

Posicionando a Chile en los Mercados Asiáticos

Daniela Romero S.

Jefa Subdepartamento de Asia y Oceanía
de ProChile

30 DE NOVIEMBRE 2023



PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES



Fomentar la exportación de
bienes y servicios.

Colaborar en la promoción del **turismo**
en el exterior y la atracción
de **inversión extranjera** a Chile.

Posicionamiento de la Imagen País de Chile.



EUROPA

Alemania
España
Francia
Países Bajos
Italia
Polonia
Reino Unido
Rusia
Suecia
Turquía

MEDIO ORIENTE

Emiratos Árabes Unidos

AFRICA

Marruecos

**AMÉRICA
DEL NORTE**

Canadá
Estados Unidos
México

AMÉRICA DEL SUR

Argentina
Bolivia
Brasil
Colombia
Ecuador
Paraguay
Perú
Uruguay
Venezuela

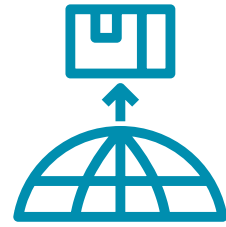
**AMÉRICA CENTRAL
Y EL CARIBE**

Costa Rica
Cuba
Panamá
República Dominicana
Guatemala

ASIA Y OCEANÍA

Australia
China
Corea del Sur
Hong Kong
India
Indonesia
Japón
Malasia
Tailandia
Taiwán
Vietnam

APERTURA COMERCIAL: EL IMPACTO DE LOS TLC



93%

de nuestras exportaciones no cobre se dirigen a los países con TLC (2020).



22%

CHINA



21%

EE.UU.



15%

UNIÓN
EUROPEA



9%

ALIANZA DEL
PACÍFICO



8%

MERCOSUR



8%

JAPÓN



4%

COREA
DEL SUR

ASIA COMO MERCADO DESTINO



CONTEXTO EXPORTADOR



75% del PIB nacional

representa el intercambio comercial

+ 880 mil empresas

+ 4.4 millones de empleos

36% del PIB

 representan

las exportaciones

+7.700 empresas

+ 1.1 millón de empleos

2.700 Pymex

US\$ 1.800 millones en envíos no cobre

49 mil empleos

LA IMPORTANCIA DE LA REGIÓN

EL 59,6% DE LAS
EXPORTACIONES
TOTALES se destinaron a
Asia(*2022).



