

Juan Pablo Subercaseaux, académico de la PUC

“Esta es la temporada de la verdad para la exportación de cerezas”

Los 130 millones de cajas de cerezas pronosticados para esta temporada no es un número cualquiera. Es una cifra récord, muy desafiante para una industria que lleva quince años preguntándose dónde está el techo de China. El profesor de la PUC, y también productor de cerezas, señala que esta temporada se verá si topamos techo o China nos seguirá sorprendiendo.

Cuando desde el Comité de Cerezas de Frutas de Chile se hizo el anuncio de que esta temporada se exportarían 130 millones de cajas de cerezas, se tenía claro que esta sería una campaña desafiante. En todo sentido. Desde lo productivo, la logística y la comercialización; implicará que toda la cadena haga un trabajo preciso, sin dejar cabos sueltos, con tal de que la fruta llegue a destino sin contratiempos. Y es que el salto de casi un 60% más de fruta, respecto de 2023/24, es grande, en un sector que ha estado ‘acostumbrado’ a crecimientos del 20%.

Y es que tener 50 millones más de cajas es un tremendo incremento, y aún queda por venir, porque sigue habiendo un gran porcentaje de superficie que no están en producción, y que ya garantizan que llegaremos a las 200 millones de cajas a fines de esta década, aunque no se plante ninguna hectárea más en Chile.

“Mi estimación es que hay 130 millones de cajas ‘colgando’ de los árboles. Sin embargo, no llegaremos a exportarlas”, afirma Juan Pablo Subercaseaux, inge-

niero agrónomo, productor de cerezas y académico de economía agraria de la Pontificia Universidad Católica de Chile (PUC), enumerando algunos problemas que tocará hacer frente esta temporada.

“No creo que tengamos la cantidad suficientes de cosecheros, hay huertos muy cargados que no tendrán una distribución adecuada de calibres que, cuando los packings estén llenos de fruta, (en las semanas 50 y 51), las exportadoras no recibirán fruta con mala distribución de calibres. Las exportadoras saben que el retorno de fruta con bajos calibres será pésimo. Saben que se les ralentizará el funciona-

POR RODRIGO PIZARRO YÁÑEZ

to de las líneas. Y deberán descartar a los productores con mala distribución de calibres, quienes no tendrán donde ir, todos los packing estarán en iguales condiciones”, explica.

-La mano de obra será un reto, y diciembre es un mes especialmente ‘complicado’ para la agricultura en este tema. -Exacto, hay varios frutales que requieren mano de obra en diciembre, pero los más fuertes, sin duda, son los que tienen cosecha, es decir, el cerezo y el arándano. Pero hoy, con 70.000 hectáreas de cerezos, tendremos, en diciembre, un requerimiento de 40.000 personas más que el año pasado, solo por aumento de volumen de cerezas.

En diciembre de 2022/23 tuvimos cerca de 83.000 cosecheros y esta temporada necesitaremos cerca de 123.000. Son muchos más. ¿De dónde sacamos a esas personas? Tenemos la visa temporal para los trabajadores bolivianos, por ejemplo, que facilita una migración legal a países del Mercosur, que opera desde el año pasado y tuvo muy buen éxito.

