



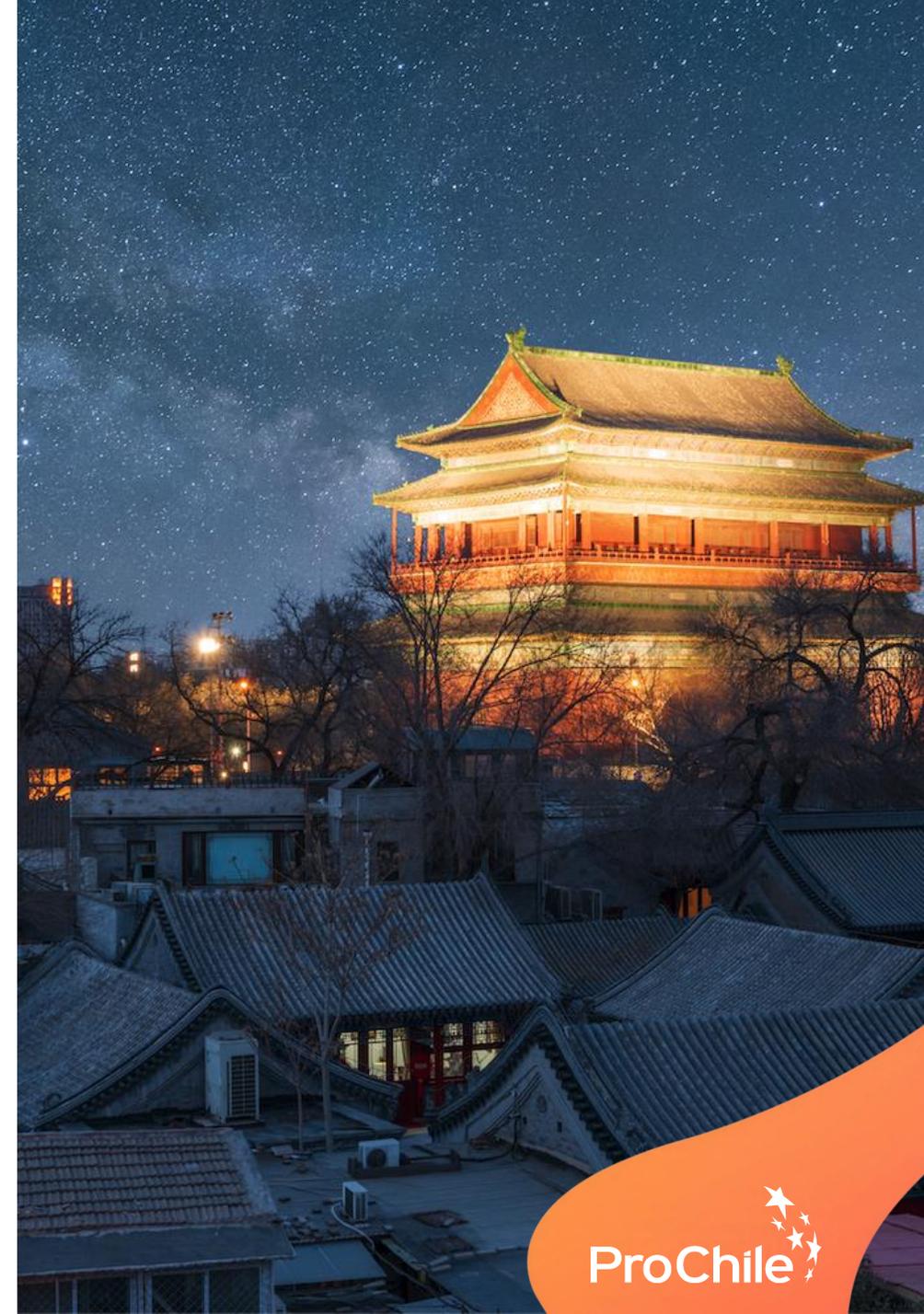
**O P O R T U N I D A D E S   D E  
D I V E R S I F I C A C I O N   Y   E X P A N S I O N  
E N   E L   M E R C A D O   C H I N O**

*Natalia Cortés García  
Jefa(s) Depto. Asia y Oceanía  
Prochile*

*O c t u b r e ,   2 0 2 4*

# Índice

1. QUE ES PROCHILE
2. PANORAMA DEL MERCADO CHINO Y EXPORTACIONES
3. CONSUMO Y CONSUMIDOR
4. HERRAMIENTAS DE APOYO PROCHILE y SUGERENCIAS DE LA OFICINA COMERCIAL



# ¿QUIÉNES SOMOS?

---



Somos la institución del *Ministerio de Relaciones Exteriores* que promueve la oferta de bienes y servicios chilenos en el mundo desde hace **50 años**.

