

PROYECCIONES PARA TEMPORADA 2024-2025:

Cerezas apuntan a récord de producción

La alta cantidad de horas frío en los últimos meses y unas lluvias abundantes pero bien espaciadas en el invierno generan un volumen potencial de 115 millones de cajas, 37% más que en la campaña pasada. Eso sí hay que enfrentar un mercado chino afectado por un menor crecimiento económico y el desafío de exportar más de 30 millones de cajas bajo tratamiento de frío por la aparición de mosca de la fruta en algunas zonas productivas.

EDUARDO MORAGA VÁSQUEZ

“**L**a temporada 2024-2025 va a ser un punto de inflexión para el negocio de las cerezas. Las exportaciones de Chile van a crecer una brutalidad. Deberíamos lograr 30 millones de cajas más que la temporada pasada. Los crecimientos futuros no deberían ser tan fuertes, por lo que, si nos va bien, podemos ver con tranquilidad la industria”, afirma Renato Huber, productor y dueño de Huber Export.

Cuando todavía falta un par de meses para que las primeras cerezas de la temporada se cosechen, la tensión ya se nota en el agro chileno. Esa fruta se ha transformado en la gran generadora de ingresos y de inversiones en la fruticultura.

Es la razón por la que comerciantes chinos recorren en masa desde Rancagua a Chillán visitando huertos y centrales de embalaje. También es la causa de que los bancos vuelvan a mirar con buenos ojos a los agricultores.

Los excelentes resultados de la temporada 2023-2024, en que se exportaron 414 mil toneladas, unas

83 millones de cajas, a precios históricamente altos, alientan las esperanzas.

Las cerezas siguen siendo las frutas preferidas por los consumidores chinos. Tanto es así que la campaña anterior se dejó de abastecer a mercados de altos ingresos como Europa y Estados Unidos para satisfacer la demanda del Imperio del Centro.

Con un clima que se ha comportado casi ideal hasta ahora, con una buena cantidad de horas-frío para asegurar una buena cantidad de flores y con lluvias intensas pero esparcidas, el potencial de producción apunta a un récord de 115 millones de cajas para la temporada 2024-2025.

Eso sí, todavía quedan semanas clave. La posibilidad de heladas y lluvias primaverales siempre está presente. De hecho, son villanos que se han presentado en campañas anteriores.

Luego de la cosecha quedan varios desafíos. Los exportadores deberán lidiar con las mayores exigencias sanitarias producto de la aparición de la mosca de la fruta en sectores puntuales de la zona central. El más importante tiene como punto

de desarrollo, en la Región de O'Higgins. Las cerezas ubicadas en un radio de 27,3 kilómetros deberán ser procesadas dentro de esa zona y seguir un protocolo más exigente de tratamiento de frío si quieren ingresar a China. Se agrega un tiempo mucho mayor de proceso a lo usual justo cuando viene un récord de producción.

Una vez llegada a China, además, se deberá enfrentar una economía que crece a un menor ritmo que años anteriores y que ha frenado el negocio de las frutas durante 2024.

Las oportunidades y desafíos son importantes para la temporada 2024-2025 de las cerezas.

37% DE MAYOR PRODUCCIÓN

Según estimaciones recogidas por el Comité de Cerezas, en 2023 había alrededor de 74 mil hectáreas de esa fruta plantadas en Chile, de las cuales un 66% estarían en plena pro-

ducción. En cuanto a variedades destaca el crecimiento de santina, que el 2024 pasa a ser la principal variedad de cerezas chilenas con el 31%, seguida por lapins con 28% y luego la regina con 17%.

Aunque el ritmo de plantaciones luego de la pandemia es menor que el período anterior, la entrada en régimen productivo de los huertos apunta a un crecimiento importante. Hay que tener en cuenta que la temporada pasada no permitió expresar el potencial por las escasas horas de frío en el otoño e invierno de 2023, a lo que se suma las lluvias intensas en primavera de ese año.

Hoy el camino parece despejado para que los huertos trabajen a máxima capacidad.

“Para la temporada 2024-2025 estamos proyectando un crecimiento significativo en la producción de cerezas, cercano al 37%, para llegar a una exportación cercana a las 115 millones de cajas de 5 kilos, es decir, unas 575 mil toneladas. Lo anterior, siempre y cuando no tengamos eventos climáticos adversos en lo que resta de acá a la cosecha”, sostiene Claudia Soler, gerente general del Comité de Cerezas.

