

**PASANTÍA A DISTINTAS ENTIDADES PUBLICAS Y PRIVADAS DE CHILE**  
**RELACIONADAS AL COMERCIO EXTERIOR**

**Días 09 al 13 de agosto 2004**

El presente informe es el resultado de las visitas que realizara la Misión Prospectiva de funcionarios de MINCETUR (Joan Barrena, Franz Baumann y Jovanka Soko) y de PROMPEX (David Eder y Giovanni Huanqui) a Chile con la finalidad de conocer las experiencias alcanzadas en materia de promoción de exportaciones por parte de sus organismos competentes. Como bien sabemos Chile, ha venido trabajando en un proceso evolutivo de reformas que han permitido desde hace 30 años ir mejorando sus exportaciones. De acuerdo a proyecciones realizadas por PROCHILE, las exportaciones de ese país para este año alcanzarían los US\$ 30,000 millones, sustentadas no solamente de las exportaciones tradicionales sino también de aquellas que cuentan con un mayor valor agregado.

En el año 1975, Chile exportaba a 60 mercados del mundo, colocando 600 productos con 200 empresas exportadoras, en el año 2003 estas cifras han sido ampliamente superadas, manejando 165 mercados y exportándoles 3,854 productos por 6,435 empresas. Estas altas cifras de crecimiento revelan la relevancia de utilizar a Chile como referente, así como estudiar las reformas y acciones adoptadas en la promoción de exportaciones y en políticas de desarrollo.

**A) PROCHILE**

Sr. Hugo Lavados / Director

Durante el primer día, se produjo una reunión introductoria en PROCHILE, en la cual se explicaron los objetivos de la Misión y se conoció de manera general el funcionamiento de dicha institución. A la reunión asistieron diversas personalidades, entre ellas, el representante del BID de ese país, el Consejero Comercial del Perú, el nuevo agregado comercial de Chile en Perú, gerentes y directores de PROCHILE.

**Políticas de Fomento de Exportaciones**

Sr. Cristian Maturana / Agregado Comercial de Prochile en Perú

La Dirección de Promoción de Exportaciones - PROCHILE - depende de la Dirección de Relaciones Económicas Internacionales del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. Esta fue creada el 13 de noviembre de 1974, mediante el decreto ley N° 740 con la finalidad de contar con una institución de apoyo a la política de diversificación y expansión de los envíos al exterior.

PROCHILE tiene como misión promover el aumento de las exportaciones, velando por el incremento del valor de los productos, el aumento en el número de empresas exportadoras y la diversificación de los mercados de destino. Para ello, trabajan en 3 líneas de acción:

a) **Ampliación de la base exportadora nacional**, incorporando nuevas empresas al proceso exportador.

- b) **Consolidación de la base exportadora**, que permite a los empresarios exportadores enfrentar problemas de competitividad
- c) **Desarrollo de nuevos negocios**, donde las empresas son apoyadas en su proceso de internacionalización

El modelo económico chileno se basa en el modelo exportador y tomó mucho esfuerzo por parte de las entidades chilenas, para que los ciudadanos y empresarios optaran por esta nueva orientación. Al inicio, PROCHILE tuvo que reunirse con los empresarios y enseñarles que existía un mundo al exterior de Chile, se les tomó de la mano en busca de mercados al exterior. Luego poco a poco, se entendió que el crecimiento del país tenía que venir de la mano con la colocación de productos chilenos en los países del extranjero, esta tendencia, junto con la búsqueda de nuevos mercados a través de los tratados de libre comercio y acuerdos comerciales con otras naciones han llevado al desarrollo a la economía chilena, no sin antes pasar por una etapa de gran trabajo para lograr esta transición. Estas reformas de pro liberalización de mercados y apuntando al extranjero se iniciaron entre 1974 y 1979.

PROCHILE hoy se basa en una alianza con el sector privado, siendo concientes de que no se puede promover las exportaciones sin tener el apoyo ni el respaldo del sector privado. Se tiene definido el rol del Estado chileno que es simplemente el de dar y garantizar las condiciones necesarias para que las empresas puedan exportar.