Gracias a nuestra amplia red internacional, apoyamos también la difusión de las oportunidades para invertir en Chile y fomentamos el turismo.

# ESTRATEGIA PROCHILE 3.0

Aumento y diversificación  
de las exportaciones



Región  
y PYMES



Innovación y  
valor agregado



ProChile Digital

Beneficiarios



Imagen de Chile,  
inversión y turismo



Sostenibilidad,  
mujeres y pueblos  
originarios

## MACROSECTORES:



AGRO&ALIMENTOS



SERVICIOS



INDUSTRIAS 4.0



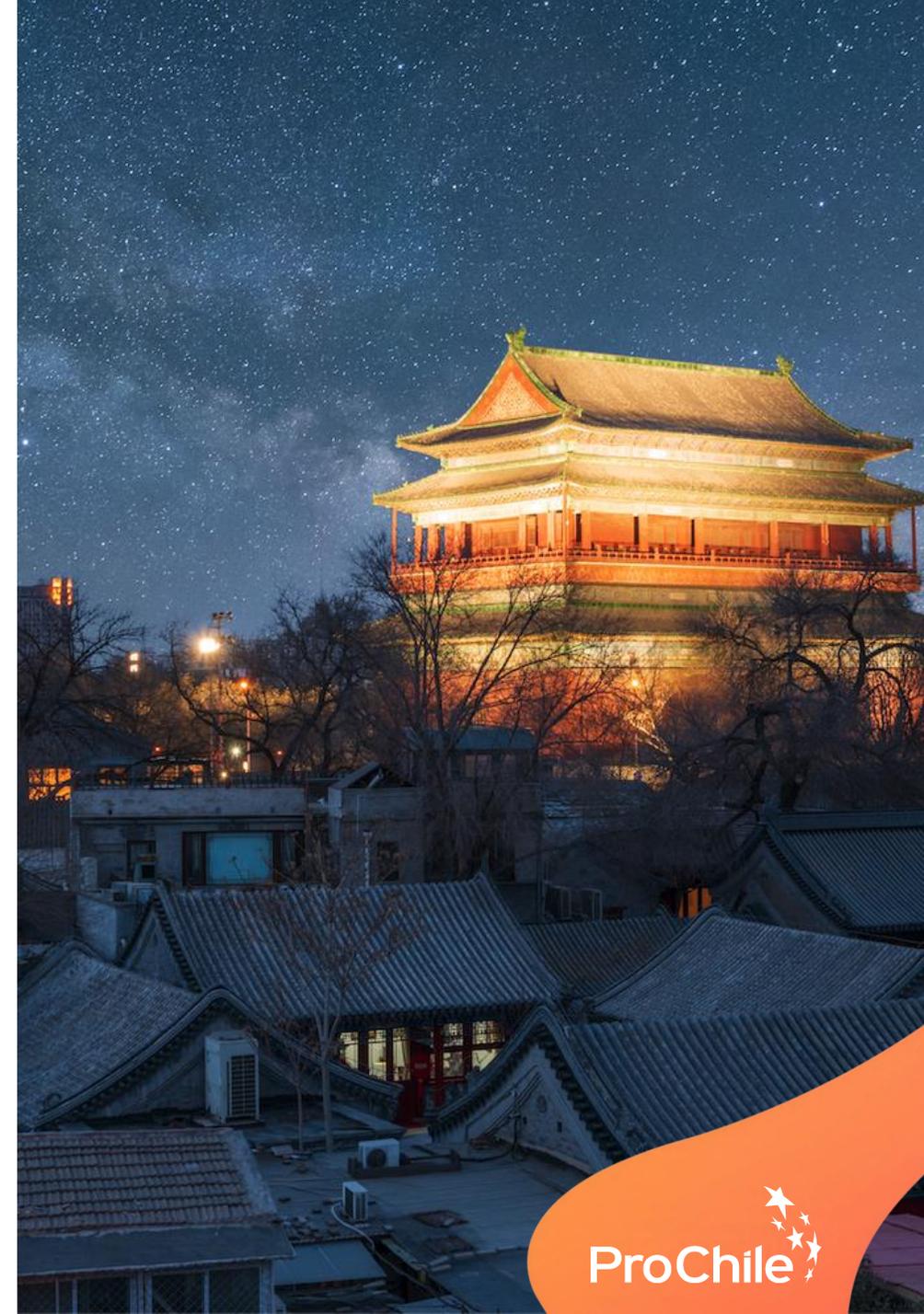
ECONOMÍA CREATIVAS

# Un Puente al Mundo



# Índice

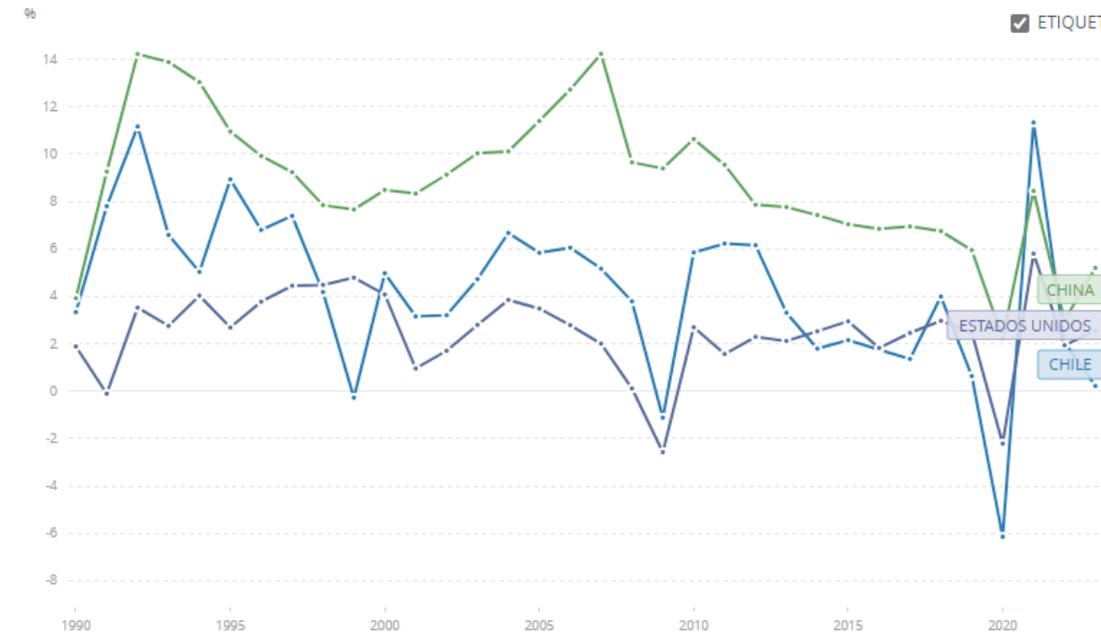
1. QUE ES PROCHILE
2. PANORAMA DEL MERCADO CHINO Y EXPORTACIONES
3. CONSUMO Y CONSUMIDOR
4. HERRAMIENTAS DE APOYO PROCHILE y SUGERENCIAS DE LA OFICINA COMERCIAL



