

Evitaban hablar de crisis, pero las cifras muestran que la industria de las cerezas atraviesa una temporada compleja: la baja de los precios de venta en China, su mayor destino de exportación, han tenido nerviosos a exportadores y productores, quienes se juegan en las próximas dos semanas toda una temporada. En la industria se unen para afirmar que la temporada todavía está en desarrollo y que, por lo mismo, es pronto para anticipar conclusiones.

Esta historia comenzó a escribirse en octubre pasado. En ese entonces había celebración y buenas perspectivas para el mercado de las cerezas. Se estimó un alza de un 59% en las exportaciones respecto al período anterior, enviando 657.935 toneladas, una cifra récord para la exportación de la cereza chilena. Las últimas proyecciones de la consultora iQonsulting apuntan a que las exportaciones llegarán a 625 mil, lo que sería un alza de 50,5% en relación a la temporada 2023/2024.

“Aún quedan algunos volúmenes por salir, tenemos en Chile una zona tardía en Osorno que falta por exportar. Hasta el 12 de enero, se habían exportado 599.214 toneladas según las estadísticas de Frutas de Chile y estimo que queda por salir un volumen de 26.000 toneladas, con lo cual se completarán 625.000 toneladas que se pretende exportar este año, esto es 51% más que la temporada pasada”, dice la socia fundadora de iQonsulting, Isabel Quiroz. Y ese mayor volumen de envíos tuvo repercusiones. Como dice un exportador: “y es imposible que un aumento de esa envergadura no tenga un efecto en precios”.

El éxito de la temporada se la juegan durante las dos últimas semanas previas al año nuevo chino, que es el 29 de enero. Por ello, la semana que comienza el lunes 20 ya entran en la recta final de la comercialización de las cerezas.

En China, antes del 2007, para el Año Nuevo chino se regalaban naranjas o manzanas, pero desde ese año en adelante la cereza comenzó a ser un símbolo importante en las celebraciones del Año Nuevo Chino, ya que en esa cultura se cree que son portadoras de buena suerte y prosperidad.

Los actores de la industria comparten que esta temporada las exportaciones tuvieron un salto exponencial y que se debió a que las plantaciones que se hicieron en los últimos cinco años comenzaron a dar frutos.

“Hoy es 15 de enero de 2025. Son las 8 de la mañana. Estamos en Shanghai en uno de los mercados más importantes viendo cómo se comporta nuestra fruta, nuestras cerezas. La verdad es que los precios han repuntado levemente, el movimiento ha repuntado mucho. Esta semana en comparación a la semana pasada se han movido 800 contenedores al día, la semana pasada alrededor de 90. Estamos mejor que hace 7 días”, fue el mensaje que envió vía Instagram, el presidente de Frutas de Chile, Iván Marambio, quien reforzó su llamado a la calma: “Lo importante es decir que esta es una industria sólida, no dependemos de los precios de una semana, no estamos en una crisis, estamos trabajando para poder continuar con esta gran industria que es la fruticultura, la cereza, y en beneficio de todos los chilenos”.



El llamado de alerta a la industria de las cerezas

Atraviesan un año desafiante. Los altos volúmenes exportados a China, que creció 50% de un año a otro, generaron una mayor oferta que golpeó los precios, con valores de hasta 30% menos que el año pasado. Aún así, los exportadores han detectado una recuperación de valores esta semana, ad portas del Año Nuevo chino del 29 de enero. Aún así, los actores ya sacan lecciones. “Tenemos que ser más eficientes en toda la cadena productiva, desde los campos a la última milla”, dice Hernán Garcés, el dueño de la mayor empresa del sector. “Se va a producir una consolidación, como ha pasado en todas las demás especies frutícolas”, anticipa Alejandro García Huidobro, controlador de Prize. Copefruit coincide con ese último vaticinio.

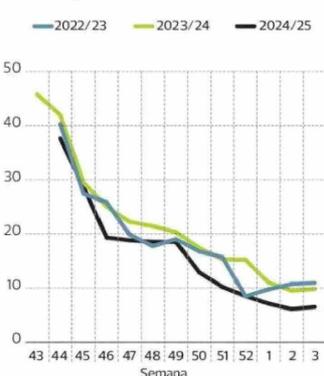
Un reportaje de CARLOS ALONSO/ VÍCTOR COFRÉ

