



FOTOGRAFÍA: JAVIER SALVOY/ATON

Ignacio Fernández:
“Cada día, 150 millones de personas consumen alimentos chilenos en el mundo”

Constanza León A.

50 años cumplió ProChile y lo celebró con la campaña “Haz Negocios con el Mundo”, de cara a un nuevo paso hacia el futuro del comercio exterior. La institución es socia estratégica para miles de empresas nacionales que expanden sus negocios más allá de las fronteras. Una red global de negocios que beneficia a más de 2.700 empresas exportadoras y conecta con 5.300 importadores.

“Seguimos en nuestro rol sustancial, que es juntar la oferta nacional con la demanda internacional”, señala el director general de ProChile, Ignacio Fernández, en su oficina en el Ministerio de Relaciones Exteriores.

Abogado de la U. de Chile, máster en Política Económica Internacional de la Universidad de Sheffield, Inglaterra, tiene más de 25 años de experiencia en el área. “Hoy ProChile tiene una oficina en cada región del país, desde donde salimos a buscar ofertas chilenas para el mundo. Y tenemos 50 oficinas afuera que miran la demanda internacional. En 1974, Chile

50 años cumplió ProChile y lo celebró con la campaña “Haz Negocios con el Mundo”, de cara a avanzar un nuevo paso hacia el futuro del comercio exterior.

exportaba 2.000 millones de dólares al mundo. El 85% de eso era minería. Hoy día, exportamos US\$ 94.408 millones (2023). Es tremendo lo que se ha hecho”.

Desde enero a octubre de 2024, las exportaciones ascendieron a US\$79.962 millones, un aumento de un 0,9% respecto al año pasado. “ProChile aporta un granito de arena. En sus inicios, el rol que tenía era enseñarles a los chilenos a exportar. Hoy día, para las grandes empresas como la CMPC, el rol de ProChile es mínimo. Concha y Toro sabe mucho más que cualquiera del mercado inglés. Pero para las pymes somos muy relevantes”.

—¿El vino sigue siendo producto es-

trella fuera de Chile?

—Tenemos muchos número uno. Desde enero a octubre de este año, los vinos alcanzaron envíos por US\$ 1.349 millones, un crecimiento de +5,5% frente al mismo período de 2023. El año pasado, US\$ 43.490 millones de las exportaciones totales correspondieron a no cobre y no litio. Alimentos (sector agropecuario, pesca y acuicultura y vinos) alcanzó más de US\$ 21 mil millones; manufacturas, más de US\$ 8 mil millones; y servicios, más de US\$ 2.000 millones, lo que fue un récord. Acá destacan las tecnologías de la información (TICS), servicios financieros o de i+D, los que van a mercados como Perú, Colombia, Suiza, Reino Unido, China y EE.UU., en primer lugar. El vino se está recuperando de un momento súper complicado que pasa a nivel mundial.

—Algunos plantean la necesidad de reeducar a las nuevas generaciones en el consumo del vino.

—Hay una oferta internacional tremenda, pero es cierto también que los jóvenes ven al vino como un asunto para mayores. Estuve hace poquito en Japón hablando de esto y me decían que para

sus jóvenes el vino es muy lejano, por lo que empezaron a crear envases más entretenidos, más colores, latas, etc. El vino es un gran embajador de Chile. Al principio se destacaba la muy buena relación calidad-precio, y está muy bien, pero queremos demostrar que la calidad es tremenda y por el vino chileno también se pueden pagar precios altos como por otros competidores. En exportación, lideran Francia, Italia, España y luego Chile. Pero Chile es definitivamente el primero del nuevo mundo, que contempla Australia, Sudáfrica, Argentina.

—¿Qué sectores están potenciando ahora?

—No es tan sabido, pero en todo lo que tiene que ver con tecnologías, Chile tiene un tremendo éxito. Tecnologías relacionadas con las exportaciones más tradicionales. Poner una cereza fresca en el mercado chino tiene una tremenda tecnología, desde la semilla, el riego, el packaging, la cadena de frío. Lo mismo con las exportaciones mineras. Poner salmónes en mercados internacionales tiene una cadena de valor tremenda. Hay un tremendo potencial de empresas lidera-

Fecha: 03-12-2024
 Medio: La Segunda
 Supl.: La Segunda
 Tipo: Noticia general
 Título: "Cada día, 150 millones de personas consumen alimentos chilenos en el mundo"

Pág.: 19
 Cm2: 652,8
 VPE: \$ 1.449.779

Tiraje: 11.692
 Lectoría: 33.709
 Favorabilidad: No Definida

das por mujeres gigantes. ClimatechChile es una asociación muy potente que busca soluciones para la huella hídrica. También el FinTech, EdTech. Las exportaciones de servicios, hasta octubre 2024, crecieron un 18,0%, generando US\$ 1.973 millones. Y solo en octubre estos envíos alcanzaron US\$ 250 millones, con un alza del 21,9%.