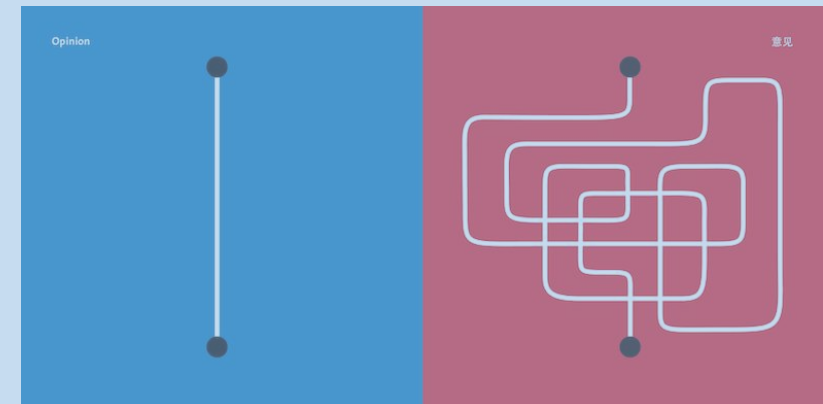
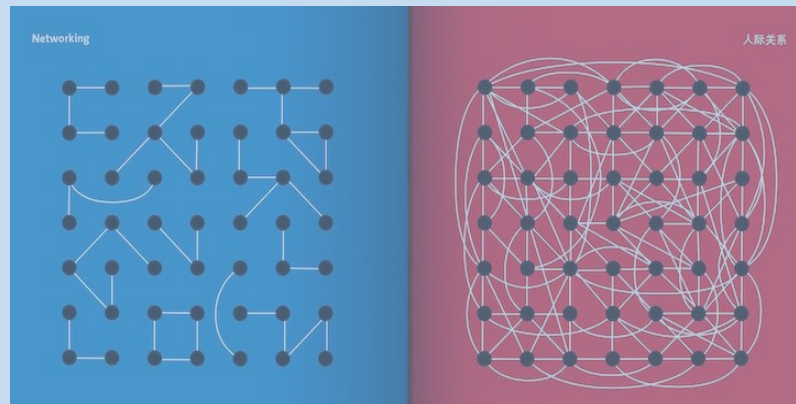
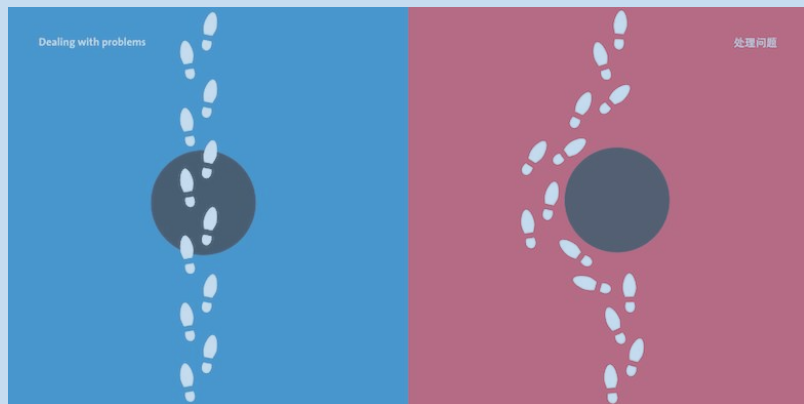
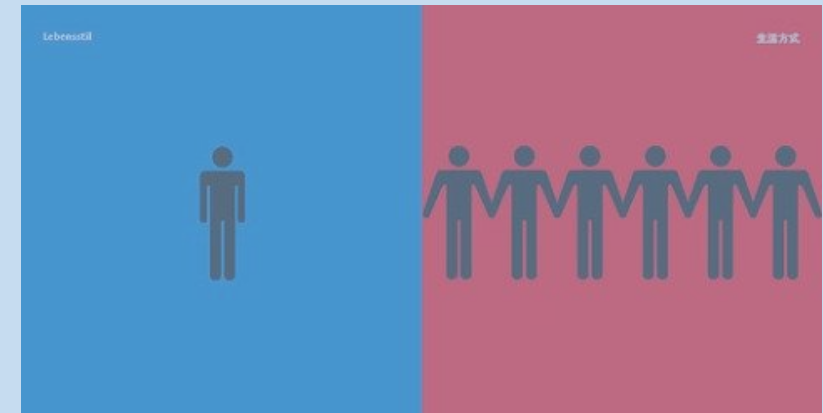
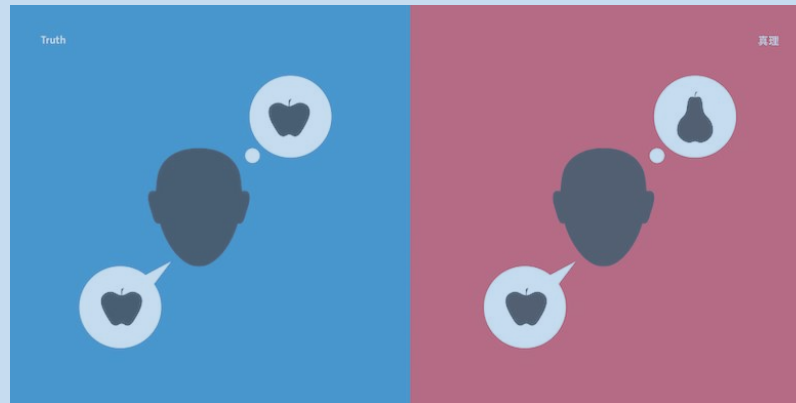
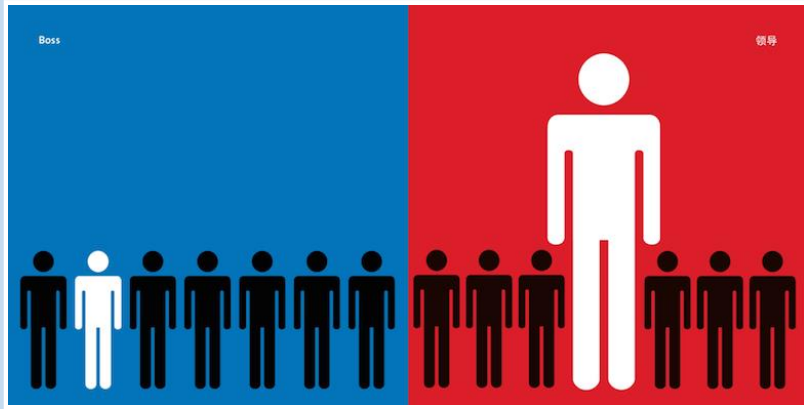
■ PRINCIPALES SOCIOS
COMERCIALES DE
CHILE

