

## Exportar servicios

Viernes, 15 de Junio de 2018 - Id nota:759020

Medio : La Tercera  
Sección : Editorial  
Valor publicitario estimado : \$2150100.-  
Página : 6  
Tamaño : 12 x 25

[Ver en formato web](#)

# Exportar servicios

**Manuel Agosin**  
Decano Fac. de Economía y  
Negocios U. de Chile



### **CHILE TIENE UNA IMPORTANTE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS, PERO INDUDABLEMENTE NECESITAMOS POLÍTICAS ESPECÍFICAS PARA AUMENTARLA Y DIVERSIFICARLA.**

Los servicios representan la nueva frontera del comercio internacional. Su exportación diversifica nuestra canasta productiva y exportadora, y tiene el potencial para generar empleo bien remunerado. De hecho, Chile ya tiene una importante exportación de servicios, pero indudablemente necesitamos políticas específicas para aumentarla y diversificarla.

Tomemos unos pocos ejemplos. Empresas chilenas ofrecen servicios de *retail* en el exterior, con la internacionalización de Cencosud, Falabella, Homecenter y otros. La inversión en el exterior de estas empresas también ofrece oportunidades a las exportaciones tanto de bienes como de otros servicios chilenos. Su promoción por parte de ChileInvest y ProChile debería ser una prioridad de la política de inserción internacional. Deberíamos tener políticas específicas para ayudar a sectores distintos del *retail* para que inviertan en el exterior (por ejemplo, la banca, los servicios financieros y los seguros).

Chile está en condiciones de exportar servicios profesionales. Por ejemplo, servicios de ingeniería para la minería, que ya se exportan indirectamente a través de las exportaciones de cobre y otros minerales. ¿Qué impide que las empresas que los proveen se internacionalicen a Perú, Argentina y aun a países más remotos (¿Estados Unidos, Rusia?). Es importante saber qué tenemos que hacer para impulsar estas exportaciones, cuáles son las barreras que enfrentan y cuáles serían las acciones gubernamentales que se necesitan.

En turismo hacia Chile, a pesar del notable aumento que ha experimentado en los últimos años, aún estamos atrasados. Estamos muy por detrás de países que sí saben hacerlo bien, tales como Perú y Costa Rica. La oferta hotelera, gastronómica, de guías turísticos, la información escrita y por internet acerca de los atractivos del país, la señalética, la clasificación hotelera, la formación de personal para el sector, el financiamiento para nuevos empresarios que desean entrar al sector, etc, son deficiencias que se deben superar si queremos competir en este mercado cada vez más grande.

Se me ocurre que Chile podría exportar servicios de educación superior e incluso de salud. De hecho, ya lo hacemos, pero en forma muy incipiente. Ello tiene múltiples desafíos, tales como acreditaciones internacionales, promoción en el exterior, créditos a los planteles para inversiones en internacionalizarse y otros.

Un mecanismo para superar las barreras que enfrentan nuevos servicios es la creación, liderada por el ejecutivo, de mesas de trabajo sectoriales público-privadas. En ella participarían prestadores privados y todas las agencias públicas involucradas en la regulación del sector. Esas comisiones tendrían las siguientes funciones: (1) identificar el potencial exportador del sector; (2) identificar las barreras que enfrentan los proveedores; y (3) coordinar a las distintas reparticiones públicas que deben trabajar conjunta y eficientemente para superar las restricciones identificadas.