



# Crece el negocio de las cerezas congeladas

**C**on la producción creciente de cerezas en el país, que lleva a que en Santiago incluso se vendan en las calles, la agroindustria también apostó por congelarlas, dando así una salida al menos a parte del producto que no alcanza a exportarse.

Al principio, la producción fue pequeña, pero, a fines de 2021, la esperada firma del protocolo fitosanitario para el acceso de frutas congeladas chilenas a China –que amplió desde 3 a 17 las especies autorizadas– generó una nueva oportunidad comercial para el creciente negocio de las cerezas congeladas.

En apenas tres años, el gigante asiático se ha convertido en el tercer destino más relevante para estos envíos, aunque todavía se ubica lejos de Estados Unidos y Canadá, que son los principales destinos.

Según los datos de Chilealimentos, al cierre del año pasado se exportaron 772

**Como una alternativa para las frutas que no califican para la exportación en fresco, la industria ha exportado más de US\$ 21 millones en lo que va de este año y se ven buenas perspectivas de crecimiento, principalmente en Norteamérica.**

PALOMA DÍAZ ABÁSOLO

toneladas de cerezas congeladas a China, por un valor de US\$ 2,1 millones, y solo en los primeros nueve meses de este año casi se duplicaron en volumen, con un incremento de 98%, al sumar 1.531 toneladas, por un total de US\$ 3,8 millones.

Si bien es un negocio mucho más limitado en comparación con las exportaciones de cerezas frescas o con la industria de los berries con-

gelados –que representan cerca del 80% de los envíos chilenos de frutas congeladas–, las cerezas congeladas muestran un desempeño interesante, ya que entre enero y septiembre han crecido 29% en volumen y 34% en valor –con 7.231,9 toneladas y US\$ 21,3 millones, respectivamente–, encaminándose a cerrar el año con un nivel récord de envíos.

“Para este año, se espera

que vayan a la industria unas diez mil toneladas, en un mercado que va creciendo lentamente y que hay que desarrollar, porque todavía no existe el hábito de consumir cerezas congeladas. Sin embargo, cada vez más se están incorporando en mezclas de frutas congeladas y que tiene un mercado atractivo en la repostería y la producción de yogures y helados”, explica Gonzalo Bachelet, presidente de Chilealimentos.

Hasta ahora, buena parte del procesamiento y exportación de estas cerezas está en manos de cinco empresas

–Comfrut, APFrut, Fruticola Olmué, Valle Frío y Vitafoods–, las que representan en torno al 90% de los envíos y esperan un desarrollo gradual del negocio, que vaya de la mano con el crecimiento paulatino del consumo en los principales mercados de destino actuales.

“La industria en Chile ya ha hecho las inversiones para procesar y congelar cerezas en cantidades crecientes, con líneas de proceso que no teníamos, por lo que nos estamos arrimando a este negocio. Es un producto interesante, porque uno de los problemas que normalmente tenemos es la poca disponibilidad de materia prima, y en el caso de las cerezas, creemos que va a haber una oferta grande y creciente para la industria, con mucha más fruta de la que somos capaces de procesar por ahora”, proyecta Gonzalo Bachelet.

## NORTEAMÉRICA LÍDER

Con más de la mitad de las exportaciones, que entre enero y septiembre de este

año sumaron 3.682 toneladas y poco más de US\$ 12 millones, Estados Unidos es el principal destino de las cerezas congeladas chilenas, seguido por Canadá, con alrededor de mil toneladas en el mismo período.

Si bien los estadounidenses tienen su propia industria de cerezas congeladas, la demanda interna es fuerte y no son capaces de abastecerla por completo, por lo que recurren a otros orígenes, como Chile.

“La demanda que tiene Estados Unidos por cerezas congeladas es muy alta y se ha incrementado bastante. Entre 2022 y 2023, las ventas en el *retail* subieron 40%, en una fruta que en el pasado no era tan conocida en el congelado, pero los consumidores están empezando a consumirla más”, explica Matt Lornie, gerente de ventas de Comfrut, empresa que comenzó a procesar cerezas hace diez años.