—**Gracias al programa de softlanding GoGlobal, que impulsan ProChile y Corfo, hay 39 startups chilenas hacia la internacionalización. ¿Cómo es el trabajo con ellas?**

—No significa que estemos promocionando empresas para que se vayan, porque siempre van a tener una base en Chile, pero su crecimiento está afuera. Desde 2019 hemos ido renovando el programa que está en Europa, en Perú, Colombia, EE.UU., México y España. Apoyamos a las empresas en esta suerte de soft landing en esos mercados. Les armamos una red. Nuestras oficinas están monitoreando a 900 empresas chilenas en el mundo.

"Empresas lideradas por mujeres han ido aumentando significativamente"

Tras un año y medio desde el cierre del mercado chino a la carne de ave chilena debido a la influenza aviar —y tras diversas coordinaciones técnicas y diplomáticas—, Beijing resolvió la reapertura en octubre pasado. Entre enero de 2022 y marzo de 2023, se exportaron más de 34 mil 300 toneladas de productos avícolas, lo que posiciona a China como el tercer destino más importante. "En el periodo enero-octubre 2024 los envíos de carne de ave al mundo alcanzaron US\$358 millones, con Estados Unidos, México y Puerto Rico como los principales destinos", señala la Fernández.

—**¿De qué se trata la estrategia de internacionalización para proveedores de la minería?**

—Estas empresas van desde las que proveen uniformes hasta empresas que son capaces de detectar a través de sensores si la mina está tiritando más de la cuenta y hubiese algún peligro. A principios de año fuimos a la PDAC 2024 (Prospectors & Developers Association of Canada), la convención de exploración y minería más importante del mundo, con la ministra de Minería y nueve empresas proveedoras mineras, las nueve lideradas por mujeres. Muchas de ellas, empresas de regiones. Pero no son destacables porque son lideradas por mujeres, sino por el servicio de excelencia que proveen. Después, viajaron a Sudáfrica en una misión de empresas relacionadas con la minería.

—**¿Cuál es el mapa actual de las mujeres liderando empresas?**

—Nosotros hablamos de liderazgo femenino cuando la propietaria de la empresa es mujer, tiene una mayoría de mujeres en su directorio, la representación legal la ejerce una mujer o que la gerencia

general la lleva una mujer. El 2020 teníamos 271 empresas lideradas por mujeres; el 2021, 242; el 2023, 475 y este año, al primer semestre, ya tenemos 389. El número de empresas lideradas por mujeres ha ido aumentando significativamente cada año. Fueron 71 de estas empresas las que exportaron productos y servicios a 113 mercados, alcanzando US\$126 millones el primer semestre de este año.

—**En 2023, las agroempresas lideradas por mujeres representaron casi un 90% del valor exportado por todas las empresas lideradas por mujeres.**

—Estamos hablando de que las mujeres lideran alrededor del 15% del total de empresas usuarias de ProChile, entre enero y junio de este año. En el mundo apícola, las empresas lideradas por mujeres aumentaron el 145% frente al 34% que crecieron las otras empresas. Estamos haciendo un aporte súper significativo con el programa Mujer Exporta, y empresas de calidad en sus respectivos sectores, con las que hacemos networking y las capacitamos para salir a los mercados internacionales. La Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales está muy adelantada en incorporar en los tratados de libre comercio capítulos relacionados con género y comercio internacional; ellos abren mercados y nosotros vamos y promocionamos esos mercados.

—**En cuanto al mercado alimentario, se habla de una fama de Chile y productos saludables y nutritivos.**

—Hay cifras que nos llenan de orgullo. Cada día, 150 millones de personas consumen alimentos chilenos en el mundo. Y ojo que en Chile no es fácil exportar. Tenemos 20 millones de habitantes en un lugar geográficamente bastante complejo para llegar a los grandes centros de negocio a nivel mundial. Es bonito tener en cuenta no solo la calidad de los alimentos chilenos, sino también esta política de Estado.

