



Yanghui Chen dice que los chinos que compran fruta buscan una vida saludable.



Yanghui Chen, director de compras de Freshippo, empresa que tiene 400 tiendas en 30 ciudades

Importador chino de fruta nacional explica qué buscan en Chile

Su modelo les permite llegar con fruta fresca media hora después de que alguien hace la compra en línea.

Está presente en 30 ciudades de China en las que dispone de 400 tiendas. Vende, entre otros productos, fruta fresca y congelada en formato mixto, presencial y online, y su plus en este último canal es que llega a los hogares 30 minutos después de hecho el pedido. Se trata de Freshippo, cadena de supermercados china perteneciente al Grupo Alibaba, que ocupa el quinto lugar entre los minoristas del gigante asiático.

Recientemente, Yanghui Chen, director de compras de Freshippo, junto a otros ejecutivos, estuvo de visita en Chile en una gira organizada por ProChile, en la que visitó cuatro regiones productoras. Su objetivo fue verificar si la oferta chilena cumplía con los requisitos de trazabilidad y calidad que la empresa exige. Esto, con el fin de instalar un modelo de compra directa que conecte la producción agrícola con la demanda minorista del retailer chino sin pasar por intermediarios. Como resultado, durante el viaje se seleccionaron dos empresas chilenas (Copefruit y Garcés Fruit) como bases de abastecimiento para exportar al gigante asiático.

"Durante nuestra semana de visita tuvimos una agenda muy intensa, vimos mucha fruta de muy buena calidad, estuvimos en los campos y en plantas, y dado esto, queremos promocionar más productos chilenos en China. Y en ese sentido, espero que en el China Week en diciembre podamos avanzar en mayor colaboración. En tal sentido, el apoyo de ProChile ha sido muy bueno", señaló Chen.

Ignacio Fernández, Director General de ProChile, a su vez, valoró las proyecciones de la visita.

"Estamos entusiasmados por las oportunidades de diversificación que esta colaboración y el modelo de compra directa nos ofrece, no solo para nuestras frutas frescas y congeladas. En el futuro vemos potencial para productos como la carne, el vino y alimentos del mar, como el salmón, que también tendrían la posibilidad de ganar un espacio aún más significativo en el mercado chino mediante esta nueva

modalidad. Será una forma de fortalecer nuestros lazos comerciales con este gran mercado".

En 2023, Chile exportó en torno a US\$1.632 millones en fruta fresca al gigante asiático, el primer destino del producto en el mundo. Entre enero y agosto de este año, en tanto, van US\$2.188 millones. En cuanto a alimentos en general, en mayo de este año el gigante asiático se transformó en el primer destino de Chile, con envíos por US\$2.567 millones.

Aquí Chen explica las perspectivas que ven en nuestro país.

¿Cuál es el modelo de Freshippo?

"Freshippo fue establecida en 2015 y pertenece al Grupo chino Alibaba. Estamos enfocados en el new retail, que opera como una plataforma que integra en línea personas, consumidores, productos y lugares. Vendemos de dos maneras, online y offline, y estamos en 30 ciudades con 400 tiendas de venta en fresco".

¿Cómo consiguen llegar en 30 minutos con fruta fresca al cliente online?

"Tenemos nuestra propia logística de distribución, con una cadena que

mantiene el frío en toda su extensión. Para llegar en ese tiempo acortamos la distancia con los clientes mediante una segregación en que cada tienda tiene un radio de distribución de hasta tres kilómetros, que es su zona de fresh shipping o despacho en fresco".

¿Qué buscan en Chile?

"Escogimos a Chile porque es un país tradicionalmente agrícola con productos de muy buena calidad. Hoy, además de las cerezas, que son el producto estrella de Chile en China, buscamos otras frutas como ciruelas, nectarines y paltas".

¿Cuál es el perfil del consumidor que busca la fruta chilena?

"Son personas que desarrollan una vida sana, hacen deporte, y para quienes la alimentación saludable es muy importante. Eso lo encuentran y buscan en la fruta fresca".

¿En qué temas cree necesario avanzar para ampliar las exportaciones?

"Necesitamos apoyo de la asociación de frutas de Chile en cuanto a llevar, por ejemplo, nectarines maduros con mejor calidad a China. Podemos cambiar el medio de transporte, a lo mejor transportarlos en avión para que el consumidor chino tenga una fruta excelente y rápido, pero lo que ya hicimos es un muy buen comienzo".

También la fruta congelada

Uno de los sectores que mira con gran interés el mercado chino es el de la agroindustria, dado el gran espacio que tienen para crecer, según explica Andrés Acevedo, gerente general de Chilealimentos, entidad gremial que representa al sector.

"China es un mercado de gran relevancia para la industria chilena de fruta congelada, en términos de las posibilidades que representa para el crecimiento y diversificación de las exportaciones del sector. Hoy nuestros embarques de fruta congelada se concentran en Norteamérica, mientras China solo representa el 4% de las exportaciones. Ellos ya hace algunos años que vienen experimentando una revolución en el consumo y, a medida que mejoran los estándares de vida de su población, los consumidores, especialmente los jóvenes, se vuelcan a alimentos saludables, de conveniencia y sustentables, tal como es el caso de la fruta congelada.

JOAQUÍN RIVEROS

MARICLA GUERRERO