



---

# COMUNICADO

---

## **Con un incremento cercano al 14% finaliza Temporada de Exportaciones de Cerezas Chilenas 2016-2017**

- *Industria realiza positivo análisis de las exportaciones y campaña de promoción llevadas a cabo durante este ejercicio, especialmente en el mercado chino*
- *China se consolida como principal mercado, y Corea del Sur crece en las importaciones de esta fruta chilena.*

**Santiago, 24 de marzo de 2017.-** De acuerdo a información entregada por el Presidente de la Asociación de Exportadores de Frutas de Chile, A.G. (Asoex), Ronald Bown Fernández, la temporada de exportaciones de cerezas 2016-2017 culminó con un total de 94.869 toneladas (18.973.800 cajas), lo que representa un incremento de 13,3% en los envíos, respecto a la temporada anterior.

Bown precisó que si bien el incremento es positivo, éste aún está por debajo del potencial de la oferta exportadora del país que bordea las 120.000 toneladas, debido principalmente a condiciones climáticas adversas en los meses de octubre y noviembre de 2016.

En cuanto a los mercados de destino, el Presidente de Asoex indicó: “Asia sigue siendo el principal mercado con un 86,7% del total de las exportaciones, en las que China representó el 82%. Corea del Sur, mercado que se abrió en enero de



2016, tuvo un primer volumen significativo esta temporada, alcanzando las 1.341 toneladas”.

Agregó que el segundo mercado lo constituyó Norteamérica (EEUU y Canadá), con un 6,7% del total de las cerezas exportadas, prácticamente igual porcentaje que la temporada pasada. Por su parte, Europa recibió el 2,7% de las exportaciones con una baja del 0,5% del volumen del año pasado. Otro mercado importante fue Brasil, que importó 2.248 toneladas, logrando un 23,1% de incremento de volumen respecto de la temporada pasada.

“Estos resultados revelan que en la producción de cerezas, en las aproximadamente 30.000 hectáreas plantadas, se produjeron mermas, principalmente por razones climáticas, las cuales fluctuaron entre las 5 y 7 millones de cajas”, comentó el representante de Asoex.

### **Gran promoción y mejor logística**

Esta temporada la industria de las cerezas chilenas, impulsó tres importantes campañas de promoción en EEUU, Brasil y la R.P.China, esta última catalogada como única en su tipo, tanto por el impacto a nivel de mercado, como por la inversión asociada a ella.

En este marco, Cristián Tagle, Presidente del Comité de Cerezas de Asoex, señaló que la entidad concentró esta temporada sus programas de promoción en Asia, con una inversión de USD\$5 millones, gracias a un trabajo y aportes conjuntos entre el sector privado y ProChile, concluyendo en una cifra inédita para Chile, esencialmente en la R.P.China.

Paralelamente a esta campaña, el Comité logró la apertura de una línea naviera con naves rápidas a China, que permitió arribos 7 días antes de los tránsitos normales, hecho que ayudó a llegar con fruta de mejor calidad, beneficiando así a todos los exportadores y productores.



## **El interés del mercado chino y el potencial de Chile**

Es tal el interés del mercado chino por las frutas chilenas, y en especial las cerezas, cuya demanda ha crecido significativamente en los últimos años, que éste ha incidido en la instalación de empresas compradoras chinas en nuestro país, observándose adicionalmente crecientes ventas vía "Online" de las dos principales plataformas de dicho país.

Por otro lado, las grandes cadenas de supermercados han iniciado sus compras de cerezas en Chile y de otros oferentes (EEUU, Australia, Nueva Zelanda) en forma directa. Esta tendencia, al igual que en otros continentes, se expande año a año, simplificando la cadena de valor.

El Presidente del Comité de Cerezas de Asoex, Cristián Tagle, señaló: “El potencial de producción de cerezas de Chile llegará a 150.000 toneladas a partir de los próximos años. Esto significa que la logística en China deberá mejorar, especialmente en lo que se refiere a nivel de almacenamiento refrigerado en la cadena de distribución. No obstante lo anterior, lo más importante quizás, será aumentar la demanda de cerezas en China, apuntando principalmente al consumidor de segmento medio que aún no consume cerezas en forma habitual.”

En el mismo ámbito, Ronald Bown, expresó: “La promoción de las cerezas en China, la que terminó hace 30 días, ha sido una herramienta fundamental para llegar al consumidor final. Por lo mismo, centramos nuestro foco en este mercado, que además es el más importante para nuestras cerezas y donde aún podemos crecer en consumo”.

Por su parte, el Subgerente de Marketing de Asoex, Ignacio Caballero, precisó que esta temporada se realizó la campaña de promoción más importante en ese país, promoviendo las cerezas chilenas en 36 ciudades versus 9 el año pasado, alcanzando así a una población potencial de dichas ciudades de 190 millones de personas, lo que significó una cobertura de un 82% superior a la campaña de promoción de la temporada pasada.

---

**Asociación de Exportadores de Frutas de Chile**

**Cruz del Sur 133, Piso 2, Las Condes, Santiago de Chile, Mesa Central: [+56 2 2472 4700](tel:+56224724700)**

**[www.asoex.cl](http://www.asoex.cl)**



Desde este punto de vista, agregó Caballero, “se logró aumentar el consumo a través de incorporar nuevos consumidores de cerezas y potenciar a los antiguos. De esta forma, la campaña de cerezas fue muy completa, buscando simultáneamente exhibir nuestra marca “Cherries from Chile”, y entregar nuestro mensaje en los principales canales de los potenciales consumidores”.

“Realizamos degustaciones en supermercados, publicidad en estaciones de Metro, colocamos carteles LED gigantes en ciudades regionales, además de ubicar publicidad en ascensores residenciales, anuncios en programas de alto rating en canales "Online" de TV, así como también publicamos banners en los principales portales de compra "Online" y realizamos campañas en las principales redes sociales de China, entre otras acciones”, enfatizó Caballero.

Para que estas campañas tengan el impacto necesario Caballero agregó: “Es clave mantener la inversión en el mediano y largo plazo, pues todavía tenemos muchas oportunidades de crecimiento en este imponente mercado, tema que adquiere cada vez más relevancia dada la proyección de producción en los años venideros”.

La evaluación completa de las campañas de promoción en China, Estados Unidos de América y Brasil, serán presentadas a la industria, durante los primeros días de abril, con la finalidad de informar en detalle a todas las empresas participantes y programar las próximas actividades en China y otros mercados, agregando eventualmente a Corea del Sur.