

---

# Perfil Mercado Inversiones - Italia

Diciembre 2011

---

[www.prochile.cl](http://www.prochile.cl)

pro|CHILE

# Oportunidades de inversión de Italia en Chile

Documento elaborado por ProChile ITALIA

Diciembre | 2011

## OBJETIVO:

La intención del presente análisis es recabar información sobre estos seis sectores económicos (Industria alimentaria, Proveedores de la minería, Servicios globales, biotecnología, Industria de manufactura/ensamblaje y energías renovables) para posteriormente centrar el análisis en aquellos con más potencialidades en el mercado particular

De la misma forma, se pretende obtener un catastro de los principales polos de competitividad del mercado, vinculados a estos seis sectores económicos.

Italia, no obstante la coyuntura económica financiera internacional, sigue siendo la séptima potencia industrial a nivel mundial. Si bien el país está pasando por dificultades económicas producto de su alto endeudamiento público, los especialistas internacionales estiman que las fortalezas de su sistema productivo basado en las Mipymes (el 99% del universo empresarial), fuertemente internacionalizadas con una producción de bienes y servicios de alto valor agregado, permitirán al país en un mediano plazo salir de esta compleja situación.

Uno de los factores que está ayudando a las pequeñas y medianas empresas italianas es la inversión que algunas de éstas están realizando fuera de Italia, en especial en Europa del Este (Rumania, Polonia, Rep. Checa). El propósito de dichas inversiones es desplazar parte de su producción a países con costos de materia prima y trabajo ostensiblemente más bajos que en su país, que permitan que sus productos puedan ser comercializados, a nivel italiano e internacional, de forma más competitiva.

### 1.1 Industria Alimentaria

Uno de los sectores de mayor relevancia del denominado “made in Italy” es la industria alimentaria, basada en la excelencia de productos con alto valor agregado, clara denominación de origen e identificación cultural. La industria alimentaria es la segunda del sector manufacturero italiano, con un 12%, tras el metalmecánico. De acuerdo a los datos entregados por la federación de industrias del sector agroalimentario (FEDERALIMENTARE), el 2010 la facturación total del sector fue de 120 mil millones de Euros, lo que representó un crecimiento de un 3,3% en relación al año anterior. En cuanto al comercio exterior del sector alimentario italiano, la industria alimentaria exportó el 2010 20,9 mil millones de Euros, con un incremento de un 10,6% en relación al 2009, las importaciones alimentarias también aumentaron el 2010 en un 14,5%, alcanzando los 16,7 mil millones de Euros.

La igual que en otros sectores productivos, la industria alimentaria italiana está muy bien asociada, con el propósito de generar las sinergias necesarias para ser más competitivos en la producción y posterior comercialización de sus productos. Las cadenas de producción de la industria alimentaria en general, se encuentran principalmente en el

norte del país, siendo la región de Emilia-Romaña la zona geográfica donde se localizan la mayor cantidad de distritos industriales (tipo “clusters”).

La producción alimentaria italiana está intrínsecamente relacionada con el territorio de proveniencia, es decir, el producto final (pasta, jamón o queso por ejemplo), se identifica con una región o subregión geográfica y es producto de una evolución cultural e histórica que deriva en el producto final de alto valor agregado. Por ejemplo la mortadela está relacionada con la ciudad de Boloña o el queso Mozzarella, con la región de Campaña, por lo que la mayor parte de la industria alimentaria de esos productos se encuentra en la zona “reconocida” de producción, que puede o no tener certificación de origen (DOP, IGP u otras).

En Italia, de acuerdo a los datos entregados por FEDERALIMENTARE, existen cerca de 6.300 empresas de la industria alimentaria, con más de 9 empleados. El país tiene grandes empresas multinacionales como FERRERO, que ya tiene inversiones en Chile, BARILLA en el sector de la pastas y alimentos relacionados, ILLY, en el café o BUITONI, hoy parte del grupo NESTLÉ.

Sin duda que Italia es un líder mundial en la industria alimentaria, sus productos son reconocidos y consumidos en todo el mundo y sus empresas, en gran parte PYMES, se encuentran muy internacionalizadas y realizando inversiones en el exterior en subsectores como aceite de oliva y vinos, entre tantos otros.

