

Colliers

Líderes en Consultoría Inmobiliaria.

• CAMPOS EN VENTA •

DESTACADO DE LA SEMANA

PICHIDEGUA



50 há

Potencial Cítricos
60 Litros/Segundo

OVALLE



50 há

Uva de Mesa
y Cítricos
Derechos Superficiales
y Subterráneos

ANGOL



70 há

Arándanos
y Cerezos
100 Litros/Segundo

FRESIA



400 há

Potencial Avellano,
Ganadero
200 Litros/Segundo



AVISO

Para cliente buscamos campo plantado con cítricos zona central.

VENTAS@COLLIERS.CL
+569 8149 7491



En India la nuez chilena es altamente valorada por su alta calidad, a pesar de pagar un 100% de arancel.

ACUERDO DE ASOCIACIÓN ECONÓMICA INTEGRAL:

India: Lo que busca el agro en la negociación

Con una población de 1.400 millones de personas, una economía que crece al 7% y una cada vez mayor clase media se transforma en un mercado en el que los productos agroalimentarios chilenos tienen una gran oportunidad.

CATALINA PINELA ESPINOZA

Para Chile la posibilidad de concretar un Acuerdo de Asociación Económica Integral (CEPA) con la India está cada vez más cerca. Y el agro tiene desde hace ya tiempo puestas fuertes esperanzas en conseguirlo: representa un mercado de 1.400 millones de personas, con hábitos alimenticios que demandan productos como los que ofrece Chile y una clase media creciente. "India ha sido nuestra esperanza hace muchos años y estamos muy cerca de concretar un sueño que es firmar un CEPA, que es lo mismo que un Tratado de Libre Comercio con ese país", dice Antonio Walker, presidente de la Sociedad Nacional de Agricultura (SNA).

Chile y la India tienen desde

2006 un Acuerdo de Alcance Parcial que inicialmente benefició a 178 productos chilenos con aranceles preferenciales. En el año 2016, se suscribió una ampliación de dicho acuerdo que otorgó preferencias arancelarias a 1.110 productos chilenos. Sin embargo, productos agroalimentarios claves, como las nueces, no están incluidos, por lo que siempre han buscado que se les considere en las nuevas negociaciones, que desde hace ya algún tiempo se vienen desarrollando, para firmar un acuerdo más amplio. La visita del Presidente Boric en abril de este año dio un impulso a las negociaciones del CEPA y, esta semana se lleva a cabo la cuarta ronda en Delhi.

Más allá de que la población de India sea la mayor del mundo, los aspectos que vuelven al país un mercado cada vez más

atractivo para Chile están en que, además su economía crece al 7% anual, y su clase media, dicen los expertos, aumenta anualmente en el equivalente a un Chile completo, es decir 20 millones de personas que mejoran su condición económica y una de sus prioridades es mejorar su alimentación.

"Más del 50% de la población india es vegetariana, por lo que los productos frescos del hemisferio sur —y en particular los de Chile— se adaptan muy bien a su dieta. Nuestra aspiración es hacer en India algo similar a lo que hemos logrado en China", explica Walker.

Si bien los acuerdos anteriores han abierto puertas hay productos agroalimentarios que no están incluidos: las nueces pagan un 100%, los vinos un 150% y otros productos superan el 50%. Por otro lado,

productos como la cereza, no tienen aranceles, pero aquí los desafíos son llegar con una calidad adecuada tras un viaje extremadamente largo (sin embargo están buscándose formas para hacerlo).

Por eso los diferentes gremios esperan que las negociaciones en curso lleguen a buen puerto. La petición principal de los exportadores nacionales es que haya reciprocidad, ya que, los productos indios que entran a Chile no pagan aranceles y se pide lo mismo para los productos agroalimentarios chilenos.

Un buen acceso a India permitiría expandir mercados para productos frescos y agroindustriales.

"El caso de China lo demuestra: antes del TLC exportábamos menos de US\$100 millones en alimentos; hoy superamos los US\$4.000 millones. Por eso, los alimentos deben ser tratados como un sector estratégico en la negociación", dice Juan Manuel Mira, presidente de ChileAlimentos.