La empresa destina la mayor parte de sus exportaciones de cerezas congeladas al *retail*, por lo que emban-



GENTILEZA CHILEALIMENTOS



Uno de los desafíos para seguir aumentando estas exportaciones, es mejorar el despepado.

en Chile la fruta, en formatos que van directo al consumidor final, y consideran que hay oportunidades atractivas para crecer debido al buen nombre, calidad y trazabilidad que tiene Chile con sus frutas.

“Chile tiene una calidad muy buena y genera confianza en los mercados, por lo mismo que se ha hecho con las cerezas frescas. Es una fruta que está creciendo en popularidad en el mundo, por lo que tenemos opciones de crecer en los mercados”, estima Matt Lornie.

En el caso de Frutícola Olmué, la mayor parte de sus exportaciones de cerezas congeladas se realiza a granel, en cajas de 30 libras –poco más de 13 kilos–, y los compradores son quienes hacen las mezclas con otras frutas, principalmente con berries.

“El gran porcentaje de nuestros clientes tiene su operación y compra frutas de distintos orígenes para tener un abastecimiento más constante y menos riesgoso, y hacen sus combinaciones en Estados Unidos o Canadá, para abastecer directa-

**29%**  
**creció el volumen de exportaciones este año.**

**3.682**  
**toneladas se han enviado a Estados Unidos, el principal destino.**

mente a los supermercados. Las cerezas se usan mucho para los mix de frutas, porque aportan mucha azúcar y queda una mezcla más rica en sabor”, explica José Miguel Cruz, gerente comercial de Frutícola Olmué.

En Europa, en tanto, aclara que el perfil de los clientes es más bien industrial y necesitan las cerezas para saborizar helados y yogures, entre otros productos, donde todavía no exigen una segregación por variedades, pero sí necesitan que sean cerezas oscuras.

En el caso de China, que ha ido creciendo desde que se abrió el mercado, en la indus-

tria aseguran que es un mercado atractivo, pero limitado.

“Yo prefiero enfocarnos más en Norteamérica, que pide una calidad más estándar y están constantemente consumiendo, donde el *retail* crece, porque con China nunca sabes qué va a pasar, aun cuando efectivamente es un mercado que se incorporó hace poco y consume un buen nivel de volumen”, plantea José Miguel Cruz.

**DESAFIOS**

En términos productivos, en la industria aseguran que cada temporada enfrentan el desafío de reunir la materia prima suficiente para completar los programas comerciales, ya que, en temporadas como la de 2023-2024, al haber un menor volumen de fruta disponible, es mayor la presión por exportar en fresco y optar a mejores precios.

“Tenemos contacto con las principales exportadoras de fresco y, según lo que podemos vender y considerando nuestra capacidad instalada, armamos un programa de abastecimiento y salimos a buscar esa fruta... El año

pasado costó cumplirlo, porque hubo menos volumen del que se pensaba, y mucha fruta que antes se iba a la industria se fue a mercados secundarios, como Latinoamérica”, dice José Miguel Cruz.

Esto, debido a que los precios para congelado son mucho más bajos, ya que la fruta se considera como descarte o merma, y su otra alternativa de ventas es el mercado interno.

Por otro lado, los procesadores comentan que está pendiente avanzar en una mejor selección de las cerezas según sus variedades, lo que podría requerirse en la medida que se procese un mayor volumen, y afinar que todas las cerezas se envíen sin pepa, algo que piden los clientes más exigentes.

“Los clientes piden que las cerezas vayan sin pepa, y el problema es que con la maquinaria actual es difícil sacarla al 100%. Cada vez hay más opciones, nosotros trajimos una línea nueva que saca casi todo, pero es un desafío para seguir incrementando las ventas a futuro”, plantea Matt Lornie.