



Ciruela Deshidratada

India: Un mercado prometedor

En esta cuarta edición sobre la exportación chilena de ciruela deshidratada, se analizará la demanda y el envío de este producto a un futuro mercado clave:

India. Este es el segundo país más poblado del mundo, con más de 1.260 millones de habitantes y una clase media consumidora de bienes y servicios de cerca de 300 millones – casi la totalidad de habitantes de los Estados Unidos. Lo anterior demuestra que India es un país de grandes oportunidades. Según reportaje del Diario Financiero de Julio/2014, se espera que en la próxima década se sumen a esa clase media 30 millones de individuos al año y que el 2030 su fuerza laboral sea de 270 millones. No por nada, hoy representa el 6,4% del Producto Interno Bruto del mundo.

Aunque India posee una clase media en ascenso, aún no presenta un nivel de riqueza homogéneo y similar a las economías occidentales. El cambio de una economía centralizada a una economía de mercado en la

década de 1990, permitió a India avanzar en un rápido crecimiento. En los últimos años, el crecimiento de India ha sido sostenido y en ascenso –6,9% en 2013 y 7,4% en 2014 – y se espera que haya una pequeña disminución a 7,2% en 2015.

Exportaciones chilenas a India

En 2014, 88% de lo que Chile exportó a India fue cobre, sin embargo se presentan oportunidades para otros productos, principalmente frutas frescas y deshidra-

tadas (Tabla 1). Los frutos comestibles fueron los productos que presentaron la mayor variación positiva de 2013 a 2014 (156%), representando una importante oportunidad de expansión.

Detallando las exportaciones chilenas de frutos comestibles a India, se puede verificar (Tabla 2) que los frutos secos se ubicaron en 5° posición en los envíos del 2014 (tanto en volumen como en valor). También se puede verificar que los frutos secos fueron el tercer producto que más

Tabla 1: Comercio Bilateral entre Chile y India
5 Principales Productos Exportados de Chile a India - Valor Exportado en Miles de USD

Descripción del producto	Chile exporta hacia India			Variaciones	
	Valor en 2012	Valor en 2013	Valor en 2014	Variación 2013-2012	Variación 2014-2013
Minerales, escorias y cenizas	2.345.327	1.965.412	2.386.447	-16%	21%
Cobre y manufacturas de cobre	56.472	73.049	103.590	29%	42%
Pasta de madera o de otras materias fibrosas celulósicas; papel	34.458	60.094	60.864	74%	1,3%
Prod. Químicos inorgan.; compuestos inorgan./organ. de los metales	81.100	67.528	51.782	-17%	-23%
Frutos comestibles; cortezas de agríos o de melones	19.845	15.412	39.436	-22%	156%
TOTAL 5 Principales Productos	2.537.202	2.181.495	2.642.119	-14,02%	21,12%
TOTAL Todos los productos	2.563.543	2.244.970	2.705.721	-12,43%	20,52%

Fuente: TradeMap

Tabla 2: Comercio Bilateral entre Chile y India; 5 Principales Productos Exportados (Código 08) de Chile a India - Valor en Miles de USD y Cantidad en Toneladas

Código del producto	Descripción del producto	2014					
		Valor			Cantidad		
		(Miles USD)	Variación 2013-2012	Variación 2014-2013	Cantidad (Toneladas)	Variación 2013-2012	Variación 2014-2013
0808	Manzanas, peras y membrillos, frescos.	37.514	-22%	178%	47.930	-27%	191%
0806	Uvas, frescas o secas, incluidas las pasas.	1.162	-21%	48%	658	-17%	58%
0809	Chabacanos (damascos, albaricoques), cerezas, duraznos (melocotones)	311	-50%	-22%	134	3%	-75%
0810	Las demás frutas u otros frutos, frescos.	298	3%	-56%	40	-72%	-32%
0813	Frutas y otros frutos, secos, excepto los de las partidas nos 08.01 a	150	-13%	97%	35	-37%	46%

Fuente: TradeMap

creció de 2013 a 2014 con un 46% (en volumen), pero cuanto a valor ubicó en tercera posición, cayendo -37%. De los frutos secos más exportados, las ciruelas deshidratadas fueron el principal producto enviado a India, con USD 149 millones y casi el 100% de la cantidad exportada (35 toneladas). En segundo lugar se ubicó el producto manzanas deshidratadas, con apenas USD 2 millones exportados.

Desafíos chilenos en el mercado indio

Los desafíos de las exportaciones chilenas están condicionados principalmente por las diferencias culturales, geografía, tecnología y el idioma, menciona Rodrigo Gallardo, agregado agrícola de Chile en la India. Sin embargo, los productos chilenos tienen muchos factores positivos para mantener su constante crecimiento en las relaciones comerciales: la reducción en los aranceles, el desarrollo de la distribución minorista y la adopción de pautas de con-


sumo occidentales, además de una mayor capacidad adquisitiva del consumidor.

Chile ya firmó 24 TLCs con distintos países, pero con India sólo tiene (por mientras) un Acuerdo de Alcance Parcial (AAP), el primero firmado con un país latinoamericano. Los acontecimientos demuestran que están ocurriendo avances. Actualmente Chile e India están en un proceso de profundización del AAP, suscrito en 2007. Debido al futuro promisor del mercado de India, es importante que Chile acelere la creación de un Tratado de Libre Comercio (TLC), tema que ya se viene hablando en los dos países. India aún se considera una economía cerrada al comercio internacional. Según la Direcon (Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales) este proceso permitirá a ambos países aumentar la actual cobertura (que hoy alcanza a 474 líneas arancelarias o a cerca de 2.800 productos).

La ampliación del acuerdo coincide con el interés constante del sector exportador chi-

leno de lograr una mayor apertura con la economía de India, país que se caracteriza por sus altos aranceles en aquellos sectores que representan un potencial exportador para Chile, informó Pablo Urria, director de Asuntos Económicos Bilaterales de la Direcon. Las ciruelas deshidratadas ya estaban incluidas en el acuerdo anterior, lo que posibilita su ingreso a India con preferencias arancelarias (25%). A pesar de no tener ventajas arancelarias tan contundentes, las exportaciones chilenas de frutos comestibles han tenido un incremento importante en 2014 (46%), pasando de 24 a 35 toneladas.

Chile ha hecho un trabajo de promoción de las ciruelas deshidratadas en el mercado indio, explotando sus comprobados beneficios saludables como fuente natural de antioxidantes. El objetivo es aumentar el conocimiento del producto y así tener un mejor posicionamiento en las ventas. De la misma forma, campañas de marketing directo con mayoristas, minoristas, hoteles, restaurantes y catering han sido realizadas para estimular la demanda de las ciruelas deshidratadas.

La firma del TLC con India ayudaría mucho a Chile a ser un proveedor más competitivo y con mayores posibilidades de ingreso de las ciruelas deshidratadas con un arancel más bajo. 

World Trade Center Santiago ofrece un servicio orientado a personas o empresas que desean realizar estudios sobre diversos mercados de importación o exportación. Contamos con una alianza con el World Institute for Strategic Economic Research, un valioso recurso de estadísticas de comercio internacional. Contactarnos para más información.

WTC Santiago S.A.
www.worldtradecenter.cl