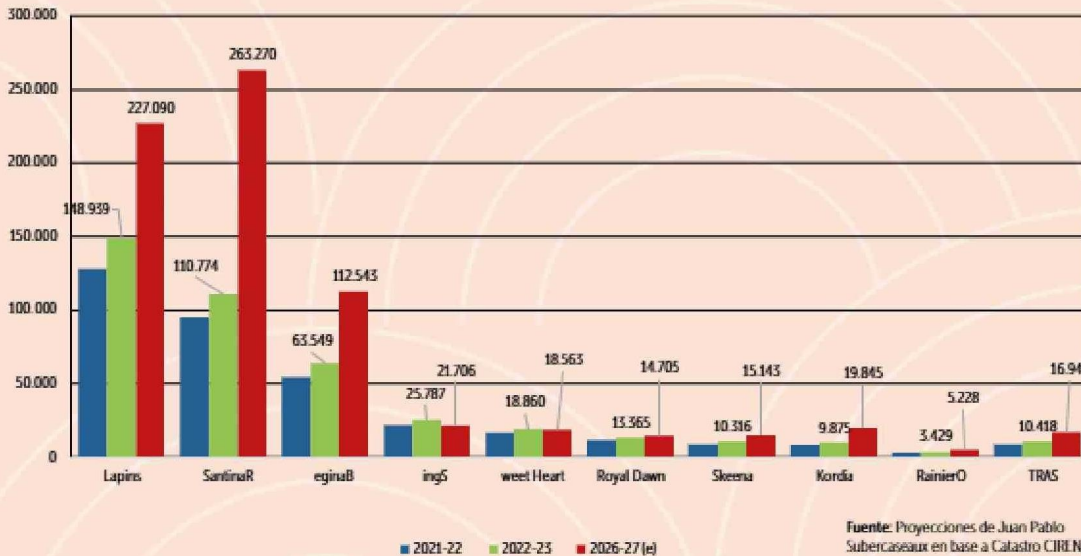
-No es el único desafío. 130 millones de cajas implicarán muchos por resolver...

-Yo creo que tenemos, tras pasmas importantes en Santina y Lapins, cerca de 120 millones de cajas, pero tengo la certeza que no se van a poder exportar todas las cerezas que están colgando. China es un mercado cada vez más exigente en calibre, donde no hay espacio para el calibre XL, y el calibre Jumbo pasó a ser pagado como el XL de hace cinco temporadas. La temporada pasada, que hubo relativamente poco Jumbo, se vendió bien, pero un año antes, se había vendido mal. -Todas las temporadas hablamos de ¿cuál será el techo de China?

-Sí, y siempre desde la academia, desde los productores y también desde los exportadores se hacen esa pregunta. ¿Cuándo tocará techo y los precios tendrán una caída grande? Nosotros asumíamos que iba a ir bajando el precio de la cereza, pero lo que ha ido pasando, en este ciclo de la industria, que se llama ‘etapa de crecimiento’, que culmina con la etapa de madurez y tras ello empieza a bajar el precio. Sin embargo, con la cereza ha pasado algo diferente y es que ha evolucionado, pero por calibres. El L ‘murió’ hace rato, porque hoy es un calibre con el cual los productores no pueden pagar ni siquiera el flete. Al XL le pasó lo mismo, y salvo que sea una cereza temprana, cuando todavía los precios están muy buenos, el XL paga, con suerte, los costos. Con el Jumbo, hace dos temporadas atrás, ya vimos que empezó a declinar el precio. Entonces, China sí ha ido dismi-



Proyección de exportaciones por variedad 2026/27.



nuyendo el precio de la cereza, pero ha sido una disminución por calibre. Entonces, el mercado chino no ha copado su capacidad de comprar cereza, pero la mayor oferta de cerezas le permite tener disponibilidad de mayores calibres, que al comprador le cuesta un 10% más caro, pero que al productor le significa duplicar el valor por kilo al subir de Jumbo a Extra Jumbo.

-Entonces, el negocio sigue siendo muy bueno para aquel que produce mucho calibre.

