

Chile se prepara para sacarle punta a su oferta exportadora: agregados comerciales suben la apuesta por servicios

diariofinanciero#df



Brasil: consolidar los productos emblemáticos en el mercado latinoamericano

■ Un enfoque de consolidación de los productos emblemáticos de Chile en Brasil destaca para el año que se inicia director comercial de ProChile en Sao Paulo, Hugo Corales.

Espera que tanto salmón, como vinos, frutas y aceite de oliva puedan expandir su posicionamiento y presencia en los estados del nordeste del país sudamericano. Al mismo tiempo, busca potenciar la llegada de la segunda ola de productos e innovación alimentaria a Brasil, tales como frutos secos, orgánicos, pisco y cerveza.

"Saliendo del sector agropecuario y alimentos en general, vemos muy buenas posibilidades para las empresas del sector de servicios y especialmente para las empresas proveedoras de bienes y servicios para la minería", precisa.

Retomando lo que dejó en "Encuentro Chile Brasil", organizado a fines de 2023, el foco es potenciar la llegada de empresas nacionales, por lo que en septiembre estarán en Exposibram, la feria especializada para el rubro minero en Belo Horizonte. También, apunta a que se mira "con muy buenos ojos" el crecimiento que han mostrado las exportaciones de servicios: a noviembre pasado superaron los US\$ 44 millones, lo que significa un 122,9% más que el mismo período del año anterior.

"Estas cifras demuestran la solidez de las relaciones entre ambos países, la confianza mutua y la tradicional complementariedad que existe entre ambos mercados", dice y agrega que son aspectos que desde ProChile han "querido reforzar a través de la firma de un convenio de colaboración con Biopark, una aceleradora que apoyará la llegada de empresas nacionales, especialmente PYME con valor agregado e innovación, al mercado brasileño".

Se espera que en este 2024 se concrete el ingreso de un primer grupo de empresas en el marco del acuerdo.

Estados Unidos: continuar desarrollando posicionamiento como un socio estratégico

■ El intercambio comercial entre Estados Unidos y Chile a noviembre fue de US\$ 32.784 millones, con exportaciones por US\$ 8.990 millones, en las que destacaron las relacionadas con pesca y acuicultura, por US\$ 2.870 millones; el sector agropecuario, con US\$ 2.106 millones; y manufacturas, con US\$ 1.751 millones.

"La oportunidad para Chile radica en continuar desarrollando su posicionamiento como un socio estratégico y confiable, líder en Latinoamérica y con empresas que impulsan el comercio sostenible e incluso como parte de su centro", expone la directora comercial de ProChile en Miami, Claudia Serrer. Destaca que los productos del mar han crecido 55% desde 2020 llegando a US\$ 1.800 millones y que EEUU se ha consolidado como el principal mercado en consumo de vino. "Además, el sector de servicios y las empresas de base tecnológica mantienen un interés creciente del mercado en sectores con soluciones innovadoras como biotecnología y salud,



gestión sostenible del agua, agricultura sostenible, energías limpias, entre otros", dice.

Señala que si bien el país es el principal destino de las exportaciones chilenas no cobre, aún presenta una serie de nuevos frentes para las firmas chilenas.

"Los Ángeles, la ciudad más importante de la costa oeste, sigue siendo muy relevante para el escalamiento de startups y para economías creativas; Nueva York, centro financiero, presenta oportunidades para innovación alimentaria, vinos de nicho y diseño; y Miami, la puerta de entrada para empresas chilenas a Estados Unidos, se perfila como un Hub de innovación y tecnología para aquellas empresas que buscan escalar sus negocios e iniciar operaciones en el mercado norteamericano", indica.



