

Exportación de servicios: las caras detrás de las cifras récord

Los envíos de servicios han registrado nuevas marcas en los últimos años. De hecho, de acuerdo a las cifras de la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales, entre enero y agosto de este año las exportaciones de servicios acumularon US\$ 1.807 millones, lo que significa un alza de 26% respecto al mismo período de 2023. Además, se contabilizaron 188 diferentes tipos de prestaciones de servicios, de las cuales 120 han tenido incrementos en sus ventas en comparación al año anterior.

Entre las categorías que destacan de este tipo de exportación están los hosting para sitios web y correos electrónicos; soporte logístico inbound y outbound; diseño y desarrollo de aplicaciones y diseño de software original. Aquí tres casos de exportadores que han apostado por la internacionalización de servicios, de la mano de ProChile, y que han visto crecer su presencia en mercados externos.

POR AMANDA SANTILLÁN R.

Dhemax: expansión en buses eléctricos de América Latina

En 2022 la empresa Dhemax, dedicada a los servicios de sistema de gestión de carga (CMS, por su sigla en inglés) para terminales y redes de vehículos eléctricos, inició su proceso de internacionalización.

Para salir al exterior tras su experiencia en Chile -actualmente gestionan más del 60% de la flota de autobuses eléctricos del transporte público-, complementaron el servicio con la instalación y mantenimiento de la infraestructura de carga a través de alianzas con socios locales, agregando valor en términos de continuidad operacional.

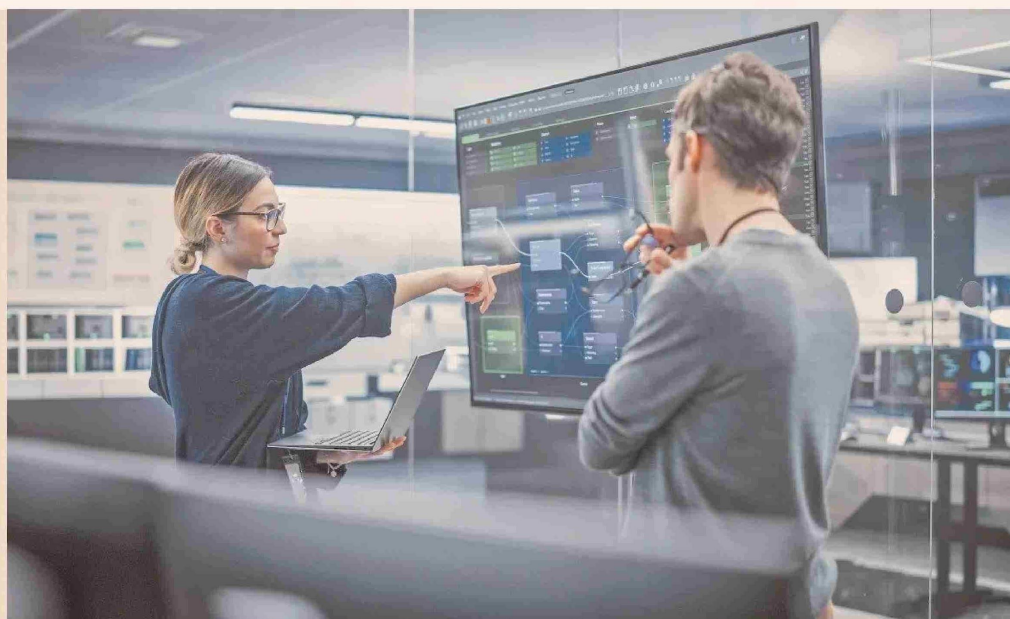
En la actualidad Dhemax está presente en Colombia, Panamá y Uruguay. Desde 2023 han aumentado en 423% sus ventas. Actualmente alcanzan a 1.700 vehículos eléctricos y a más de 700 puntos de carga.

El chief commercial officer (CCO) de la empresa, Felipe Zegers, explica que la experiencia en Chile, que tiene la flota de autobuses eléctricos más grande fuera de China, ha sido un gran activo para abrirse en la región.

Comenta que la trayectoria en la exportación del CMS de terminales y redes ha sido muy exitosa.

"Sin embargo, en Europa hemos enfrentado más competencia debido a la presencia de empresas locales ya establecidas. A pesar de esto, el tamaño de la flota eléctrica que gestionamos en Chile y las funcionalidades avanzadas de nuestro CMS nos han permitido superar estas barreras de entrada y destacar como un actor relevante en estos mercados".

Para 2025 proyecta expandir el negocio a México y consolidarse en España y Portugal.



Rocketbot: facilidad para promover e implementar un software en otros países

Rocketbot inició su negocio en 2019 con ventas que iban de la mano entre Chile y Colombia. Se trata de una plataforma de automatización robótica de proceso (RPA, por su sigla en inglés), que desarrolla y ejecuta bots para automatizar procesos de negocios, enfocada en la transformación digital.

En la actualidad venden a 20 países, incluyendo a varios de Latinoamérica y Centroamérica, cuenta su CEO, Juan Jorge Herrera. En Europa se encuentran en España y han llegado a mercados más lejanos como India y Emiratos Árabes.

Sin embargo, afirma que ha sido difícil llegar a naciones como Brasil y Estados Unidos.

"Si en los otros ha sido culturalmente un poco más fácil entrar, EEUU ha sido más complicado por el tema de que tal vez hay que cambiar muchas veces productos, modelos y sobre todo, un tema de recursos que es muy grande y muy necesario para poder abarcar el mercado", señala. Actualmente, tienen cerca de 500 clientes y han realizado más de 5 mil procesos de automatización. Además, han participado en misiones comerciales de ProChile y de Start-Up Chile de Corfo.

"Esto es software como servicio, entonces es un poco más fácil intentar promoverlo, y más que promoverlo, implementarlo afuera. Y eso hace que sea un poco más fácil, porque si no, mover un producto siempre va a ser más difícil", explica.

TuClase: apostando por la IA para la planificación de clases y tareas

En 2012 TuClase hizo su primera venta, que fue en Uruguay y no en Chile. Desde entonces, la empresa dedicada a la creación de programas innovadores de desarrollo profesional de profesores y directivos escolares escaló a otros países de la región.

Actualmente venden a Argentina, Uruguay, Brasil, Venezuela, Colombia, Ecuador, Perú, Panamá, Costa Rica y República Dominicana. La expansión ha sido tanto en escuelas como para gobiernos. "Tiene que ver con que el sistema, como trabajamos con el sistema educativo, creo que tiene bastante en común. Tenemos el mismo idioma, tenemos problemas parecidos", cuenta el director ejecutivo de la empresa, Eugenio Severin.

Si bien el mayor porcentaje de ventas siempre fue en Chile, cerca del 40% correspondía a la exportación. Sin embargo, con la pandemia y el cierre de los centros educativos a nivel internacional, que pausaron proyectos, estas descendieron a 12%. "Es decir, todavía hay un espacio que estamos trabajando para hacer crecer en los próximos meses", explica.

Por lo mismo, TuClase decidió apostar y desarrollar UmIA, una herramienta de inteligencia artificial generativa para la planificación de clases y tareas, enfocada en los profesores. Actualmente están en el ciclo de venta con los países. "Sabemos que es la única plataforma de inteligencia artificial para educación de estas características que está creada desde América Latina, entonces ha despertado el interés", dice Saverin.