



Sobre el 90% de los envíos de esta fruta se destina al país asiático

# Concentración de cerezas chilenas en China: ¿riesgo u oportunidad?

N. BIRCHMEIER RIVERA

El exponencial crecimiento de las cerezas chilenas de los últimos años tiene un gran responsable: China. Los embarques de esta fruta superan el 40% de participación de la canasta de exportación, impulsados por los envíos al país asiático. En la última temporada, China importó 377.033 toneladas de cerezas chilenas, capturando un 91% de los envíos totales de esta fruta.

La alta demanda de ese país es la principal razón que lleva a los especialistas del rubro a proyectar un crecimiento para los próximos períodos, que a nivel de industria habría recaudado US\$ 3.000 millones en la temporada 2023-2024. Sin embargo, la dependencia de China podría implicar un problema a futuro. Algunas voces sugieren avanzar en la diversificación de los destinos de esta fruta.

Isabel Quiroz, directora ejecutiva de IQonsulting, enfatiza que "Chile continúa centrando su oferta principalmente en el mercado chino, lo que resalta la necesidad pendiente de expandirse en otros mercados donde las cerezas chilenas tienen presencia".

Isabel Quiroz, Directora Ejecutiva de IQONSULTING



**“Chile continúa centrando su oferta principalmente en el mercado chino, lo que resalta la necesidad pendiente de expandirse en otros mercados donde las cerezas chilenas tienen presencia”.**

ISABEL QUIROZ  
DIRECTORA EJECUTIVA DE IQONSULTING

**“Mientras se mantengan los altos precios que se pagan en China, y que probablemente se puedan mantener gracias a la creciente demanda, se ve razonable depender de este mercado”.**

GONZALO SALINAS  
ANALISTA SENIOR DE RABOBANK

**“Hay regiones al interior de China donde aún nuestras cerezas no llegan o llegan en un bajo volumen. Por ello, abordar estas zonas es en lo que estamos enfocados”.**

IVÁN MARAMBIO  
PRESIDENTE DE FRUTAS DE CHILE

**“Es muy importante la diversificación para disminuir riesgos (...) pero debemos cuidar a nuestro principal socio comercial que es China”.**

ANTONIO WALKER  
PRESIDENTE DE SNA

Gonzalo Salinas, analista sénior de Rabobank, descarta que la dependencia de China sea algo perjudicial, afirmando que el país asiático ofrece mejores precios y una mejor logística de importación para la cereza chilena en comparación con otros mercados. En el banco proyectan un crecimiento para las próximas

cinco temporadas por la alta demanda china y porque a Chile todavía le queda espacio para crecer. “El rol de China será fundamental, dado que es el principal mercado de destino y el que paga los mejores precios. Por esta razón, es difícil que aparezca otro destino que pueda hacerle contrapeso a China, lo que no

quita que en las próximas temporadas vuelvan a crecer los envíos a otros países”, dice.

“Siempre va a ser un riesgo tener una concentración mayor que el 90%. Pero en el caso de China los precios que paga no tienen parangón en el mundo, por lo que es una muy buena oportunidad”, expresa. “Chile

## Principales destinos de las cerezas chilenas

Región de destino	Toneladas 2022-2023	Toneladas 2023-2024
China (Lejano Oriente)*	382.352	388.078
Estados Unidos	17.819	13.977
Latinoamérica	9.087	7.296
Europa	4.613	3.850
Medio Oriente	278	109

\*Considera Taiwán, Corea del Sur y otros con un 1% cada uno.

Fuente: Frutas de Chile

EL MERCURIO

todavía disfruta de una cierta exclusividad que antes disfrutaba en otras frutas y que ha ido perdiendo en los últimos 20 años (manzanas, paltas, uvas, arándanos, cítricos, etc.). Hay que recordar que en la actualidad Chile representa el 95% de las exportaciones de cerezas del hemisferio sur (promedio últimas 5 temporadas), y no se ve una amenaza en el corto plazo por parte de los actuales participantes (Argentina, Australia, Nueva Zelanda y Sudáfrica)”, plantea. “Mientras se mantengan los altos precios que se pagan en China, y que probablemente se puedan mantener gracias a la creciente demanda, se ve razonable depender de este mercado, pero a la vez es necesario generar demanda en otros destinos (EE.UU., Latinoamérica, Medio Oriente y Europa)”, agrega.

Desde el mundo agrícola ven que el lazo con China debería seguir fortaleciéndose, a medida que potencian otros mercados. “Es muy importante la diversifi-

cación para disminuir riesgos, debemos conquistar el sudeste asiático, India, Medio Oriente, y seguir penetrando en Latinoamérica, Estados Unidos y Europa, pero debemos cuidar a nuestro principal socio comercial, que es China”, dice Antonio Walker, presidente de SNA. “Lo primero es cuidar China, ampliar el comercio hacia el interior”, añade.

Iván Marambio, presidente de Frutas de Chile, comenta que aún queda “mucho por crecer” en China. “Hay regiones al interior de China, donde aún nuestras cerezas no llegan o llegan en un bajo volumen. Por ello, abordar estas zonas es en lo que estamos enfocados, así como también llegar a nuevas ciudades dentro de las ciudades donde ya llegamos”, dice. Agregó que el Comité de Cerezas tiene programas de promoción que buscan desarrollar otros mercados, tales como: Estados Unidos, Corea, Vietnam, Tailandia y, por supuesto, India.