Esta entidad cuenta con 51 oficinas comerciales a nivel mundial. Dichas oficinas tienen como una de sus principales funciones el identificar las oportunidades del mercado, consiguiendo información in situ sumamente relevante para el desarrollo y la ampliación de la oferta exportable chilena. Asimismo, PROCHILE, cuenta con oficinas en todas las regiones del país. Desde ellas detectan la oferta exportable, agrupan y asocian a empresarios y/o productores y posteriormente los ayudan a elaborar Planes de Promoción. Luego de estos pasos previos se busca llegar a la elaboración de estrategias de comercialización.

PROCHILE cuenta con un presupuesto anual de US\$ 20 millones, que le permite brindar los siguientes servicios:

- a) **Información especializada:** Información sistematizada y actualizada de mercados y oportunidades comerciales;
- b) **Organización y apoyo logístico:** De proyectos y actividades de promoción de exportaciones;
- c) **Asesoría técnica:** En materia de comercio exterior por especialistas de productos y mercados; y,
- d) **Apoyo financiero a actividades de promoción de exportaciones:** Cofinanciamiento a través de concurso público abierto

Asimismo, cuentan con el **CyberExport**, que consiste en cabinas que brindan información a empresarios exportadores o potenciales exportadores, esto es gratuito y además cuentan con 4 portales: **Prochile.cl**; **Chileinfo.com**; **Chiletrip.cl**; **Chilecine.cl**, donde brindan toda la información necesaria para el exportador chileno, inclusive se pueden realizar a través de dichos portales, los trámites aduaneros y los certificados de origen.

## **Prochile en Regiones**

Srta. Grani Matic / Gerente de Desarrollo Regional

En esta reunión se recibió información sumamente relevante acerca del proceso de descentralización en Chile, y el rol de las regiones en el proceso exportador. Ellas cuentan con una participación importante en las exportaciones ya que el 87% de las exportaciones provienen de ellas.

PROCHILE, cuenta con oficinas descentralizadas en todas las regiones. En Antofagasta, cuentan con dos oficinas (Iquique y Arica); ya que la región es sumamente extensa. En total se tienen trece oficinas (en las 12 regiones sin contar la metropolitana). En promedio cada oficina cuenta con cuatro personas, de las cuales tres son profesionales y una secretaria. Dichos profesionales cuentan con especialidades de diferentes sectores con la finalidad de que sean asesores comerciales capaces de resolver todo tipo de consulta. Asimismo, se quiere que el personal sea capaz de visualizar las posibilidades reales de la empresa regional para la exportación. La asesoría comercial no solamente atiende los requerimientos de los empresarios y da respuesta a sus consultas, sino además tienen la iniciativa de buscar oportunidades y posibilidades en las distintas regiones. Asimismo, una de las claves en el desarrollo a nivel nacional y regional, es la focalización en productos o cadenas. En suma, las oficinas regionales organizan la oferta exportable regional, detectan nuevas oportunidades de negocios y promueven las exportaciones de productos y servicios de la región.

Para facilitar la atención a los distintos empresarios de las regiones, se cuentan con diversos mecanismos:

- Un call center conformado por seis personas.
- Equipos para video conferencias, que les permite a bajo costo conocer de otras experiencias y tomar contacto con representantes de diferentes mercados
- Disponen y administran el CRM, que es un sistema de administración de clientes, donde encontramos el historial de las empresas atendidas y permite fácilmente conocer la oferta exportable regional y sus niveles de exportación. (en el que cada funcionario debe ingresar información de las empresas a las que atiende), entre otros.

## **Promoción Comercial**

Sr. Marcelo Salas / Subdirector de Promoción Comercial

PROCHILE cuenta con una amplia gama de redes de información que el ciudadano chileno puede acceder desde las páginas web de esta entidad, transfiriéndoles la tecnología de la información al sector privado.

PROCHILE cuenta con las principales páginas de información para exportación y están alojadas en su página, de este modo el interesado no necesita navegar sobre la base de tantas posibilidades, sino lo hace de una forma mucho más focalizada. Cuentan con 1600 links gratuitos de 122 países y además cuenta con información selecta proveniente de páginas pagadas especializadas como World Trade Atlas (cuyo costo por país asciende a US\$ 2,500) en la cual se encuentra información acerca de la exportación e importación de todos los países del mundo. Esta información solo está al alcance de empresas chilenas sin costo alguno, exigiendo como único requisito el que registren a su empresa.

