



HUB EMPRENDE

Una iniciativa conjunta de:



# Aranceles: las estrategias que alistan los emprendedores chilenos que exportan a Estados Unidos

⤵ Aunque hay un consenso entre las pymes y startups que venden en ese país, que la imposición de una tasa de 10% no es una buena noticia, algunos creen que podría ser una ventaja frente a competidores como Francia, España o Sudáfrica en productos como el vino y aceite de oliva.

Por: Daniel Fajardo

**R**ecursos financieros. Esa es una de las principales diferencias entre las grandes empresas que exportan a Estados Unidos como salmoneras, mineras o de manufactura, respecto a las firmas pequeñas, medianas y emprendedores que se aventuran a comercializar en el exterior. Por lo general, las primeras están más preparadas para afrontar el arancel de 10% impuesto el gobierno norteamericano, que podría activarse en los próximos 90 días. Pero el segundo grupo ya proyecta cuáles son las consecuencias de esta medida a fin de ajustar sus estrategias.

Según el Departamento de Inteligencia de Mercado de ProChile, el intercambio comercial con EE.UU. en 2024 fue de US\$ 33.513 millones, con una balanza comercial negativa de US\$3.376 millones. Las exportaciones (excluyendo el litio y cobre) alcanzaron US\$9.293 millones. El vino, el aceite de oliva y las frutas son uno de los bienes más representativos del ecosistema emprendedor criollo en diversos estados de esa potencia mundial.

Por ejemplo, desde Frutas de Chile, gremio que agrupa a 191 exportadores del rubro, indican que, de aplicarse la medida arancelaria, afectaría la competitividad del sector. "Nuestros productos llegan a ese mercado en contra estación, por lo que no compiten con la producción local, sino que la complementan. Mantener esta cadena de abastecimiento será más caro para el país del norte si se aplica el nuevo arancel", explica Iván Marambio, presidente de Frutas de Chile.

El 30% de la fruta fresca chilena se va a Estados Unidos, representando el 16% del valor total. Si bien existen envíos de ciruelas, cerezas, arándanos, manzanas y peras; el fuerte hacia EE.UU. son las uvas y los cítricos.

Pablo Osses, gerente general de Exportadora Crispagold, empresa que trabaja directamente con agricultores y productores locales, estima que cerca del 90% de las exportaciones de naranjas y mandarinas chilenas se realizan a EE.UU. y aproximadamente un 50% de los limones tienen también como destino ese país. Según Osses, la imposición de un arancel tendría que traspasarlo el importador al consumidor final, supermercado o mayoristas, pero "desconocemos si (el traspaso) lo hará en un 100% o de forma parcial. Tampoco el exportador lo querrá asumir y, por ende, hoy existe una etapa de negociación que tendrá que llegar a un avenimiento en las próximas dos semanas. Puede que el camino sea que el importador asuma la mitad del alza y el exportador la otra y no traspasar el arancel a los consumidores", analiza el gerente general de Crispagold desde EE.UU. De hecho, en los últimos días se ha reunido con sus principales clientes, asociados e importadores para definir los pasos a seguir.

**Una oportunidad, según expertos**  
Con respecto al aceite de oliva, EE.UU. consume más de 350.000 toneladas anuales (segundo mayor consumidor del mundo) y apenas produce un 4%, por lo que son eminentemente importadores de este producto, donde

Chile es un actor relevante. En 2024 el país norteamericano representó el segundo destino de las exportaciones chilenas de aceite de oliva, alcanzando un 30% del total.

"Hay una gran incertidumbre, no se sabe con claridad cómo evolucionará este tema. Dependerá también de las condiciones arancelarias finales que aplique EE.UU. a nuestros competidores, principalmente de la Comunidad Europea, como España, Italia, Grecia y Portugal", destaca Gabriela Moglia, gerente general de ChileOliva, el gremio que reúne a 24 productores de este sector.

Y justamente aquí, según expertos, es donde nace una oportunidad. LAP Global es una empresa tecnológica que ayuda a marcas latinas a vender sus productos en marketplaces internacionales como Amazon, eBay, y Walmart.com, entre otros. Actualmente cuenta con más de 400 clientes de Chile, Colombia y México, y el principal mercado de destino es EE.UU. Dentro de ese contexto, su CEO, Nicolás Leal, cree que el arancel del 10% beneficiaría a Chile frente a otras naciones.

"Por ejemplo, en el caso de aceite de oliva, España e Italia tendrían un 20% (de arancel), por lo que quedamos mejor posicionados. En el caso del vino competimos con Francia (20%) y Sudáfrica (30%). Creo que el problema se da más por el desplazamiento de la demanda en otros mercados como el chino, que puede caer en recesión", asegura Leal.

Sinzero es una startup chilena pionera a nivel mundial en la producción de vinos sin alcohol, que tiene a EE.UU. como uno de sus mercados. Su directora comercial, Cecilia Prat, señala que sus grandes competidores son vinos sudafricanos y europeos, "por lo que comparativamente estaríamos mejor que ellos. Pero también tengo competidores californianos, donde quedamos peor posicionados. Finalmente, creo que tendremos que absorber nosotros el 10% (de arancel), ajustando los márgenes. Pero no va-



mos a subir el precio", enfatiza Prat.

Por otro lado, Fernanda Soza, directora ejecutiva de Chilemass, -entidad con sede en Massachusetts (EE.UU.) que tiene un programa anual que apoya a 30 startups chilenas de base científico-tecnológica para escalar al mercado norteamericano- explica que la tasa del 10% "es especialmente dura para las pymes exportadoras y puede significar pérdida de competitividad, reducción de pedidos o incluso quedar fuera del mercado estadounidense. Y aunque el gobierno de (Donald) Trump señaló que suspende estas tarifas por 90 días, no se elimina la incertidumbre: más bien confirma que el contexto global es volátil y exige que nuestras pymes se preparen con estrategias flexibles, diversificación de mercados y más soporte institucional", afirma Soza.



Mantener la cadena de abastecimiento será más caro para el país del norte si se aplica el nuevo arancel", Iván Marambio, presidente de Frutas de Chile.



## ¿Y EL TLC?

El ministro de Hacienda, Mario Marcel, estimó que Chile tiene un mejor pie para conversar con Estados Unidos al tener firmado un Tratado de Libre Comercio (TLC), el que ya tiene cerca de dos décadas de vigencia. "Eso es bastante excepcional, los otros países que lo tienen son México, Canadá y algunos otros, pero es un número que se cuenta con los dedos de la mano", resaltó Marcel.