-Sí, y se transformó en un mal negocio para aquel que no tiene buena distribución de calibres en su huerto. Entonces, tenemos que hablar de precios por calibre. China ya copó su capacidad de comprar calibres pequeños. Y no es rentable mandarla. China ya no quiere calibre XL. Ya no vale nada, y el negocio de producir XL es pésimo. El Jumbo, todavía tiene retorno positivo para el productor, pero será el calibre más golpeado de esta temporada. Al ver los malos pronósticos para Calibre Jumbo e inferiores, se genera una derivada muy interesante, y es que Chile hoy puede retomar mercados que tuvo botados durante muchos años, hoy existe una importante oportunidad en ellos. Decíamos, ¿para qué vamos a mandar fruta a Estados Unidos si van a retornar dos dólares y en China van a retornar cuatro? ¡No tiene lógica! Pero hoy es muy interesante y rentable empezar a mandar los calibres más pequeños, sobre todo el XL y Jumbo,

a Estados Unidos, Europa y América Latina; porque va a obtener mejores rentabilidades. Será mejor negociar y enviarlos a estos mercados que a China. Producto de que el costo de flete y otros para llegar a China es más caro y los precios del Jumbo están a la baja, estoy convencido de que, si tomamos esa fruta Jumbo y la enviamos a Estados Unidos, tendrá un mejor retorno. Lo mismo pasa con la fruta tardía. Después del Año Nuevo Chino, soy un convencido de que debemos enviar un importante volumen a otros mercados, porque en China baja mucho el precio de la fruta.

HAY VIDA TRAS EL AÑO NUEVO CHINO

-Es un tema de volumen, no de que no se consuma cerezas tras el Año Nuevo Chino

-Exacto. Pasa porque quedó mucha cereza guardada en China, que llegó y no se pudo comercializar y después se venden a precios bajos. Entonces, la guardan y nos encontramos con cerezas de mala calidad, que salen al mercado justo cuando está llegando cereza tardía, del sur de Chile, que está mucho mejor, pero la están comercializando en la misma caja. Entonces el receptor chino dice: ¿por qué te voy a pagar el doble por esta cereza que por esta otra que me la están regalando? Hoy se están ofreciendo dos productos con la misma marca y una diferencia de precio. Una pequeña diferencia de precio vendido en China, dado que te-

nemos puros costos fijos, genera una diferencia enorme para el productor.

-¿Y si esa fruta fuera con una 'marca' diferente?

-Eso lo ha comprobado Nueva Zelanda, con altos precios en sus cerezas tardías. Es una fruta diferenciada por país y por calidad, que se vende mucho mejor que la cereza chilena. Yo creo que exportar cerezas tardías desde Chile, con una caja distinta que diga, 'Late Cherry' o algo distintivo, mejoraría el precio.

-¿El crear una marca mejora tanto la percepción de la fruta como un precio?

-Sí. Tú ves que hay ciertas marcas de exportadoras en China, que simplemente por su marca tienen un mejor precio. Sería ideal que fuera una marca de la industria, pero eso no va a pasar, porque aquí cada exportadora tiene su propio feudo, y no creo que se vayan a poner de acuerdo. Pero sí, hoy cada exportadora tiene dos o tres marcas para sus cerezas. Si generan una marca (caja) adicional, que visualmente se diferencie, y deje muy claro que es una fruta cosechada tarde, y que no es fruta guardada, yo te aseguro que tendrá un mejor precio. ¿Por qué? Porque la diferencia de precio de la cereza neozelandesa, respecto a la cereza chilena en esa misma semana, es mucho mayor.

-¿Y ellos funcionan, me imagino, con criterios de calidad, que se deben respetar?

EL PRODUCTOR TRABAJA PARA LOGRAR MEJORES CALIBRES

"El productor que antes producía 20 t/ha, hoy ya está produciendo 14 t/ha. Como productores, hemos tomado medidas y hecho los manejos agronómicos para tener un mayor porcentaje de fruta con muy buenos calibres", asegura Subercaseaux.