Asimismo, aparte de la información electrónica, cuentan con un call center para que el exportador que no sabe como realizar una exportación puede llamar y pedir asistencia. Es ahí donde se califica al interesado y se determina si es que se trata de una empresa competitiva con potencial exportador. Si es así, se deriva a la empresa a un product manager (si se quiere hacer una comparación con una entidad financiera vendría a ser un funcionario de negocios) y ellos acompañan a la empresa en su camino. Si es que la empresa no califica como "lista para exportar" se le deriva a otras instituciones como la CORFO que tienen como objetivo mejorar el nivel de competitividad de una empresa para que puedan iniciarse en la exportación, luego de haber ganado la competitividad requerida, esta empresa ya podría acceder a tener un product manager. Sólo brindan asesoría presencial cuando se trata de una empresa que está lista para exportar.

Cada año para definir en que productos centraran sus esfuerzos los Product Manager elaboran una lista de las partidas más consultadas, las cuales a su vez son concertadas con las agregaduras comerciales de Chile en el mundo.

### **Promoción de Exportaciones de Servicios**

Srta. Regina Rodríguez /Jefe Departamento de Servicios

PROCHILE se sitúa al final de la cadena de los segmentos de servicios priorizados, es decir la promoción de exportaciones. Existe una delimitación en lo referente a mejorar la competitividad (formación de la oferta exportable y gestión empresarial) que está a cargo de organizaciones públicas y privadas. El apoyo que brinda PROCHILE se circunscribe en a) información comercial, b) diseño de programas de exportaciones cofinanciados (ferias, misiones, materiales de promoción, marketing, otros), c) Información sobre oportunidades desde los mercados y d) Organización y apoyo en los mercados a través de las Oficinas Comerciales (de las 51 oficinas en el exterior, 16 se encuentran en Europa y 3 EEUU).

Los sectores de servicios que han priorizado, son a aquellos que han podido identificar por existir un know how:

- **Ingeniería de Consultoría:** Servicios de ingeniería de proyectos (estudios de factibilidad, minería, infraestructura, energía, hidráulica sanitaria, transportes, industrias, puertos, en obras portuarias e ingeniería marítima, medioambiente e ingeniería sismorresistente) y Servicios de Ingeniería de Gestión (dirección integral de proyectos, planificación sectorial, organización y administración, estudios de mercados, etc);
- **Servicios de Construcción:** Desarrollos inmobiliarios y construcción de edificación habitacional y no habitacional, construcción de proyectos, obras civiles, otros;
- **Servicios Universitarios:** área de educación formal, área de investigación y área de extensión, área de gestión universitaria;
- **Servicios profesionales prestados a las empresas;**
- **Otros servicios:** servicios medioambientales, servicios financieros, servicios de salud, servicios de transportes, portuarios y logísticos, servicios de distribución;
- **Servicios de tecnología de información y comunicaciones y servicios relacionados con la industria electrónica;** y,
- **Servicios de las Industrias Culturales**

Mediante ley No. 18.768 (D:O: 29.12.88) se dispone que Aduanas es el ente que actúa en diversas áreas relacionadas a las exportaciones de servicios, por lo que para realizar su exportación debe estar previamente autorizada por la Aduana, quien ha creado una partida arancelaria: 0025.0000, mediante la cual se registran todas las exportaciones de servicios de manera agregada.

## **B) FUNDACIÓN CHILE**

Sr. Gonzalo Jordán / Gerente de Agroindustria

La Fundación Chile se creó a raíz de un joint venture entre el Gobierno de Chile y la ITT Corporation de Estados Unidos en 1976. La ITT fue la empresa de telecomunicaciones más importante hasta su expropiación en los 70's. Luego de la estatización, los agraviados reclamaron sus derechos y el Gobierno de Chile les propuso como retribución la creación de la Fundación Chile. Desde ese momento la institución ha cumplido un importante papel en el desarrollo tecnológico del país, incorporando numerosas nuevas tecnologías a sus sectores productivos y de servicios.

Su misión es contribuir a la innovación en los mercados de bienes y servicios, y a la transferencia de tecnología de alto impacto con el fin de aumentar la competitividad de los recursos humanos y productivos de las industrias chilenas.

