



Exportaciones de servicios alcanzan nuevo récord en medio de un 2025 de tensiones comerciales

■ El director general de ProChile, Ignacio Fernández, destacó que los envíos chilenos lograron llegar a nuevos mercados como Asean, Medio Oriente, Paraguay y Guatemala.



POR AMANDA SANTILLÁN R.

ProChile terminó 2025 celebrando un hito: las exportaciones chilenas rompieron por segundo año consecutivo la barrera de los US\$ 100 mil millones.

Algo que el director general de la entidad, Ignacio Fernández, destacó: "Nunca antes en la historia Chile exportaba tanto". Aquello también se sintió en los envíos al extranjero de servicios, que si bien representan un monto menor al de los bienes, acumularon US\$ 3.132 millones en el año, un máximo histórico, y crecieron 9,1% respecto de 2024.

Fernández también recalcó que las exportaciones realizadas por las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPYME) aportaron con el 5% del valor de las ventas al exterior, pero son el 68% del total de las empresas exportadoras y crecieron un 20% durante 2025.

"Las exportaciones explican alrededor de 1 millón de empleos fijos", afirmó.

Estas cifras están alineadas con la estrategia que ha fijado ProChile y que se compone de tres pilares: apoyo a PYME, coordinación con

el sector privado, y diversificación de mercados y oferta exportable.

Este último tomó especial relevancia el año pasado, cuando en abril el Presidente de Estados Unidos, Donald Trump, anunció aranceles recíprocos a la mayoría de los países y que en Chile equivalió a un 10%.

La situación marcó el panorama global del comercio, aumentando las tensiones y la incertidumbre política.

"Estos grandes actores del comercio internacional son socios tremendos. Pero no podemos poner todos los huevos en la misma canasta y en la medida que nos vayamos diversificando, mejor para todos", indicó Fernández.

Y agregó que "eso no quiere decir que países como EEUU, como China, no sean relevantes para nosotros, porque lo son. Pero efectivamente, también hemos estado, hemos sido super activos en buscar otros nichos".

Nuevos mercados

Acerca de qué mercados nuevos dieron la sorpresa en 2025, Fernández destacó el potencial que tienen

9,1%
CRECIERON LAS EXPORTACIONES DE SERVICIOS EN 2025.

20%
CRECIERON LAS MIPYME EXPORTADORAS EN 2025.



IGNACIO FERNÁNDEZ
DIRECTOR GENERAL DE PROCHILE

"Estos grandes actores del comercio internacional son socios tremendos. Pero efectivamente, nosotros no podemos poner todos los huevos en la misma canasta y en la medida que nos vayamos diversificando, mejor para todos".

Medio Oriente, en especial Emiratos Árabes Unidos y Arabia Saudita. Esto, tanto para los productos tradicionales que ya se envían al país –como frutos secos– pero también para la exportación de soluciones, como el tratamiento eficiente de agua y mantenimiento minero.

Otro destino destacado es la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (Asean), un bloque de unos 680 millones de habitantes que comprende principalmente a Indonesia, Malasia, Filipinas, Singapur, Tailandia, Camboya, Vietnam, Brunei y Myanmar.

"Ahí también necesitan y están desarrollando mucho el tema de la acuicultura. Ahí podemos dar mucho en todo lo que tiene que ver con proveedores acuícolas", explicó Fernández.

En el caso latinoamericano, destacó a Paraguay y Guatemala. Ambos países tuvieron sus encuentros empresariales con ProChile y tienen potencial con las energías renovables.

Además, Fernández resaltó que si bien EEUU es uno de los principales socios comerciales de Chile, es el primero en la exportación de servicios, siendo que del total de lo exportado, un tercio se vende al país. Además, lidera como destino de las exportaciones de industrias creativas, como lo audiovisual, videojuegos y editorial.

"EEUU es un tremendo consumidor de nuestros servicios y tenemos que potenciarlos mucho más allá. Es un mercado tradicional, pero le estamos dando este nuevo enfoque", dijo.

Enfoque en servicios

Fernández fue elegido en 2022 a través de concurso de Alta Dirección Pública (ADP) y cuenta con una carrera dentro de ProChile, habiendo ocupado el cargo de agregado comercial en Colombia y el Reino Unido, y de subdirector nacional.

De cara al cambio de mando, mostró disposición para continuar como director general y sostuvo que tanto la política comercial como la institución son política de Estado, y si bien la planificación 2026 ya está hecha, "obviamente las autoridades del próximo Gobierno son las que tienen que dar las directrices".

Esta semana estuvo en la feria tecnológica en Punta del Este, Punta Tech, y desde el 26 de enero también participará del encuentro de alimentos Gulfood en Dubái, junto a una delegación de 23 empresas de frutos secos y deshidratados y agroindustria.

Acerca de los desafíos en materia de exportación para este año, señaló que se debe seguir diversificando mercados y profundizar en los servicios. "Como somos un país mediano, que estamos lejos de los grandes centros de decisión y necesitamos del comercio exterior, tenemos que estar siempre innovando en términos de dónde van nuestros productos y servicios", enfatizó.