EVOLUCIÓN DEL PRECIO DE LAS CEREZAS

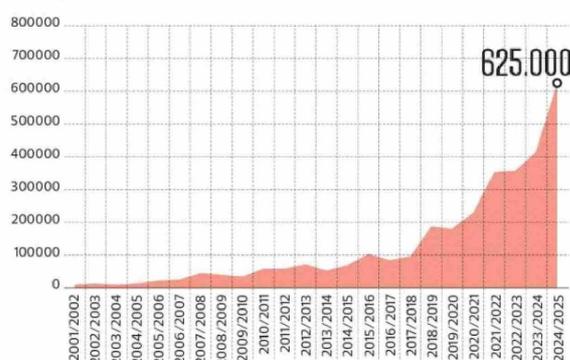
Precios de las cerezas por año en el mercado de Guanghou En USD/kg



Evolución de los precios por año en China En USD/kg



Exportaciones en toneladas Por temporada



FUENTE: Iqonsulting/ Frutas de Chile

LA TERCERA **LT**

Si bien se espera que los precios se recuperen durante estas semanas, el análisis que hace iQonsulting afirma que no será a los niveles de la temporada 2023-24. “Los calibres mayores se mantendrán entre un 10% a 20% por debajo del precio de la temporada pasada. Esos precios aún son atractivos. Los calibres menores tendrán problemas”. Así, en promedio, si se compara los precios de esta semana, están por debajo en un 33% en relación a la temporada pasada y un 41% en comparación hace dos años.

La evolución que han tenido los precios durante esta temporada la explica Quiroz: “Los precios se comportaron bien al inicio, con ajustes normales por el incremento del volumen. Podríamos decir que desde octubre, noviembre e inicios de diciembre, donde los arribos son acotados, no hubo problema, hasta la semana 51 (semana de Navidad en Occidente). Pero desde la última semana de diciembre las reducciones de precios llegaron a niveles muy bajos y coincidió con grandes arribos de cerezas a China, en las semanas 52 (última de diciembre) y las dos primeras de enero, se registraron precios históricamente más bajos, sobre 30% menos que la temporada pasada”.

El primero en alertar esa situación fue Hernán Garcés, presidente Garcés Fruit, una de las mayores exportadoras de cerezas en Chile, quien en una carta a sus productores alertó sobre los precios. “A pocas semanas del inicio del Año Nuevo Chino, que será el próximo 29 de enero, enfrentamos un escenario de precios históricamente bajos, incluso considerando que aún queda más del 50% del volumen de fruta por comercializar”, escribió. Aquello alertó a toda la industria. El escenario esta semana, sin embargo, ha mejorado en algo. Pero el llamado de alerta quedó instalado.

Qué y cuánto se exporta

En 2007 se firmó el protocolo fitosanitario de Chile y el país asiático. Desde ese año, las cerezas pudieron entrar directo a ese mercado. Si en 2006 se exportaban al mundo cerca de 24 mil toneladas, un año después el volumen se duplicó y se exportaron 44.503 toneladas. Pero el mayor saltó y la tendencia sobre las 100 mil toneladas exportadas comenzó en la temporada 2018/2019 con 186.404 de envíos; en

2021/2022 saltó a 352.474 toneladas de exportaciones de cerezas y ahora se espera el récord de las 625.000 toneladas.

Los primeros envíos a China parten vía aérea alrededor del 20 de octubre. Y el 15 de noviembre empiezan los embarques marítimos. El peak se da en las semanas de diciembre. Más de la mitad del volumen total sale en este mes.

Las tres principales variedades de las cerezas chilenas son Lapins, Santana y Regina, ya que abarcan en general más del 70% un 78% del total exportado. Otras variedades son las Bing, Sweet Heart, Royal Dawn, Skeena, Kordia, Rainier y Stella.

Esta temporada el 92,4% de lo exportado tuvo como destino China, y por ello, si bien desde ProChile, su director general, Ignacio Fernández, dice que se debe trabajar en aumentar los países de destino, algo que en la industria consideran poco realista: el mayor mercado sigue siendo China, que es casi como un continente.

De Garcés Fruit a Prize y Copefruit

El presidente de la Sociedad Nacional de Agricultura, (SNA) Antonio Walker, propone avanzar a un mayor ordenamiento de la industria. “Esta es una industria atomizada, tiene una cantidad enorme de productores, pequeños, mediano y grandes”. Por ello, considera que es necesario avanzar “en homogeneizar la calidad de las cerezas que se exportan, para que se exporte lo que el mercado quiere recibir y no lo que el productor quiere exportar. Esto tiene que partir desde el mismo productor”, dice.