## II.2. Proveedores de la minería

Italia es un país que posee pocas materias primas, por lo que la producción y extracción de minerales es una actividad productiva secundaria.

No obstante lo anterior, el alto desarrollo industrial metalmeccánico y tecnológico en la producción de maquinarias, hacen de Italia un potencial proveedor de algunos productos específicos como maquinarias trituradoras, válvulas, manómetros, termómetros y otros implementos necesarios para la producción de minerales. En Italia la industria metalmeccánica representa cerca del 40% de la industria manufacturera y se encuentra diseminada en todo el país, con una especial concentración en regiones como Lombardía, Piamonte y Emilia Romagna.

En Italia existen una serie de empresas especializadas en alta tecnología, como robótica o empresas de servicios con alta competencia en logística y exploración minera, en especial en hidrocarburos. En este último ámbito empresas de ingeniería italianas se destacan por trabajos de prospección en Irán, Túnez, Libia e Irak, entre otros países productores de petróleo y gas natural.

Las principales empresas proveedoras de bienes y servicios del sector minero se encuentran asociadas en una asociación gremial denominada ASSOMINERARIA, que también incluye a empresas productoras y comercializadoras de minerales e hidrocarburos. Un listado completo de las empresas proveedoras de bienes y servicios del sector minero se pueden encontrar en el siguiente link: [http://www.assomineraria.org/aziende/index.php#s\\_ser](http://www.assomineraria.org/aziende/index.php#s_ser)

### I.3. Servicios Globales

En Italia los servicios representan el sector más importante de la economía, tanto por el número de los ocupados (67% del total) como por valor agregado (73% del valor agregado a precios corrientes). Las actividades del sector más relevantes en Italia son: turismo, comercio, servicios a las personas y a las empresas (terciario avanzado). Esta última actividad se desarrolla principalmente en las grandes ciudades y en las regiones económicamente más avanzadas. Además el tejido productivo de toda la economía italiana está formado principalmente por empresas pequeñas y medianas administradas en gran parte por las familias fundadoras.

Según datos de “Movimprese” el número de las empresas de servicios en Italia sigue creciendo constantemente a pesar de la crisis. Las empresas de servicios activas en el 2005 eran 2.754.308; actualmente el número de las empresas italianas de servicios es 8,6 veces más grande que lo que era el 2005. Esta tendencia puede ser explicada considerando que en Italia la mayoría de las empresas son PyMEs o empresas familiares sobre todo en el sector hotelero por lo que se prefiere que sean administradas por familiares y no sea necesario emplear otras personas; en efecto el sector que tuvo el crecimiento más alto en número de empresas fue principalmente el sector turístico.

En general las empresas italianas, dada su cultura empresarial y tamaño, al momento de internacionalizar sus servicios globales privilegian las joint-ventures con empresas locales, en vez de instalarse en dichos países con plataforma de prestación de servicios.

### I.4 Biotecnología

El sector de la biotecnología ha crecido en Italia junto al desarrollo de los denominados “parques tecnológicos” o distritos tecnológicos”, que agrupan a empresas especializadas en una zona determinada. Generalmente las empresas son pymes (el 75% de las empresas son micro y pequeñas<sup>1</sup>) y altamente especializadas, además en dichos parques buscan las sinergias necesarias para potenciar la investigación, junto a centros especializados de las universidades de la región donde se ubican. Se estima que cerca del 49% de las empresas de biotecnología se encuentran en parques tecnológicos o en sus inmediaciones.<sup>2</sup>

Como ocurre en otros sectores productivos, las empresas de biotecnología en Italia se concentran en asociaciones gremiales, en este caso ASSOBIOTEC. Dicha asociación agrupa a las principales empresas del sector y las representa ante las autoridades políticas italianas y europeas y las apoya en su internacionalización, entre otros aspectos.