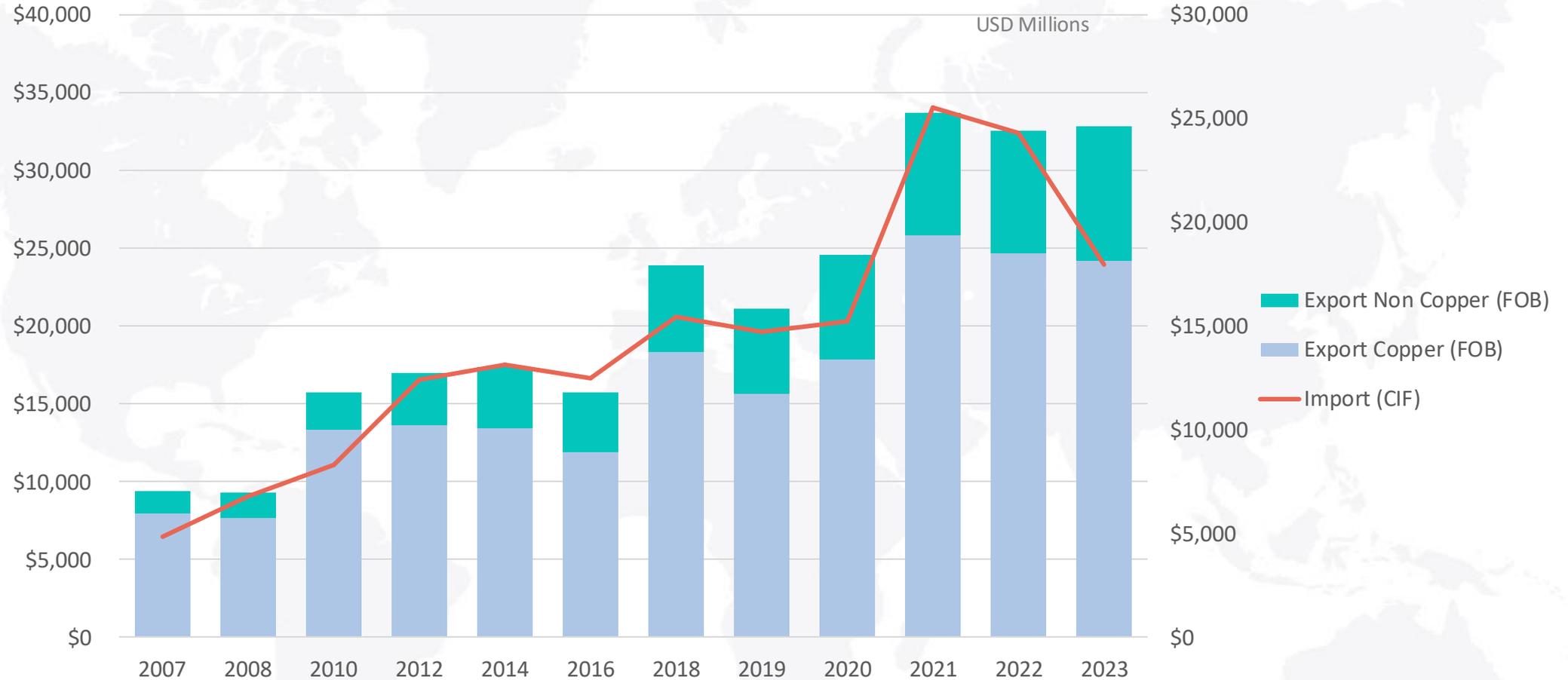
# Situación General en China 2024

- 1. Crecimiento estable y transformación:** Crecimiento 2023 5.2%, impulsando su PIB a \$17.52 billones. La economía se está transformando hacia un crecimiento más sostenible, con un enfoque en industrias de alta gama, economía verde y reducción de la pobreza.
- 2. Políticas de Incentivo Económico:** China fomenta el crecimiento inclusivo con el objetivo de duplicar su clase media, que ya es la más grande del mundo con 400 millones de personas.
- 3. Posición Geopolítica:** China sigue siendo un actor clave en el comercio global, con 7 de los 10 principales puertos y 16 Tratados de Libre Comercio. En 2023, recibió el 38% de las exportaciones chilenas, consolidándose como el principal socio comercial de Chile por 13 años consecutivos
- 4. Proyecciones para 2024:** Se proyecta un crecimiento de alrededor del 5% en 2024, según el gobierno chino, mientras que el FMI estima 4.6%. China contribuirá con una cuarta parte del crecimiento global, destacando su papel como motor de la economía mundial.

