

India se abre como una plaza clave, con un consumo de 100 mil toneladas.

Delegación de ChileNut asistió a las ferias Mewa y Gulfood 2026

La nuez chilena salió en busca de clientes a Nueva Delhi y Dubai

ALEJANDRA DONOSO

La nuez chilena salió otra vez a la cancha. Y lo hizo en dos vitrinas donde se juegan volúmenes y relaciones: India y Dubái. No es un detalle menor. Chile ya es el segundo exportador de nueces del mundo y el tercero en producción. Los números ayudan a dimensionar el momento. Tras el bajón de 2024, entre el 21 de marzo y el 30 de noviembre las exportaciones sumaron 163 mil toneladas, un 28% más que en el mismo periodo anterior, según cifras del gremio. La cosecha volvió a niveles más normales, en torno a 168 a 170 mil toneladas, y el origen Chile hoy llega a 79 países.

El buen momento no se limita a los envíos. Según antecedentes recopilados por ChileNut, el retorno promedio también mejora: la temporada pasada estuvo apenas por sobre los US\$ 2 por kilo y este año las proyecciones de liquidación apuntan a un promedio cercano a US\$ 2,4 por kilo. "Es un ajuste importante para los productores. La combinación de mayor demanda europea y una oferta más ajustada en algunos orígenes ha permitido afirmar las cotizaciones", señala la gerenta general de ChileNut, Macarena Pons.

India sigue siendo el gran motor de la nuez con cáscara, justo antes de su temporada alta de matrimonios y festividades. La entidad gremial participó en enero en la feria internacional de frutos secos Mewa India 2026, en Nueva Delhi, con



Un 28% en volumen crecieron las exportaciones en 2025 respecto a 2024.



reuniones con importadores y trabajos de ajustes de su campaña de promoción 2026.

En la feria, el gerente general de Valbifrut, Cristóbal Socías, puso una comparación sobre la mesa: "China consume cerca de 1,2 millones de toneladas e India ronda las 100 mil". La brecha, dicen en la industria, muestra el potencial que todavía queda."

Y el impacto en destino lo dejan en boca de

ellos. "Por cada tonelada que se exporta desde Chile, en India se genera trabajo para 37 personas en partido, selección y empaque. En promedio, esto permite que más de 15 mil personas trabajen seis meses al año", agrega Pons. La agenda incluyó contactos con autoridades y el canal importador para reforzar esa relación.

Otro mercado interesante es Dubai. Has-

ta allí llegó la delegación gremial junto a ProChile y la International Nut and Dried Fruit Council (INC), para participar en la feria Gulfood 2026. "A pesar de no tener precios ni volúmenes totalmente definidos, fue una instancia de reencuentro con importadores y se cerraron algunos negocios", comenta Pons. La apuesta por Emiratos tiene lógica: es vitrina, pero también plataforma para llegar a otros mercados de la zona.

Europa, en tanto, empujó más la demanda de nuez sin cáscara. En ese segmento, Holanda y Alemania funcionan como puerta de entrada: juntas concentran 40% de los envíos, considerando que parte de lo que entra por Rotterdam termina en el mercado alemán. Y el mix se va moviendo: "El porcentaje con cáscara bajó cuando India frenó un poco las compras y vuelve a subir ahora que Europa también está absorbiendo más fruta", explica Pons.

La agenda ya tiene próximas paradas: en mayo, el Congreso Anual del sector en Macao, donde ChileNut será auspiciador de la Cena de Gala. Y en Chile, en marzo, el gremio planea un Día de Campo técnico para preparar la cosecha 2026, con foco en manejo y operación, variables que terminan pesando en la rentabilidad. Mirando los próximos años, la estrategia, dicen, apunta a profundizar India para la nuez con cáscara y España para la nuez sin cáscara, sin perder de vista nuevos destinos.