LA IMPORTANCIA PARA CADA SECTOR AGROALIMENTARIO

Desde hace ya años que las nueces, que a pesar de los aranceles tienen en India uno de sus mercados principales, piden que se les incluya en los acuerdos, especialmente mirando lo que ha hecho el país asiático con otros países. "Si cada persona en India consumiera una nuez al día, la producción mundial no alcanzaría para cubrir esa demanda. Esto nos permite proyectar un futuro muy prometedor. Pero para aprovecharlo, no basta con reducciones parciales: necesitamos mejores condiciones que nuestros competidores.", explica Juan Esteban Rodríguez, presidente de ChileNut.

Las frutas chilenas también ven con buenos ojos una ampliación, especialmente para algunas que ya llegan a ese país a pesar de que hoy si-

TAMBIÉN LA LECHE Y LA CARNE

Pdf x 1.37947257

guen afectas a aranceles.

"Las cerezas, especialmente, tienen un gran potencial gracias al arancel cero. Sin embargo, para productos como la manzana y el kiwi, un CEPA podría marcar una gran diferencia", dice Iván Marambio, presidente de Frutas de Chile.

Por otro lado, India es un gran consumidor de carne de pollo y en la medida en que un país crece, explica Juan Carlos Domínguez, presidente de ChileCarne, aumenta el consumo de proteína animal. "Quizás no sea algo inmedia-

"La verdad es que el sector lácteo no suele ser el más beneficiado en acuerdos con India, porque ese país es el segundo productor de leche más grande del mundo. Sin embargo, aun con toda la leche que produce, India no alcanza a cubrir su propia demanda. Por eso, cualquier nicho que se abra allí es una oportunidad", comenta Guillermo Iturrieta, presidente de Exporlac.

India es un país que no consume carne bovina, pero aún así los ganaderos chilenos ven una oportunidad en la exportación de carne

Domínguez. Si bien en India el consumo de vino es restringido, principalmente por motivos religiosos, Chile ha ido creciendo en sus envíos, aunque paga un arancel de 150%.

Domínguez.

"Si bien el consumo per cápita de vino en India es muy bajo aún, su consumo ha experimentado un fuerte creci-

miento en la última década...El vino se posiciona cada vez con más fuerza, y Chile no puede quedar fuera de un mercado con un potencial extraordinario", afirma Claudio Cilveti, gerente general de Vinos de Chile.

Para los productos procesados y elaborados estar con una buena representación en el

de cordero. "Ya vivimos algo parecido con China hace unos 20 años: un país con la mayor población del mundo, que al experimentar crecimiento económico cambia sus patrones de consumo. Las carnes rojas, por ejemplo, pasan a ser un producto aspiracional muy deseado para una población con mayor poder adquisitivo. Por eso, nuestro interés es anticiparnos y no quedarnos atrás cuando otros países comiencen a abastecerlos con sus productos", afirma Rafael Lecaros, presidente de ChileMeat.

CEPA también es importante.

"El crecimiento de la clase media india —de 450 millones a más de 1.000 millones al 2047— impulsará la demanda de alimentos de mayor valor agregado. India también presenta más población urbana y más tendencia hacia alimentos naturales y convenientes, lo que calza muy bien con la oferta agroindustrial chilena", afirma Juan Manuel Mira.

Chile es el primer productor y exportador mundial de ciruelas deshidratadas, con envíos anuales que superan los US\$ 250 a 300 millones.

En India pagan un arancel de 22,5% y lo tienen, desde hace años, como un mercado prioritario.

"Desde el año 2022 en adelante el 100% de los recursos provenientes del fondo silvoagropecuario de nuestra asociación se han destinado exclusivamente al mercado indio. En cualquier negociación inicial entre Chile y un destino tan relevante como India, nuestro sector debe estar incluido, y en particular queremos que la ciruela esté priorizada", enfatiza Pedro Pablo Díaz, presidente de Chileprunes.

REVISTA DEL CAMPO

DIRECTOR
CARLOS SCHAEFER JIMÉNEZ
DIRECTOR EDITORIAL
ÁLVARO FERNÁNDEZ DÍAZ

EDITORIA
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



SOLCHEM
30 años

1995-2025
30° ANIVERSARIO

Conmemoramos tres décadas de historia, compromiso y excelencia. Celebramos el camino recorrido, los logros alcanzados y el futuro que juntos seguimos construyendo.