

POR LAURA GUZMÁN

Entre vítores y aplausos, el pasado viernes 30 de agosto finalizó en Mumbai, India, el Chile Summit India 2024, iniciativa que congregó a representantes de más de 10 gremios chilenos. Finalizado el evento, los presidentes de las distintas entidades exportadoras llegaron a un consenso: el positivo resultado que tuvo el Summit, y la importancia de que el sector público y privado trabajen juntos para impulsar los negocios en Chile.

“El clima de diálogo que se generó en este evento es lo que se necesita. Acá no existieron colores políticos, acá existió Chile. La alianza público-privada es la respuesta a muchos problemas. Nuestro objetivo es conquistar la India, y lo que hicimos estos días sigue ese propósito”, detalló el presidente de la Sociedad Nacional de Agricultura (SNA), Antonio Walker.

A pesar de los positivos comentarios, los gremios concordaron que sigue habiendo mucho trabajo por hacer, especialmente respecto a los aranceles que tienen la mayoría de los productos chilenos en India, los cuales en muchos casos supera el 100%.

Según explicaron los gremios, India es una nación donde las relaciones diplomáticas y políticas van por sobre las comerciales, por lo que la presencia del Presidente Gabriel Boric en el país sería la clave para la baja de los aranceles.

“Es esencial que el mandatario visite India para lograr la baja de los aranceles, si esto no ocurre no lo vamos a lograr, para el gobierno indio es muy importante la política. Como sector privado hemos hecho

Gremios hacen un llamado al Presidente Boric: “Es esencial que visite India para lograr la baja de aranceles”

■ En tanto, las distintas industrias están trabajando en sus estrategias para potenciar el negocio bilateral.

todo lo que está a nuestro alcance, ahora es el turno del Gobierno”, enfatizó el presidente de ChilenuTs, Juan Esteban Rodríguez.

Estrategias gremiales

Con la relación comercial cada vez más fortalecida, los gremios exportadores ya comenzaron a diseñar la estrategia que seguirán los próximos años. Por ejemplo,

el presidente de Frutas de Chile, Iván Marambio, comentó que hoy en día se exportan al año alrededor de US\$ 80 millones de fruta fresca a India, lo que, en comparación a otros mercados, es relativamente bajo. Sin embargo, explicó que en el corto plazo esperan alcanzar los US\$ 300 millones.

“Estamos invirtiendo mucho en el mercado y en la promoción.

Además, estamos enfocados en trabajar en nuestros obstáculos, como la logística”, enfatizó.

La industria vitivinícola también está rayando la cancha. La directora comercial de Vinos de Chile, Angélica Valenzuela, señaló que a pesar de que Chile sea uno de los grandes exportadores de vino, todavía no logran entrar a India como les gustaría, con exportaciones valorizadas en US\$ 1 millón.

Sin embargo, detalló que ven un potencial muy grande en India. “Vamos a hacer algo que nunca hemos hecho, vamos a competir contra el whisky y el bajo consumo de vino. India es nuestro mercado número 60, queremos que éste entre al top 30”.

Por el lado de la industria de productos del mar, el presidente de la Asociación de Mitilicultores de Chile, Rodrigo Carrasco, recaló que como sector están comenzando de cero, debido a que todavía no exportan mejillones a dicho país. Aun así, señaló que durante los últimos días han podido desarrollar varios contactos, por lo que esperan estar exportando este producto en 2025.

Nueces destacan

A diferencia de los otros productos, la nuez chilena penetró el mercado indio hace algún tiempo; y hoy en día se exportan US\$ 125 millones de este producto, siendo la nuez más consumida en el país asiático. Para los próximos años la estrategia de esta industria va a ser completamente distinta a la de los otros rubros, y el foco va a estar puesto en seguir creciendo, además de mantener la calidad de la nuez chilena.

“Cuando uno llega arriba, lo más difícil es mantenerse, ese es el gran desafío que nosotros tenemos. La industria de las nueces va a ser una muy buena punta de lanza para todo el resto de los rubros”, recaló Rodríguez.

Aun así, el dirigente gremial señaló que podrían enfrentarse a un problema: el consumo de nueces chilenas no deja de crecer en India, pero la producción local ha disminuido. “Hoy tenemos un espacio para seguir creciendo, pero hay un techo. No sabemos si vamos a ser capaces de suplir ese crecimiento. Estamos ante un bonito desafío, porque eso va a significar tener que volver a plantar”, concluyó Rodríguez.



Una gran cantidad de productos chilenos tienen aranceles que superan el 100% en India.