■ 15 OFICINAS
COMERCIALES

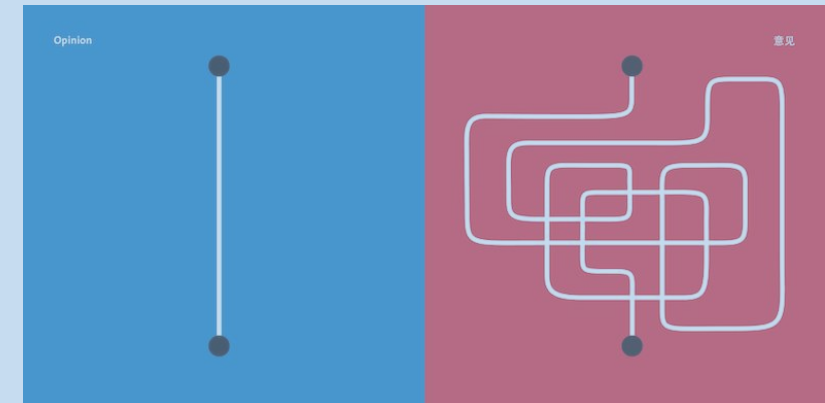
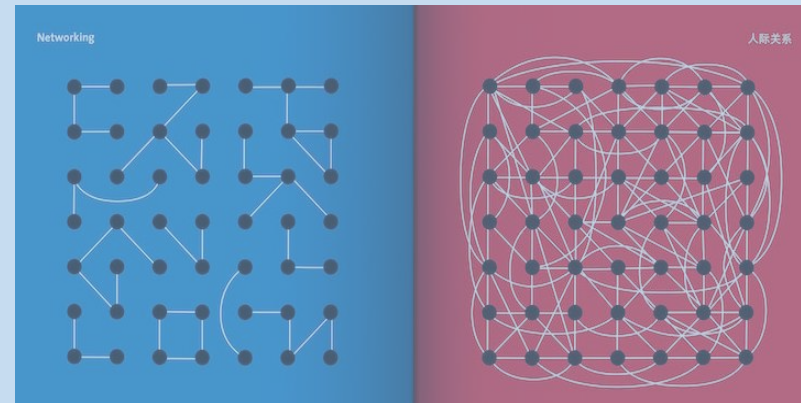
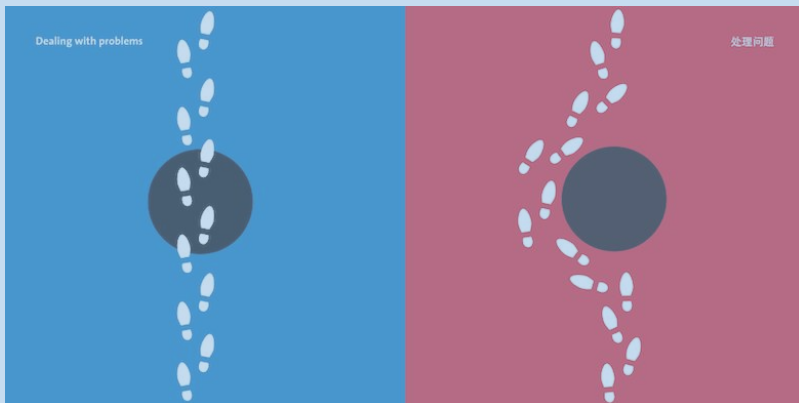
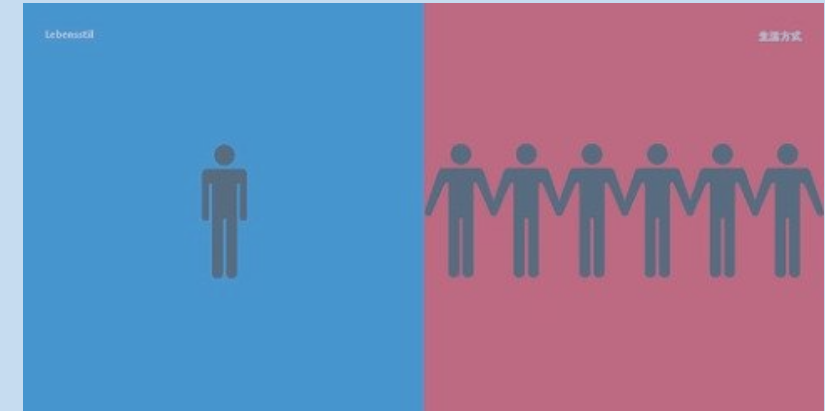
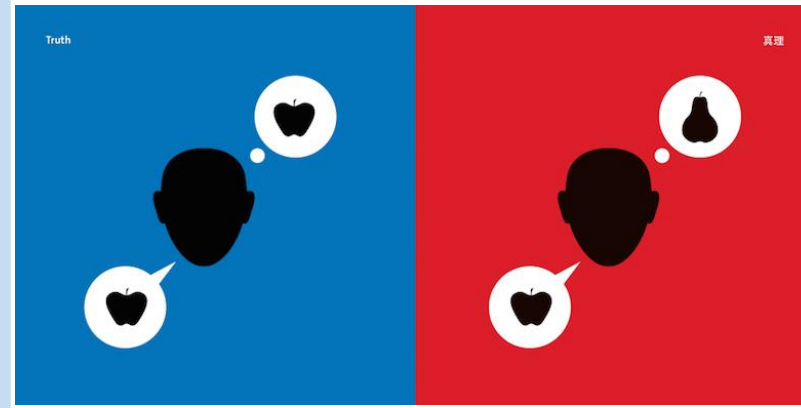
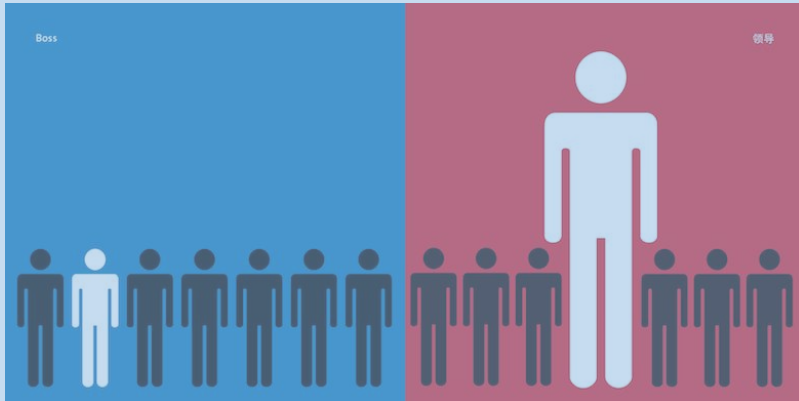
PRIORIDADES, AVANCES Y DESAFÍOS