Es importante mencionar que el Directorio de la fundación está compuesto por 12 personas de las cuales el gobierno e ITT nombran a 6 representantes cada uno (lo que los exime de presión política), los cuales en su mayoría son empresarios con la excepción del vicepresidente de CORFO y el Presidente del Colegio de Ingenieros.

A través de la investigación aplicada y la gestión de la tecnología, la Fundación Chile innova en productos y procesos en las áreas de:

- Agroindustria
- Bosques, Industria y Turismo Sustentables
- Capital Humano y Tecnologías de Información
- Medio Ambiente y Metrología Química
- Recursos Marinos

De la misma manera incuban y desarrollan nuevos negocios tecnológicos en sus áreas de especialización. Fundación se asocia con algún inversionista privado que tenga por lo menos dos de las siguientes características: mercado, tecnología y capital y que tenga un proyecto en mano. Luego Fundación investiga para la generación de nuevas tecnologías e innovaciones en el sector del proyecto, postulando a recursos públicos (CORFO – capital semilla) para su financiamiento. Luego de creada la empresa, y cuando ésta ya está encaminada, la venden al sector privado (teniendo prioridad en su compra el inversionista inicial). Fundación Chile es un modo de acceso y vincula a las universidades y los centros de investigación de Chile, con el fin de crear empresas y proyectos innovadores. El caso más exitoso es el de los Salmones, empresa en la cual invirtieron US\$ 4 millones a inicios de los 80 y hacia el final de la década la vendieron en US\$ 16 millones. Esta modalidad de acción los ha llevado a la creación de más de 60 empresas en distintos sectores.

Es importante señalar que Fundación Chile se encuentra trabajando sobre la base del concepto de trazabilidad (conocer el historial de un producto desde que se cultiva hasta la

mesa del consumidor final); es decir, contemplan la importancia de la información del producto al momento de venderlo. Por ejemplo, si es que se venden manzanas, se da la información de que la cadena de frío no se ha roto en ningún momento de la operación de traslado de mercadería hasta el destino final, asimismo, se brinda la información acerca de la óptima calidad de los productos con las características que desea el consumidor.

Es primordial efectuar investigación de mercados, por ejemplo se encontró que en Francia el 30% de los hogares son unipersonales y otro 30% bipersonales, por lo tanto estas personas quieren comprar productos en donde la cantidad de alimento sea la adecuada. A raíz de este fenómeno, los chilenos empezaron a vender empaques de salmón a ese país en raciones para 1-2 personas. Otro ejemplo es el del licopeno, este gran antioxidante se extrae del tomate, y actualmente se están desarrollando productos alimenticios enriquecidos de licopeno para acaparar nuevos mercados con productos de valor agregado.

Una frase importante que salió de esta reunión es la siguiente: *“La rueda no hay que inventarla; ya existe; sólo hay que encontrarla”*. Este comentario surgió a raíz de sus iniciativas, el personal de Fundación Chile, esta constantemente buscando negocios y analizando la tecnología utilizada en distintas empresas a lo largo del mundo. Ellos están muy atentos en los cambios de tecnología que ocurren, yendo a ferias y misiones empresariales para poder adecuar esa tecnología, ya existente, en empresas chilenas.

### **Bosques, Industria y Turismo Sustentables**

Sr. Ramón del Pino / Director del Programa

Su misión es desarrollar innovación de productos y servicios sustentables derivados del bosque y del turismo de naturaleza, mediante gestión y transferencia tecnológica de alto impacto. Esta actividad está orientada a fortalecer la relación entre la institución, la industria nacional y el mercado.

Actualmente, dentro de las actividades realizadas en este sector se encuentra el desarrollo del estándar de certificación forestal, Certfor, certificación desarrollada en la fundación y homologada por un sello europeo (PAN EUROPEAN). Asimismo, han desarrollado un sistema de construcción en madera.

### **Programa de Productos Forestales no Madereros**

Carlos Kahler / Jefe de Proyectos

Los productos no maderables son los de origen biológico distinto a la madera, derivados de los bosques y de otras tierras arboladas.

Cuentan con especies que sólo crecen en Chile (endémicas) las cuales constituyen el 44% de las especies que poseen. Y han desarrollado usos para especies como el bambú que antes era considerado una plaga.

