

Emprendimientos

Miércoles, 18 de Noviembre de 2020 - Id nota:958703

Medio : El Diario de Atacama
Sección : Cartas
Valor publicitario estimado : \$299760.-
Página : 9
Tamaño : 10 x 12

[Ver completa en la web](#)

Emprendimientos

●Para el éxito de las empresas exportadoras y los emprendimientos de Chile, resulta clave pensar en términos globales y no solo a nivel regional (o de América Latina).

Un estudio que elaboramos con el académico Juan Carlos Salazar de la U. Autónoma de Madrid, en el que analizamos el crecimiento de las ventas de las PYMES chilenas, encontramos que cuando los emprendimientos operan fuera de nuestro mercado doméstico, aquellos que muestran mayor crecimiento no son los que se exportan dentro de América Latina, sino que los que operan en mercados lejanos psicológicamente, como Estados Unidos, Europa y Asia.

En términos de venta, competir en la región podría ser más difícil, debido a que la oferta de productos es similar a la de países vecinos. Por el contrario,

nuestras empresas de menor tamaño compiten mejor con productos distintivos para esos mercados lejanos, por lo que se paga más por ellos. Exportar a estos países tiene mayor valor para las empresas, permitiéndoles tener un mayor crecimiento.

En los próximos años, los mercados asiáticos serán referentes en el mundo. Y si bien, hoy en día el inglés es un idioma extendido en Estados Unidos y Europa, lo es menos en Asia, por lo que es importante acercar a los jóvenes y profesionales a esos idiomas; además de conocer sus tradiciones, prácticas de negocios y funcionamiento general de estos mercados.

Resulta clave que los programas de fomento al emprendimiento, como los de CORFO, o los de internacionalización de ProChile, apoyen a emprendedores a canalizar esfuerzos para visualizar oportunidades de crecimiento en mercados internacionales psicológicamente lejanos y que puedan alcanzar un mayor crecimiento.

Christian Cancino, facultad de Economía y Negocios Universidad de Chile