

Con foco en nueces, salmones, vinos e industria audiovisual se desarrolla esta semana el Chile Summit India

Según información de ProChile, las exportaciones chilenas a India (incluyendo cobre y litio) llegaron a US\$ 1.358 millones en 2023, lo que implica una expansión de 511,5% en 20 años.

MAXIMILIANO VILLENA

—Con el objetivo de reforzar los lazos económicos existentes y con miras a buscar nuevas áreas de intercambio, entre este martes 27 y el viernes 30 de agosto se llevará a cabo el Chile Summit India 2024, instancia donde la delegación chilena buscará promover el intercambio comercial, enfocándose en frutos secos, la industria audiovisual, los vinos y salmones.

El evento es organizado por la Cancillería y ProChile, y abarcará reuniones en las ciudades de Nueva Delhi y Mumbai. La delegación chilena estará encabezada por el ministro de Relaciones Exteriores, Alberto van Klaveren; el titular de Agricultura, Esteban Valenzuela; así como el director general de ProChile, Ignacio Fernández; y la directora ejecutiva de Fundación Imagen Chile, Rossana Dresdner.

Por parte de los privados, asistirán el gerente general de Falabella Inmobiliario y director de la Cámara de Comercio de Santiago, Ricardo Hepp; el secretario general de la Sofofa, Rodrigo Yáñez; el presidente de la Sociedad Nacional de Agricultura, Antonio Walker; el presidente ejecutivo de Chilecarne, Juan Carlos Domínguez; el presidente de Chilenuit, Juan Esteban Rodríguez; el director de comercio internacional del Consejo del Salmón, Pablo Barahona; y el presidente del Consejo Empresarial Chile India y frutas de Chile, Iván Navarro.

“Para nosotros la India es el objetivo fundamental. Entonces, queremos enamorarnos a la India”, dice el ministro de Agricultura, Esteban Valenzuela, quien detalla que la exportación de productos agroalimentarios con China se acercan a los US\$8 mil millones versus US\$250 millones con la India.

Por eso, el titular de la cartera, agrega que “creemos que Chile puede hacer un aporte agroalimentario muy relevante a la India. Entonces, queremos en esta visita de alto nivel, con el canciller actuar como preámbulo de la visita que va a realizar durante el primer trimestre el Presidente Boric. Y la idea es que exista un antes y un después en las relaciones comerciales con la India”.

Salto en comercio y nuevos mercados
 En 2007, ambos países alcanzaron un



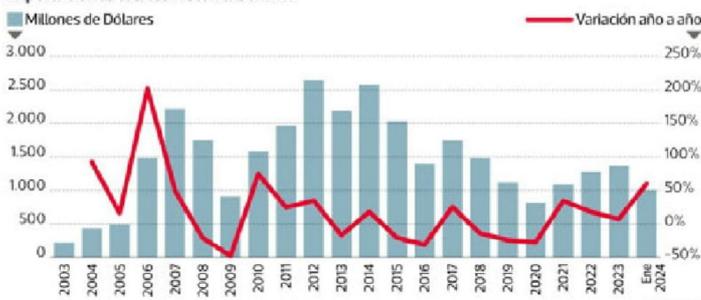
RELACIÓN COMERCIAL ENTRE INDIA Y CHILE

Exportaciones a India según tamaño de empresas Usuarias de ProChile

FOB: valor de una mercancía de exportación cuando está embarcada antes de salir a su destino



Exportaciones totales históricas a India



FUENTE: Inteligencia de Mercado de ProChile con cifras del Servicio Nacional de Aduanas

LA TERCERA



Acuerdo de Alcance Parcial (AAP), el cual contempló una serie de reducciones arancelarias para una lista específica de productos, incluyendo frutas frescas y secas, productos químicos, plásticos, papel y cartón, pescados y mariscos, cobre y sus derivados, madera, y productos farmacéuticos.

Desde entonces, las cifras han subido de forma importante. Según información de ProChile, las exportaciones chilenas a India (incluyendo cobre y litio) llegaron a US\$1.358 millones en 2023, lo que implica una expansión de 511,5% en 20 años.