EL DESAFÍO DE LA LOGÍSTICA

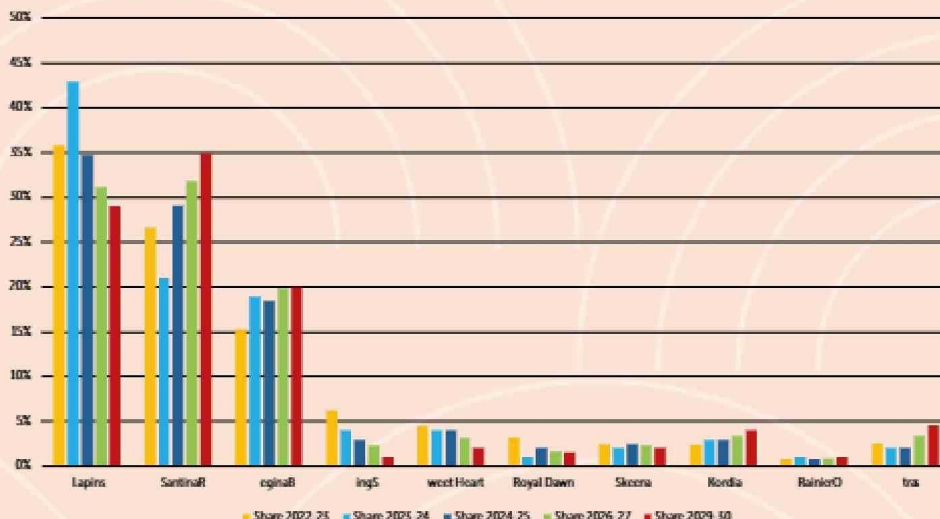
"Lo lógico hubiese sido que la temporada pasada hubiera producido 100 millones de cajas, pero fueron cerca de 83 millones. El aumento superior al 50% en el volumen de esta temporada va a estresar todo. La única buena noticia es que ya hemos vivido situaciones parecidas en el pasado. Hemos tenido aumentos fuertes en el volumen y la industria ha respondido razonablemente bien. Hace unas temporadas hubo fruta a proceso que demoró diez días cuando se debían haber tardado menos de 48 horas en procesarse, también tuvimos drama en el desembarco de fruta en China y Regina fue la más resentida. Aunque estamos entrenados para abruptos aumentos de volumen, estos incrementos nunca superaron el 20% de las cajas que aumentarán esta temporada", sostiene Subercaseaux.

INDIA: MERCADO DE VOLUMEN, PERO CON LIMITACIONES
 Hace un par de años que se viene escuchando lo bueno que podría ser India para la cereza chilena, pero necesita ir consolidándose, porque es un mercado que recién tiene la infraestructura mínima necesaria, sobre todo la cadena de frío, para recibir la fruta. Es un mercado potencial e interesante para colocar volumen, pero que tiene grandes limitaciones y lo único que tiene parecido a China es su enorme población", explica Juan Pablo Subercaseaux.



Juan Pablo Subercaseaux.

Proyección de la importancia relativa de variedades de cerezas en Chile.



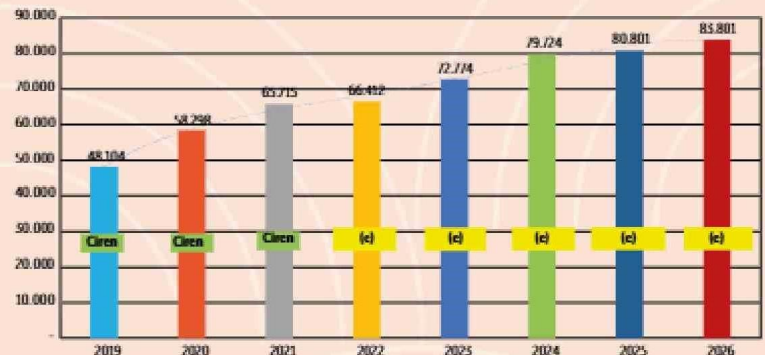
-Sí, un criterio de calidad que todos deben respetar, ya que existe un criterio de calidad país. En Chile no hay acuerdo sobre condiciones mínimas de calidad. Te voy a dar un ejemplo, años atrás se pusieron de acuerdo la mayoría de los exportadores de kiwi, de no seguir matando el mercado con fruta inmadura. Pusieron parámetros de calidad, tanto de materia seca, grados Brix, etc. Pero los que no quisieron firmar el acuerdo, mandaban kiwis antes, sin las condiciones mínimas y sacaban un sobreprecio que perjudicaba a todos los Kiwis de Chile.