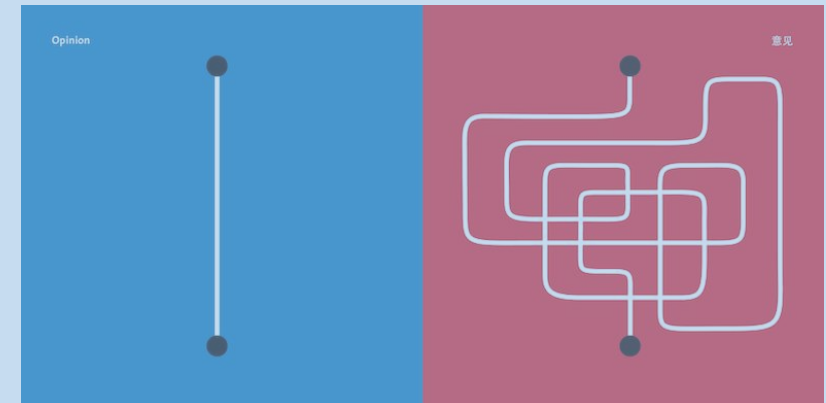
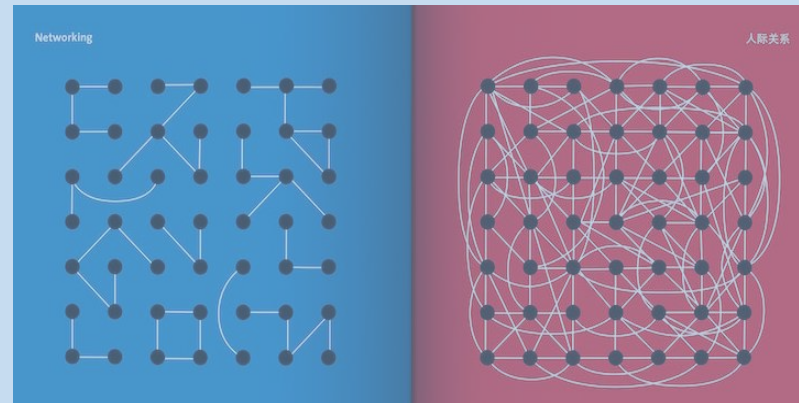
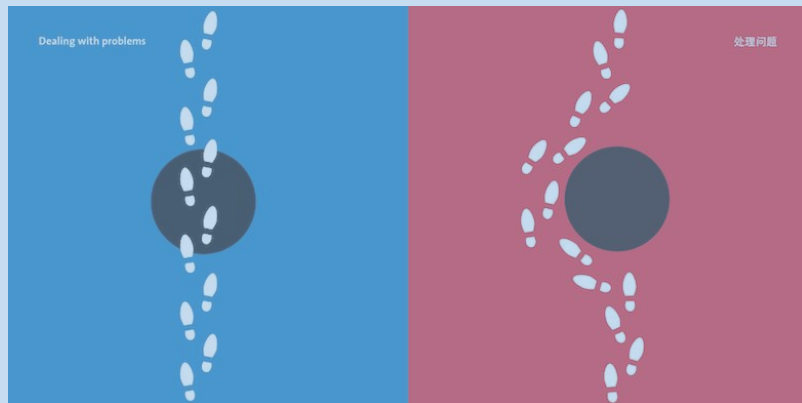
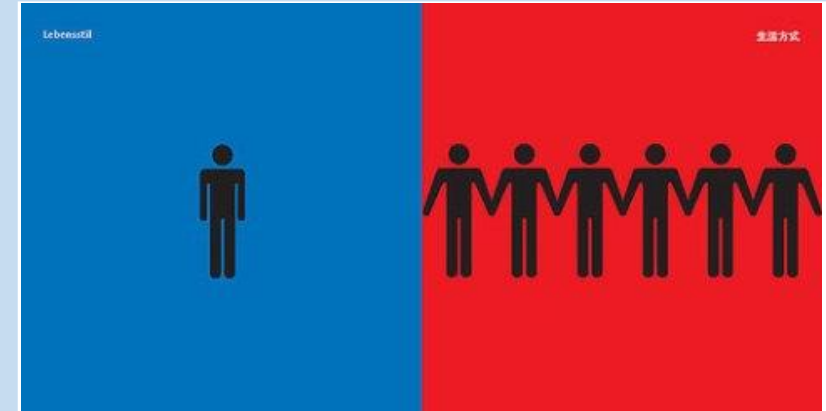
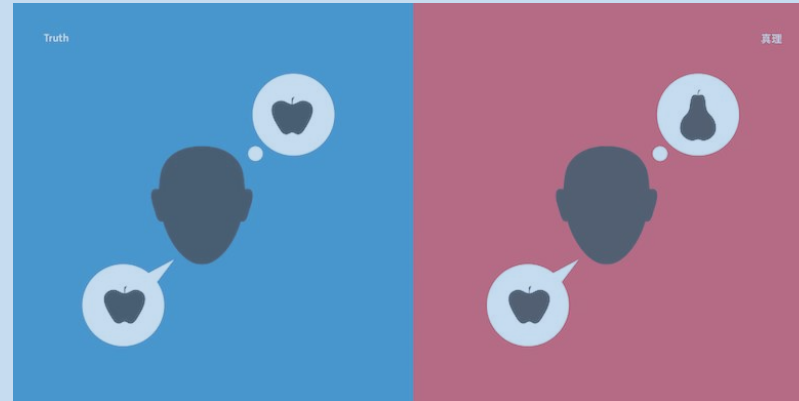
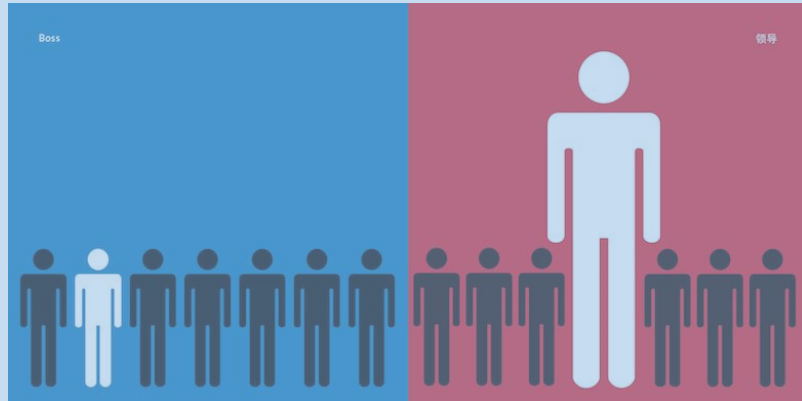
EAST MEETS WEST



