

PARA NO SEGUIR EXPORTANDO IMPUESTOS Y PERJUDICAR LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR:

CCS propone Plan de Facilitación del Comercio de Servicios

Para el presidente de la CCS, Peter Hill “nuestra apuesta debe continuar siendo una estrategia de crecimiento hacia afuera, pero enfatizando la agregación de valor, con una PYME más globalizada e integrada a las grandes cadenas mundiales de producción y consumo”.



En el marco del seminario “Exportando Servicios: Talento, Creatividad y Conocimiento para el Mundo”, Peter Hill, presidente de la Cámara de Comercio de Santiago (CCS) señaló que “si bien es cierto que nuestro país fue pionero en materializar una política de apertura comercial, debemos entender que el contexto ha cambiado, dado que otros países competidores de Chile siguieron una estrategia similar, lo que en la práctica se ha traducido en que las ventajas comparativas adquiridas por nuestras empresas se hayan ido diluyendo en el tiempo”.

Es por ello que, a juicio del dirigente gremial, debemos preguntarnos qué hacer en este nuevo escenario y cuál debiese ser nuestra estrategia para los próximos años, considerando que nuestro país es puerto terminal, alejado de los grandes mercados, lo que significa costos logísticos adicionales para las empresas.

Durante el encuentro –organizado por los ministerios de Hacienda y de Cultura, la CCS, Sofofa, Direcon, Corfo, Acti y CinemaChile-, Peter Hill manifestó que “nuestra apuesta debe continuar siendo una estrategia de crecimiento hacia afuera, pero enfatizando la agregación de valor, con una PYME más globalizada e integrada a las grandes cadenas globales de producción y consumo”.

Al respecto, recordó que en las últimas dos décadas la Cámara de Comercio de Santiago ha venido sosteniendo que, en esta nueva etapa, el sector servicios es la clave de nuestro futuro exportador, tomando en cuenta nuestras restricciones para competir a gran escala en los mercados de manufacturas y nuestras ventajas naturales para proveer servicios de alto valor agregado, para los cuales factores como la lejanía geográfica son menos relevantes.

“Nuestra estructura económica es reflejo de esta vocación: los servicios representan el 70% de nuestro PIB y proveen más del 70% de los puestos de trabajo, reflejando una importancia de este sector similar a la que encontramos en los países desarrollados, Impulsados fuertemente por el sector minero. Nuestras exportaciones siguen siendo mayoritariamente de bienes, pero son las ventas de servicios al exterior las que muestran el mayor dinamismo, aumentando año a año su participación sobre el nuestro comercio exterior”.

El dirigente gremial sostuvo que, aún en ausencia de un aparato de promoción como el que gozó en su momento la exportación de bienes, en la última década la cuenta de la balanza de pagos registra tasas significativas de crecimiento en las exportaciones de servicios no tradicionales (servicios a las empresas, profesionales, TIC, servicios financieros, servicios personales y creativos, entre otros), superando el 8% de expansión anual en dicho período.

El segmento de servicios no tradicionales – que excluye transporte y turismo- ha sido el más dinámico de nuestro frente externo, muy por encima de los envíos de otros sectores tradicionales, como los industriales, y las exportaciones mineras, que alcanzaron un crecimiento promedio del 2,1% y una contracción del -1,2%, respectivamente, en el mismo período.

“Por este motivo, celebramos formar parte de esta alianza público-privada que se ha anunciado hoy, la cual debemos fortalecer, poniendo en ejecución un Plan de Facilitación del Comercio de Servicios, para no seguir exportando impuestos y perjudicando así, nuestra competitividad internacional”, agregó Hill.

Para el presidente de la CCS la globalización y los avances en las tecnologías de la información fomentan los servicios de outsourcing y la expansión del comercio internacional de servicios, ofreciendo mayores oportunidades para países como Chile, pero considera que estas oportunidades requieren de tres aspectos esenciales:

En primer lugar, ser capaces de desarrollar una nueva estrategia basada en una economía de servicios competitivos, que incluya la formación de una masa atractiva de recursos humanos con capacidades, calificaciones, talentos y creatividad para desarrollar nuevos negocios con capacidad de internacionalización. “Para ello debemos crear programas de educación para la formación de capital humano altamente calificado, fomentando la innovación y el emprendimiento”

En segundo término, que el sector público y las agencias regulatorias otorguen la máxima importancia a subsectores de servicios con potencial de exportación y se generen los mecanismos internos para promoverlos, tal como se ha hecho con los productos tradicionales.

En tercer lugar desarrollar instrumentos de financiamiento ad-hoc al sector y apoyo e incentivos para establecer vinculaciones con los mercados extranjeros.

Hill se refirió en particular al caso de las industrias creativas “que en Estados Unidos, Europa y Asia se consideran claves para su competitividad internacional. En el caso de Chile, al analizar los flujos de comercio exterior, se observa que el sector creativo local, pese a su alto potencial, presenta una muy baja vocación internacional. Si se considera a todas las actividades económicas, se aprecia que 10 dólares de cada 100 que vende una empresa en Chile provienen de una venta al exterior. En el caso del sector creativo, esta relación baja a apenas 50 centavos de dólar. Un 13% de todas las exportaciones chilenas (de bienes y servicios), corresponden a servicios, mientras que los servicios creativos representan tan solo un 0,3% del total”.