Crecimiento PIB Chile-China-EEUU/ 1990- 2024



## Comercio Bilateral Chile-China 2007-2023



Fuente: Dirección Nacional de Aduanas

# PRINCIPALES SECTORES EXPORTADORES DE CHILE A CHINA 2023



**CHINA** es uno de los principales destinos de  
**EXPORTACIONES** DE:



Mining (including Copper) **US\$ 24,649 MM** 1st destination



Forestry Industry **US\$ 1,932 MM** 1st destination



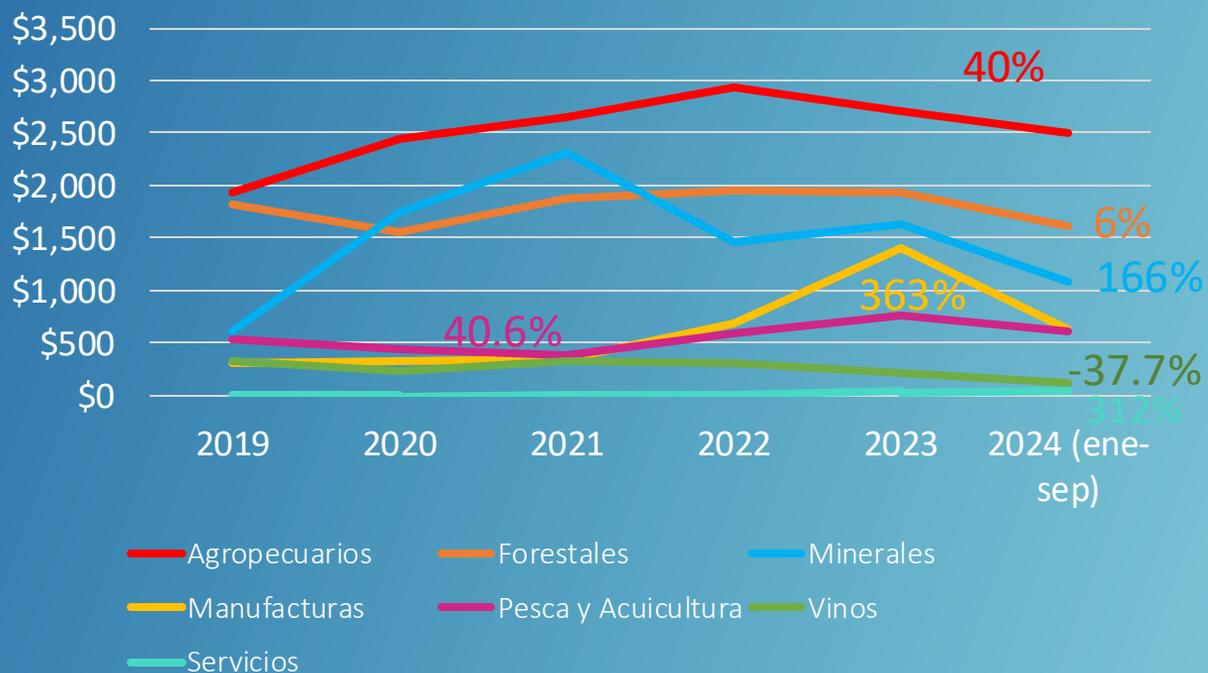
Agricultural products **US\$ 2,712MM**, 1st destination



