LITORALPRESS

Fecha: 04-08-2025
Medio: El Mercurio
Supl. : El Mercurio - Revista Del Campo
Tipo: Noticia general
Título: India, infraestructura e institucionalidad: Los desafíos de la agroindustria

Pág. : 2
Cm2: 427,5
VPE: $ 5.615.681

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: No Definida

India, infraestructura e institucionalidad: Los desafíos de la agroindustria

Gonzalo Bachelet, presidente de Chilealimentos, recalca que se está negociando caso a caso con los clientes el impacto de los aranceles de Estados Unidos. Insiste en que es clave avanzar en allanar problemas de emisión de certificados que están limitando, por ejemplo, los envíos de baby food a China, un mercado de 20 mil millones de dólares. India también se perfila como un mercado atractivo para este sector, al que ya comenzaron a enviarse berries congelados.

PATRICIA VILDÓSOLA ERRÁZURIZ

La agroindustria, es decir el rubro que congela, deshidrata o convierte en jugos, conservas y pulpas los productos que vienen del campo, sigue ganando terreno, elaborando materia prima cultivada específicamente para ellos, pero también como una alternativa para aportar valor agregado a las frutas y hortalizas que no van al mercado o a la exportación en frescos.

"La agroindustria agrega valor en tres, cuatro o hasta 10 veces versus lo que cuesta la materia prima. Es lo que hacemos. Somos una industria que agrega valor a la agricultura y al país", comenta Gonzalo Bachelet, presidente de Chilealimentos.

La presente temporada está teniendo desafíos nuevos, en donde ya no son solo las condiciones productivas, que cada año se pueden ver afectadas por el impacto climático, sino que los vaivenes internacionales, incluida la situación arancelaria con Estados Unidos, están complicando también a este sector —que hasta el jueves, cuando se cerró este reportaje, seguía atento a lo que ocurriría con las negociaciones— ya que el 10% anunciado inicialmente está impactando —de distintas formas— a los rubros y empresas.

Aún así, Bachelet explica que ya han venido negociando caso a caso y que en general estos costos se vienen compartiendo entre los clientes, las empresas y las mismas elaboradoras, pero que están atentos a cualquier cosa que ocurra.

"Estamos con mucha expectación por cómo va a seguir evolucionando esto", comenta. Aclara que el otro factor que será clave es cómo queden México y Canadá, porque si no tienen aranceles similares a los nuestros, tendrán ventajas comparativas.

> "En la competitividad país pesan los temas de infraestructura. Faltan obras de riego a nivel macro, infraestructura vial y portuaria, todas esenciales".

A pesar de que los aranceles están impactando, este año la agroindustria está teniendo un buen desempeño.

"En concreto, este año la agroindustria está con muy buen desempeño. De acuerdo a nuestros datos, y a partir de las estadísticas de Odepa, a junio, íbamos un 33% sobre el año pasado, a la misma fecha, en valor; y un 24% en volumen, donde se destacan especialmente deshidratados y congelados, con un 45% en valor. Y en volumen, los congelados crecen un 40%, las conservas un 23% y los jugos un 22%. La impresión es que va a estar bastante arriba que el año pasado. Dependerá del agro y de la materia prima".

Recalca que dentro de los productos con mejor desempeño está la pasta de tomate, la que a pesar de una caída en el precio, ha aumentado el volumen.

-Ustedes dan valor agregado a los productos que no alcanzan a exportarse. Uno de ellos es la cereza, cuya cosecha sigue creciendo.

-En cerezas hay oportunidades muy interesantes, pero todavía somos muy chicos respecto del fresco. Se está desarrollando fuertemente el congelado, recién hay *approaches* en el jugo. En esto, igual que en las uvas congeladas, hay un potencial de crecimiento del 100%.

Bachelet destaca que más allá de lo que ocurra con Estados Unidos, un mercado que siempre es clave, hay un crecimiento muy fuerte en Asia, con énfasis en buenas aperturas de productos en Japón, Corea, China y también Indonesia, además de lo que se viene trabajando con India.

-Con India ya hay acuerdos y se están enviando alimentos elaborados...

-India es un mercado con un potencial muy atractivo, en el que los alimentos elaborados de Chile participan muy poco. Además de las nueces, tenemos *berries* congelados que se están vendiendo, pero de manera muy incipiente. Este año, por ejemplo, Vitafood envió 12 contenedores. Es un rubro que está empezando a vender ahí, especialmente por algunas empresas del producto fresco, que son nuestras adelantadas, como Hortifrut. Creo que se va a ir creciendo bien, especialmente donde hay ciertas ventajas como en jugos, conservas y congelados.

-¿Es un mercado más complejo?

-Todos los mercados son difíciles. Es ir especializándose, buscamos mercados difíciles, pero nuestros productos tienen alta calidad y sabor. En ocasiones son efectivamente un poco

LITORALPRESS

Fecha: 04-08-2025
Medio: El Mercurio
Supl. : El Mercurio - Revista Del Campo
Tipo: Noticia general
Título: **India, infraestructura e institucionalidad: Los desafíos de la agroindustria**

Pág. : 3
Cm2: 437,5
VPE: $ 5.747.173

Tiraje: 126.654
Lectoría: 320.543
Favorabilidad: No Definida

CHILEALIMENTOS.