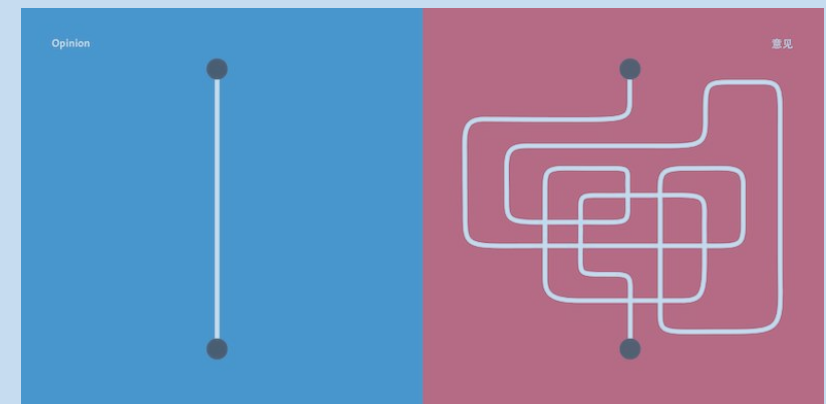
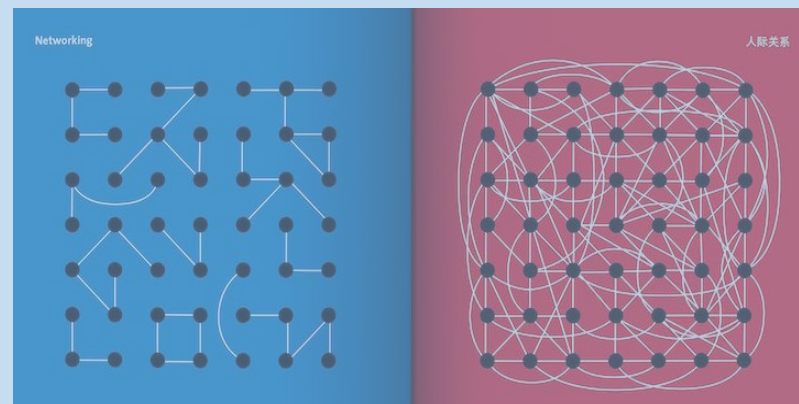
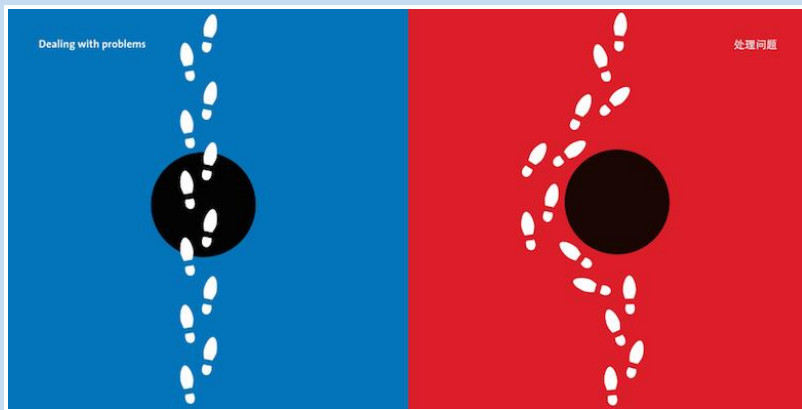
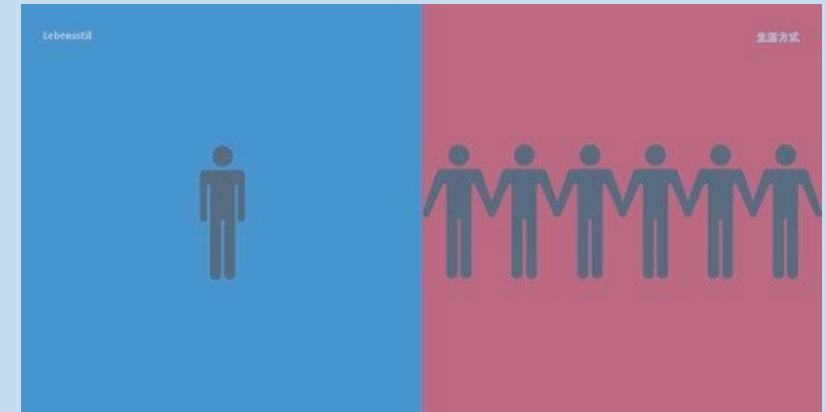
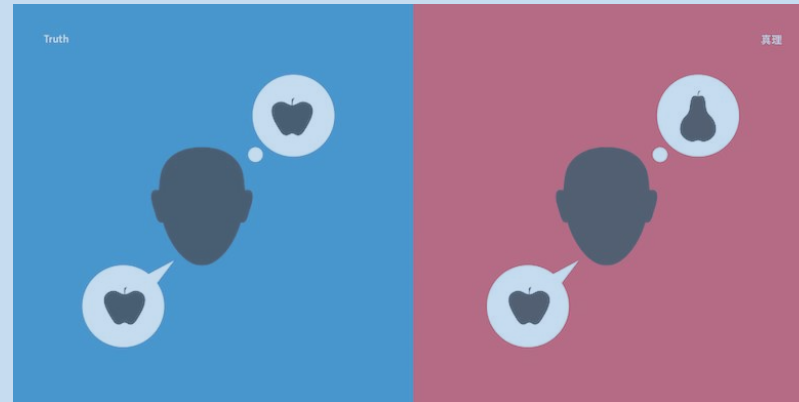
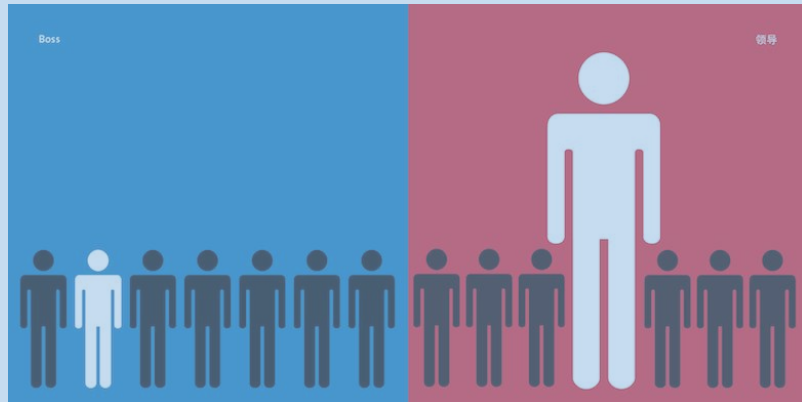
EAST MEETS WEST



