

comercio exterior

Con más del 60% de la avena que Chile exporta proveniente de sus campos, La Araucanía se consolida como el principal eje productivo y exportador de este cereal en el país. En un escenario internacional marcado por la volatilidad económica, restricciones hídricas y una fuerte competencia de potencias agrícolas como Canadá, Europa y Australia —que han generado altos stocks y presión a la baja en los precios— el sector regional ha logrado sostener un desempeño estable, con tasas de crecimiento anual entre 4% y 6%.

De acuerdo con cifras del Departamento de Inteligencia de Mercado de ProChile, durante el último año las exportaciones de harinas, almidones y derivados de cereales, principalmente avena, alcanzaron los US\$ 251 millones. Solo en enero, los envíos sumaron US\$ 20 millones, lo que representa un alza de 2,8% respecto del mismo mes del año anterior.

En este contexto, la directora regional de ProChile, Claudia Rojas, analiza el posicionamiento internacional de la avena chilena, los desafíos que impone la competencia global y las proyecciones para un cultivo que, pese a las dificultades agroclimáticas recientes, ha demostrado estabilidad productiva y un manejo cada vez más tecnificado en el sur del país.

-¿Cuáles son los principales países de destino de la avena chilena?

Los principales destinos se concentran en América Latina, destacando mercados como Colombia, Perú, Guatemala y Ecuador. Estos países han mantenido una participación relevante dentro del total exportado y constituyen la base estable de la demanda internacional. En todos ellos, ProChile está presente a través de sus Oficinas Comerciales y se realiza un trabajo permanente para conectar a los compradores internacionales con los exportadores chilenos.

Durante los últimos años se ha observado variabilidad en precios y volúmenes, influida principalmente por condiciones económicas locales y las propias fluctuaciones internacionales de este cereal. Algunos países han mostrado crecimiento sostenido en volumen, pero con ajustes en valor debido a la baja de precios internacionales. La estrategia sectorial apunta a mantener estos mercados tradicionales mientras se avanza en diversificación geográfica, con foco en productos de mayor diferenciación que permitan acceder a ni-



Claudia Rojas, directora de ProChile Araucanía:

"El principal desafío es avanzar hacia productos con mayor valor agregado"

En medio de un escenario internacional exigente y con creciente foco en el origen y la sustentabilidad de los alimentos, la personera aborda los desafíos y oportunidades que enfrenta la avena de La Araucanía, una industria que busca consolidar su posicionamiento externo.

chos más exigentes y menos sensibles al precio.

-Hablando de nuevos mercados, ¿dónde está creciendo más el interés?

Según observamos en ProChile, el interés internacional está creciendo en mercados de mayor tamaño y sofisticación, estamos hablando de países como India, Japón, China y Estados Unidos, donde la demanda por alimentos saludables y funcionales impulsa el mayor consumo de alimentos saludables como la avena.

Es importante destacar que estos mercados suelen requerir altos estándares sanitarios, trazabilidad completa y diferenciación en calidad o atributos nutricionales, lo que obliga a todos los actores de la cadena productiva a innovar constantemente y cumplir exigencias técnicas cada vez más estrictas. Aun así, representan oportunidades estratégicas de crecimiento, especialmente para productos con mayor procesamiento y valor agregado, capaces de competir



no solo en precio sino también en calidad, sostenibilidad y confiabilidad de suministro.

-¿De qué manera concretamente ProChile Los Ríos-La Araucanía los apoya a los productores para que puedan a exportar?

El apoyo de ProChile se orienta principalmente a través del canal B2B o Business to business, conectando a los pequeños y medianos agricultores nacionales con molinos, exportadoras y empresas elaboradoras que ya participan en mercados externos. Esto facilita una inserción gradual y sin asumir de inmediato los costos y riesgos de exportar directamente.

También desarrollamos actividades de promoción internacional, participación en ferias, ruedas de negocios, capacitación en estándares internacionales y asesoría en inteligencia de mercados. Estas acciones ayudan a los productores a comprender de mejor manera los requisitos técnicos, las tendencias de consumo y oportunidades comerciales para colocar su oferta.

Otro aspecto clave es el fortalecimiento asociativo. La articulación en cooperativas o asociaciones permite aumentar la escala del negocio, mejorar la calidad de la oferta, homogeneizarla y acceder a certificaciones necesarias para

competir en mercados internacionales más exigentes.

-¿Se está impulsando un sello de origen "Avena de La Araucanía" y cómo se posiciona la producción regional en materia de sustentabilidad?

—Más que un sello regional específico, la estrategia apunta a posicionar la marca país "Avena de Chile", destacando atributos como calidad, confiabilidad productiva y trazabilidad como diferenciales competitivos en mercados internacionales. Se trata de un trabajo de largo plazo, en el que ProChile apoya los esfuerzos que están realizando los productores y exportadores nacionales.

En materia de sustentabilidad, la producción ha incorporado rotaciones de cultivo, manejo eficiente de fertilización, conservación de suelos y uso creciente de tecnologías de precisión. Estas prácticas permiten reducir impactos ambientales y mejorar productividad a largo plazo.

La sustentabilidad además se vincula con demandas del consumidor final, que valora alimentos saludables y producidos responsablemente. Por ello, las certificaciones ambientales y la trazabilidad se están transformando en herramientas comerciales cada vez más relevantes.

-¿Cuál es el principal desafío que debe superar la cadena exportadora de la avena de La Araucanía para dar el siguiente salto?

El principal desafío es avanzar desde exportaciones mayoritariamente industriales hacia productos diferenciados con mayor valor agregado, que es algo que como ProChile estamos impulsando decididamente. Esto implica innovación tecnológica, desarrollo de una marca sectorial y fortalecimiento de la coordinación entre productores, industria y exportadores.

También es fundamental reducir la dependencia de ciclos internacionales de precios mediante contratos más estables y de largo plazo, diversificación de mercados y mayor especialización productiva, factores que ayudan a dar mayor previsibilidad al negocio agrícola.

A cinco años, la proyección es de crecimiento moderado pero sostenido, impulsado por la demanda global de alimentos saludables. Si se consolida la diferenciación por calidad, sustentabilidad e innovación, el sector puede fortalecer su posicionamiento internacional.