China: reactivación de los envíos de carne y del rubro vitivinícola

■ Pese a enfrentar desafíos macroeconómicos en 2023 debido a la post pandemia, que tuvieron como efecto la baja confianza del consumidor y el alto nivel de desempleo juvenil urbano, las perspectivas a largo plazo para China siguen siendo sólidas. Así lo explica la directora comercial de ProChile en Beijing, Natalia Cortés, quien señala que la economía del mayor socio comercial de Chile persevera en una orientación hacia el consumidor. Explica que el año pasado las exportaciones de agroalimentos chilenos al mercado chino mantuvieron "una tendencia estable", pero que se observaron dificultades en sectores como el del vino, que registró una contracción del 34% interanual en los datos registrados hasta noviembre; al igual que disminuciones en los relacionados con las carnes, destacando a las aves y bovinos.

Sin embargo, apunta a que se proyecta un crecimiento del 5% en el comercio minorista de productos y servicios, lo que se traduce en un llamativo aumento de US\$ 1.400 mil millones en las ventas minoristas en los próximos cinco años.

Por lo mismo, espera que el sector de productos del mar continúe experimentando un crecimiento significativo durante 2024, después de que en el período hasta noviembre de 2023 se incrementara en 32,6%, con ventas por US\$ \$677 millones.

De cara al presente ejercicio, Cortés explica que los principales desafíos incluyen la reactivación de las exportaciones de carne de ave y la revitalización del sector vitivinícola, por lo que el trabajo estará enfocado en las contrapartes en el mercado, como los gremios y las empresas exportadoras.

"Nuestro enfoque se centrará en entender a fondo las dinámicas del mercado, fortalecer la presencia y promoción en terreno, y fomentar la colaboración efectiva en todos los niveles de la cadena de suministro", dice.

Durante los primeros días de esta semana se congregaron en Santiago 29 agregados comerciales y agrícolas de Chile en los principales mercados del planeta, en el encuentro Enexpro "Diversificando negocios con el mundo", organizado por ProChile, en el cual concretarán reuniones con empresas y asociaciones gremiales del sector exportador. Cuatro de los agregados -de China, Europa, Estados Unidos y Brasil- dan sus balances acerca de lo que significó 2023 para las exportaciones chilenas y lo que esperan para este año.

Fortalecimiento de los servicios, reactivación en sectores claves y nuevas oportunidades son algunas de las proyecciones que ven para el mundo exportador chileno.

POR AMANDA SANTILLÁN R.

Europa: oportunidades por la modernización del acuerdo comercial

■ Como un año "muy positivo" para las exportaciones chilenas a Europa califica 2023 el representante comercial de ProChile en Milán y coordinador de las oficinas en Europa, Felipe Repetto.

A noviembre se había superado en 5% los volúmenes registrados al mismo periodo del año anterior y las exportaciones chilenas al continente subían 140,1%, para llegar US\$ 6.597 millones.

Para 2024 ve oportunidades en bienes y servicios, que -además de satisfacer una demanda específica- "contribuyen positivamente a la carbono-neutralidad y al uso eficiente de recursos naturales: estas son características particularmente atractivas para el mercado europeo, que tiene altos estándares que ya cumplen las empresas chilenas", dice. Espera que el sector servicios tenga un crecimiento sustantivo y destaca aquellos de las industrias creativas chilenas, tales como audiovisual, editorial, narrativa gráfica o diseño. "Europa es considerada como un polo creativo muy importante para esta



área, en especial en países como Francia, España, Alemania o Italia", señala.

En cuanto a la firma reciente del Acuerdo de Marco Avanzado, que moderniza el Acuerdo de Asociación Comercial entre Chile y la Unión Europea, apunta a que, además de reducir casi completamente los aranceles para productos chilenos, abre las puertas a los proveedores de servicios y da opciones especiales para las PYME y empresas que ofrecen servicios digitales.

"Adicionalmente, existen importantes oportunidades relacionadas a hidrógeno verde y energías renovables no convencionales. Chile ha tenido una presencia importante en eventos como Hyvolution en París o World Hydrogen Summit & Exhibition en Países Bajos", dice.