

SEGÚN DATOS DE PROCHILE, CONCENTRÓ 33,9% DE LOS ENVÍOS AL MUNDO:

Sin considerar cobre y litio: Asia lideró como destino exportador, con casi US\$ 15 mil millones en 2023

La región del mundo volvió a aumentar su prevalencia, con un crecimiento de 3,4% en relación con 2022. El principal país receptor sigue siendo China, pero India fue el destino de mayor expansión.

JOAQUÍN AGUILERA R.

Los países asiáticos siguen creciendo como principal destino exportador para Chile. Al cierre de 2023, el Departamento de Inteligencia de Mercado de ProChile calculó el total de envíos al extranjero, sin considerar al cobre ni al litio, y sus principales destinos. Del total de US\$ 43.490 millones FOB en envíos de esta categoría el año pasado, 33,9% se concentraron en Asia, cuya participación además aumentó 3,4%. La segunda zona geográfica de mayor interés fue Norteamérica (28,3% del total), seguido por Sudamérica (16,6%) y Europa (15,8%). El primer lugar de los envíos a la región asiática lo ocupó la celulosa (US\$ 2.274 millones), seguida por las cerezas frescas (US\$ 1.197 millones); el tercer lugar lo ocuparon el salmón y la trucha, con US\$ 1.638 millones, aunque a nivel agregado estos fueron los productos más demandados, con exportaciones por US\$ 6.505 millones.

La directora general (s) de ProChile, Paulina Valderrama, subraya que los envíos chilenos a los mercados asiáticos se han duplicado en los últimos 15 años: "Desde 2009, Asia se ha consolidado como el primer destino de nuestras exportaciones, pasando de envíos por US\$ 6.132 millones en 2009 a US\$ 14.479 millones en 2023. Antes de 2009, Norteamérica era el principal destino de nuestras exportaciones", dice.

Nuevos actores

Valderrama destaca también que "históricamente China, Japón y Corea del Sur han sido los principales destinos dentro de



Fuente Departamento de Inteligencia de Mercado ProChile

EL MERCURIO

la zona geográfica, pero en los últimos años vemos a India, que irrumpe como un destino importante de nuestras exportaciones, posicionándose como cuarto mercado en 2023". El país sumó envíos por US\$ 566 millones, pero fue el que anotó un mayor crecimiento, con una expansión de 42,4% en relación a 2022. En India, el principal producto fue el molibdeno, con un total de US\$ 141 millones y un crecimiento de 361%, seguido por las nueces, que concentraron US\$ 125 millones en envíos y aumentaron su presencia 91% en relación a 2022.

En Frutas de Chile, gremio exportador, destacan que el crecimiento de este sector en Asia ha sido de 51,6% la temporada pasada en comparación a la comprendida entre 2015 y 2016, cuando se enviaban 482.420 toneladas. Sin embargo, el gerente general, Miguel Canala-Echeverría, cree que todavía

hay espacio para expandirse: "En India estamos buscando mejorar las condiciones de ingreso de nuestras frutas, conseguir menores aranceles mejorar la logística para llegar a este mercado en el menor tiempo posible. Ello, además de todo el mercado de los países que conforman Asean, que consolidan más de 640 millones de habitantes, y es una zona que ha sido aún poco explorada".

Foco en el sudeste

Donde la industria exportadora y los especialistas ven el mayor potencial es en los países del sudeste asiático, agrupados en el bloque Asean. Hubo un alza relevante de a Tailandia y Vietnam, donde las exportaciones crecieron 8,4 y 5,4%, respectivamente. Indonesia, el país más poblado del bloque, decreció 15,9% y representa 9,7% de los envíos a la zona.

Felipe Lopeandía, *senior manager* de Global Trade & Investment en Deloitte, opina que "si bien contamos con acuerdos comerciales bilaterales con varios de los miembros de ese bloque, establecer una relación integral con Asean redundaría en múltiples ventajas para nuestro sector exportador por la vía de simplificar y unificar las reglas comerciales correspondientes".

Canala-Echeverría detalla que, para el sector frutícola, el principal destino de interés es Vietnam, donde se está trabajando en "buscar el ingreso para nuestros kiwis y el envío vía aérea de nuestras cerezas".

Valderrama asegura que ProChile ha trabajado para aumentar su presencia en la región, "con oficinas comerciales en Indonesia y Tailandia, y representaciones comerciales en Vietnam y Malasia. Esta estructura permite abarcar los mercados más importantes de la zona".