



ProChile implementa diversas medidas para apoyar a los exportadores chilenos

La entidad encargada de la promoción y de incentivar el comercio exterior ha centrado su apoyo en los pequeños y medianos empresarios, trabajando también con las asociaciones de exportadores más importantes del país.

ProChile, la agencia de promoción de exportaciones, entidad perteneciente al Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile, ha desarrollado e implementado una serie de medidas para seguir incentivando el comercio exterior, pese a la crisis sanitaria global vigente.

En Chile, la actividad económica internacional representa el 56% del PIB del país, por lo que es relevante seguir cumpliendo con los compromisos internacionales, manteniendo además la imagen de proveedor confiable que Chile ha cultivado gracias a su apertura económica y la responsabilidad de sus empresarios.

A la fecha, ProChile ya ha comunicado dos paquetes de medidas concretas para seguir empujando las exportaciones, enfocadas especialmente en apoyar a las pequeñas y medianas empresas exportadoras (Pymex), que generan 76 mil empleos directos.

“Estamos buscando alternativas para las empresas exportadoras para no parar con la promoción internacional ni con el comercio bilateral. El resultado de este trabajo se traduce en la reestructuración de la planificación de nuestro presupuesto, bajo un paquete de medidas de inmediata implementación, marzo – junio 2020, y medidas para implementar entre julio-diciembre de este año. Para el segundo semestre estamos redefiniendo nuestra agenda, con un fuerte foco en el Marketing Digital en mercados con cultura B2C, y en el uso de plataformas digitales para seguir con las reuniones y misiones comerciales”, señaló O’Ryan.

En ejecución

En el corto plazo, la gestión ha estado enfocada en levantamiento de información a través de la red de 56 Oficinas Comerciales que ProChile tiene en 45 mercados, para apoyar la toma de decisiones de las empresas y guiarlas hacia las oportunidades que se presentan en estos destinos, y una consultoría a las Pymex, donde se les acompaña en forma personalizada para buscar nuevos mercados y clientes para sus bienes y servicios.

En el contexto actual, marcado por la restricción de desplazamiento a nivel global, se está potenciando el uso de herramientas virtuales para incentivar el eCommerce transfronterizo.

Dentro de este grupo de medidas están la implementación de ruedas de negocios online o e-Ruedas, Misiones Comerciales Virtuales (MCV); potenciamiento de la plataforma de Marketplace de ProChile, ChileB2B, con un e-News específico para las empresas pertenecientes y un e-Promo, para que importadores aumenten el uso de la plataforma.

Parte de estas actividades concretas es la próxima rueda de negocios virtual que se realizará entre el 27 de abril y el 28 de mayo. En éstas participarán exportadores chilenos de fruta fresca, congelada, frutos secos y deshidratados, productos del mar, vino, productos gourmet, y servicios Fintech y mineros interesados en llevar su oferta a los mercados de Asia.

Estos exportadores nacionales sostendrán reuniones con al menos 40 importadores de Japón, China (Beijing, Shanghái y Hong Kong), Taiwán, Corea del Sur, Malasia, Tailandia, India, Indonesia, Vietnam y Australia, países donde ProChile cuenta con Oficinas Comerciales.

Los participantes de esta rueda de negocios virtual son empresas registradas en la plataforma de Marketplace ChileB2B, todas verificadas por los ejecutivos de ProChile. “Hace un tiempo veníamos trabajando, a través de nuestra plataforma Chile B2B, en alternativas para apoyar a Pymes que por distintas razones no podían viajar al extranjero a hacer negocios. Ahora, y considerando la situación que se vive a nivel mundial, esta rueda de negocios virtual se posiciona como una herramienta vital para que las Pymes sigan saliendo al mundo”, agregó Jorge O’Ryan.

En términos de promoción se realizará una campaña de marketing digital en canales B2B y B2C de China, centrada en el posicionamiento de productos nacionales, con apoyo de Vinos de Chile, Asoex, Chilenuts y Ciruelas de Chile; y, se reforzará el e-CLASS, como forma de capacitación on-line. A esto se suma el pronto lanzamiento de una campaña de marketing a nivel internacional para reforzar la presencia de Chile y su oferta en mercados estratégicos, comunicando los compromisos de los empresarios con la cadena de abastecimiento internacional.

Adicionalmente, las Oficinas Comerciales de ProChile han facilitado de manera constante la gestión de documentos requeridos por distintas empresas para llegar a los mercados y han realizado gestiones en distintos mercados para poder digitalizar los documentos necesarios para el desaduanamiento en destino.

Segundo semestre

Con la mirada en la segunda parte del año, el director general de la institución explicó que ProChile está “trabajando activamente en la redefinición de nuestra agenda de promoción

internacional y comercial, destinando recursos humanos y financieros adicionales, y recalendarizando muchas actividades. La estrategia es focalizarnos en actividades de alto impacto con una mirada estratégica respecto de la coyuntura actual, comenzando un trabajo con nuestros principales socios comerciales, en la medida que se den señales de recuperación”.

Además, ProChile, actuando como articulador de la cadena exportadora nacional, ha liderado la realización de mesas de trabajo público y privadas y técnicas, reuniendo a otros servicios públicos y ministerio para poder rápidamente destrabar cualquier obstáculo al comercio exterior que sea detectado por los gremios y empresas exportadores del país. Instancia que se ha replicado en todas las regiones del país a través de las Mesas de Comercio Exterior, donde además de los directores regionales de ProChile participan representantes del gobierno regional, empresarios, y servicios públicos relacionados al comercio exterior.

Internacionalizar la innovación

“En la contingencia actual, es muy importante seguir demostrando el talento humano y la resiliencia de nuestro país. Desde ProChile hemos desarrollado nuevas plataformas y alianzas estratégicas para apoyar especialmente la internacionalización de servicios y tecnología. En Chile hay desarrollo e innovación que pueden contribuir a solucionar problemáticas globales y queremos conectarlas con el mundo”, explicó Jorge O’Ryan, director general de ProChile.

Es así como ProChile lanzó la iniciativa “Chile – México, Investor Pitch Sessions”, con el objetivo de apoyar scaleups chilenas en uno de sus principales desafíos a la hora de expandirse, que es el levantamiento de capital. Para eso, la Oficina Comercial de ProChile en México suscribió alianzas estratégicas con dos conocidos fondos de inversión y Venture Capital mexicanos: BlackShiip y Angel Ventures.

La iniciativa está dirigida a empresas de HealthTech, Edutech y scaleups lideradas por mujeres. El 14 de abril fue el turno de la presentación de los emprendedores del área HealthTech ante los inversionistas del Fondo BlackShiip, el 24 de abril será para Edutech ante el mismo fondo, y el 30 de abril para las empresas lideradas por mujeres con soluciones para el COVID-19, Fintech, Agrotech, Retail y con miras de expansión en Corea del Sur, ante el Fondo Angel Ventures.

Además, el 27 de abril y el 12 de mayo se realizarán los webinar conjuntos entre ProChile y Base Miami, para asesorar a los emprendedores chilenos sobre cómo abordar el mercado estadounidense. Base Miami es una institución que ayuda a las empresas con visión de futuro de todo el mundo en su expansión en el mercado, conectando el talento con la innovación y el ecosistema local.