Asimismo, han desarrollado una carrera de mueblería y cestería.

## Tecnologías de la Información

Han desarrollado un Software para facilitar los trámites documentarios del Estado que permita conocer el estado de una solicitud.

## C) CORFO

Roberto Hempel / Gerente de Intermediación Financiera

La Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), creada en 1939, es el organismo del Estado chileno encargado de promover el desarrollo productivo nacional.

Las siguientes son las principales características de esta institución:

- ❑ Banca de segundo piso.
- ❑ Hasta fines de los 80 fue banca de primer piso
- ❑ Brindan Financiamiento de Largo Plazo para inversiones
- ❑ Brindan Financiamiento a las Exportaciones.
  - Línea de Crédito:
    - Financiamiento de Bienes de Capital: En un principio fue una línea con fondos BID. Es utilizada para la compra de bienes durables chilenos (mínimo 40% componente nacional). Funcionó en tanto la tasa de interés del país del importador era más alta que la vigente en Chile. (Banco de Crédito del Perú y COFIDE).
  - Línea de Capital de Trabajo
    - Financiamiento de garantías de hasta el 40% orientadas a empresarios cuyas exportaciones anuales superiores a los US\$ 10 millones destinados a créditos Pre y Post Embarques.

Juan Carlos Gutiérrez / Gerente de Fomento

CORFO trabaja principalmente entres grandes líneas a saber:

### **1.- Apoyo a la Innovación:**

- **FONTEC:** Fondo de Apoyo a la Empresa hasta por el 50%. Banca de primer piso. Cuentan con fondos anuales de US\$ 10 millones provistos por hacienda. El apoyo tiene un techo de US\$ 250 mil y son créditos no reembolsables. A la fecha cuentan con 2000 proyectos en cartera.
- **FDI:** Fondo de Desarrollo de Innovación, apoyo a proyectos de investigación pre competitiva y de interés público. Manejan recursos por US\$ 12 millones anuales, se trata de crédito no reembolsable. La contrapartida exigida al empresario es a través de un aporte valorado (instalaciones, sueldos, etc). Son fondos concursables.
  - Vacunas para salmones
  - Semillas Forestales
  - Portal Chile Compra
  - Homologación de Normas Técnicas

### **2.- Atracción de Inversiones:**

- Programa **Todo Chile**, el cual consiste en la atracción de inversiones hacia las regiones y abarca:

- Estudios de Prefactibilidad
- Misiones de Empresarios a Chile
- Inversiones en **Alta Tecnología**, durante los últimos años Chile se ha dedicado a brindar condiciones atractivas para que empresas tecnológicas se instalen en su país, logrando a la fecha que el Back Office de Citibank y el Call Center del Santander para todo Latinoamérica tengan por cede a Chile. Actualmente están avocados a la construcción de un Edificio tecnológico en Valparaíso.
- En el caso que regiones se encuentren en cierta desventaja, se genera un subsidio a la inversión.

**3.- Fomento:** Es un fondo de US\$ 10 millones destinado a la mediana y pequeña empresa cuyas ventas netas estén comprendidas entre los US\$ 70 mil y los US\$ 2 millones (universo de 100,000 empresas). Principalmente vinculado a calidad y productividad. Crédito no reembolsable.

- Programa de estímulo para incorporar **Asistencia Técnica** a la empresa (focalizado a temas necesarios, orientados a una norma).
  - Contratación de consultores para alcanzar una norma técnica (ISO 9000 y HASCAAP), lo cual les brindará la posibilidad de ingresar a un mercado y ganar prestigio.
  - Financiamiento de la **Certificación**, por ejemplo han creado una norma para la pymes que garanticen un estándar. Actualmente se encuentran en conversaciones con los bancos para que introduzcan dicho estándar entre sus requisitos.
- Proyectos Asociativos
 

PROFO: un determinado número de empresas del mismo rubro que se juntan para un fin común (economías de escala) hasta por 4 años, por ejemplo para compra de abono, productoras de cine para negociar la distribución de sus películas, etc. Cuentan con 500 proyectos en cartera.