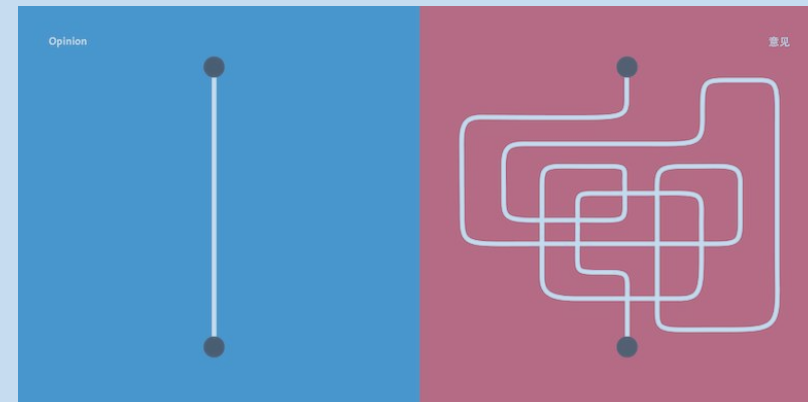
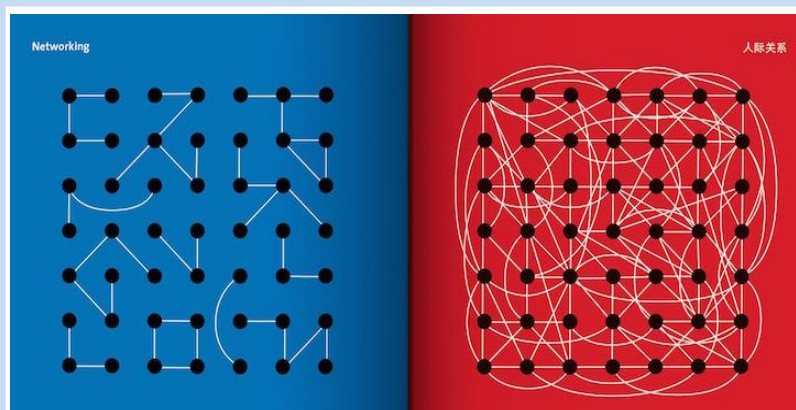
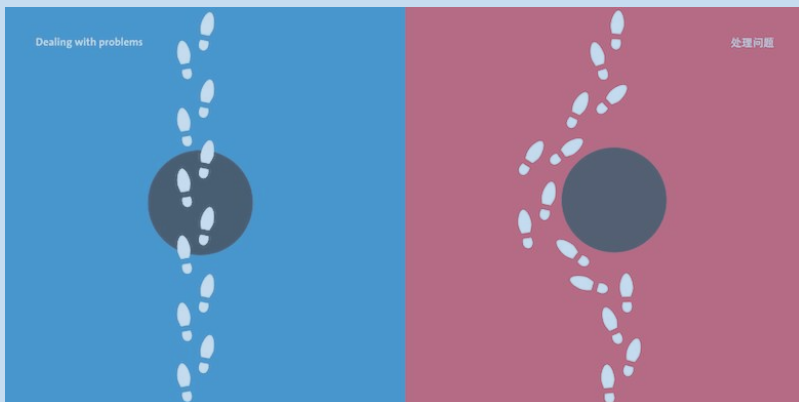
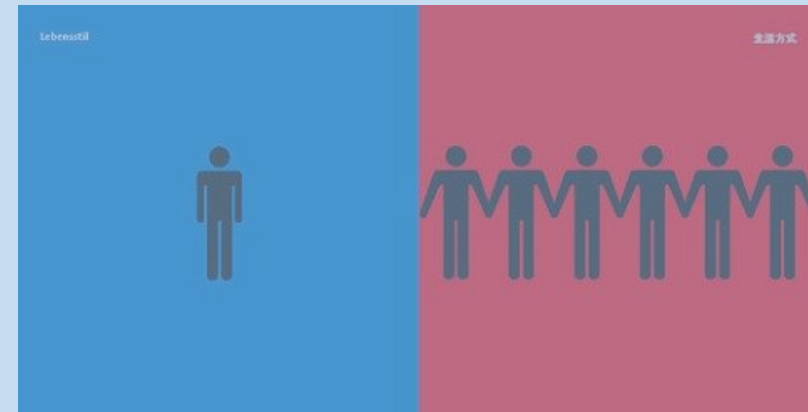
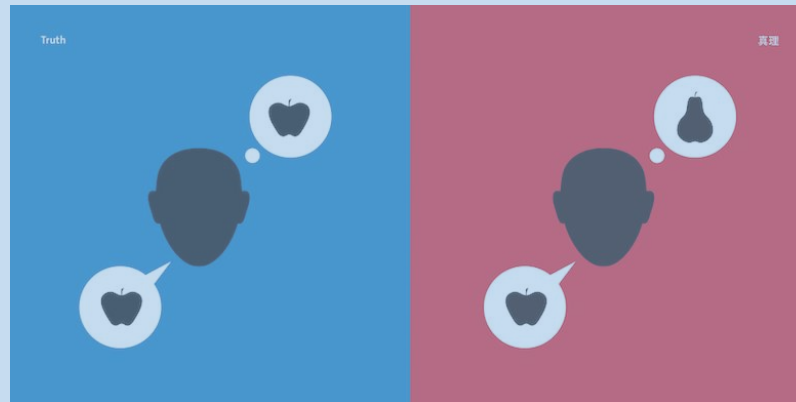
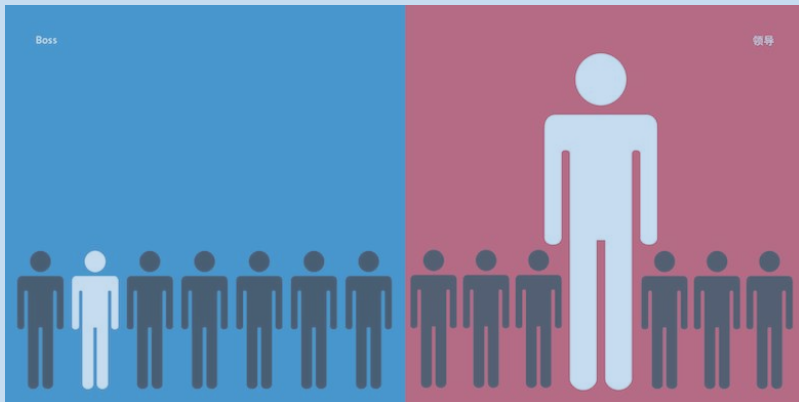
EAST MEETS WEST



