

Fecha: 26-10-2025
Medio: La Tercera
Supl.: La Tercera - Pulso
Tipo: Noticia general
Título: **Qué debe saber una startup chilena cuando quiere desembarcar a los países vecinos**

Pág.: 16
Cm2: 720,0
VPE: \$ 7.162.979

Tiraje: 78.224
Lectoría: 253.149
Favorabilidad: ☐ No Definida

Qué debe saber una startup chilena cuando quiere desembarcar a los países vecinos

Expandirse fuera de Chile es como cambiar de idioma sin traductor. Así lo indica Nicolás Fuenzalida, uno de los fundadores de la startup Poliglota, en base a su propia experiencia. “No basta con hablar ‘negocios’, hay que aprender el código cultural, legal y emocional de cada país. Los chilenos solemos ser ordenados y buenos planificadores, pero muchas veces pecamos de exceso de estructura cuando aterrizamos en mercados más flexibles, más intuitivos o más informales”, agrega Fuenzalida.

Si bien no hay un estudio exacto sobre la internacionalización de las startup chilenas en la Región, en 2024 ProChile levantó un primer catastro con 915 empresas chilenas con presencia en el extranjero, mayormente en América Latina. Lo que está claro es que Colombia y México son los países de preferencia para salir de las fronteras, especialmente en el mundo de las Fintech. Para hacerse una idea, el Fintech Radar Chile 2024, elaborado por Finnovista, Mastercard y Galileo Financial Technologies, indicó que las startups fundadas en nuestro país tienen una tasa de internacionalización del 69%, donde los destinos más frecuentes son Perú 35,4%, México 34%, Argentina 17,4%.

La pregunta es ¿en qué hay fijarse en cada país? Aspectos como la cultura, la legislación y la manera de hacer negocios es clave, especialmente considerando que en un mercado tan pequeño como el chileno, casi la única manera de crecer es desembarcando en otros países, con América Latina como las primeras piezas del tablero. En HUB Emprende le preguntamos a emprendedores, inversionistas y entidades gubernamentales, en qué hay que fijarse en 5 países latinoamericanos.

● Argentina: oportunidad y vértigo

Para muchas startups chilenas, Argentina es una mezcla de cercanía y riesgo. Si bien la frontera, el idioma y la cultura facilitan la entrada, el contexto económico y regulatorio sigue siendo cambiante. Constanza Alegría, directora Comercial de ProChile en Argentina, destaca que las nuevas políticas de desregulación cambiaría abren espacio para proveedores internacionales, y que “Chile se sitúa en un lugar de privilegio por su estabilidad y su red de acuerdos comerciales”. Pero el terreno sigue siendo movedizo. El presidente del directorio de Fundación Chile, Pablo Zamora advierte que “la cultura de corrupción y las reglas fuera del juego complican los negocios y exigen una ética férrea”. Por eso, muchos chilenos optan por captar talento argentino –altamente calificado y creativo– más que instalar operaciones. Como resume Javiera Araneda gerente de

↘

Cinco países, cinco desafíos: México exige músculo, Colombia confianza, Perú paciencia, Brasil alianzas y Argentina coraje. Así se escribe la ruta regional de las startups chilenas.

Por: Daniel Fajardo

Start-Up Chile, “es un mercado inspirador, pero exige resiliencia, paciencia y un socio local sólido”. Hoy Argentina funciona más como un polo de talento y creatividad que como una base estable para escalar negocios.

● México: el Everest latinoamericano

México es el gran objetivo de expansión regional, pero también el más competitivo. La Ciudad de México concentra fondos, unicornios y empresas globales, transformándose en el epicentro del ecosistema latino. “Es el mercado natural para escalar; la mayoría de los emprendedores lo mira como su segundo hogar”, comenta Claudio Barahona, fundador de comolevantarcapital.com, aunque advierte que “el B2C puede ser brutalmente difícil y el talento local, escaso”. Marcelo Sobarzo, director comercial de ProChile en México, destaca el valor que México da a la innovación y sostenibilidad chilena, mientras que Pablo Zamora recuerda que “los negocios clave se

manejan entre personas, no corporaciones; la conexión humana es lo que gatilla oportunidades”. Desde la vereda práctica, Nicolás Fuenzalida, relata que “en la Ciudad de México las alianzas surgen en un café, pero el ‘sí’ no siempre significa acción inmediata. Es el Everest de los emprendedores chilenos”.

● Colombia: cercanía cultural y ritmo propio

Colombia suele ser la puerta de entrada más amable para los emprendedores chilenos. Su ecosistema, marcado por el éxito de Rappi, irradia energía y apertura, pero también un ritmo pausado y relacional. Felipe Opazo, director comercial de ProChile en ese país, destaca que “las alianzas comerciales requieren confianza y tiempo; acá los vínculos personales son la base del negocio”. En esa línea, Claudio Barahona describe a Colombia como “un mercado interesante, medianamente ordenado, pero con pocos fondos y menor

escala que México”. Nicolás Fuenzalida aporta desde la experiencia: “abrimos Colombia en plena pandemia y descubrimos que es un gran país para reclutar talento; hay una generación formada en startups como Rappi y Platzi que entiende la cultura digital”. Para la Jefa de Innovación de ProChile, Marcela Aravena, el éxito depende de adaptar la propuesta y mantener presencia constante. En resumen: Colombia combina empatía y potencial, pero exige un aterrizaje paciente y relaciones que maduran con el tiempo.

● Brasil: el gigante que impone respeto

Brasil es el premio mayor, pero también la frontera más compleja. Su tamaño y diversidad lo convierten prácticamente en varios países dentro de uno, con reglas y tributos distintos por estado. “Es un mega mercado y cada negocio es una realidad diferente; el riesgo cero no existe”, advierte Hugo Corales, director comercial de ProChile en Brasil. Por su parte, Javiera Araneda añade que “la barrera idiomática es real: el portugués sirve para presentarse, pero no para negociar”. A eso se suman altos costos logísticos y culturales. Pablo Zamora lo resume así: “es un monstruo confederado, con subsidios y burocracias por todos lados”. Nicolás Fuenzalida comenta que, desde Poliglota, “solo hemos trabajado parcialmente con empresas brasileñas porque sin socio local es muy difícil penetrar”. Aravena recuerda además que la clave está en conocer bien la competencia y adaptar la oferta a cada región. En síntesis, Brasil fascina e intimida: entrar sin alianzas sólidas es complejo.

● Perú: el espejo adelantado

Perú suele ser subestimado, pero varios expertos coinciden en que debería ser el primer destino natural de expansión. “Es como Chile con tres años de desfase”, afirma Claudio Barahona, lo que permite replicar modelos probados. Lorena Sánchez, directora comercial de ProChile en Perú, enfatiza que “los vínculos de confianza y amistad son la base de cualquier negocio; las reuniones cara a cara son esenciales”. Pablo Zamora coincide: “es un mercado pequeño, pero con industrias muy similares a las chilenas, como minería y alimentos”. Desde Start-Up Chile, Javiera Araneda recomienda aprovechar los programas de softlanding y el acompañamiento local, mientras Nicolás Fuenzalida recuerda que “en Lima los acuerdos se construyen más en un almuerzo que en una videollamada”. En resumen, Perú combina familiaridad y oportunidad. Un mercado donde la constancia y el trato humano valen más que la velocidad o el capital inicial.



“Argentina es un mercado inspirador, pero exige resiliencia, paciencia y un socio local sólido”.