

Las cuentas alegres que sacan los exportadores chilenos sobre una reactivación del crecimiento en China

■ Gremios miran con optimismo los números del gigante asiático y esperan superar los efectos de la pandemia con nuevos productos y enfoque en la categoría premium.



POR AMANDA SANTILLÁN R.

La semana pasada se dio a conocer que la economía china terminó el 2023 con un crecimiento de 5,2%, algo por debajo de lo que anticipaban los analistas pero por sobre la meta oficial de 5% que se había impuesto el Gobierno del gigante asiático. La cifra también estuvo impulsada por una base de comparación más baja frente a la del año anterior, que estuvo impactada por los efectos de los cierres debido al Covid-19.

La noticia, de todos modos, ha alimentado las expectativas de los exportadores chilenos, quienes tuvieron que enfrentarse a los confinamientos de la política Cero Covid y miran con optimismo el desempeño de la economía del mayor socio comercial de Chile, enfocándose en nuevas estrategias para sus productos en 2024.

Salmones

Desde el Consejo del Salmón observan el 2024 con optimismo para el desempeño de sus exportaciones al gigante asiático, que se ha consolidado como el quinto destino del producto chileno en el mundo. Además, destacan que en octubre pasado se autorizó formalmente el ingreso del salmón del pacífico, en formato fresco y proveniente del país.

Rodrigo Pinto, director corporativo del gremio, apunta a que durante



el año pasado el crecimiento anual del salmón exportado a China fue de 72%, traducido en 43 mil toneladas, un alza considerable frente al volumen de 25 mil toneladas de 2022. Indica que el 87% de los envíos fueron de la especie salar o atlántico, en formato congelado y fresco.

“El mercado chino abre grandes posibilidades para el salmón chileno. En principio, y parte del desafío, es consolidar los volúmenes exportados a dicho país, que en los últimos siete años promedia un crecimiento del 7,7% anual, y el desafío siguiente es crecer, aprovechando la oportunidad que representa la firma del protocolo de octubre de 2023, suscrito por los Gobiernos de Chile y China, acuerdo que autoriza el ingreso a China del salmón coho fresco, especie en la que nuestro país tiene la mayor producción a nivel mundial”, señala.

Además, espera que se dé una alianza público privada que esta-

blezca las bases de una industria sostenible para el aumento de su producción.

Por su parte, SalmonChile observa que la actividad del mayor socio comercial de Chile está volviendo a los niveles prepandemia.

“Esperamos que a partir de esto podamos seguir potenciando la salmonicultura nacional en este relevante mercado para nosotros”, dice Arturo Clément, presidente del gremio salmonero, apuntando a que el mercado chino es el que “mejor debiera andar durante los próximos años”, debido a su población y el aumento de la clase media, aunque reconoce que también existe más competencia.

Vinos y carnes

En el caso de los envíos vitivi-

nícolas, Vinos de Chile apunta a que su desempeño dependerá “fuertemente” del comportamiento de las ventas de los importadores que aún están cargados de stock acumulado durante el periodo de la pandemia de 2022.

Eso, junto a a que no se ha podido recuperar el consumo y actividad económica de China.

“La estrategia de mercado será trabajar el canal a través de diversas campañas de consumidor y de on-trade, que permitan mover el stock acumulado. Si bien no se prevé un año fácil, se espera un nivel de recuperación en el mediano plazo,

5,2%
 CRECIÓ LA ECONOMÍA CHINA EN 2023.

94%
 DE LA FRUTA
 ENVIADA A ASIA FUE AL GIGANTE ASIÁTICO.



BLOOMBERG

entendiendo que el mercado ha madurado, lo que hace necesario cambiar el *approach*", señala el gremio.

Así, apuntan a que el 2023 fue "un año muy duro" para las exportaciones de vinos en todo el mundo, con bajas en los mercados de Reino Unido, Corea y China por sobre el 30% en el valor de los envíos y con un desempeño en general de 20%.

