



# Más de 900 empresas operan en el extranjero como parte de la red de ProChile y la mayoría se dedica a los servicios

■ Primer catastro identifica que la mayor cantidad de firmas está en Perú, Colombia y Estados Unidos.

POR AMANDA SANTILLÁN R.

Un total de 915 empresas chilenas con presencia en los mercados internacionales contabilizó el primer catastro realizado por ProChile sobre la base de información pública y el contacto que mantiene ese tipo de entidades con las oficinas comerciales que tiene el servicio gubernamental alrededor del mundo.

Junto con la cantidad, la revisión permitió identificar que la mayor parte se ha instalado en América Latina, aunque el resto se ha extendido a casi todos los continentes.

El director general de ProChile, Ignacio Fernández, señala que la cifra de empresas puede ir variando a medida que se incorporen más empresas para trabajar con el servicio.

“Que haya este número solo nos habla positivamente del proceso de internacionalización de nuestro país, ya que contar con empresas en mercados internacionales es avanzar hacia el siguiente paso del proceso exportador, que trae beneficios significativos para el país y como ProChile estamos mirando al futuro de los próximos 50 años en materia de exportaciones”, destaca.

De acuerdo al catastro, el 62,1% del total registrado pertenece al sector de servicios y turismo. Mucho más atrás se ubican industrias y manufacturas, con 19,3%; agro y alimentos, 16,5%; y economías creativas, 1,9%.

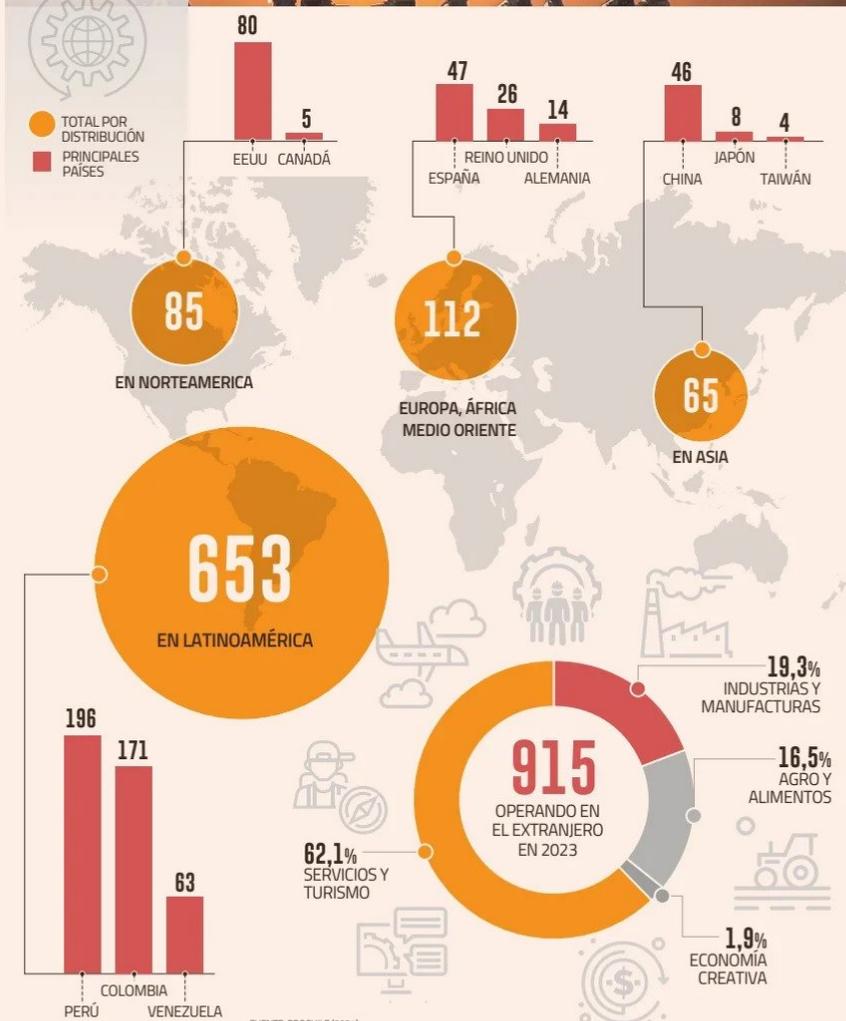
No obstante, Fernández explica que si bien el objetivo es que crezca el número de empresas que trabajan con ProChile, no hay una meta de aumentar por sector productivo, ya que la instalación en el exterior depende de diversos factores.

En el caso de los servicios, aquellos ligados con la innovación, señala que deben estar instalados afuera, ya que facilita procesos, como relacionamiento con aceleradoras e inversionistas.

Mientras que en otros sectores son beneficiados por la red de tratados de libre comercio y se les hace más factible operar desde Chile.



Las empresas chilenas en los mercados internacionales



“Finalmente, dependerá muchas veces de los proyectos que cada empresa tenga para su proceso de internacionalización. Pero como ProChile, aparte de aumentar el número de empresas que trabajan con nosotros, la idea es que las empresas también nos vean como un socio confiable en este proceso”, indica.

En Latinoamérica se ubican 653 firmas, que incluyen a México y el Caribe; en circunstanancias que en Europa, África y Medio Oriente llegan a 112 firmas, en Norteamérica a 85 y en Asia a 65.

Los principales países con mayor presencia de empresas chilenas en la región son Perú con 196, Colombia con 171 y Estados Unidos con 80.

En el caso del Viejo Continente, los principales destinos son España (47), Reino Unido (26) y Alemania (14). Mientras que en Asia, son China (46), Japón (8) y Taiwán (4).

## Las medidas de apoyo a disposición

Fernández cuenta que junto con el catastro de las empresas, las 50 oficinas de ProChile en el mundo también levantaron las necesidades que estas tenían, tanto para instalarse como para seguir posicionándose en los mercados internacionales.

“Así, y de acuerdo a lo manifestado por las propias empresas, pudimos determinar una batería de apoyo en sintonía con lo que éstas buscan que es, sobre todo, robustecer su red de contactos en los mercados internacionales y apoyo para que el aterrizaje en el mercado sea un *soft landing* adecuado a sus necesidades”, explica.

De esta manera, existe una base de apoyo desde aquellas que ya están instaladas y comienzan a trabajar con ProChile, con un plan que contempla la presentación de contactos comerciales y empresariales; plan de promoción comercial en el que las oficinas del servicio colaboran en las actividades organizadas por las empresas; y el relacionamiento con autoridades locales pertinentes.

En el caso de las firmas que están dando sus primeros pasos de instalación en el mercado internacional, el organismo ofrece contactos contables y financieros; comunicación y marketing; además de contactos con entidades especializadas en recursos humanos y entidades bancarias.