



Comité
de Cerezas



Agosto - septiembre 2025

Estimados socios,

¡La nueva temporada de cerezas 2025-2026 ya está en marcha!

Agosto y septiembre marcaron un período clave de preparación, alianzas y promoción para enfrentar con fuerza la temporada 2025-2026, consolidando la posición de la cereza chilena en Asia y explorando nuevos destinos.

Preparativos temporada 2025-2026

- **Participación en ferias internacionales**

→ **China International Fruit Expo (27-29 de agosto)**

El Comité de cerezas participó en la feria China International Fruit Expo 2025 y organizó con éxito un seminario enfocado en destacar la importancia del buen manejo del producto en destino y del valor nutricional de la cereza chilena.



Dicho taller contó con la participación del profesor Zhang Caixi, de la Universidad Jiao Tong de Shanghai, experto nacional en tecnologías de cultivo de cerezas, y del profesor asociado Qu Chunbo, de la Universidad de Medicina y Ciencias de la Salud de Shanghai.

Zhang compartió sus conocimientos sobre la gestión de la cadena de frío para las cerezas en la última milla, es decir, desde que llega a





Comité
de Cerezas



China hasta el consumidor final, mientras que Qu abordó los aspectos nutricionales y beneficios para la salud de las cerezas.

Asimismo, durante la feria, se lanzó el nuevo concepto promocional de la campaña de promoción de cerezas, denominado "Ice and Snow Festival", que busca incentivar el consumo de la cereza chilena durante enero.



Claudia Soler, directora del Comité, explicó que el desafío de esta campaña es incentivar el consumo durante enero, un mes en que llegará al mercado un volumen importante de fruta, y donde no hay grandes festividades que impulsen la demanda. La actividad "Ice and Snow Festival" se llevará a cabo en ciudades claves e incluirá:

- Esculturas de hielo con temática de cerezas.
- Degustaciones y actividades interactivas.
- Promoción con influencers, retailers y plataformas de e commerce para impulsar la compra del producto





Comité
de Cerezas



→ **Seminario en Corea del Sur**

Tras la feria en Shanghái, viajamos a Corea del Sur para realizar un seminario con los principales importadores, compradores y retailers locales. El objetivo fue presentar la estrategia de promoción para la temporada 2025–2026.



El desafío en este mercado es competir con frutas locales (frutillas) y superar la sensibilidad al precio, destacando los beneficios nutricionales de las cerezas bajo el concepto “Healthy Sweetness”. Las acciones incluyen activaciones en tiendas, promociones en puntos de venta y fuerte presencia digital.

→ **Asia Fruit Logística (3–5 de septiembre), Hong Kong**

Fuimos parte de la feria Asia Fruit Logística, donde anunciamos alianzas estratégicas con nuevos socios —Walmart, Freshippo, RT-Mart y Xiaoxiang Supermarket para formar parte de la campaña de promoción “Ice and Snow Festival”.



Además, a través de la realización de un seminario, dimos a conocer nuestros planes de promoción para las cerezas chilenas en China como también para otros mercados claves tales como Corea del Sur e India:

- **Corea del Sur**, incluye un plan de activaciones en tiendas minoristas, publicidad en redes sociales y plataformas de ecommerce.





Comité
de Cerezas



- **India**, incluye posicionar la cereza chilena como un regalo premium, aprovechando festividades y con distribución en grandes minoristas y mercados mayoristas.



- **Gira por ASEAN junto a Prochile**

Entre el 8 y el 14 de septiembre, el Comité de Cerezas de Frutas de Chile participó en la gira ASEAN, invitados por ProChile, junto a una delegación público-privada para preparar la temporada de exportaciones 2025–26 y explorar oportunidades de diversificación y crecimiento en el sudeste asiático.



→ **Actividades clave en Indonesia y Tailandia:**

- Reuniones con actores locales: Nos reunimos con importadores, minoristas y compradores, donde presentamos el rol del comité y exploramos posibilidades futuras para la categoría.
- Visitas a mercados: Visitamos mercados mayoristas y minoristas, así como centros de recepción de fruta, para comprender mejor la logística y el comportamiento del consumidor.
- Taller de Temporada: Participamos en un taller donde se analizaron las oportunidades y desafíos en la región.



Comité de Cerezas



“Participar en esta gira fue muy relevante, ya que forma parte del proceso de diversificación que el comité viene impulsando desde hace varios años. Si bien tanto Tailandia como Indonesia presentan desafíos, ambos países ofrecen oportunidades a futuro. Indonesia está entre los cuatro países más poblados del mundo, crece a un ritmo interesante y el consumo de fruta sigue siendo relativamente bajo, lo que deja un amplio margen para aumentar la disponibilidad y concientizar sobre los beneficios para la salud con el fin de estimular la demanda. Tailandia, por su parte —particularmente Bangkok— está fortaleciendo su mercado mayorista y mejorando su logística, lo que podría posicionarlo como un hub de desarrollo para la región”, destacó Claudia Soler.