Tras recorrer campos en todo Chile, Juan Carlos Valenzuela, gerente de producción de Dole, apunta a un volumen potencial de entre 110 y 120 millones de cajas. “Hasta ahora el frío y las lluvias durante el invierno nos han acompañado, aún faltan las etapas más



FRANCISCO JAVIER OLEA

“Por el volumen que viene, no habrá espacio para la fruta mala. La de calibre grande permite un círculo virtuoso”.

RENATO HUBER
 PRODUCTOR Y EXPORTADOR

“Como Chile va a exportar mucho más en la nueva temporada, hay que diversificar la oferta en otros mercados”.

MANUEL JOSÉ ALCAÍNO
 PRESIDENTE DE DECOFRUT

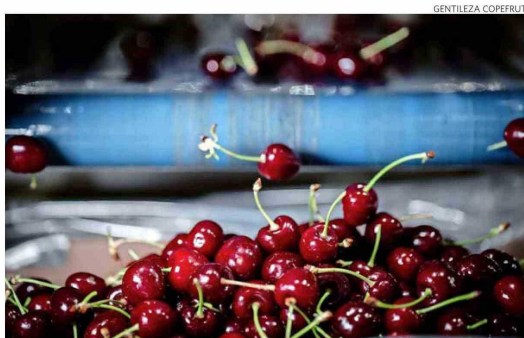
“... un crecimiento significativo en la producción de cerezas, cercano al 37%, para llegar a una exportación cercana a las 115 millones de cajas”.

CLAUDIA SOLER
 GERENTE GENERAL DEL COMITÉ DE CEREZAS.

| ESPECIAL CEREZAS



El Comité de Cerezas desarrolla una estrategia para ingresar a nuevos mercados dentro de China.



Para lograr una buena rentabilidad en la nueva temporada de las cerezas será clave obtener calibres grandes.

dejar más cerezas de lo habitual como "reserva" frente a la posibilidad de pérdidas por posibles heladas primaverales. Argumenta que ante un evento como ese igualmente que la fruta que sobrevivía va a ser de calibre pequeño, por lo que incluso

puede ser más costosa de cosechar que dejarla colgando en el cerezo.

GRAN DESAFÍO COMERCIAL

Aunque la producción será una tarea desafiante en los próximos

CAMPAÑA A TRES AÑOS

Claudia Soler, gerente general del Comité de Cerezas, explica que el año pasado se definió una campaña de marketing a tres años con el objetivo de incrementar el consumo en China, especialmente en segmentos de la población y ciudades donde no han llegado.

"Hemos sumado nuevas agencias en el proceso que nos permitirán refrescar nuestra campaña, tanto en su diseño creativo como en su ejecución. De manera complementaria, estamos trabajando en el diseño de las campañas de promoción que realizaremos en los otros mercados de destino tales como el norteamericano, coreano e indio, entre otros. Respecto a India, en las próximas semanas participaremos del Chile Summit India 2024, esfuerzo público-privado que busca fortalecer vínculos institucionales entre Chile e India".



Cerezas en Ocoa, valle del Aconcagua, hace unos días.

meses, otra cosa es venderla y hacerlo a buen precio en la temporada 2024-2025.

El escenario a primera vista no es fácil. China, el principal mercado, viene con una economía que no consigue llegar a los niveles de crecimiento que registraba antes de la pandemia. El impacto en la demanda por fruta fresca en 2024 se ha hecho sentir en la potencia asiática.

Maximiliano Leiva, gerente general de SVA Fruit y afincado en China, explica que en los mercados mayoristas ha observado una demanda más débil en general.

"Actualmente, se están vendiendo cerezas de EE.UU., manzanas de Chile y Nueva Zelandia, y cítricos de diferentes orígenes dentro del mercado de fruta importada. Esperamos mejores precios a medida que se termina el gran volumen de fruta local y nos acerquemos al feriado de medio otoño. Sin embargo, en términos generales, la demanda de fruta importada ha estado baja. En los supermercados que abastecemos las órdenes han sido más bajas. Aunque se ve un gran número de personas comprando, el volumen de ventas o el ticket promedio es considerablemente más bajo que en el pasado. Ya casi no se compran ítems de mayor valor como el mango australiano que llegaba vía aérea", sostiene Leiva.

El ejecutivo de SVA Fruit explica que nadie sabe con certeza lo que ocurrirá con la venta de cerezas chilenas, pero su perspectiva es positiva, aunque reconoce que si se concreta, habrá una gran presión en los mercados.

