

A medida que China se prepara para el año nuevo chino, que ocurrirá la próxima semana, el mercado de cerezas del país está en auge.

El período previo a la principal festividad suele aumentar las ventas de ciertas frutas, como las cerezas, las que se dan como regalo a los seres queridos o se comparten con la familia.

Según Ruan Shuanfeng, gerente de marketing de la empresa de comercio Guangzhou Jiguoxuan co., en estos días las cerezas chilenas se están vendiendo rápidamente.

Indicó que aunque la situación económica general de China no es muy optimista y el precio promedio de las cerezas es más alto que el del año pasado, la importancia del Festival de la Primavera, como se conoce localmente, para los consumidores chinos es tal que todavía tienen un fuerte deseo de comprar.

"Recientemente, las cerezas se han estado vendiendo rápido, casi tan pronto como llegan", comentó, agregando que en general creía que las cerezas sabían mejor este año, pero tenían más problemas relacionados con la apariencia.

"De todas las frutas importadas, las cerezas chilenas son sin duda las más populares".

Estimó que el mercado chino de la cereza volverá a tener precios más bajos tras el Festival de la Primavera que comienza el 3 de febrero.

En cuanto a las variedades de cerezas específicas, señaló que Bing y Kordia estaban obteniendo los precios más altos en este momento, "debido a su mejor forma y textura".

Además, señaló que otro cambio en el mercado chino de la cereza este año ha sido la diversificación de los canales de venta fuera de los mercados mayoristas tradicionales.

"Los canales de ventas nacionales están cambiando significativamente", afirmó

"En años anteriores, las cerezas han utilizado el mercado mayorista primario tradicional (el mercado de Guangzhou Jiangnan, por ejemplo) para vender en todo el país. Pero este año, muchos están comenzando a vender directamente a mercados de segundo y tercer nivel o a consumidores finales a través de plataformas como el comercio electrónico".

En cuanto a los volúmenes de cerezas disponibles en el mercado chino esta temporada, comentó que si bien al principio de la campaña parecía que los volúmenes se reducirían en alrededor de un 20%, hasta ahora los suministros totales han sido muy similares a los de la temporada 2017-18.

Las exportaciones totales hasta la semana 1 fueron 13% más que el año pasado con 161.394 toneladas métricas (TM), equivalente a casi 35 millones de cajas, mientras que al mercado del Lejano Oriente aumentaron 17%.

Manuel Alcaino, de la compañía de inteligencia de mercado Decofrut, [indicó a mediados de enero](#) que los volúmenes de envío semanales probablemente verían una caída significativa en las últimas semanas de la campaña, y que los volúmenes totales terminarían en niveles similares a los de la temporada récord del año pasado.