Gonzalo Bachelet.

TAMBIÉN HORTALIZAS

- ¿Qué pasa con productos que no son frutas?

-Esto es clave porque se incentiva la agricultura de contrato, en productos que se enfocan más al mercado local, como los congelados de choclo o porotos verdes, hortalizas en general. Todo eso funciona con agricultura de contrato, con condiciones previas a la siembra, tanto técnicas como de precio. Chile mueve muchas hectáreas en esto, que están en manos de agricultores pequeños y medianos, aunque también hay grandes, dependiendo del cultivo, y que requieren de un alto nivel de tecnología —que se ha ido también incorporando.

más caros, pero por eso también hay que apostar por la diferenciación de productos.

-¿Qué se requiere para avanzar en el TLC?

-Siempre hemos participado y tenido una presencia en las negociaciones de acuerdos de libre comercio. Respecto de India, va a ser un poco más difícil, porque es bien desequilibrada la postura. Ellos ya no pagan aranceles acá, en tanto nosotros pagamos al ingresar allá. Por eso, hoy la negociación se lleva más por aspectos no arancelarios. Pero todavía hay un camino por recorrer. Pero va a costar porque nosotros tenemos mucho que ganar y poco que ofrecer.

-¿Qué pasa con Perú, que, al menos en fruta fresca, viene ganando terreno en los mercados?

-Estamos trabajando con algo allí. Perú tiene la fruta. Cuando está, están las oportunidades de hacer cosas. Buscar asociaciones, instalarse, es como natural, dado que nuestras empresas de frescos abrieron.

-¿Qué topes están enfrentando hoy, como sector, en los mercados internacionales?

-Un tema de alto interés es el de la institucionalidad, en donde hay varios ministerios involucrados, como Agricultura, Salud, Economía. Esto tranca. Hoy tenemos, por ejemplo, que no podemos exportar *baby food* a China porque nadie hace el certificado. Hace tres años que no se puede exportar, porque no hay una repartición habilitada para expedirlo. Y estamos hablando de un mercado de 20 billones de dólares.

-Otro caso es el del jugo concentrado a Brasil, en donde se necesita un certificado de calidad, pero la firma de este tarda mucho más de lo que se demora la exportación.

-Más allá del sector, ¿qué se requiere para que Chile recupere competitividad en un entorno donde los otros países están creciendo muy rápido?

- En la competitividad país pesan los temas de infraestructura. Faltan las obras de riego a nivel macro, la infraestructura vial y portuaria, todas esenciales.

El tema del riego es, sin lugar a duda, clave. En Chile, la tierra que tenemos es la misma, pero el problema es que no tenemos agua. Con una mejor disponibilidad hídrica podríamos incorporar nuevas superficies o mejorar los rendimientos. Sin embargo, las obras de riego importantes están paralizadas, excepto las inversiones privadas de cada campo. Están también paralizados los puertos, los accesos, las carreteras. La infraestructura está paralizada desde hace ya años.

-Para crecer es esencial retomar esas inversiones.

-¿Y qué pasa con la energía? Porque entiendo que en regiones como Ñuble este es uno de los grandes problemas.

-Energía es bien interesante. Es un tema de gestión país, porque energía hay y se está generando.

Las agroindustrias de medianas a grandes, pueden negociar sus contratos energéticos. Y eso se ha hecho bien. Pero, el problema, lo que queda fuera de contrato para todos, es la distribución. Y por ello, si bien mientras hoy para muchos la tarifa negociada se ve súper bien, al final la energía está costando prácticamente el doble.

Además, en ciertas zonas, como Ñuble, no hay suficiente acceso a la energía en zonas rurales. No hay más disponibilidad, lo que limita fuertemente las inversiones.

Si bien se ha invertido en generación solar, por ejemplo, pero eso soluciona solo hasta un 10% de los consumos. Este tipo de generación está motivado por iniciativas de sostenibilidad de las empresas, porque no son proyectos que financieramente den una solución.

-Sin embargo, eso es un avance en sostenibilidad...

- La agroindustria chilena está a nivel mundial, porque los estándares chilenos son muy altos.

Ya estamos en el quinto acuerdo de producción limpia. Eso ha significado grandes inversiones en tecnología, en capacidad industrial, con el foco en disminuir los impactos en el entorno y mejorar la calidad y la inocuidad.

Hoy, en general, Chile está súper desarrollado tecnológicamente, lo que ha sido muy importante, ya que no solo tiene un efecto en mejorar el impacto en el medio ambiente, sino también en la calidad del producto y en inocuidad.

REVISTA DEL CAMPO

DIRECTOR
CARLOS SCHAERER JIMÉNEZ
DIRECTOR EDITORIAL
ÁLVARO FERNÁNDEZ DÍAZ

EDITORA
PATRICIA VILDÓSOLA ERRÁZURIZ

DISEÑO
PAULO ROJAS STULL

SÍGANOS EN NUESTRAS CUENTAS OFICIALES DE INSTAGRAM Y THREADS:
@REVISTADELCAMPO

REPRESENTANTE LEGAL
ALEJANDRO ARANCIBIA BULBOA
EMPRESA EL MERCURIO S.A.P. AV. SANTA MARÍA 5542.
TELÉFONO: (56-2) 2330 1334. PUBLICIDAD: (56-2) 2330 1544