Programa de Desarrollo de Proveedores: Programa a través del cual introducen al demandante, trabajan en temas como asistencia técnica y capacitación. Por ejemplo una empresa que produce pasta de tomate que para homogenizar la calidad de los productores les brinda asistencia técnica con recursos del fondo.
- Programa Territorial Integral (Clusters): Cuentan con 15 proyectos en cartera entre los cuales destacan los de Salmones, Vino y Turismo; el programa ha sido implementado hace dos años.

#### **D) ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES DE CHILE**

Miguel Canal-Echevarría / Gerente General

Esta asociación privada sólo agrupa a los exportadores de frutas y hortalizas frescas. Cuentan con 250 socios, los cuales representan el 90% de las exportaciones de fruta del país. Entre sus socios se encuentran empresas trasnacionales que se han afincado en Chile, como: Chiquita, Del Valle, Monte y Dole. Sus socios poseen el 50% de la superficie plantada en Chile.

Aplican una integración vertical ya que cada vez más, los productores se vuelven exportadores y viceversa. Buena parte de sus socios nacen como un grupo de productores que se juntaron para exportar. Entre las ventajas con las que cuenta el

sector, destaca la libertad para exportar, la cual ha sufrido muchas tentaciones de ser regulada en temas como etiquetado entre otros pero dichas iniciativas no se llegaron a concretar. También destacan la competencia que impera en el sector.

La asociación aborda los temas comunes a sus socios, como son:

- 1) Promoción: Promoción de la fruta chilena en el exterior
  - Más de 15 años en USA.
  - Aproximadamente 10 años en Europa
  - Aproximadamente 7 años en Japón y Corea
  - Cerca de 3 años en México y Colombia
- 2) Apertura de Mercados: Estrecha relación con el Estado en los temas de negociación. Ellos realizan los estudios necesarios para que éstos puedan ser utilizados por el Estado Chileno en las negociaciones comerciales (por ejemplo, el estudio realizado para sustentar en ingreso de productos cítricos a Estados Unidos). El financiamiento para estas actividades lo pueden conseguir a raíz de los fondos consursables de la CORFO.

Las siguientes son características importantes de esta institución de carácter privado:

- Si bien como asociación no brindan servicio de capacitación para sus asociados, canalizan dichas necesidades hacia instituciones especializadas. Por ejemplo, SENCE administra el servicio de capacitación, el cual esta amparado por una ley que permite que las empresas que capaciten a sus empleados utilicen dichos egresos como crédito fiscal hasta por el 1%.
- Son agentes colocadores de CORFO.
- Las cuotas recibidas de sus asociados representan el 3% de sus gastos, viven de los servicios que proveen, como son:
  - o Administración de su promoción
  - o Administración del control fitosanitario.
- No tocan temas comerciales.
- El presidente del gremio y la plana gerencial son contratados a través de un proceso de selección de personal, no son socios y no son exportadores.
- Cuentan con una oficina central y con oficinas en los puertos (Valparaíso, San Antonio, Coquimbo, Arica y Los Andes) y aeropuertos (Santiago) de exportación, desde los cuales llevan el control de las exportaciones.
- No se dictan normas de calidad, ni de etiquetado, ni nada que limite la diversificación de los productos. Consideran que el incurrir en el costo que un empresario quede mal con un pedido (al no estar regulada la producción de un producto, ya sea en tamaño, calidad, entre otros) es menor que el costo de no contar con la opción de diversificar el producto.

## **E) ASOCIACIÓN LOGÍSTICA DE CHILE**

Andreas Wiechert / Director Ejecutivo

Los objetivos principales de esta institución son los siguientes:

- Cuidar los intereses de los socios.
- Fomentar y potenciar las prácticas logísticas.
- Que los socios hagan más y mejores negocios.
- Tendencia de que las exportaciones se realicen en términos CIF.

La institución se crea como resultado de la fusión de ACHIAC (Asociación de Chilena de Agentes de Carga) y ACHILOG (Asociación Chilena de Proveedores de Servicios Logísticos) realizada hace 2 años, pues para el tamaño del mercado interno no justificaba la existencia de ambas asociaciones.

Sabiendo que el 85% de las exportaciones chilenas, excluyendo el cobre son perecibles, se torna imprescindible garantizar que en ningún momento se rompa la cadena de frío. Este es uno de los objetivos de esta institución, asimismo, son conscientes que la clave del éxito es ir dándole valor agregado al commodity.