No obstante, los productos con mejor desempeño fueron aquellos del segmento *super premium*, que tuvieron un moderado crecimiento; al contrario, los *entry level* tuvieron una caída de 40%.

"Dentro de los desafíos del 2024 en China estará el apoyar a nuestros canales de distribución de la mejor manera a través de una oferta de valor diferenciada al consumidor final", indican, explicando que ya están trabajando en iniciativas que tienen como objetivo potenciar las principales marcas en el mercado que ya está consolidado como el segundo origen más grande desde hace más de tres años.

También, esperan aumentar los productos *premium* en su portafolio. "Si bien no se espera un fuerte rebote, sí existe un mercado que se ha ido estableciendo a través de los últimos años y una expectativa

de crecimiento en el largo plazo", dicen.

En el caso de las exportaciones de carne, desde el gremio ChileCarne explican que las ventas de cerdo a China cerraron 2023 con un aumento de 15%, alcanzando los US\$ 740 millones. Sin embargo, la situación fue diferente para el pollo y pavo, que registraron una caída debido a los casos de influenza aviar en el primer semestre y que las autoridades chinas aún no han permitido retomar las exportaciones.

"En los últimos dos años China ha recuperado su capacidad productiva, por lo que la demanda por producto importado se ha ralentizado. Esta situación podría cambiar en la medida que la economía china recupere su dinamismo y crecimiento, lo que también impactará positivamente el consumo de carne", dice Juan Carlos Domínguez, presidente del gremio.

Frutas

"En buen pie" define Miguel Canala-Echeverría, gerente general de Frutas de Chile (ex Asoex), el estado de los niveles de exportaciones de frutas frescas a China.

Apunta a que a la fecha, los envíos suman 416.285 toneladas y que el mercado chino ha recibido el 94%

del total de los embarques a los mercados de Asia. Por lo que el gigante asiático ha recibido 392.775 toneladas, reflejando una leve baja de 0,29% en relación a igual período de la temporada pasada, producto de situaciones climáticas registradas durante el invierno y la primavera.

Destaca que a la cabeza de las exportaciones están las cerezas, representando el 92% del total de las frutas frescas enviadas a China. Le siguen los nectarines con el 4%, las paltas y arándanos con cerca del 2%, respectivamente.

Así, señala que en la temporada frutícola pasada -que abarca parte de 2022 y el 2023- China se consolidó como el segundo país de destino de los envíos del país, luego de EEUU, reflejando un leve crecimiento general de 1,9% en relación al ejercicio anterior.

Las cerezas marcaron un incremento de 16,28%, un récord en términos de volúmenes. Mientras que en el segundo y tercer lugar estuvieron las ciruelas y uvas de mesa, que representaron el 15% y 10% dentro del total de los envíos de frutas frescas al mayor socio comercial de Chile.

Para 2024 miran con entusiasmo que a finales del año pasado se abrió el mercado chino para los envíos

de duraznos y damascos frescos, con lo cual Chile se convirtió en uno de los pocos países que tienen todas sus frutas aprobadas para ingresar a China.

"Dado lo anterior, los envíos de estas nuevas frutas se comenzaron a realizar desde esta temporada, siendo quizá el principal desafío llegar con la fruta que los consumidores esperan. Por lo mismo, esta primera temporada iremos evaluando qué variedades tienen mejor acogida para potenciar mayores volúmenes a partir de la próxima temporada", indica Canala-Echeverría.

También, cuenta que esperan avanzar en conjunto con el Servicio Nacional de Aduanas y el Servicio Agrícola y Ganadero (SAG) en la implementación de los certificados fitosanitarios electrónicos para facilitar el proceso exportador.

"Esperamos que próximamente se apruebe un protocolo que nos permita contar con nuevas opciones de exportación, a través de envíos combinados marítimos-aéreos a través de EEUU y México; y embarques terrestres-aéreos a través de Argentina, lo cual es especialmente relevante para los primeros envíos que buscan el arribo al mercado en el menor tiempo posible y al menor costo", dice.