-Volviendo a esta temporada, en las semanas 50 y 51 habrá mucha fruta, con variedades que también se pegan un salto enorme.

-Proporcionalmente, Santina va a aumentar muchísimo más de lo que va a aumentar Lapins respecto a la temporada pasada. Lo que pasará es que la curva de producción partirá antes. Esto traerá cambios. Primero, el valor de Santina en las semanas 49 y 50 tendrá una bajada de precio mucho más rápida. Pero no es un problema de la variedad Santina, sino de la fecha en que se produzca. Antes, el valor de la fruta caía por los volúmenes de Lapins, entre las semanas 50 y 51, ahora tendremos una caída más rápida, con los volúmenes de Santina en la semana 49. Los precios caerán antes porque los volúmenes de Santina serán mucho más altos.

-Y eso va a ir ocurriendo año a año.
 -Sí, hay dos temas. Primero, vamos a tener un 'peak' productivo en 'meseta'. Esto es algo que va ocurriendo de a

Superficie de cerezas en Chile (en ha).



Fuente: Catastro CIREN, salvo año 2022. Proyecciones de Juan Pablo Subercaseaux en base a Catastro CIREN.

poco, por la entrada en producción de muchas hectáreas plantadas de Santina. Segundo, es que tendremos más semanas con mucha fruta, por lo cual será mucho más rentable tener más líneas de proceso.

"CHINA SÍ AGUANTA"

-Lo que no sabemos, pero sí se intuye, es si China tiene la capacidad para recibir más fruta para el Año Nuevo Chino.

-Hay un dato interesante, y es que la temporada pasada fueron 83 millones de cajas, de los cuales cerca de 80 millones se quedaron en China. De esas, un gran porcentaje llegó antes del Año Nuevo Chino. Sin embargo, esta temporada tendrá un volumen importante antes del Año Nuevo Chino, y ahí veremos el comportamiento del mercado semanas antes con volúmenes significativos. Llevamos más de una década diciendo que el mercado chino no va a ser capaz de absorber más cerezas, pero sigue aguantando. ¿Por qué? Por-

que cada año se llega a nuevas ciudades, donde no llegaban cerezas y hoy sí. Es como abrir un nuevo mercado en un nuevo país.

-¿Cuántos millones de cajas de cerezas será capaz de absorber el mercado chino?

-La respuesta de eso estará dada cuando veamos que efectivamente China tocó techo y eso estará dado por el precio. ¿Cuándo será eso? Aún no lo sabemos. Lo que sí sabemos es que los calibres más pequeños están saliendo del negocio. Además, soy un convencido que este es el año de la verdad, porque se enviará a China un 50% más de fruta que la temporada pasada. Si el retorno promedio a productor se mantiene entre US\$3/kg y US\$4/kg, el productor entenderá que el mercado chino sigue aguantando y no se ve techo.

-Traspassando ese resultado a lo que pasa en Chile, eso quiere decir que se seguirá plantando.

-Sí, seguirá creciendo la superficie, a la espera de que China de señales que no puede absorber más volumen. Pero si tenemos un retorno a productor en torno a los US\$2/kg, se frenarán las nuevas plantaciones. No estoy diciendo de que es un tema 'binario', pero lo que suceda esta temporada tendrá repercusiones directas sobre la superficie que plantará o arrancará a partir del próximo año. Y ojo con la Zona sur que, salvo la última temporada que fue buena, los productores han tenido cuatro años de malas liquidaciones. Si este año es malo para la Zona sur, vamos a a ver arranque de huertos. Estoy convencido de que este año va a tener repercusiones muy potentes para el futuro de la cereza. Ra