El sector biotecnológico en Italia, no obstante la coyuntura económica adversa a nivel nacional e internacional, presentó el 2010 un crecimiento en relación al anterior. De acuerdo a los antecedentes entregados por ASSOBIOTEC, en Italia el 2010 se registraron 375 empresas dedicadas a la investigación en biotecnología, de éstas 221 son consideradas como únicamente biotecnológicas, es decir, cuyo “core business” está orientado enteramente al sector. En esta perspectiva, Italia se presenta en el contexto europeo como el tercer país con mayor número de empresas biotecnológicas, tras Alemania (403) y Reino Unido (275). Del universo total de empresas, se estima que cerca del 70% se dedica a la denominada “Red Biotech”, es decir, salud humana. El resto de las empresas han diversificado sus investigaciones en subsectores como “green” o “white” biotech.

<sup>1</sup> Assobiotec. Il biotech in Italia 2010

<sup>2</sup> Assobiotec. Il biotech in Italia 2010

En cuanto a la investigación y desarrollo, según datos ASSOBIOTEC correspondientes al 2009, se estima que la inversión de las empresas del sector biotecnológico el 2009 fue de 1.760 millones de Euros. Más antecedentes sobre el sector en Italia, se pueden encontrar en el siguiente link:

<http://assobiotec.federchimica.it/home-eng/biotech-in-italy.aspx>

#### I.5. Industria de manufactura y ensamblaje

Italia tiene una potente industria de maquinarias especializadas, que en Europa se ubica sólo por detrás de Alemania. Gran parte de la deslocalización productiva y la fabricación de partes y piezas se ubica en países de bajísimos costos de mano de obra, como China o India, o bien en países de Europa oriental o del Norte de África, como Polonia, Eslovenia, Túnez, Marruecos o Rumania, que presentan bajos costos productivos y cercanía geográfica.

La necesidad de hacer más competitivos a los productos italianos, tanto a nivel nacional como internacional, ha obligado a muchas empresas a localizar parte de su producción fuera de Italia, manteniendo en lo posible, un alto estándar de calidad y las características de diseño e innovación que distinguen a los productos "made in Italy" en el mundo.

Ejemplos de empresas italianas reconocidas, que han ubicado parte de su producción o bien la fabricación de partes y piezas en otros países son: en el sector automovilístico, Fiat, con fábricas en Brasil y Polonia y Vespa en la India. El sector del calzado, Tod's y Hogan y en el vestuario, Benetton, Diesel, Stefanel, entre tantas otras.

Dependerá de las condiciones que ofrezca Chile, en la medida que lo haga competitivo con otros mercados, hay potencialidad entre las empresas de esta industria de invertir en Chile. La oficina en Milán y en Roma ha recibido consultas sobre empresas de calentadores, aparatos eléctricos, cables de cobre y caucho, por ejemplo.

#### I.6. Energías renovables

Italia es un país con fuertes contrastes en cuanto al desarrollo y a la utilización de energías renovables. De acuerdo a TERNA, la empresa de transmisión eléctrica más grande de Europa, Italia el 2010 produjo el 22,2% de su energía de fuentes renovables; el 15,8% del total proviene de energía hidroeléctrica y el 4,4% de otras fuentes renovables como Geotermia, energía eólica, solar, biomasas y residuos urbanos.

En línea con las exigencias de la UE, Italia cuenta con una serie de incentivos para la producción de energía limpia, con el propósito de aumentar la generación de energía renovable y cumplir con las exigencias de disminuir las emisiones de CO<sub>2</sub>, de acuerdo a los compromisos internacionales suscritos por el bloque europeo en los protocolos de las Naciones Unidas.

Un completo perfil del sector en Italia, se puede encontrar en las siguientes páginas web: [www.fonti-rinnovabili.it](http://www.fonti-rinnovabili.it) ; [www.energie-rinnovabili.net](http://www.energie-rinnovabili.net); en ambas se detallan aspectos generales, legislación, novedades, listados de empresas del sector, ferias y otros aspectos de interés.

