

**Fecha:** 13-04-2025  
**Medio:** El Mercurio  
**Supl.:** El Mercurio - Cuerpo B  
**Tipo:** Noticia general  
**Título:** **SALMONCHILE: “La demanda ha caído un 20% solo por la incertidumbre”**

**Pág.:** 10  
**Cm2:** 1.179,3  
**VPE:** \$ 15.491.533

**Tiraje:** 126.654  
**Lectoría:** 320.543  
**Favorabilidad:** ☐ No Definida



Arturo Clement,  
presidente de  
SalmonChile

El sector es el más afectado, pues un 40% de la producción va a EE.UU.

## SALMONCHILE: “La demanda ha caído un 20% solo por la incertidumbre”

“La India no tiene una gran tradición de consumir pescado, y la logística de distribución del fresco y el congelado son inexistentes. Pero sin duda que debiera ser un mercado interesante para nosotros, pero no en seis meses ni en un año”.

**“Ser prudente, usar las vías diplomáticas y trabajar en conjunto”**

—La situación económica hace complejo traspasar el 10% a precio...

“No se lo puedes traspasar al mercado, al final lo va a tener que absorber la empresa.

—¿Qué solución le queda a la industria entonces?

“Aquí tenemos aranceles invisibles que vienen afectando desde antes y que impactan más que el 10%: la ‘permisología’, las barreras burocráticas, las imposiciones medioambientales. Este arancel del 10% es un nuevo aviso de lo vulnerable que somos y de la necesidad que tenemos de ser súper competitivos. Tenemos que aprovechar esta oportunidad para que junto con el Gobierno y el sector privado hagamos de nuevo que la salmonicultura sea competitiva y podamos crecer para abordar el mercado mundial. Recién a fines del año pasado logramos entrar en un diálogo más fructífero con el Gobierno, pero nos queda un año”.

El 10% depende de lo que nos diga Estados Unidos, pero hay algo de lo que sí podemos hacernos cargo, que es de estos aranceles invisibles. Tenemos una industria que exporta US\$ 6.500 millones, que no necesita subsidios para crecer, sino solo tener voluntad política para ver cómo sacarnos los rípios que tenemos en el camino. Dentro de estas crisis hay oportunidades, porque los salmones son los más afectados y esto pasa a ser un tema también”.

Arturo Clement ha vivido en reuniones. El arancel del 10% aplicado por el gobierno de Donald Trump los tomó por sorpresa y el presidente del gremio asegura que es imposible redestinar el producto en el corto plazo. Y que si esto sigue así, las mermas para la industria podrían ser de unos US\$ 500 millones al año. • **MARÍA JOSÉ TAPIA**

**A** fines del año pasado, la industria salmoneera comenzó a tener conversaciones más fluidas con el Gobierno. El tema central no eran las medidas de Trump, por el contrario, si bien se deslizaron diálogos al respecto, no fue en profundidad; estaba el TLC que nos protegía. Aún más, hace dos semanas, se reunieron en una de las ferias más importantes de Seafood del mundo, en Boston, Estados Unidos. “Nadie habló del tema”, señala el presidente de SalmonChile, Arturo Clement.

Y eso que el país del norte importa el 90% de los productos del mar que consume. Por ello, sentían que las amenazas del Presidente de EE.UU. de aplicar aranceles “podrían no impactarnos”. Todo cambió hace una semana: “Somos, por lejos, el sector más afectado”, dice ahora.

El miércoles de la semana pasada, el mandatario norteamericano aplicó un arancel base para Chile de un 10% a partir del sábado 5 de abril. Eximió —por ahora— al cobre y a la madera, pero dejó gravado al segundo producto más vendido al país del norte, los salmones. Hoy, el 40% se va a EE.UU. —le sigue de lejos Japón, con un 17%—, siendo el principal destino del salmón nacional. De hecho, el 55% de lo que consume EE.UU. es chileno. Se envían unos US\$ 2.500 millones al año. Y el 80% va fresco, por avión, “es un flujo diario que no se puede parar”, destaca. Por ende, todo el producto que empezó a llegar el sábado debió pagar el 10%.

¿La primera reacción? Intentar contactar al gobierno norteamericano y a la embajada en Washington para entender. “Era un caos total, había dos mil personas tratando de hablar con el gobierno de distintos países, era impensado que alguien nos atendiera”, cuenta Clement.

En Chile, se reunieron con la Cancillería; además está el Consejo Exportador de Alimentos, y se organizaron en torno a un comité de Sofofa y el lunes tuvieron un encuentro ampliado con los ministros de Economía, Agricultura, la Subsecretaría de Relaciones Internacionales y, de manera virtual, con el embajador Juan Gabriel Valdés. Al alero de ese mismo comité, el miércoles en la tarde tuvieron un encuentro con la subsecretaria Claudia Sanhueza,

y el jueves los encuentros continuaron.

—¿Qué han sacado en limpio de todas estas reuniones?

“Lo primero era entender las razones, qué pasó si nadie en la industria lo percibía como una amenaza. De hecho, en Canadá y México los productos alimenticios quedaron exentos. ¿Y por qué nosotros no? Uno porque hay una serie de cuestionamientos del gobierno de Estados Unidos respecto a tres puntos: la protección industrial y patentes básicamente farmacéuticas y semillares; dos, la implementación de la reforma previsional con la licitación de stock, y tres, tema que tiene que ver con datos satelitales, cuestionamientos que hicieron que EE.UU. pusiera el ojo ahí”.