—**¿Cuáles lideran el mercado?**

—Tenemos récord en exportaciones de frutas frescas. Uvas, manzanas, kiwis, para qué decir las cerezas, que van a tener otro récord: en 2023 obtuvieron US\$ 2.052 millones y desde enero a octubre 2024 US\$1.960 millones. También los frutos secos en India, mercado que queremos seguir ampliando. Ahí hay un potencial enorme, tú ves el letrero Nuts From Chile en los mercados y es un orgullo.

"La tecnología chilena, silenciosamente, se ha ido posicionando"

"El 2025 nos vamos a enfocar en el mercado asiático, India, en ASEAN (Asociación de Naciones del Sudeste Asiático) y Latinoamérica. Hay un potencial enorme también para los vinos, son 1.400 millones de habitantes. Estamos trabajando con Wines of Chile en eso. Y en el Chile Summit en India, hicimos una reunión, junto a Shoot in Chile, para promocionar al país como un lugar de destino de filmaciones, con unas 80 personas. ¡Solo uno

había visitado el país! Hoy varios de esos actores están interesados", explica Fernández.

Por otra parte, el 13 de abril de 2025 se inaugura el pabellón de Chile en la Expo Osaka, una convención internacional que se celebra cada cinco años en distintas partes del mundo. La Exposición Universal 2025 se desarrollará hasta el 13 de octubre, en 155 hectáreas, en la isla artificial de Yumeshima. "Paulina Nazal es nuestra comisionada y estamos junto al ministerio trabajando en una comisión público-privada. Tendremos varias semanas temáticas desde el deporte, la innovación, los alimentos, la astronomía. Vamos a mostrar lo mejor de nuestro país ante 30 millones de visitantes".

—**¿Y en Latinoamérica?**

—Brasil y México son socios muy importantes; Brasil es el cuarto destino de nuestras exportaciones de alimentos del mundo. Tenemos una relación muy potente y queremos seguir trabajando ahí. Estuvimos la semana de Chile en Brasil, en Sao Paulo, con el ministro de Agricultura, Fedefruta, Vinos de Chile e hicimos una actividad en Belo Horizonte, en Minas Gerais, con empresas chilenas productoras de servicios. Fueron tres asociaciones: ANESCO (Asociación Nacional de Empresas de Eficiencia Energética), MINNOVEX, que son empresas relacionadas con las exportaciones mineras; y ACESOL, que es la Asociación de Energía Solar; las tres empresas lideradas por mujeres.

—**El ranking de «The Economist Intelligence Unit» (de abril 2024) posiciona a Chile en un peor lugar que el año pasado (cae del 22 al 30), pero sigue siendo el mejor evaluado de América Latina. ¿Cómo lo ven ustedes?**

—Lo que puedo decir es que cuando uno sale, es impresionante el prestigio que Chile tiene afuera. Nos vemos como un país estable, donde las instituciones funcionan, respetuosos de la ley. Pese a los cambios políticos, se mantiene la estabilidad para hacer negocios, porque los inversionistas miran más allá del gobierno de turno. Hay mucho trabajo que hacer todavía porque Chile como plataforma es muy relevante para otros mercados.

—**¿A qué sector habría que ponerle atención?**

—Queremos impulsar la oferta no tradicional y con valor agregado, innovación, servicios, empresas con base tecnológica, oferta sostenible y para necesidades especiales. La tecnología chilena, silenciosamente, se ha ido posicionando. EdTech, FinTech, Agrotech, con energías renovables. Australia también es forestal y minero y pasó, en poco a tiempo, a exportar servicio, relacionado con las universidades, y creo que Chile está avanzando muchísimo hacia allá. Queremos impulsar un comercio exterior inclusivo, incentivando la participación de empresas lideradas por mujeres, pueblos originarios y aumentar la participación de pequeñas y medianas empresas en la actividad económica internacional.



Poner una cereza fresca en el mercado chino tiene una tremenda tecnología, desde la semilla, el riego, el packaging, la cadena de frío".



Es impresionante el prestigio que tiene Chile afuera. Nos vemos como un país estable, donde las instituciones funcionan".