Y para este 2024, los datos son prometedores: durante los primeros cinco meses del año, las exportaciones alcanzaron US\$1.005 millones, lo que representa un aumento del 59,7% respecto al mismo período del año anterior, prácticamente totalizando lo enviado a India en todo 2023.

Es en este contexto de expansión de las relaciones comerciales, donde el director general de ProChile, Ignacio Fernández, sostiene que “el objetivo de Chile Summit India es fortalecer los vínculos comerciales y bilaterales entre Chile e India”, pero también “identificar nuevas oportunidades de colaboración, ampliar y diversificar la oferta chilena en el mercado. Por ejemplo, además de los alimentos, estamos viajando a India con gremios empresariales relacionados a los servicios y a la producción audiovisual”.

En esa línea, Alexandra Galvis, vicepresidente Asociación de Productores de Cine y Televisión (APCT), apunta que “probablemente lo más fuerte de la idea de trabajar con India y de explorar un acuerdo conjunto, tiene que ver con no pensar solamente en el aspecto de las locaciones, sino que también tiene que ver con pensar qué servicios, qué know-how tenemos en ambos países y de qué forma podemos beneficiarnos mutuamente”.

“También nos interesa que India vea a Chile como un hub para llegar a otros mercados de Latinoamérica, que invierta en nuestro país, use nuestra red de acuerdos comerciales y aproveche nuestra ubicación geográfica para atender a clientes de este lado del mundo. India es clave para Chile en la estrategia de diversificar nues-



tros envíos al mundo”, comenta Fernández.

Así, precisa que “es un mercado con el cual tuvimos un intercambio comercial de US\$ 2.668 millones en 2023, donde las principales exportaciones fueron de alimentos, con US\$ 170 millones, envíos que han crecido cerca de 1000% en los últimos 10 años”.

Angélica Valenzuela, directora comercial de Wines of Chile, indica que la idea principal es “dar a conocer vinos de calidad y mostrar la gran diversidad de los vinos chilenos. El consumidor indio se está sofisticando. Los vinos locales son el 70 % del consumo pero el consumidor quiere probar los importados”.

Sobre el perfil de clientes a los que apuntarán en el evento, la representante de Wines of Chile detalla que en términos de consumidores apelan a la población joven, quienes “aspiran a una mayor aceptación del consumo de alcohol –que está creciendo– son más educados y más digitalizados. Son un grupo enorme, ya que el 50% de la población está bajo los 25 años y más del 65% es menor de 35. Los gustos y preferencias están cambiando y buscan probar cosas nuevas”.

Por su parte, Juan Esteban Rodríguez, presidente de Chilenut, comenta que “haciendo una analogía y para entender las realidades de China e India, que tienen poblaciones más o menos similares y para hacer un comparativo, China tiene una producción anual interna de 1 millón 500 mil toneladas de nueces, de las cuales exportan cerca de 300 mil y nos compiten directamente a nosotros. En términos de consumo per cápita en frutos secos es de 0,564, mientras que la India está 0,45, lo que demuestra que hay un gap, considerando que numéricamente la población es similar”.

PRODUCTOS ESTRELLA

Según ProChile, aunque Chile es líder en nueces en el mercado indio, las cifras indican que se puede aumentar la presencia, pues si actualmente la participación es de 84%, se podría llegar a un 16% adicional que equivale a US\$66 millones. En tanto, los kiwis frescos tienen una participación del 35% y una posibilidad de incremento del 65%, lo que equivale a US\$ 21 millones.

Datos de la agencia señalan que entre 2003 y 2023 se observa un crecimiento relevante en las exportaciones no ligadas al cobre ni al litio de las empresas usuarias de ProChile. Así, el sector de las nueces anotó exportaciones por US\$125 millones el año pasado, mientras en 2009 no se exportaba nada. Otro sector que ha tenido un crecimiento exponencial es el de las manzanas frescas, alcanzando los US\$13 millones de dólares en 2023 desde los US\$5 millones en 2009.

En tanto, las exportaciones de productos de hierro y acero avanzaron 3.000% entre 2009 y 2023, totalizando US\$30 millones, y Kiwis frescos con un US\$18 millones, equivalente a un alza de 17.900%. ●