Italia tiene puntos de excelencia en el desarrollo de nuevas tecnologías en la producción de energías renovables, gran parte de dicha investigación es realizada directamente por empresas privadas o por entes de desarrollo científico ligados a centros de investigación como el CNR, centro Nacional de investigación y a las universidades públicas en su gran mayoría. Diversas empresas como Enel Green Power y Sorgenia, entre otras, se caracterizan por un fuerte desarrollo e investigación en energía geotérmica, solar y eólica. Existe además un ente estatal, especialmente dedicado a la investigación y desarrollo de nuevas tecnologías en el ámbito de energías renovables, denominado ENEA, que actualmente ha centrado sus esfuerzos en los siguientes subsectores: solar termodinámico,

solar fotovoltaico, biocombustibles y biomasas, solar térmico a baja y media temperatura, hidrógeno, celdas a combustible y sistemas de acumulación de energía.

## CLIMA Y OPORTUNIDADES

### 1. CLIMA DE INVERSIÓN EN EL MERCADO

Italia cuenta con una red organizada de asociaciones, públicas y gremiales, que apoyan las inversiones en el exterior. La mejor opción para que las Pymes italianas puedan invertir fuera del país, es potenciando su alto nivel de asociatividad y por lo tanto buscando oportunidades principalmente a través de la asociación sectorial respectiva, la cámara de comercio de pertenencia y con el apoyo institucional en el exterior.

De acuerdo a lo señalado por el Ministerio de actividades productivas italiano, al 2009, las inversiones directas italianas en el exterior, alcanzaron el 27,4% del PIB, cifra inferior a otros países europeos, tales como: Gran Bretaña con un 76%, Francia con un 64,9%, España con un 44,2 y Alemania con un 41,2%.

Lo anterior, demuestra como el empresario italiano prefiere en general asociaciones tipo joint-ventures con posibles socios internacionales, antes que privilegiar las inversiones directas.

Cuando se trata de empresas pequeñas que quieren prospectar una inversión internacional, el primer instrumento que utilizan son las sedes que tienen las cámaras de comercio o las administraciones regionales en diversos países, que les dan confianza por tratarse de realidades culturales más cercanas. En general las empresas de este tipo realizan inversiones en países cercanos geográficamente. El sistema asociado de las cámaras de comercio italianas en el exterior se llama ASSOCAMERE ESTERO cuenta con una red de 74 Cámaras de comercio italianas en 49 países con más de 74.000 empresas asociadas. Más detalles se encuentran en: [www.assocamerestero.it](http://www.assocamerestero.it). Además, las cámaras de comercio locales tienen una red de apoyo internacional a las Pymes asociadas denominada MONDOIMPRESA, que asesora a las empresas en su internacionalización y que está asociada a la red europea de cámaras de comercio, *Enterprise Europe network*. Más antecedentes en: [www.mondoimpresa.it](http://www.mondoimpresa.it)

Las empresa medianas, en cambio, además de utilizar el apoyo detallado en el párrafo anterior, recurren a una serie de instituciones estatales italianas para realizar sus inversiones externas.

Las más importantes son las siguientes:

- a) Oficinas comerciales de las embajadas italianas en el exterior: Con el cierre del instituto de comercio exterior, las oficinas comerciales de las representaciones italianas en el exterior han asumido el apoyo a las empresas italianas que quieren internacionalizar sus productos o servicios o realizar inversiones en un país determinado.
- b) SIMEST: Sociedad italiana para las empresas en el exterior. Se trata de una sociedad anónima por acciones (SPA) de capitales públicos, creada para promover la internacionalización y asistir a las empresas italianas en el exterior. Dicho apoyo lo realiza de varias formas: otorgando crédito a las exportaciones, asociándose

con empresas italianas en inversiones en el exterior (fuera y dentro de la UE), apoyando inversiones en terceros países a través de la gestión de fondos de “start up”, canalización de fondos de la UE para inversiones en terceros países y una serie de otras acciones específicas, en la línea de lo anterior. Para más antecedentes consultar la página web: [www.simest.it](http://www.simest.it)

- c) SACE: Es un grupo de empresas de seguros y financieras estatales, creadas con el propósito de apoyar el crédito a las exportaciones, asegurar el crédito, proteger las inversiones en el exterior, otorgar garantías especiales y factoring. Tiene un patrimonio de 6.300 millones de Euros y un ranking A+ de Fitch. Más detalles en [www.sace.it](http://www.sace.it)

## 2. IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES DEL SECTOR

### A) ALIMENTOS

Como lo expresamos en el detalle del sector, en el punto I.1, la industria alimentaria italiana está muy bien posicionada en el exterior y cuenta con recursos humanos especializados y un know-how, que le permite desarrollar adecuadamente emprendimientos industriales en terceros países.