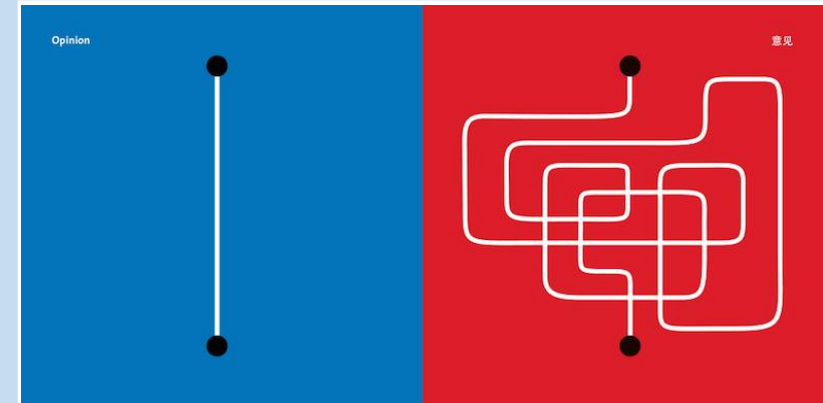
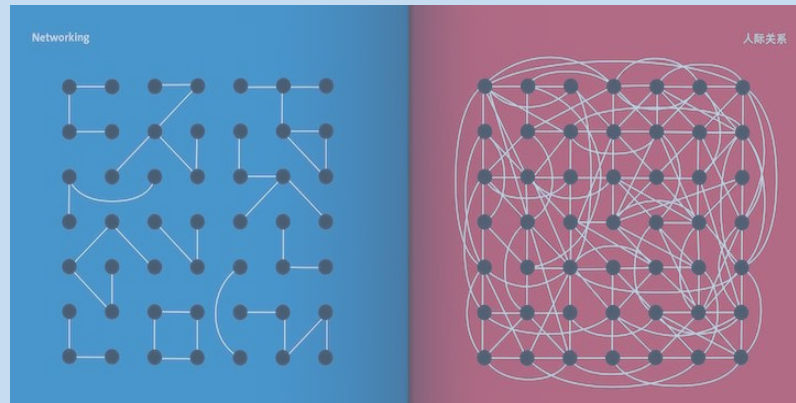
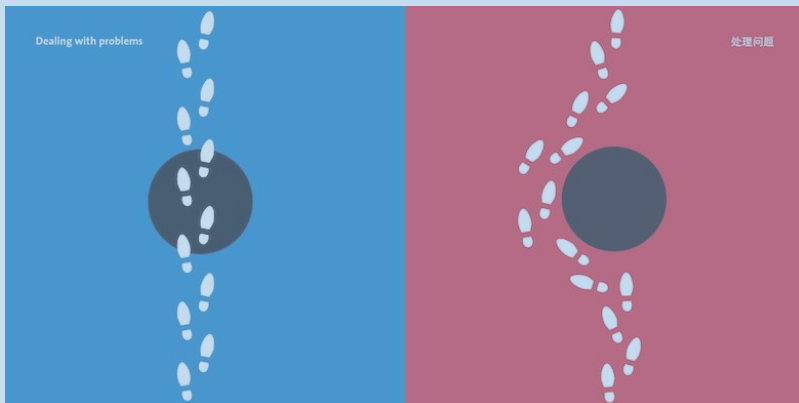
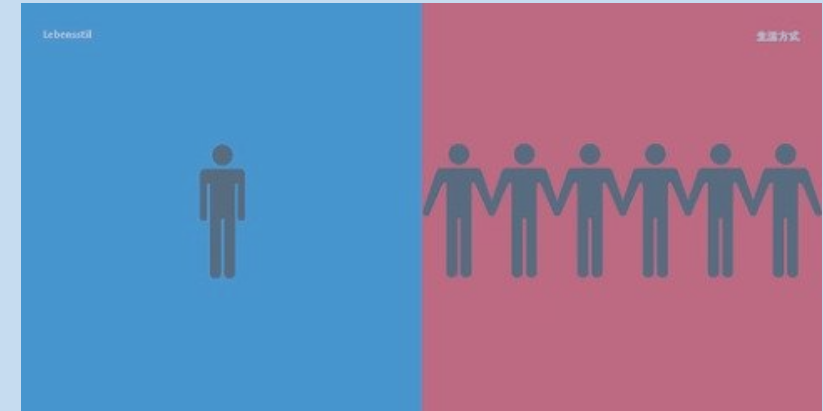
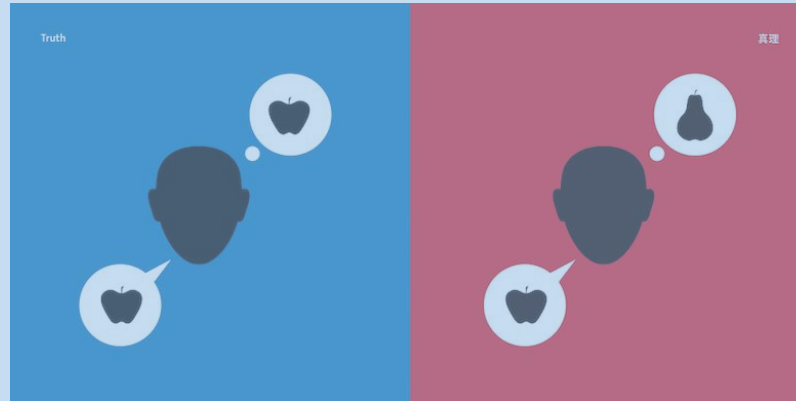
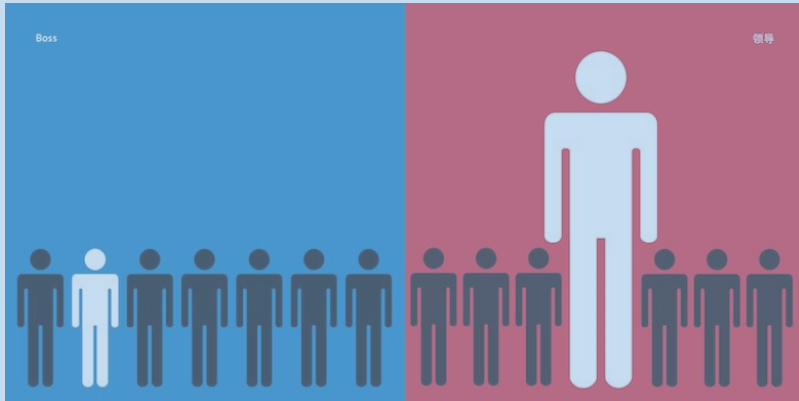
EAST MEETS WEST



