

## El efecto “Liberación” en el agro

Archivado en: Cartas al Director · Camilo Cornejo · Cartas al director · Aranceles · exportaciones · productos agrícolas

Estrategia On line | Sábado, 12 de abril de 2025, 11:48

✕ Post

Sr. Director:

Los aranceles impuestos por Trump a nuestro país, del 10% recíproco, generan un efecto directo sobre nuestras exportaciones, considerando que Estados Unidos se ubicó como el segundo destino de las exportaciones del país, con una participación del 16,1% del total exportado. Entre los principales envíos a la potencia mundial económica destacan cáttodos de cobre, salmones, servicios, uvas frescas, neumáticos, manufacturas de madera y arándanos frescos.



Si nos referimos específicamente a nuestros productos agrícolas, en 2024, durante el cuarto trimestre, el destino de las exportaciones agrícolas fueron principalmente Asia, con un 38,5% de los envíos, y en segundo lugar los EE.UU., con un 19,6% del total (US\$2.661 millones), siendo los productos más exportados uvas, arándanos, mandarinas y clementinas, y posteriormente, vinos y cerezas.

En tal sentido es evidente que este arancel impactará directamente en el costo de adquisición de los productos, por parte de los consumidores norteamericanos, lo que llevará a desplazar su consumo a la producción local (se debe recordar que USA dispone de producción de todos los productos agrícolas demandados por el país). Esto, según la política del presidente Trump, debería repercutir de forma positiva, lo que mejorará la relación consumo-economía local, impactando en la creación de empleo y desarrollo.

El problema fundamental es que no siempre es así, ya que depende de la fluctuación de la economía interna, expectativas y competitividad del mercado, lo que determina que el consumidor será el más afectado ante estos aranceles, ya que deberá consumir a un precio mayor, disminuyendo la competitividad del sector. Nuestro país sin duda se verá afectado en el destino comercial, generando un mayor esfuerzo competitivo en este tan atractivo mercado. Recordemos que durante 2024 se realizó en Estados Unidos el lanzamiento de la marca “Frutas de Chile”, que busca incrementar la competitividad y robustecer el desarrollo de la agricultura chilena.

¿La solución? No hay una respuesta inmediata, ya que esta medida podría ser transitoria y dependerá del impacto que tenga en la economía norteamericana. Por ello, es clave generar alianzas estratégicas que permitan diversificar la oferta agrícola nacional —como ocurre actualmente con India, el país más poblado del mundo— y, sobre todo, proteger a nuestros agricultores, empresas y prestadores de servicios agrícolas, quienes son un pilar fundamental del desarrollo económico nacional.

*Camilo Cornejo Orellana  
Ingeniero Agrónomo y académico Ingeniería Comercial  
Universidad Andrés Bello*