

Embarques registran montos por US\$ 2.567 millones al cierre de mayo:

# China supera a EE.UU. como principal destino de envíos chilenos de alimentos

**Boom** de las cerezas impulsa el crecimiento del país asiático frente a sus pares. Expertos plantean la necesidad de avanzar en una mayor diversificación de mercado en el mediano plazo.

N. BIRCHMEIER

China, el principal socio comercial de Chile, ahora es también el primer receptor de alimentos chilenos en el mundo. Este mercado asiático desplazó a Estados Unidos (EE.UU.), país que históricamente fue el principal destino en las exportaciones alimentarias nacionales, con montos que a mayo de 2024 alcanzan US\$ 2.567 millones, según recogen en ProChile, con base en los datos del Servicio Nacional de Aduanas.

La cifra refleja un crecimiento de 16,6% frente al período enero-mayo de 2023. En este contexto, China concentra el 25,7% del total de productos que componen este macrosector enviados por Chile al mundo, y que acumulan US\$ 9.950 millones al quinto mes del año.

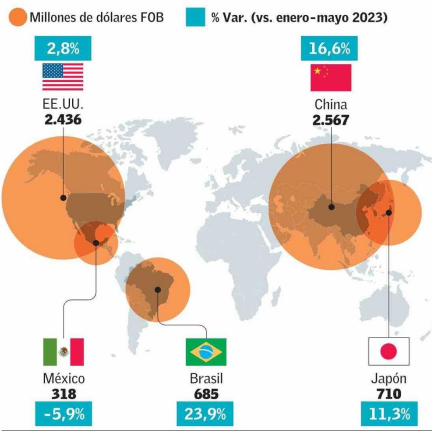
De esta manera, China supera a EE.UU., que registra embarques de alimentos por US\$ 2.436 millones a mayo de este año (ver infografía). "China ya superó hace buen tiempo a otros mercados, como el norteamericano, y creemos que en China aún queda mucho espacio", afirma Víctor Catán, presidente de Fedefruta.

En el top 5 de los mercados primarios también figuran Japón (US\$ 710 millones), Brasil (US\$ 685 millones) y México (US\$ 318 millones).

## Impulso de las cerezas

La arremetida de China es impulsada por el boom de las cerezas chilenas, dado que este país concentra en torno al 90% de los

## Principales mercados de destino para subsector de alimentos



Fuente: Departamento de Inteligencia de Mercado con cifras del Servicio Nacional de Aduanas

embarques de esta fruta. "Sin duda, las exportaciones de cerezas, que en lo que va de este año suman US\$ 1.812 millones a China, han sido un catalizador para que el país asiático se convierta en el primer destino de las exportaciones de alimentos chilenos, pero también lo es el trabajo público privado que se ha realizado en ese país, a través de los distintos Chile Week y el trabajo de nuestras oficinas comerciales, que han posicionado a Chile

como un proveedor de alimentos de calidad en el mundo", señala Ignacio Fernández, director general de ProChile.

En el mercado local siguen observando un potencial de crecimiento en la demanda china por las cerezas chilenas, por lo que el peso de este destino seguiría aumentando. "El potencial productivo chileno es considerablemente mayor, y se espera un incremento de al menos un 30% en el volumen transado pa-



A la alta demanda de cerezas chilenas en China, también se suma el avance de los envíos de ciruelas, duraznos, nectarines y arándanos hacia este mercado.

ra el próximo año si se aprovecha este potencial por completo", afirmaron en iQonsulting en su último anuario de cerezas 2024.

En el sector sostienen que todavía queda espacio para crecer con las cerezas chilenas, sobre todo en las regiones interiores de China. iQonsulting asegura que "aunque es difícil calcular el avance hacia el interior de China, se observan signos como la llegada de aviones directos a Chengdu, así como el aumento del volumen desde la zona sur (Guandong) y Shanghai. Se espera que esta zona se integre gradualmente al consumo regular de cerezas, especialmente utilizando el acceso por vía fluvial a través del río Yangtsé, que abastece ciudades como Wuhan, Yichang, Chongqing, entre otras".

A pesar del soporte de las cerezas, en la fruticultura señalan que otras frutas también están

tomando fuerza en el país asiático. En el listado de los principales productos enviados a China —de acuerdo con los datos de Aduanas, recopilados por ProChile—, destacan las ciruelas frescas (US\$ 209 millones); duraznos y nectarines (US\$ 66 millones), y arándanos (US\$ 28 millones).

## Desafíos

Pese al potencial de crecimiento en China, la exministra de Agricultura, Emilia Undurraga, plantea que Chile debe fortalecer la estrategia de diversificación de mercados y potenciar destinos como Brasil o India. "Hay que contar con una estrategia que no sea temporada a temporada, sino que una de mediano y largo plazo, donde la diversificación de los mercados sea una variable a ponderar, no solamente por los precios del momento", asegura.

Undurraga recuerda que en enero de 2021, a pocas semanas de asumir como titular de la cartera de Agricultura, le tocó enfrentar un cierre en China por un presunto caso de cerezas con covid, lo que fue una problemática para Chile en plena pandemia. "Cuando tienes un mercado donde el 95%, en ese entonces, de las cerezas iba a China, en el fondo la capacidad como país de reaccionar frente a una situación como esa es muy compleja", sostiene.

Víctor Catán, de Fedefruta, también subraya la necesidad de impulsar una mayor diversificación, en medio de las últimas tensiones en la relación entre Chile y China por los aranceles al acero chino. Si bien no prevé la aplicación de medidas que entorpezcan el intercambio entre ambos países, "cualquier estornudo de China para Chile significa una neumonía, por pequeño que sea el estornudo".