Asimismo, Asociación Logística de Chile, está trabajando para que Chile sea considerado a nivel mundial como un país logísticamente seguro y confiable gracias al marco legal y a la trazabilidad. Esto lo están logrando dándole la mayor transparencia posible a la cadena logística.

Desde hace dos años todos los puertos están concesionados, entre los cuales tienen experiencias tanto mono como multioperadores (Valparaíso fue concesionado con el modelo monooperador).

Otra de las actividades logísticas fue el Proyecto Isidora. Se trata de una manifestación electrónica que fracasa porque desde un principio Aduanas no se sentó y escucho a todos los involucrados.

## **F) CAMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO COALICION DE EXPORTADORES DE SERVICIOS**

La cámara brinda servicios de promoción de negocios y servicios de apoyo en la gestión. Está conformado por más de 1,400 socios que representan a la gran, mediana y pequeña empresa de servicios. Dentro de los Grupos de Trabajo se ha constituido el de Exportación de Servicios, desde las negociaciones de los Tratados de Libre Comercial, donde Chile ha podido presentar oferta en el capítulo de servicios.

Las acciones emprendidas sobre las exportaciones de servicios están circunscritas en:

- a) eliminar las barreras externas, identificación en donde exista discriminación a la participación chilena;
- b) eliminación de barreras internas, mejorar infraestructura, impuestos (IVA y Doble Tributación), procedimientos aduaneros, ley de patentes; y
- c) promoción de exportaciones, cuantificar las exportaciones, conformación del consejo exportador (coalición), convenio con PROCHILE, capacitación y difusión.

Se han elaborado diversos documentos acerca de las barreras existentes para las exportaciones de servicios, donde se analiza y propone 36 acciones de facilitación referidas entre otras a: la modernización de la normativa aduanera que califica las exportaciones de servicios, la apertura de la partida arancelaria, la uniformización del tratamiento de las exportaciones de servicios por parte de Aduanas, mejorar el registro de exportaciones de servicios en las cuentas nacionales, adecuar la contabilización y clasificación de las exportaciones de servicios de acuerdo al GACS, exportaciones de servicios mediante la internet, valoración, creación de un comité consultivo en el tratamiento de la exportación de servicios. Asimismo, cuentan con un plan estratégico de

ingeniería y consultoría, donde han determinado que por cada dólar exportado en ingeniería y consultoría se generan 10 dólares adicionales en exportaciones de otros bienes y servicios; y cuando se trata de estudios de factibilidad éste sube a 204 veces, lo que expresa que este sector posee un efecto multiplicador hacia otras exportaciones relacionadas.

## **G) ASOCIACIÓN DE INGENIEROS CONSULTORES DE CHILE**

Fundada en 1968, la Asociación de Ingenieros Consultores de Chile (AIC) fue creada con el objetivo de ser un punto de encuentro para discutir y solucionar los desafíos que enfrentaban las organizaciones chilenas de ingeniería consultora de ese entonces.

Actualmente está constituida por más de 60 empresas asociadas, las que representan el 75% del total de empresas de ingeniería de Chile. Sus asociados vienen desarrollando proyectos en áreas de energía, minería, ingeniería sanitaria, transportes, telecomunicaciones, agricultura y construcción.

1.- Existen barreras internas para salir del país.

Poder multiplicador del capital inicial para estudios de prefactibilidad

- Inseguridad de que el cliente te pague.
- No se manejan cifras de comercio de servicios, sin embargo en una encuesta realizado por PROCHILE, se sabe que anualmente las exportaciones pueden superar los 400 millones de dólares con un potencial estimado en 1,000 millones de dólares, cifra muy superior a la que se registra en la cuentas del Banco Central en donde aparece que estas exportaciones superan los 4 millones de dólares.

2.- Promoción a nivel mundial de sus servicios.

En este aspecto los agregados comerciales cumplen un rol importante, pues conocen la realidad del país destino e identifican clientes potenciales. Para lograr que los agregados comerciales cumplan dicho rol tuvieron que comenzar enseñándoles cuales son los servicios que ofrecen.

Los acuerdos de doble tributación (con Perú funciona) y TLCs son mecanismos en los que PROCHILE los han apoyado.

