

Fruta chilena desata inusitada demanda en consumidores chinos

Autor Valeria Ibarra M.
viernes, 22 de mayo de 2009

Fuente: Diario La Tercera (Chile), Imagen: Fruta de Chile por chileanfreshfruit.com

Uvas, cerezas y manzanas han seducido a los orientales, porque traen buena suerte y son un sofisticado regalo en fiestas. En 2008 los envíos crecieron 68% y, pese a la crisis, los expertos creen que China seguirá comprando frenéticamente fruta chilena.

Guangzhou, sur de China. Hace frío, pero a fines de enero en el mercado mayorista Jiangnan reina una actividad frenética. Cientos de agentes chinos esperan la llegada de los camiones contenedores con fruta de Chile. "Se colgaban de los camiones para lograr la mejor fruta, era una locura", cuenta Carolina Pinto, de la Revista Raíces, que visitó el gigante asiático en esa fecha. Ese día los comerciantes buscaban cerezas: dulces, rojas, turgentes, ideales para la festividad del Año Nuevo Chino, que se celebró el 25 de enero pasado.

Como niños, los agentes chinos tocan con un dedo la delicada fruta, para palpar su condición. Luego la llevarán a supermercados y otros comercios, armarán canastos adornados con papeles brillantes y guirnaldas. La venderán en un santiamén. "En las fiestas, la fruta es el regalo genial para los chinos, porque es un obsequio cómodo y casual. En el supermercado se venden paquetes con combinaciones de muchas frutas", explica desde China Yibo Xiong, un ejecutivo del China Bohai Bank, brazo estratégico del inglés Standard Chartered. Es que los alimentos tienen un significado más allá de las proteínas o los minerales que contienen. Una manzana no es sólo una manzana: su color rojo trae buena suerte y regalarla significa dar paz.

Eso explica, señala el agregado agrícola de Chile en China, Juan Enrique Moya, el éxito de las manzanas y cerezas nacionales en el gigante asiático. "En mi banco, muchos directores compran cereza chilena para regalar a sus clientes, porque es muy dulce y roja", ejemplifica Xiong. Pero no sólo de esas frutas, también Chile es el mayor proveedor de uvas y ciruelas en China, dice Moya. Citando cifras de Aduanas, el año pasado se exportaron a ese mercado frutas chilenas por más de US\$ 96 millones, 68% más que el año anterior. La uva, fundamentalmente la Red Globe, fue la que tuvo una mayor participación, representando cerca del 46% del total exportado, dice el agregado agrícola.

China se convirtió en 2008 en el principal destino de los embarques de Chile, con US\$ 9.851,2 millones. Y aún queda mucho por crecer, por lo menos en frutas, dice Isabel Quiroz, socia de IQconsulting y consejera de la SNA.

Seducción oriental

Los chinos consumen en promedio 49 kilos de fruta al año, lejos de los 150 kilos que ostentan los europeos, los mayores frutícolas del mundo. Pero en algunas zonas -como Beijing y Shanghai- la ingesta sube a más de 100 kilos, explica Moya. Isabel Quiroz, que lleva 10 años viajando continuamente al país asiático, cree que la fruta chilena puede tener más oportunidad de expansión en el norte de China, donde una vía de ingreso es Tianjing. El sur -Hong Kong y Guangzhou, principalmente- fue la primera plaza conquistada por los exportadores occidentales de fruta, no sólo chilenos, sino primero por estadounidenses, neozelandeses, sudafricanos y australianos. Eso hizo que el gusto que se impusiera fuera el norteamericano, expone Quiroz. "Su Red Globe es menos roja que la nuestra y por ello algunos chinos creen que la uva chilena está muy madura", ejemplifica. Pero más al norte la fruta chilena es apreciada por su dulzor y color.

Hasta ahí han llegado los exportadores chilenos, como la productora San Clemente, que vende en Shanghai y abastece a ciudades ribereñas del río Yang Tse, cuenta Quiroz. Según cifras de ProChile, los mayores exportadores a China son Copefrut, Dole, Contador y Agrícola San Clemente.

La fruta chilena también logra un gran precio en China. Isabel Quiroz informa que en febrero una caja de uva Red Globe a mayoristas valía US\$ 32 la caja de 8,2 kilos, la uva Crimson (rosada) en la tercera semana de abril llegó a US\$ 22 y la cereza, en su mejor momento, a US\$ 60 la caja de cinco kilos. Al público llega muchísimo más cara. Aún así, Yibo Xiong asegura que "la fruta importada es un regalo genial para mantener la relación con los clientes, aunque cueste bastante dinero".