Bottled Wine **US\$ 206 MM** 2<sup>nd</sup> destination

# DATOS GENERALES - EXPORTACIONES A CHINA

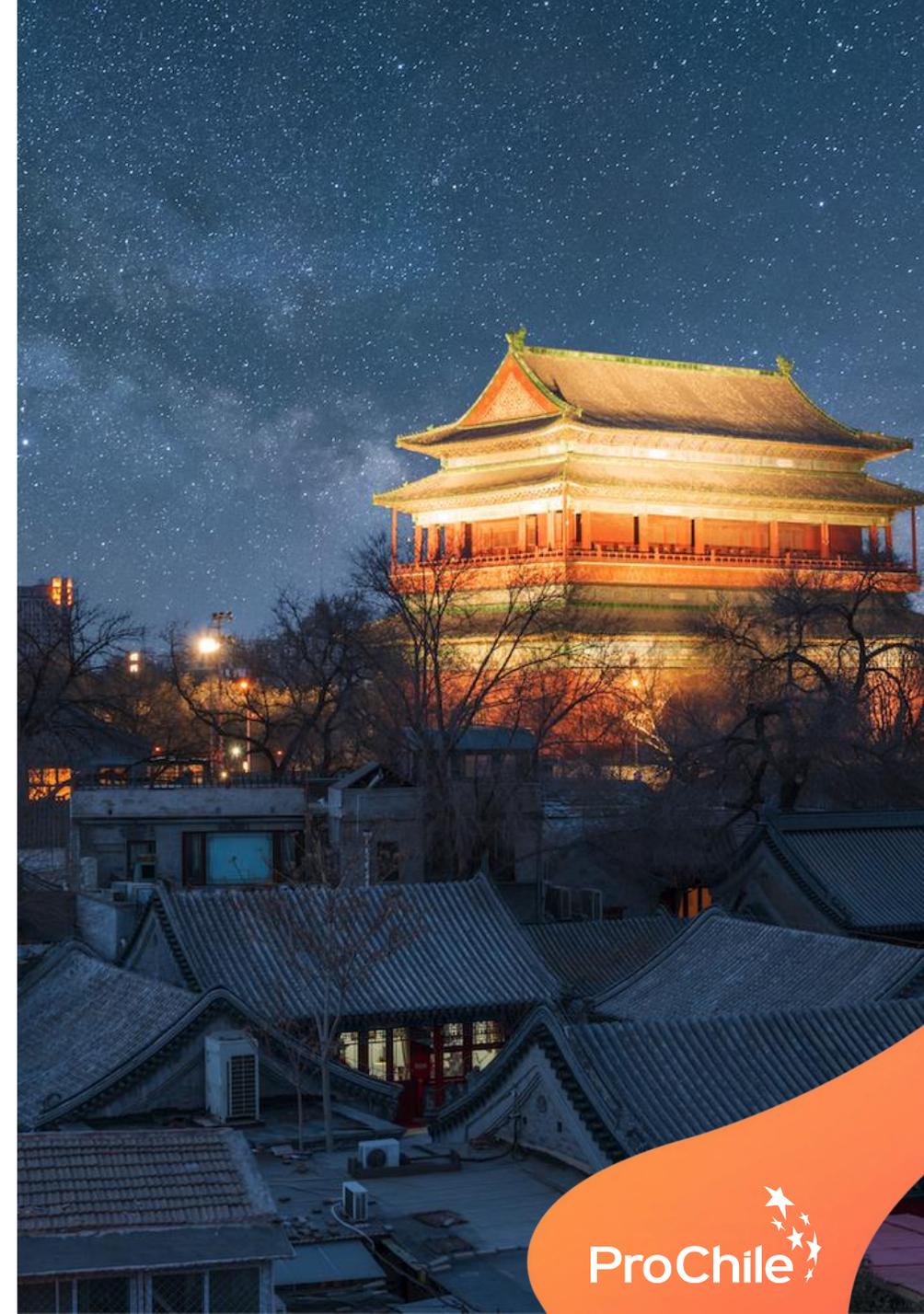
Evolución de montos de exportación sectoriales de Chile a China 2019-2024



- Comercio bilateral alcanzó los US\$56,062 millones en 2023. Exportaciones chilenas \$37,401 millones (-3.6% YOY), Importaciones en \$17,502 millones (-19,7% YOY).
- Balanza comercial anotó su mayor diferencia histórica, un diferencial positivo de \$20 mil millones.
- El sector agropecuario representa el 38.1% de las exportaciones
- Servicios aumentaron en un 99,6 % respecto al año 2023, explicado por los sectores de transporte e I+D.