### B) PROVEEDORES DE LA MINERÍA

Existen una serie de empresas italianas especializadas en maquinarias específicas utilizadas en los procesos de extracción minera. Si bien la especialización de las empresas italianas se concentra en la extracción de hidrocarburos, existen sociedades de ingeniería y servicios que buscan socios internacionales para desarrollar proyectos conjuntos en Chile o en otros países.

### c) SERVICIOS GLOBALES

De acuerdo a lo señalado en el punto I.3, las empresas italianas en general no externalizan sus servicios globales en terceros países, por lo que para el sector, estimamos sea factible proponer en una primera etapa asociaciones de tipo, ‘*joint ventures*’.

### d) BIOTECNOLOGÍA

El sector biotecnológico italiano cuenta con varios subsectores de punta y con empresas de buen tamaño para internacionalizarse. Estimamos sea relevante considerar una promoción técnica específica que permita a las empresas italianas conocer el estado del arte de los profesionales chilenos y de la investigación y desarrollo en los diversos subsectores (salud humana, agricultura y otros), con el propósito de generar confianzas para acercar posiciones en biotecnología y alentar a las empresas italianas para que se instalen en Chile, para cubrir el mercado local y Latinoamericano.

### E) INDUSTRIA DE MANUFACTURAS/ENSAMBLAJE (ENCADENAMIENTOS PRODUCTIVOS)

En el sector de manufacturas y encadenamientos productivos, los aspectos más relevantes para identificar oportunidades de inversión de empresas italianas en Chile, deben considerar un análisis sectorial específico, en base a las competencias de los profesionales, mano de obra especializada y materia prima con que cuenta Chile. Lo anterior en consideración a la altísima calidad de las manufacturas italianas, que buscan al momento de internacionalizar su producción, países que además de ofrecer condiciones favorables desde un punto de vista económico, tributario y de disponibilidad de materias primas, tengan recursos humanos especializados y responsables. Una promoción de inversiones en este sentido, podría explorarse en Italia.



## F) ENERGÍAS RENOVABLES

Existen una gran cantidad de empresas italianas que se dedican al desarrollo de tecnología y la producción de energías renovables. Actualmente en Chile, colosos internacionales como Enel Greenpower están invirtiendo en exploraciones geotérmicas y otras empresas como Archimede solar energy están prospectando negocios en nuestro país.

Los espacios abiertos por la necesidad de Chile de generar mayor electricidad y las exigencias internacionales para producir energías renovables compatibles con el medio ambiente, se presentan apetecibles para inversiones italianas. No obstante lo anterior, empresarios italianos contactados por esta Oficom, han recalcado la necesidad de una legislación marco más clara y completa y sobre todo la urgencia que se consideren incentivos estatales más relevantes para la generación de energías sustentables. Una promoción de inversiones más agresivas debiera realizarse una vez definido un nuevo marco legal. Un detalle sobre las oportunidades se analizará en el punto 2.2.

### 2.2. Energías renovables

Como se analizó en los puntos anteriores, el sector de energías renovables italiano tiene un importante potencial de desarrollo conjunto en Chile.

Italia tiene gran experiencia y desarrollo de nuevas tecnologías en varios sectores como el fotovoltaico, donde después de Alemania es el segundo país en Europa a producir más energía con este recurso y el geotérmico, donde Italia es considerada líder mundial.

#### 2.2.1 Energía geotérmica

La primera instalación térmica a nivel mundial se realizó en Italia, en la zona de Lardello, Región de Toscana el año 1904. Desde aquel entonces el país ha desarrollado competencias en el sector, con concentrándose especialmente en la región de Toscana, donde además se sitúa la instalación geotérmica más grande del mundo, de Monte Amiata.