—¿Por qué al salmón y no a la madera?

“El salmón es una proteína sustantiva, cara, Estados Unidos puede vivir sin salmón. La madera que se usa en Estados Unidos es casi toda importada y una buena parte de Chile. Haberle aplicado un arancel era subir drásticamente los costos de construcción. Acá se salvó el cobre, la madera, la plata y el yodo, que representan como 43% del total de las exportaciones a Estados Unidos; o sea el 57% quedó afecto, y nosotros somos lejos el más importante. Tenemos que hacernos cargo todo el sector exportador en conjunto con el Gobierno, es un tema estratégico nacional y por eso fue importante conversar con el Gobierno, alinearnos y dimensionar cómo podemos solucionar”.

—Chile quedó con un 10%, pero hasta el miércoles el principal competidor —Noruega— tenía un 15%, ¿no es una oportunidad?

“No, Chile tiene el 55% del mercado de Estados Unidos, y Noruega tiene el 16%. El 14% es Canadá, que está exento, por ende, no hay un beneficio en términos de precios relativo. Además, la demanda viene haciendo bastante tiempo débil, producto de toda esta incertidumbre en Estados Unidos, la inflación, incertezas económicas, por lo tanto, un alza de 10% en el producto va a hacer caer la demanda”.

—¿Ya se ha visto un efecto?

“En la práctica, las empresas empezaron a negociar con sus clientes. Los clientes

que compraban spot —un 25%—, sin programa, dijeron ‘no voy a comprar porque hay demasiada incertidumbre y si me subes el 10%, no sé si lo puedo traspasar; por lo tanto, prefiero parar’. Con el resto que tiene contratos de largo plazo, hasta seis meses, existe una conversación, algunos dicen ‘compartámoslo’, ‘no estoy dispuesto’, es súper relativo, pero lo que está claro es que no se puede traspasar a precio.

Hay un efecto de menor demanda en forma inmediata. La estimación es que ha caído un 20% solo por incertidumbre. Y dices ‘tengo que colocar ese producto en otro mercado’. Y en Brasil inmediatamente bajó el precio un 4%. Porque el pescado está engordando, puedes postergar la cosecha dos semanas, pero no más, entonces al final tienes que sacarlo y venderlo más barato”.

—Y Noruega debe estar haciendo el mismo ejercicio...

“Sí, pero para los noruegos es menos importante porque mandan solo un 14%. Su mercado es Europa, que es el 80% de su producción. Están mucho menos afectados que nosotros”.

—¿Y es factible hacer un traspaso a otros mercados?

“No en el corto plazo. En Europa, Noruega llega con pescado fresco, porque lo manda en camión desde Oslo con un costo de 20 centavos el kilo. Nosotros, para mandarlo fresco, tendría que ser en avión, a US\$ 2,5, fuera de mercado. Podríamos ser súper competitivos en congelado, pero el consumidor prefiere el fresco. Hemos abierto mercados nuevos como Israel, China, pero también se cayó. Íbamos bien en Rusia, y la guerra”.

—¿Y la India, que el Gobierno está promoviendo tanto?

**Este arancel del 10% es un nuevo aviso de lo vulnerable que somos y de la necesidad que tenemos de ser súper competitivos”.**

**Los clientes que compraban spot —un 25%—, sin programa, dijeron ‘no voy a comprar porque hay demasiada incertidumbre y si me subes el 10%, no sé si lo puedo traspasar; por lo tanto, prefiero parar’”.**

—¿Existen conversaciones para intentar eliminar el 10%?

“Es importante que se entienda que este es un tema estratégico y que se requiere de una unidad y una suerte de alineamiento entre sector público y privado. Y eso parte por ser prudente, usar las vías diplomáticas y trabajar en conjunto. Además, el Gobierno no tiene que hacerse cargo de aquellas cosas que están siendo cuestionadas por el gobierno de Estados Unidos en términos del Tratado de Libre Comercio. Debe llegar con una propuesta concreta el 12 de junio. Nos gustaría tener más urgencia, pero por el momento lo que debemos trabajar con el Gobierno es un caso sólido para presentarle a Estados Unidos más que apurarnos tanto. Armar un *dream team* para esto”.

—¿Qué posibilidad hay de que el Gobierno baje la licitación de stock?

“Difícil, pero el tema de patentes y propiedades industriales, según lo que hemos escuchado, es lo más relevante y eso sí lo pueden solucionar”.

—¿Cómo está financieramente la industria para sortear esta crisis?

“Se echa a perder el negocio brutalmente, pero la industria está súper sólida financieramente. El resultado del año pasado fue positivo, pero no como para abrazarse y estar contento. El 2023 fue mucho mejor. Después de la pandemia la gente empezó a comer más salmón en las casas, empezó a haber más demanda en los supermercados, 2022 y 2023 fueron bastante buenos, pero de precios altos. Posterior a eso, el consumidor dejó de comprar con la frecuencia que lo hacía, y en vez de comprar salmón, empezó a comprar pollo, cerdo. Y el 2024 fue de precios relativamente bajos, que se empezaron a recuperar en diciembre, no fue un año bueno para las empresas. Si hiciéramos un promedio, el resultado del sector estuvo levemente por sobre el *break even*. Y ahora, indudablemente que esto va a afectar los resultados de las compañías, aquí baja el margen claramente”.

—¿Estiman cuánto podría ser el impacto final?

“Esto puede significar una merma de unos US\$ 500 millones para la industria anualmente”.