



JOAQUÍN AGUILERA R.

Las exportaciones chilenas a India han ido creciendo progresivamente los últimos años, pero todavía tienen potencial para expandirse más. En 2024, el país asiático sumó US\$ 2.611,7 millones en envíos, equivalentes a un alza de 73,1% respecto de los US\$ 1.508,7 millones que totalizó el año anterior, pero se ubicó detrás de los tres principales mercados para Chile en esa región: China, Japón y Corea del Sur.

De hecho, si bien India ingresó al "top ten" de los principales destinos de los envíos nacionales a nivel global en el año 2010, no ha logrado consolidarse sobre países como Brasil, y se ubica más cerca de otros como España, México o Países Bajos. Pese a ser el país más poblado del mundo, con un crecimiento económico que según estimaciones del Fondo Monetario Internacional (FMI) fue del 7% el año pasado —por encima del promedio global de 3,2%—, en el sector privado afirman que el potencial de este mercado todavía enfrenta varias restricciones que lo alejan de competir con China o con Estados Unidos.

Con todo, el Gobierno ha puesto como prioridad despejar esas restricciones y profundizar las relaciones comerciales entre ambos países, particularmente en un contexto donde el intercambio global se ve amenazado por una nueva guerra arancelaria. "Es uno de los motivos que inspiran el viaje a India", dijo el Presidente Gabriel Boric a inicios de marzo, en alusión a la visita oficial que encabeza esta semana acompañado por una importante delegación empresarial. El principal hito será la reunión que sostendrá con el primer ministro Narendra Modi.

**Aranceles y potencial a largo plazo**

Entre los sectores que tienen mayor experiencia en el mercado indio, afirman que existen condiciones para posicionarse como una alternativa a China —nuestro principal socio comercial—, pero solo en el largo plazo y en la medida que se despejen una serie de obstáculos. "India es un mercado de futuro, yo creo que en un largo, pero largo plazo puede llegar a tener volúmenes tan interesantes como los de China, pero no de un día para otro (...). Tiene una población pujante, pero también tiene una población pobre muy grande. Nosotros

Se ubica como sexto mayor receptor de exportaciones nacionales:  
**Los nudos que frenan a India como principal mercado de los envíos chilenos en Asia**

Barreras arancelarias, logísticas y económicas impiden hoy un mayor flujo de comercio con ese país, aunque en el sector privado ven el potencial para competir con China en el largo plazo.



**“ Si logramos reducir estos aranceles, la oportunidad de expansión será enorme, permitiendo que el consumo en India crezca y se transforme en un mercado tan atractivo como China en el futuro”,**

JUAN ESTEBAN RODRÍGUEZ  
 PRESIDENTE DE CHILENUT.



**“ India es un mercado de futuro (...). Tiene una población pujante, pero también tiene una población pobre muy grande. Nosotros lo vemos como un mercado dentro de los top five en un largo plazo”.**

ANGÉLICA VALENZUELA  
 DIRECTORA COMERCIAL VINOS DE CHILE.



**“ Alrededor de 150 millones de personas son las que consumen nuestras frutas en India y eso se va a ir incrementando en el mediano plazo a unas 400 millones de personas. A eso estamos apostando”.**

IVÁN MARAMBIO  
 PRESIDENTE FRUTAS DE CHILE.

lo vemos como un mercado dentro de los top five en un largo plazo”, ejemplifica la directora comercial de Vinos de Chile, Angélica Valenzuela.

En el gremio aseguran que un 14% de la población en India representa un mercado de potenciales consumidores de vino, y se espera que la demanda crezca en torno a un 30% hacia 2027. Sin embargo, en los últimos cinco años los envíos de vino a India promedian US\$ 1,3 millones, compitiendo con pro-

ductores como Sudáfrica, Italia o Francia. Uno de los principales obstáculos son los aranceles: "Todos los vinos, excepto los australianos, tienen una tasa de entrada de impuestos de 150% y después se van agregando en las provincias, entonces llegas a números que duplican el precio o más de los vinos", detalla Valenzuela.

El obstáculo tarifario también se presenta incluso para "productos estrella" como las nueces. Este fruto seco es la

quinta principal exportación chilena en India y el año pasado sumó US\$ 97,3 millones en envíos, creciendo en forma importante respecto de los US\$ 25 millones que registraba en 2018. Sin embargo, el presidente de ChileNut, Juan Esteban Rodríguez, sostiene que "el principal desafío sigue siendo el alto arancel de importación, que hoy alcanza el 100%, esta barrera limita nuestro crecimiento. Si logramos reducir estos aranceles, la oportunidad de expansión

será enorme, permitiendo que el consumo en India crezca y se transforme en un mercado tan atractivo como China en el futuro". Hoy en día, añade, el consumo de nueces en India es de solo 100.000 toneladas anuales, versus los 1,2 millones de China.

Las barreras arancelarias son una de las principales razones que motivan al Gobierno a estrechar relaciones con India. Cancillería pretende firmar un Acuerdo de Asociación Económica Integral (CEPA, por sus siglas en inglés) que amplíe los beneficios del actual Acuerdo de Alcance Parcial (AAP) que opera desde 2007.

**Desafío logístico**

Además del cobre, frutos secos y productos químicos, envíos agrícolas como las manzanas y los kiwis han entrado con fuerza al mercado indio, pese a que también cuentan con aranceles de entre 10% y 50%. En este caso, el presidente de Frutas de Chile, Iván Marambio —que además preside el Consejo Empresarial Chile-India de Sofofa—, añade que los obstáculos logísticos y fitosanitarios siguen siendo relevantes: "Los servicios habituales en barco son de 50 días más o menos, nosotros ya tenemos experiencia en las últimas dos temporadas, donde hemos sido capaces de conseguir acuerdos con las líneas navieras para que nos lleguen la fruta en 35 días, eso ya está pasando y es lo que tenemos que tratar de hacer más masivo". También menciona que la cadena de frío representa un obstáculo en el mercado indio, donde la temperatura es más alta que en otras naciones del hemisferio norte.

En este sentido, aunque ve potencial para que India pueda ser igual de atractivo que Estados Unidos o China, cree que esto solo es posible en el largo plazo. "Nosotros pensamos que hoy día India es como México, hay 120 o 130 millones de personas que están en un nivel en que puedan consumir nuestra fruta (...). Podría llegar a asemejarse en el mediano plazo a Brasil, pasando al tercer y cuarto lugar de nuestras exportaciones. Nosotros estimamos que hoy día alrededor de 150 millones de personas son las que consumen nuestras frutas en India y eso se va a ir incrementando en el mediano plazo a unas 400 millones de personas. A eso estamos apostando y por eso es que estamos hablando de un país como Brasil".