

Fecha: 11-07-2025
Medio: Semanario Tiempo
Supl.: Semanario Tiempo
Tipo: Noticia general

Pág.: 7
Cm2: 273,5
VPE: \$ 546.996

Tiraje:
Lectoría:
Favorabilidad:

Sin Datos
Sin Datos
☐ No Definida

Título: **83% de las 116 empresas regionales que exportaron en 2024 provienen de los minero y agroalimentario**

**CIFRAS DE PROCHILE EN SU CUENTA PUBLICA
PARTICIPATIVA REALIZADA EN LA ZONA:**

83% de las 116 empresas regionales que exportaron en 2024 provienen de los sectores minero y agroalimentario

Según la entidad, destacaron además las remesas de pisco, sector que incrementó sus envíos, además, el número de empresas que llevaron el destilado al exterior. Otros sectores importantes fueron de pesca y acuicultura 14% y manufacturas, con un 3%.



Por segundo año consecutivo ProChile realizó su Cuenta Pública participativa fuera de Santiago, mostrando la descentralización del servicio que cuenta con 16 oficinas regionales y 54 en el mundo. En la instancia el Director General de ProChile, Ignacio Fernández, dio cuenta de la gestión institucional durante 2024, que estuvo centrado en empujar la diversificación de las exportaciones chilenas, tanto en mercados de destino como en valor agregado.

El año pasado, según las cifras de ProChile, la entidad trabajó con 240 empresas de la Región de Coquimbo, de las cuales 23% son pequeñas empresas y 44% medianas. Del total de usuarios, 116 exportaron en el ejercicio anterior, la gran mayoría relacionada con los minerales (43%) y el rubro agroalimentario, con un 40%. Le siguen el sector de pesca y acuicultura, con un 14%, y manufacturas que alcanzó un 3%.

En la ocasión, Fernández se refirió, también, a los resultados donde destacó el protagonismo que tuvo el pisco en las actividades internacionales de promoción. En este sentido, señaló las exportaciones de este producto que en 2024 totalizaron con el récord de US\$5,3 millones y que 11 empresas pisqueras de la región comenzaron a exportar.

"En 2025 seguiremos poniendo el foco en la internacionalización de las pymes, buscando que más de estas participen en el comercio exterior, que exporten mayor volumen, que logren mantenerse en la actividad exportadora de manera continua, y que diversifiquen sus productos y destinos. Nuestro segundo objetivo estratégico es potenciar la diversificación de productos, servicios y mercados de destino, para hacer crecer las exportaciones no cobre no litio. Y el tercero, seguir aumentando la satisfacción de nuestros usuarios, entregando un servicio más personalizado", señaló Fernández.

