

MÁS EXIGENCIAS, MÁS OPORTUNIDADES:

La agroindustria chilena apuesta por la sostenibilidad para competir

Impulsado por su apertura internacional y exportaciones récord, el sector transita hacia un modelo donde la trazabilidad, la inocuidad y la integración de la cadena productiva son clave para acceder a mercados exigentes.

TRINIDAD VALENZUELA V.

La producción agroalimentaria enfrenta un escenario cada vez más complejo. A factores estructurales como el cambio climático y la menor disponibilidad de agua y tierra, se suma un consumidor más exigente, que demanda mayores estándares en sostenibilidad.

En paralelo, el país ha avanzado en regulaciones para responder a estas exigencias, desplazando el foco hacia cómo la industria se adapta y capitaliza este nuevo escenario. Este tema fue abordado en el panel "Industria alimentaria: nuevas exigencias, nuevas responsabilidades", en la tercera versión del Summit Futuro Sostenible de "El Mercurio".

Según datos del Servicio Nacional de Aduanas, en 2025, las exportaciones de alimentos alcanzaron un récord de US\$ 24.742 millones, un alza de 8,2% respecto al año anterior. El sector aporta cerca del 4,7% del PIB, genera unos 368 mil empleos directos y lidera los envíos no cobre, con cerca de 970 productos en más de 170 mercados. Esta fuerte inserción internacional eleva los estándares de la industria, al obligarla a competir en mercados altamente exigentes.

Antonio Walker, presidente de la Sociedad Nacional de Agricultura y exministro del ramo, advirtió que la demanda global de alimentos crecerá cerca de un 50%, abriendo una oportunidad para Chile. A su juicio, la principal ventaja comparativa del país es la sustentabilidad, es decir, la producción con altos estándares de calidad, trazabilidad e inocuidad, junto con una baja contribución a las emisiones globales. A ello se suman atributos estructura-



En el panel moderado por Patricia Vildósola, editora de la Revista del Campos, participaron Antonio Walker, Luz María Rojas, Daniela Hott y Guillermo Díaz del Río.

les como el clima mediterráneo, la estacionalidad, la condición de isla fitosanitaria y el nivel técnico del sector.

Así, las crecientes exigencias internacionales dejan de ser una barrera y pasan a ser una oportunidad, al facilitar el acceso a mercados exigentes con productos de menor huella ambiental.

Viabilidad del negocio

Desde la industria, Guillermo Díaz del Río, gerente general de Agrosuper, destacó que la apertura internacional ha obligado históricamente a adaptarse a altos estándares. "El consumidor es más exigente e informado, y eso ha empujado mejoras que fortalecen la competitividad", afirmó.

En tanto, Daniela Hott, gerente de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad de Soprole, enfatizó que la sustentabilidad no compete con el negocio, sino que es una condición para su viabilidad en el largo plazo. "Debe situarse en el centro de la competitividad, apoyada en estándares robustos que fortalezcan el posicionamiento del país".

Por su parte, Luz María Rojas, gerente corporativo de Sostenibilidad y Marketing de Carozzi, fue más allá al poner el foco en la cadena productiva. "No basta con la empresa, hay que integrar a toda la cadena, especialmente a pequeños y medianos productores que muchas veces no tienen acceso a tecnología ni conocimiento", explicó.

En ese contexto, subrayó la necesidad de incorporar herramientas que mejoren productividad, inocuidad y eficiencia tanto a nivel nacional como internacional.

Walker también apuntó al rol del mercado en este proceso, explicando que la presión por cumplir estándares internacionales ha redefinido la forma de competir en la industria. Hoy, acceder a mercados exige múltiples certificaciones en ámbitos económicos, sociales y ambientales.

"La competitividad ya no se define por cuánto se produce, sino por cómo se hace. Bajo esa lógica, Chile busca posicionarse como una potencia agroalimentaria, basada en alimentos seguros y sostenibles", agregó.

HYPHO PHOTOS