Los principales exportadores de cerezas también entregan su análisis sobre la situación actual de la industria. Garcés Fruit es la mayor exportadora de cerezas del mundo. Y su dueño mantiene una mirada expectante de cómo evoluciona la temporada. Desde China, Hernán Garcés Echeverría responde vía WhatsApp a Pulso.

“En términos productivos y calidad es una de las mejores temporadas que hemos tenido. Las semanas anteriores enfrentamos un escenario de precios históricamente bajos, pero han empezado a mejorar y todavía restan las semanas claves que son las previas al Año Nuevo. Es muy pronto para sacar conclusiones”.

El dueño de esa empresa no cree en la pro-

puesta de diversificar mercados: “He leído muchas opiniones sobre abrir mercados, estamos en eso hace años y esos mercados han crecido muy poco. Este negocio de cereza es para China, no existe otro país que pueda absorber este volumen. China es gigante y el consumo inmenso, tenemos que mirarlo como si de ese porte fuera el mundo. Cada ciudad y los distintos rincones del país quieren la cereza, lo que tenemos que ser es más eficientes en toda la cadena productiva, desde los campos a la última milla”.

Al igual que el resto de los actores de la industria, Garcés Echeverría se mantiene expectante: “Esta semana los precios han ido subiendo de a poco y debieran seguir mejorando para los calibres más grandes. Como Garcés Fruit estamos desplegando todos nuestros recursos y esfuerzos, nuestra oficina comercial

625.000

toneladas se exportarán esta temporada, esto es un 50% más que el año pasado.

en China trabaja día a día evaluando distintas oportunidades. Como parte de nuestra estrategia, hemos diversificado las ciudades y regiones de destino para maximizar los retornos”.

Alejandro García Huidobro, socio de Prize, analiza en Chile la situación del mercado: “Venimos de una temporada históricamente muy buena, con más de 400 millones de kilos exportados y con resultados muy buenos para toda la industria. El año pasado definitivamente estuvo sobre las expectativas. Este año estamos creciendo un 50% aproximadamente, más de 600 millones de kilos, pero todavía la temporada está en curso así que aún no tenemos el volumen definitivo”, explica al inicio.

Luego, García Huidobro agrega: “Lo que vimos a principios de enero, que es una fecha históricamente de menos movimiento, ya se ha ido recuperando y en la última semana hemos visto una recuperación de precios propia de la demanda creciente del Año Nuevo chino. Aún es temprano para sacar conclusiones y habrá

que ver los balances finales”.

En cuanto a la mirada que se está teniendo de la industria, el empresario se aleja de las visiones “catastrofistas”. “Creo que la industria, en términos generales, lo ha hecho bastante bien y para cualquiera que participe de nuestra industria sabe que muchas veces tenemos situaciones como estas en todos los productos. Estamos en un lugar que si lo hubiésemos pensado hace 10 años creo que ni el más optimista habría dicho donde estaríamos hoy en términos de ventas, impacto, volumen”.

Y también opina que la dispersión excesiva, con centenares de exportadores, juega en contra de la industria. “Quizás es poco popular lo que voy a decir, pero en una industria tan relevante para la agricultura y para el país, si bien ha habido muchas oportunidades y el negocio ha dado para todo y con un alto nivel de competencia que ha fomentado la eficiencia, la innovación y hacer las cosas bien, definitivamente llegando a estos volúmenes como industria, la atomización juega más en contra que a favor”, explica García Huidobro.

Por ello, asevera que “que a largo plazo seríamos una industria mucho más eficiente con menos actores, mejor preparados y con mayores volúmenes y, dado el nivel de maduración de la industria, se va a producir una consolidación, como ha pasado en todas las demás especies frutícolas. Es cosa de leer las noticias y ver que esto está pasando a una velocidad importante en todos los lados salvo en las cerezas hasta ahora”.

Otro actor relevante es Copefruit. Sebastián García, *category manager* de la empresa coincide en que “todavía es temprano para sacar conclusiones. Es necesario esperar que la temporada siga adelante y entender como sigue desarrollándose la temporada. Si ya tenemos claro que debemos hacer un cambio en la oferta de fruta que llega después de Navidad y con mucha anticipación al año nuevo chino”.

El ejecutivo coincide con García Huidobro: “Es esperable que se consolide el mercado, tal como pasa en todas las industrias a medida que van madurando, pero todavía se ve como algo difícil que se concrete. El volumen sigue creciendo de forma importante y con muchos participantes nuevos a nivel de producción, *packing* y exportadores debido a lo atractivo que ha sido el negocio”.