"Estamos preparando diferentes canales de venta para agilizar la co-

SIGUE EN PÁGINA 6

“Hasta ahora el frío y las lluvias durante el invierno nos han acompañado, aún faltan las etapas más importantes del cultivo”.

JUAN CARLOS VALENZUELA
 GERENTE DE PRODUCCIÓN DE DOLE

“Las condiciones están dadas para que Chile tenga un gran volumen. Eso va a provocar que las frutas de calibre mediano valgan bastante menos”.

ANDRÉS URETA
 ASESOR AGRONÓMICO

“Será vital tener un buen comienzo para que ningún retailer decida no continuar con la venta de cerezas”.

MAXIMILIANO LEIVA
 GERENTE SVA

ESPECIAL CEREZAS |

VIENE DE PÁGINA 5

mercialización de la fruta, incluyendo supermercados y mayoristas en el interior, e intentando recuperar la fuerza de venta que teníamos antes del covid-19", agrega Maximiliano Leiva.

En tanto, Gonzalo Matamala, gerente de Asia Pacífico y China de Giddings-Cerasus, agrega un dato optimista, por la actual experiencia de su empresa comercializando cerezas de EE.UU. en China y el resto de Asia.

"Con las cerezas de EE.UU. pasa una cosa completamente diferente que con las otras frutas. Estamos experimentando una realidad de precios bastante superior respecto a lo que vivimos el año pasado y los anteriores. Ocurre porque hay una menor disponibilidad de cerezas de EE.UU. y la fruta que comercializamos prácticamente no tiene proble-

mas. Llega en excelente condición tiene muy buenos precios", sostiene Matamala

Sebastián García, *category manager* de Copefrut, concuerda con la visión de que la demanda general por fruta importada en China no es la mejor, pero asegura que las expectativas para las cerezas chilenas siguen altas.

"Los importadores y *retailers* esperan que sus programas crezcan en volumen con respecto al año pasado y se mantienen optimistas para la temporada que viene. En el último tiempo hemos visto que las cerezas chilenas se han mantenido con una suerte de protección con respecto a contingencias del mercado en China. Tanto volúmenes comercializados como precios de venta están más relacionados con el tipo de producto que se ofrece, siendo más determinante la calidad de la fruta que otros factores para definir el resulta-



Con las cerezas de Estados Unidos... estamos experimentando una realidad de precios bastante superior respecto a lo que vivimos el año pasado y los anteriores".

GONZALO MATAMALA
GERENTE GIDDINGS-CERASUS



Los importadores y *retailers* esperan que sus programas crezcan en volumen con respecto al año pasado y se mantienen optimistas para la temporada que viene".

SEBASTIÁN GARCÍA
CATEGORY MANAGER DE COPEFRUT

do de la temporada en ese país", sentencia García.

Entre los conocedores del negocio de las frutas frescas en China hay consenso de que los comercializadores de ese país tienen muchas esperanzas puestas en las cerezas chilenas.

Se argumenta que muchos comerciantes han sufrido grandes pérdidas con otras frutas, como el durián del sur de Tailandia y diversos carozos chilenos. De hecho, gi-

gantes como la empresa Chongqing Hongjiu tuvieron que vender una parte de sus activos.

"Creo que será un año para asegurar la venta y ser muy cuidadosos con los flujos. En cuanto a las ventas, deberíamos estar bien; las cerezas siguen siendo un producto indispensable en la cesta de los consumidores. Además, contamos con muy buenos feriados comerciales, como el 11/11, 12/12, Navidad, Año Nuevo y el Año Nuevo chino, todos

muy seguidos, lo que incentiva mucho la compra de cerezas. El estándar de exigencia de calidad de los consumidores y comerciantes sigue aumentando, por lo que la calidad siempre será la base de nuestras ventas. El año pasado tuvimos problemas al inicio de la temporada. Será vital tener un buen comienzo para que ningún *retailer* decida no continuar con la venta de cerezas. Además, hubo muy buena fruta post Año Nuevo chino, lo que ha llevado a que muchos *retailers* estén más dispuestos a continuar con la venta", argumenta Maximiliano Leiva.

Renato Huber pone énfasis en la necesidad de ofrecer una alta calidad de cerezas, con un gran calibre grande.

"Por el volumen que viene, no habrá espacio para la fruta mala. La de calibre grande permite un círculo

SIGUE EN PÁGINA 8