

Con éxito se desarrolló hoy el seminario virtual “Los Nuevos Desafíos de la Industria de la Cereza”, segundo webinar que realiza el Global Cherry Summit, el principal evento anual para los profesionales de la industria de la cereza.

Con 850 participantes, el seminario incluyó presentaciones fundamentales que entregaron a los asistentes herramientas para enfrentar el futuro del sector. Lo anterior junto con un panel de discusión que abordó los escenarios clave para la industria de la cereza.

El encuentro fue organizado por Yentzen Group y el Comité de Cerezas de ASOEX y contó con el auspicio de UCC, ARM, Elilaf, PACKMAN, CMPC, Tomra Fresh Food, GLOBAL REEFERS, GP GRADERS, Banco de Chile, MultiScan, IFG, MAF, Utilitas y Unitec.

El webinar fue moderado por el presidente de Yentzen Group, Gustavo Yentzen, e incluyó las presentaciones de Cristian Tagle, presidente del Comité de Cerezas de ASOEX; Kurt Huang, Gerente General de Shanghai Oheng; Manuel José Alcaíno, Presidente de Decofrut; Darren Matschull, Director de Adquisiciones de JO Sim y Militza Ivelic, Fundadora de Trío Kimün.

El encuentro contó con un panel de discusión que abordó los escenarios clave para la industria de la cereza y que al que se sumó Orieta Ramírez, Gerenta General de Frusan; Mario Edwards, Gerente General de Agrofruta y Jessica Rodríguez, Fundadora de Trío Kimün.

Cristian Tagle, presidente del Comité de Cerezas de Asoex inició el evento con una presentación sobre “Los nuevos desafíos de la industria”.

Tagle indicó que “un tema importante es la diversificación, es decir cómo vamos a otros mercados. No parece sensato concentrar más del 90% en un solo mercado, por lo tanto, es otra temática importante”.

Añadió que “es difícil diversificar, hay bastantes limitantes en cuanto a potenciar los mercados que queremos abordar.” Sin embargo. “esta diversificación viene gatillada por una intención de un retorno más seguro en medio la incertidumbre”.

“Para enfrentar estos desafíos tenemos que estar unidos, no podemos olvidar todo lo que hemos logrado gracias a la unidad cuando ocurrió hace 7 meses el episodio de las cerezas en China; estuvimos unidos y esa fue la clave”.

## **Escenarios para los mercados, chino, europeo y estadounidense**

Kurt Huang de Shanghai Oheng se refirió a “El mercado chino en 2021/22”. En dicha presentación destacó que hay muchas dinámicas que pueden afectar la temporada de exportación de Chile en su mercado principal.

Enfatizó que el éxito de la campaña de cereza chilena depende de todos en la industria. Remarcó que la pandemia de Covid-19 va a seguir siendo un desafío significativo durante la próxima temporada, especialmente en términos de logística.

Además, señaló que “debido a la incertidumbre de la pandemia, no existe un plan o una opción perfecta. Lo que necesitamos es manejar el riesgo y siempre tener un plan B”.

Por su parte, Darren Matschull de JO Sims Ltd, empresa basada en el Reino Unido que importa casi la mitad de las cerezas chilenas que se envían a Europa, habló sobre “El mercado europeo en 2021/22”.

Matschull indicó que el Reino Unido debe ser tratado de forma diferente a la Unión Europea, lo anterior tras la salida de dicho país del bloque.

Tanto Reino Unido como Europa son sensibles a los costos, explicó Matschull. Sin embargo, destacó que hay oportunidades de crecimiento para los volúmenes de cerezas chilenas, aunque es clave que los exportadores entiendan los mercados y sus requerimientos.

En tanto Manuel José Alcaíno, Presidente Decofrut entregó detalles sobre el mercado de EE.UU. y señaló que “es un mercado maduro para tomar un volumen atractivo de Chile a precios interesantes, por lo tanto, el caso del volumen si asumimos la lógica de las uvas debiera ser del orden de 26 millones de cajas, aunque un buen trabajo previo podría incrementar bastante. Hay que explotar las fechas atractivas”.

En cuanto a las estrategias, Alcaíno explicó que “la estrategia es armar un programa con tiempo, recordemos que la logística es distinta a la de la uva. Un tema clave es evitar el reembalaje en el destino porque tiene un costo que se divide en dos áreas, una es el costo adicional de hacer el trabajo y la otra la pérdida de fruta”.

Por otra parte, Militza Ivelic, quien habló sobre los parámetros de cosecha y su impacto sobre la vida útil de la cereza, enfatizó “que los desafíos del sector se centran en que vamos a tener que seguir conviviendo con el Covid. Seguramente habrá escasez de mano de obra, por lo tanto, tenemos que ser más eficientes, debemos tener mucha planificación y

optimizar todos nuestros procesos como la logística”.

“Un tema fundamental es formar buenos equipos de trabajo que controlen los puntos críticos en todas las etapas del proceso y los cuales puedan tomar acción sobre esos puntos críticos a mediano y largo plazo. La automatización e incorporación de nuevas tecnologías en cosecha como precosecha son importantes también. En cuanto a diversificación tenemos que intentar conquistar y reconquistar los mercados, pero con propuestas diferentes a las que hemos realizado”.



## **Oportunidades y desafíos en la próxima temporada: Panel de discusión**

El panel de discusión fue integrado por los expositores y panelistas que abordaron temas como el crecimiento de la próxima temporada, calidad y variedades de las cerezas y los desafíos en logística.

Respecto a cómo la industria se prepara para el crecimiento de las cerezas y las estrategias que unen al gremio, Tagle indicó que “estamos trabajando en un Comité de Calidad dentro

del Comité de Cerezas, para fortalecer las promociones y la coexistencia en el producto; por lo tanto, debemos construir nuevos mercados, aumentar nuestra presencia en destinos donde la presencia es mínima y el consumo está por crecer”.

Orieta Ramírez, Gerenta General de Frusan indicó que “el 2020 fue muy difícil respecto al Covid, pero el tema clave fue la calidad. La cantidad de la fruta en los árboles era muy grande pero la calidad no era lo que el cliente quería. Este año estamos trabajando con los productores muy fuertemente para lograr la calidad que el mercado necesita”.

Sobre las variedades Mario Edwards, Gerente General de Agrofruta dijo “la lapins es una variedad super noble, es un producto de buen sabor, de buena firmeza. Esta variedad es la más plantada en Chile, se adapta mejor, por ello debemos segmentar los productos”.

Por su parte, Jessica Rodríguez, una de las fundadoras de Trío Kimün, reflexionó que “dependemos de los viajes, como logramos mantener esa calidad en los 40 días, en una especie que no es fácil pasar los 35 días”.

Añadió que, “lo que hacemos hoy en día es ser más eficiente en los manejos, y el trabajo en conjunto desde la cosecha. Estamos preparados como industria, contamos con la infraestructura, sin embargo, contamos con mano de obra que necesita capacitación”.

Cabe recordar que el Global Cherry Summit se pospuso hasta 2022 debido a la propagación global de la variante Delta, sumado a la extensión de la advertencia sanitaria del Gobierno de Chile hasta finales de septiembre. Para más información sobre entradas, auspicios y oportunidades comerciales, contactar a Natalia Castillo al email [ncastillo@yentzengroup.com](mailto:ncastillo@yentzengroup.com) o [events@yentzengroup.cl](mailto:events@yentzengroup.cl).