Existen empresas como ENEL Green Power, Zerboni y Elco, que se destacan por el desarrollo de nuevas tecnologías geotérmicas y la exploración de nuevos puntos para la instalación de generadores de energía en el Mundo (África, Sudamérica).

La asociación Italiana de geotermia, UGI, reúne a los principales actores del sector en el país, incluyendo profesionales, científicos, centros de investigación y desarrollo y empresas. Dicha entidad es uno de los referentes mundiales de mayor relevancia en geotermia. Información detallada se puede encontrar en el link: <http://www.unionegeotermica.it>

#### 2.2.2. Energía fotovoltaica

La energía fotovoltaica en Italia ha tenido un rápido crecimiento en los últimos años, en especial gracias a los incentivos planificados por el estado para la instalación de paneles en las casas y a nivel industrial.

Italia es uno de los cuatro primeros países en la producción de energía fotovoltaica y se ha especializado, además de la instalación de paneles en residencias o industrias, por la instalación de grandes extensiones de paneles fotovoltaicos para la producción de energía a nivel industrial.

La región italiana que produce la mayor cantidad de energía fotovoltaica es Puglia, en el extremo sur del país, de acuerdo a datos entregados por la empresa ENERPOINT, al mes de Septiembre de 2011 dicha región producía 1.898 MWp. La siguen las regiones de Lombardía y Emilia Romagna, con 1.064 y 1.063 MWp respectivamente.

Además de lo anterior, Italia se caracteriza por la aplicación de paneles solar en diversos usos industriales, como el invernadero más grande del mundo con paneles fotovoltaicos ubicados en la norteña ciudad de Brescia, o bien, nuevas alternativas con mejorías estéticas, como las tejas fotovoltaicas. Antecedentes adicionales se pueden consultar entre otros en: [www.italiafotovoltaico.com](http://www.italiafotovoltaico.com) ; [www.energethics.it](http://www.energethics.it)

En Italia existen una gran cantidad de pymes regionales especializadas en instalaciones fotovoltaicas que además aplican y desarrollan nuevas tecnologías.

Además de los subsectores antes detallados, como se vio en los puntos 1.6 y en la letra e) del punto 2.1, Italia se destaca por su investigación en nuevos sectores como las biomásas y biocombustibles.

Antecedentes adicionales se pueden consultar entre otros en: [www.italiafotovoltaico.com](http://www.italiafotovoltaico.com) ; [www.energethics.it](http://www.energethics.it)



## ESTRATEGIAS Y CAMPAÑAS DE PROMOCIÓN UTILIZADAS POR LA COMPETENCIA

Diversos países realizan seminarios para presentar oportunidades de inversión. China, India y países de Europa del Este muestran las bondades de sus respectivas naciones y en algunos casos como China e India, regiones, para promover inversiones focalizadas en sectores específicos.

En el caso de los países latinoamericanos, Perú y Argentina, realizan promociones generales del país, donde incluyen entre otros aspectos la promoción de inversiones. Se trata principalmente de seminarios genéricos en las ciudades de Milán y Roma.

Desde hace tres años que la principal asociación de empresarios e industriales italianos, Confindustria, seleccionó a Brasil y Chile como países prioritarios en América Latina para promover inversiones e intercambio comercial, lo anterior se vio reflejado en la organización de un importante encuentro empresarial en ambos países a fines del 2010. Además de lo anterior la prensa, en especial el diario económico más relevante de Italia, Il Sole 24 ore, han dedicado recientemente completos artículos presentando las bondades de Chile como potencial socio comercial para los empresarios italianos.

Brasil, por su parte, realiza una fuerte campaña de promoción país con publicidades gigantes en lugares emblemáticos y en buses urbanos. Asimismo, organiza seminarios de promoción de inversiones y exportaciones con la participación de altas autoridades, como ministros venidos especialmente desde Brasil. También realiza promociones de estados federales, en colaboración con organizaciones empresariales italianas.

## IV. OPINIÓN DEL DIRECTOR COMERCIAL Y PROPUESTA DE TRABAJO

Diversas señales indican que es un muy buen momento para lanzar una fuerte campaña de promoción de inversión en Italia, dada la crisis europea e italiana que empuja a las empresas a buscar mercados alternativos de inversión, producción o asociación con empresas locales.

