

POR CATALINA VICUÑA

La industria frutícola se alza como una de las principales afectadas por los aranceles de Donald Trump. Según cifras de Aduanas, en 2024 los productores de fruta chilenos exportaron US\$ 2.039 millones a EEUU, lo que representa el 22% de los envíos totales del país.

Dentro de esta categoría, las mandarinas y clementinas se llevan el premio. El año pasado, un 94% de la producción chilena de estos cítricos viajaron al país norteamericano. Le siguen la naranja (89%) y, luego, las uvas (60%).

La firma chilena Jorge Schmidt es considerada como la mayor productora y exportadora nacional de mandarinas W. Murcott a Estados Unidos. Al año, estima José Martínez Zanello, gerente general de su brazo exportador, Jorge Schmidt Exports, producen cerca de 1.300 contenedores de fruta cítrica –26 millones de kilos–, de los cuales “un 95% va a Estados Unidos”. Llegan por temporada a los puertos de Filadelfia y Los Ángeles.

De manera adicional, hoy la productora trabaja y exporta paltas y cerezas que, a diferencia de las mandarinas, no van únicamente a EEUU. “Con la palta vamos mayormente a Europa y exportamos cerca de un 70% de nuestra producción hacia allá. Con las cerezas estamos recién partiendo, aún tenemos poquito, pero vamos mayoritariamente a los países asiáticos”, explica Martínez.

El anuncio de Trump de la imposición del nuevo arancel del 10%, asegura el gerente de la exportadora a DF, ha abierto un escenario de incertidumbre para el sector frutícola exportador. “Estamos todos trabajando con un Tratado de Libre Comercio que se derrumba”, dice. “Tenemos que pagar un 10% hoy día, no hay mucho que hacer con eso. Y más que pensar en el largo plazo, yo creo que hoy hay que fijarse en el plazo inmediato. Nadie puede predecir qué es lo que va a ocurrir en el futuro”.

EEUU: mercado clave

Cuando se trata de exportación de mandarinas W. Murcott chilenas, Martínez es enfático en señalar que no abundan las opciones de mercados atractivos distintos a EEUU. “No existen, definitivamente (...) Nuestra mandarina se podría vender en toda Europa, en Latinoamérica, en Asia, en todas partes, pero a unos precios que son más bajos que los estadounidenses. En el caso de Europa, ellos tienen el mercado de Sudáfrica que los abastece, pero a precios que representan el 60% del nuestro. Entonces, mientras exista ese desequilibrio de precios, no nos conviene ir a un lugar distinto de EEUU”, resume.

- ¿Y los aranceles del 10% im-



El mayor exportador de mandarinas chilenas a EEUU minimiza impacto de aranceles: “No nos va a mover la aguja”

■ Gerente de Jorge Schmidt Exports afirma que EEUU. sigue siendo el mercado más atractivo pese a aranceles de 10%, pero advierte que un nuevo aumento afectaría la rentabilidad.

puestos por Trump no cambian el panorama?

- No. La diferencia de precio entre los mercados de EEUU y el resto del mundo sigue siendo gigantesca. Y pasa porque este mercado no es como el de otros productos. La fruta son árboles que tú plantas y que tienes que trabajarla un año para después venderla. No es que puedas decir: ‘No me parece atractivo, no voy a continuar’. No, aquí tú tienes que seguir trabajando lo mejor que puedas porque, si sales, pierdes tu plantación. Entonces, mientras EEUU sea el mejor mercado, vamos a seguir ahí. El día en que no sea la

mejor opción, buscaremos otras alternativas.

Por ahora, dice Martínez, el 10% aplicado no es suficiente para cambiar la mirada comercial de Jorge Schmidt Exports. “Los productos que nosotros tenemos pueden absorber un arancel así, tenemos buenas productividades, buena estructura de costos, vendemos bien, tenemos buena reputación. Entonces ese 10% lo vamos a negociar lo mejor posible con nuestra cadena de valor. Pero no nos va a mover la aguja”, dice.

¿Y si sube el arancel?

Hace diez días, Trump comentó en



JOSÉ MARTÍNEZ ZANELLO
 GERENTE GENERAL DE JORGE SCHMIDT EXPORTS.

“Certeza en este rubro no hay mucha. Hay confianza en que lo haces mejor que otros y te vas a defender (...) Estas cosas uno sabe que cambian y no son permanentes”.

una entrevista con NBC News que podría considerar subir las tarifas aduaneras a sus socios comerciales en un 15% o 20%, aunque aún no se ha confirmado que Chile se verá afectado por la medida.

En caso de que los aranceles suban, el ejecutivo asegura: “Ahí ya sería un impacto importante en la rentabilidad de las mandarinas (...) En ese caso, se podrían empezar a hacer más atractivos otros mercados, pero uno no quiere ponerse en ese escenario tan pesimista”.

En un contexto de constante incertidumbre, Martínez asegura que la agricultura es un negocio de optimistas. “Te pones a gastar plata en invierno hasta llegar al verano, a la cosecha y solo le metes plata y no sabes lo que estás metiendo”, dice. “Entre medio te puede llover, te puede faltar el agua, puede caer una helada, tampoco sabes si el mercado va a estar bueno o malo. Entonces, te la juegas todos los años fuertemente. Certeza en este rubro no hay mucha. Hay confianza en que lo haces mejor que otros y te vas a defender. Eso es lo que vale”.

Por el momento, asegura, “no hay que asustarse” con los dichos del Presidente norteamericano. “Estas cosas uno sabe que cambian y no son permanentes. En el pasado hubo un embargo por uvas contaminadas con amoníaco, donde el país casi se derrumbó. Bueno, salimos de eso y así mismo hemos salido de muchas cosas difíciles en la fruticultura chilena. Además, a Donald Trump no le queda mucho, tres años. Y, a lo mejor, mañana cambia de opinión”, aventura.