## **H) ASOCIACION CHILENA DE EMPRESAS DE TECNOLOGIAS DE INFORMACION**

La ACTI agrupa a las empresas que cubren los distintos rubros de la industria de tecnologías de información y comunicaciones en nuestro país (hardware, software, capacitación, integración de sistemas e Internet).

Está conformada por más de 100 empresas asociadas de todos los tamaños (nacionales e internacionales con representación en Chile), participando en el mercado con ventas anuales cercanas a los US\$ 904,8 millones.

Se ha realizado una prospectiva de la industria chilena del software al 2010, habiendo determinado que para ese año se contará con una plataforma de telecomunicaciones y servicios, con acceso a internet inalámbrico de alta velocidad desde Arica a Punta Arenas. Donde además habrá una sociedad que utilizará intensivamente la tecnología de la

información y las comunicaciones. Es decir, se espera que el software esté muy ligado a la industria de nivel mundial como es la minería, acuicultura, forestal o gastronomía.

## **CONCLUSIONES:**

Las reuniones de la pasantía nos brindaron un extenso panorama de las políticas de comercio exterior y de promoción de las exportaciones y de los actores y actividades que las distintas instituciones, tanto públicas como privadas, vienen implementando para mejorar el acceso de los productos chilenos a mercados externos.

Los siguientes son los temas más saltantes y las características más interesantes que pudimos rescatar de nuestras reuniones:

- PROCHILE brinda información de mercados a las empresas chilenas por vía electrónica. Ellas pueden acceder a estudios de mercados para diferentes productos, pasos para exportar, entre otros. Para acceder a la información que sólo es necesario inscribirse a través del llenado de una ficha y sin costo alguno. Creemos que esta es una herramienta que tiene un alto grado de difusión y alcance sobretodo para los exportadores ubicados en las distintas regiones del país. Este tipo de información se hace indispensable para poder acelerar el desarrollo de nuestro sector exportador.
- Fundación Chile contribuye al desarrollo del sector exportador a través de la interacción entre el sector privado y el sector de investigación y desarrollo, para que se desarrollen proyectos innovadores, que permitan la producción de bienes con alto valor agregado.
- Es interesante el mecanismo utilizado por CORFO, para evaluar la correcta utilización de los recursos destinados a diferentes iniciativas. Contratan a terceros para realizar el Monitoreo y la Evaluación de Resultados (Universidad de Chile), lo cual les garantiza objetividad en el análisis.
- Chile no cuenta con una estrategia nacional de exportaciones. Cada sector se ha desarrollado de manera separada perfeccionando sus procesos productivos para poder incursionar de manera exitosa en lo mercados externos. No obstante, el sector privado reclama al Estado una estrategia que trate la imagen país de manera horizontal a todos los sectores, así como la elaboración de un plan nacional.
- Para facilitar la movilización de las mercaderías, se viene hablando de Almacenes Extra Portuarios y Zonas de Actividad Logística (ZAL). En estos espacios se quiere tener un lugar fuera del puerto en donde se pueda reprocesar y redireccionar la carga. Se está buscando que las ZAL tengan sistemas tributarios diferentes para poder fomentarlas en su creación.
- Es relevante señalar la importancia de que la oficinas comerciales de un país y la institución encargada de fomentar el comercio exterior al interior del mismo, estén integradas en una sola entidad. Lo beneficios pasan por la integración vertical y el grado de coordinación que pueden alcanzar.

- Existe una traba en cuanto a las exportaciones a través de courriers ya que el valor máximo de la mercadería que puede comercializarse por esta vía es de US\$ 1000. En la actualidad, en Chile, las empresas están proponiendo que se amplíe el techo a US\$ 5000 por reciprocidad con los acuerdos asumidos en los TLC.
- Chile enfrenta las mismas dificultades que tiene el Perú en cuanto al reconocimiento e instrumentalización del fomento y la promoción de las exportaciones de servicios.
- En la promoción de exportación de servicios, si bien se aprecia un esfuerzo sub sectorial y de análisis integral acerca de la situación actual que enfrenta este sector no se está trabajando en un Plan Estratégico u Operativo propiamente dicho, por lo tanto es importante contar con la publicación de este importante instrumento que permita inclusive ser referente para otros países interesados en promover servicios en el exterior.