EL PINGÜINO

Fecha: 02/06/2025 Audiencia: 15.600 Sección: OPINION
Vpe: $123.885 Tirada: 5.200 Frecuencia: DIARIO
Vpe pág: $1.035.072 Difusión: 5.200
Vpe portada: $1.035.072 Ocupación: 11,97%

GUERRA ARANCELARIA Y EL E-COMMERCE CHILENO

Señor Director:

Tras el crecimiento sostenido del comercio electrónico, los acuerdos internacionales trabajan como una fuerza silenciosa. Sin ellos, los aranceles y las barreras legislativas serían trabas para la expansión de marketplaces y retailers transfronterizos. Por eso, con amenaza de la guerra arancelaria, este sector está obligado a pensar en la adaptación.

Una certeza es que China no se queda de brazos cruzados y probablemente reordene su estrategia comercial internacional, lo que podría llevar sus esfuerzos a América Latina, donde sería un fuerte competidor. Por su parte, compañías de todo el territorio chileno podrían enfrentarse a nuevas condiciones en torno a tarifas, stock de productos y plazos.

En este escenario, para el e-commerce chileno la agilidad es clave. Explorar nuevos mercados internacionales y apostar por múltiples proveedores permite reducir riesgos. Ya no se puede depender de una sola fuente de productos, especialmente si provienen de países sujetos a restricciones comerciales. Junto con ello, optimizar la logística local y la inversión en tecnología para la automatización de procesos, reducción de costos y evolución del servicio, pues hacer rentables el movimiento y el almacenamiento de mercancías es crucial para poder soportar eventuales cambios en el mercado local y mantenerse competitivos.

En pandemia, el e-commerce demostró ser un sector resistente, basado en el principio de la adaptación. Ahora se requiere esta misma capacidad para enfrentar la incertidumbre.

Carlos Díaz Ojeda,
General Manager de
DispatchTrack Latinoamérica