Chile como alternativa se enfrenta a una primera barrera que es el desconocimiento por parte de los italianos, en general de América Latina (salvo Brasil y Argentina). Las empresas italianas tienen mayor cercanía con Asia y África. Por tanto, un gran esfuerzo e inversión debe hacerse en DAR A CONOCER CHILE Y SU OPORTUNIDADES, porque creemos que el momento es oportuno.

Dadas las limitaciones de esta oficina comercial para entrar en profundidad y rápidamente en tema inversiones, puesto que el foco de su trabajo hasta ahora ha sido la promoción de exportaciones (existía hasta septiembre una persona de Corfo en la Embajada en Roma), transmitimos elementos surgidos de su trabajo regular:

Algunos de esos elementos son

- Priorización de mercados por parte de Asociaciones empresariales como Confindustria, Assolombarda, Cámara de Comercio de Milán y Véneto Innovación, incluyen a Brasil y Chile entre sus prioridades.
- Mayor interés por parte de los medios de comunicación, ej: Dos artículos en el periódico económico más importante de Italia (Il Sole 24Ore) y un programa de una hora y media sobre Chile en Reteconomy, red Tv por skype sustentada por una asociación empresarial de la región del Piamonte
- Aumento del número de empresas que contactan a la oficina comercial buscando información sobre inversiones en Chile.
- Fuerte asistencia de empresas a un seminario realizado en una ciudad de la región del Véneto, sobre inversiones en Chile.

### IDEAS PARA UNA ESTRATEGIA

- Contratar una consultoría que profundice los elementos entregados en este primer documento.
- Invitar a Italia autoridades de peso chilenas, por ejemplo Ministros. Países como Brasil lo hacen a menudo.

- Realizar varios seminarios de inversiones, al menos en las siguientes regiones: Lombardía (Milán), Piamonte (Turín), Véneto (Padova u otra), Lazio (Roma), Campaña (Nápoles), Puglia (Bari) y Sicilia (Palermo). En cada región debe poner énfasis en distintos que apunten a la fortaleza de cada región.
- Preparar una publicación periódica en italiano sobre sectores específicos y las oportunidades que ofrece Chile de inversión en ellos.
- Invitar empresas a los foros de inversión de Corfo.
- Establecer alianzas con asociaciones empresariales italianas de cada región con el fin de enviar información actualizada sobre los sectores que indique cada asociación en cada región.
- Crear un programa de invitación a empresas para que conozcan Chile y el clima de negocios. Nuestra experiencia es que Chile no es suficientemente conocido y basta con que una empresa lo visite para que comprenda que es interesante. Tenemos numerosos ejemplos que ilustran esta realidad. Debemos hacer más y mejores esfuerzos para que vayan a Chile: periodistas, expertos y creadores de opinión.

## V ■ OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

La información adicional para los sectores específicos, se encuentra en los links indicados en los puntos anteriores.

En cuanto al apoyo institucional a las inversiones italianas en el exterior, además de lo señalado en el punto II.1, es relevante señalar que dados los recortes presupuestarios propuestos por la UE y el gobierno italiano para disminuir el gasto público, posiblemente una vez aclarados los ítems que se recortaran, diversos instrumentos de apoyo serán cancelados o disminuidos.

Más información general sobre las inversiones italianas en el exterior y del apoyo estatal y gremial a las inversiones en el exterior, se pueden encontrar en los siguientes links:

Cámaras de comercio

[http://www.camcom.gov.it/cdc/id\\_pagina/26/id\\_tema/41/tipo/Investire-all-estero.htm](http://www.camcom.gov.it/cdc/id_pagina/26/id_tema/41/tipo/Investire-all-estero.htm)

Banco Central italiano: (Bancad'Italia)

<http://uif.bancaditalia.it/UICFEWebroot/index.jsp?whichArea=Stat&lingua=en>

Acuerdos de promoción de inversiones de Italia con terceros países

<http://www.mincomes.it/protinv/proinv.htm>

Agencia Nacional italiana para la atracción de inversiones (invitalia)

<http://www.invitalia.it/site/ita/home.html>