea, el ejecutivo estima que cerca del 20% de las cerezas chilenas se venderán después del ANC, lo que visualiza “bastante complejo, ya que, al tener 120 millones de cajas, quedarían sobre 20 millones para la venta después del ANC y no 5 millones como este año”.

Sin embargo, un aspecto po-

GRUPO LOS OLMOS SUMA A NUEVAS GENERACIONES

Durante más de 30 años, Grupo Los Olmos se ha caracterizado ser una empresa familiar, cuya pasión por la agricultura y constante innovación, los ha posicionado como referente de la industria. Esta misma pasión que caracteriza a sus fundadores, Luis Ahumada y Uwe Pfeil, hoy se ve reflejado en el ingreso de sus hijos. “Particularmente estoy optimista por el Grupo Olmos con la integración de la segunda generación en donde mis hijas, Paulina y Javierita, además del hijo de mi socio, Thomas Pfeil, ya forman parte del equipo Agrícola, Exportadora y Vivero”, sostiene Luis Ahumada.

sitivo, es el ingreso de más de 300 nuevas líneas de embalaje en el país. Si bien en el momento 'peak' de cosecha y embalaje puede haber más de 5 días de atraso, la nueva infraestructura podrá permitir el proceso de esa cantidad de fruta. “También depende de qué tan concentrada o diluida venga la temporada”, apunta.

LAS CLAVES PARA CRECER EN SUPERFICIE

Si bien la industria de la cereza está más que consolidada en el país, para Ahumada existe espacio para seguir creciendo, siempre

y cuando se haga con una planificación estratégica. “Hasta la semana 47, cuando se ha exportado un 10% del volumen total, existe una oportunidad para variedades o Zonas que cosechen más temprano. Ahí se puede crecer prácticamente todo lo que se quiera”, sostiene.

Al respecto, agrega que, si bien las producciones desde la semana 50 en adelante suponen un riesgo cada vez mayor, China ha demostrado su afición por la cereza chilena, sorprendiendo con su capacidad de absorber los enormes volúmenes que arriban desde puertos nacionales. “Variedades específicas, que demuestren características diferenciadoras frente al gran volumen de fruta, tales como: mayor calibre, dulzor y fragancia, asoman como una oportunidad para aumentar la superficie nacional”, comenta.

Para el ejecutivo, otro aspecto fundamental a priorizar para continuar con esta senda de crecimiento son la calidad y buenos calibres. “Esta temporada ha habido una diferencia muy grande entre los precios de los distintos calibres. Por lo tanto, este mayor crecimiento, además de incentivar plantaciones más tempranas, debe considerar producir cerezas de mejor calidad y de mayor calibre”, sostiene.

Un tercer factor que Luis Ahumada considera clave para aumentar la participación de mercado de la cereza y su rentabilidad en el largo plazo está dado por ampliar los destinos comerciales. “Disminuir el riesgo de tener prácticas monomercado con China, y no abusar del periodo de 'peak' es fundamental para mantener rentable el negocio a futuro, donde la apertura hacia otros países asiáticos, incluyendo India, asoma como una oportunidad”, puntualiza.



Planta de producción, temporada 2023/24, Paine.