EAST MEETS WEST



EAST MEETS WEST



GENERAL

- APROVECHAMIENTO DE OPORTUNIDADES existentes y de los acuerdos comerciales y sanitarios vigentes.
- VINCULACIÓN; Embajadas, Cámaras de Comercio, Asociaciones Empresariales, Instituciones Públicas, entre otros.
- Establecimiento de CONVENIOS DE COOPERACIÓN.
- POSICIONAMIENTO DE IMAGEN PAÍS; Ferias, Marcas Sectoriales, Campañas de Marketing, entre otros.

SUBREGIONES GEOGRÁFICAS

NORTE DE ASIA

- Consolidar posicionamiento y abrir nuevas oportunidades de oferta exportable.
- Crecer y continuar implementando acciones de promoción.

ASEAN

- Difundir oportunidades (B2B y B2C), con productos con acceso y presentes en el mercado.
- Aumentar presencia de Chile en plataformas digitales.
- Alternativa de diversificación dentro de la región.

INDIA

- Trabajo de prospección de mercado y oportunidades para la oferta exportable.
- Difundir oportunidades entre el sector empresarial chileno y el de India.
- Buscar mejor aprovechamiento y conocimiento de acuerdos existentes.





Reforzar el **posicionamiento de Chile** como proveedor líder en alimentos y **diversificar** mercados, bienes y servicios.

PROMOCIÓN Y FIDELIZACIÓN

- eCommerce
- Diversificación de la oferta.
- Campañas de posicionamiento
- Prospección de servicios
- Nuevas oportunidades en sectores tradicionales

Corto plazo (2023)

INNOVACIÓN Y EXPANSIÓN

- Expansión intra-mercado
- Posicionamiento como hub de innovación en Latam.
- Expansión de exportación de servicios e industrias creativas
- Posicionamiento y diversificación en eCommerce
- Trabajo en ERNC

Mediano plazo (2-5 años)

CONSOLIDACIÓN

- Consolidación en mercados clave.
- Prospección en nuevos mercados de la región
- Posicionamiento como proveedor estable y permanente de alimentos.
- Posicionamiento de la oferta exportable con 'valor agregado'.

Largo plazo (5+ años)



DIRECCIÓN GENERAL DE
PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES



WWW.PROCHILE.GOB.CL