

XI Macrorueda de negocios de la Alianza del Pacífico. La importancia del cara a cara para llegar a acuerdos

Recientemente en Santiago se realizó el evento donde 154 empresas participantes sostuvieron 538 reuniones de negocios, con proyecciones de negocios estimados en US\$ 55 millones

Es sabido que gran parte de la economía chilena se juega en su apertura al mundo, en las exportaciones, situación especialmente relevante en nuestra región que en la práctica dependemos de los productos de nuestra tierra, ya sean los que extraen los mineros de las montañas o lo que producen nuestros agricultores en gran parte de nuestro rico suelo.

Pero no es tan simple como tener un buen producto y listo, es necesario ver como hacer que ese producto llegue hasta los potenciales compradores a su vez que los consumidores de lugares tan disímiles como Brasil, China o Estados Unidos compren estos productos, en este sentido una gran labor es la que realiza Pro Chile, agencia estatal que tiene como misión la promoción de los productos chilenos en el extranjero. Pero tal como Chile somos un mercado pequeño, el volumen de nuestra producción no siempre alcanza a cubrir todas las necesidades de los gigantes mercados a los que exportamos, por esto hace un par de años nació la Alianza del Pacífico entre Chile, Colombia, México y Perú.

En este contexto recientemente se realizó en Santiago la XI Macrorueda de la Alianza del Pacífico donde 102 exportadores de Chile, Colombia, México y Perú tuvieron la oportunidad de mostrar sus productos a 52 importadores de países de la AP y de mercados como Norteamérica, Europa y Asia.

En la ocasión conversamos con exportadores de nuestra región, quienes se mostraron más que agradecidos por estas instancias que les han permitido insertarse en el mercado internacional, así como un importador de frutas, que



Los 102 exportadores registrados de los cuatro países participantes tuvieron la oportunidad de presentar sus productos a 52 importadores interesados.

busca la mejor calidad para ser vendida en diversos supermercados de Miami. El explicaba que lo que el consumidor estadounidense busca en la fruta chilena es su calidad, y por la misma esta dispuesto a pagar más.

También destacan la oportunidad de realizar estas reuniones cara a cara, mostrar los productos y generar las confianzas que permiten cerrar negocios. Donde Chile es reconocido no solo por la calidad de nuestra fruta sino por responder ante cualquier contingencia. Pero volviendo a la macrorueda, en un gran salón de manera paralela se realizaban decenas de reuniones de negocios, donde los importadores fueron conociendo a diversos productores y en muchos casos cerrando negocios. Así 154 empresas participantes sostuvieron 538 reuniones de negocios, con proyecciones de negocios estimados en US\$ 55 millones. Los 102 exportadores registrados de los cuatro países participantes tuvieron la oportunidad de presentar sus productos a 52 importadores interesados, abriendo así nuevas posibilidades de comercio intrarregional y también de comercio hacia otros mer-



La conversación en los pasillos, más allá de la formalidad de la reunión, son importantes.

cados de Norteamérica, Asia y Europa. Pero más allá de la formalidad de la reunión es en los pasillos, en el coffee o en el almuerzo donde muchas veces se realizan los más importantes contactos, a veces no tanto para vender un producto sino para el intercambio de experiencias y porque no ayudas que entre emprendedores se pueden prestar. Por eso la importancia de la presencialidad de este tipo de reuniones que al final dejan mucho más que lo que podría ser un frío contacto por zoom o un catálogo on line.

El director general de ProChile, Ignacio

Fernández -cuya institución lidera el Grupo Técnico de Agencias de Promoción de la AP- junto con la subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales, Claudia Sanhueza, encabezaron la delegación chilena.

Ignacio Fernández, director general de ProChile destacó que "los resultados de esta Macrorueda de Negocios de la Alianza del Pacífico demuestran que este tipo de plataformas son importantes para las empresas exportadoras del bloque y, en especial, para las Pymes. Este año vimos un notable interés de parte de

continúa

En Santiago se realizó la XI Macrorueda de Negocios de la Alianza del Pacífico



Fecha: 16-07-2024
Medio: El Rancagüino
Supl. : El Rancagüino
Tipo: Noticia general

Pág. : 13
Cm2: 270,3

Tiraje: 5.000
Lectoría: 15.000
Favorabilidad: No Definida

Título: **XI Macrorueda de negocios de la Alianza del Pacífico. La importancia del cara a cara para llegar a acuerdos**



compradores internacionales en búsqueda de productos innovadores y sostenibles, lo que refleja las tendencias actuales del mercado global, y donde Chile y los otros países de la AP tienen una oferta de alto valor agregado que se puede internacionalizar gracias al comercio intrarregional e internacional".

La participación de PromPerú, ProColombia y la Secretaría de Economía de México fue crucial para el éxito de la macrorueda y para el cumplimiento de los objetivos que este año se propuso la Alianza del Pacífico, los cuales se enfocan en apoyar el aumento de la productividad, la sostenibilidad y la inclusividad de esos países, como también incorporar a micro, pequeñas y medianas empresas al comercio intrarregional y también internacional.

LO QUE SE VIENE

El Grupo de Agencias de Promoción Alianza del Pacífico continuará con sus actividades este 2024, amparados en la presidencia Pro Tempore de Chile del bloque.

En noviembre se realizará la XI versión del Foro de Emprendimiento e Innovación de la Alianza del Pacífico LAB4+, el cual se realizará entre el 21 y 23 de noviembre junto a EtM Day, donde se buscará potenciar el impacto de esta iniciativa y lograr que la vinculación con el ecosistema de emprendimiento e innovación sea parte del ADN de las empresas, contribuyendo a generar un cambio cultural en los países de la Alianza. La actividad se realizará en Santiago de Chile y espera congregarse a más de un centenar de empresas de la AP, buscando potenciar el impacto de este bloque regional a través de observadores europeos interesados en la oferta de servicios e innovaciones tecnológicas de las empresas. 