# Índice

1. QUE ES PROCHILE
2. PANORAMA DEL MERCADO CHINO Y EXPORTACIONES
- 3. CONSUMO Y CONSUMIDOR**
4. HERRAMIENTAS DE APOYO PROCHILE y SUGERENCIAS DE LA OFICINA COMERCIAL



# SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO

## Pulso del mercado

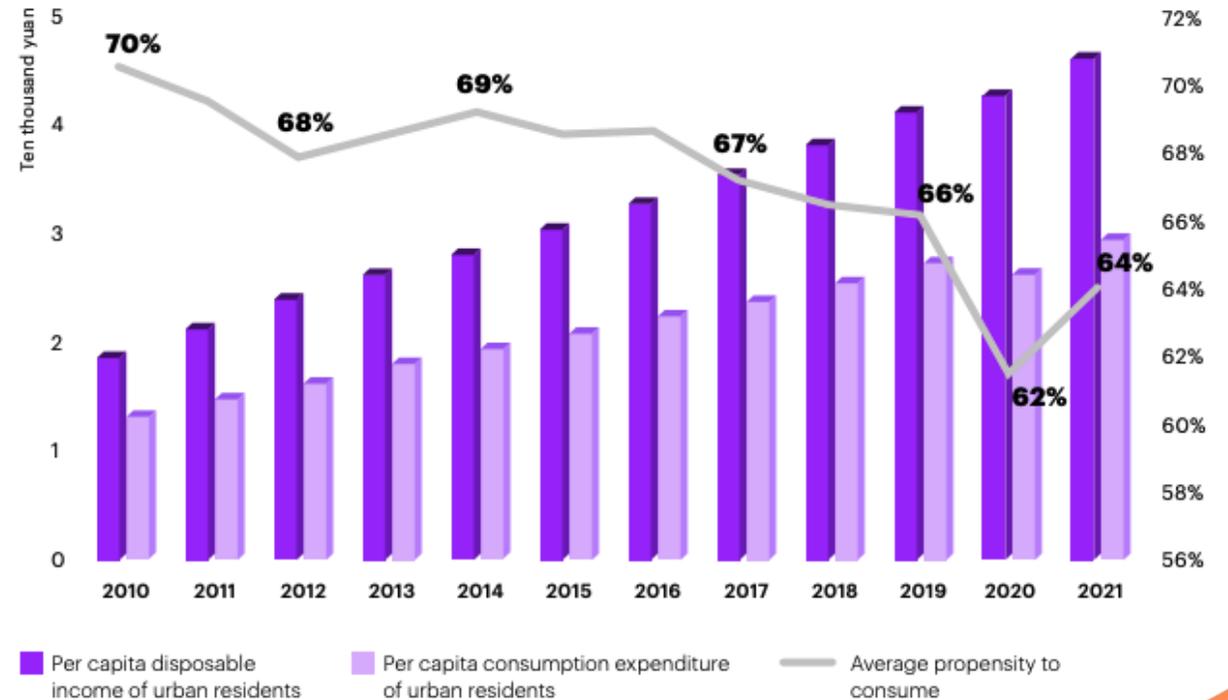
- ✓ Paralelamente a la transición de la economía hacia una nueva normalidad, más sostenible, el consumidor chino está evolucionando, gastando menos pero más racionalmente.
- ✓ En la última década, el crecimiento en la renta disponible se ha ralentizado, al igual que el gasto del consumidor y la disposición a consumir.

=

## Maduración del Mercado

- ✓ Clase media hoy 400 millones, proyección a 15 años 800 millones.

**Figure 1: Residents' propensity to consume has continued to decline over the past decade, dropping to a historical low after the outbreak of the COVID-19 pandemic**



Accenture Chinese Consumer Insights 2022

# SITUACION ACTUAL DEL MERCADO

## Catalizadores del crecimiento



### *Retail Digital*

- *E-commerce*
- *Redes sociales*
- *Pagos móviles*

} Integración total



### *Generación Z*

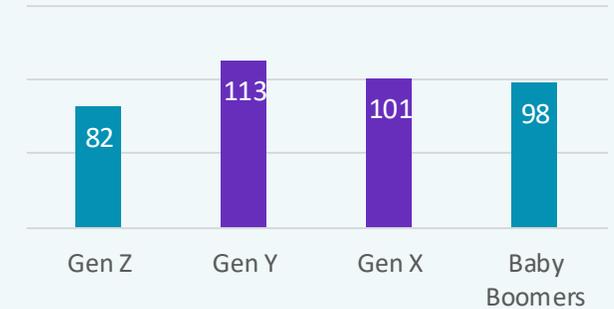
- *Mayor poder adquisitivo*
- *Mayor receptibilidad a las tendencias*
- *Distintas conductas de gastos*



# DINAMISMO DEL CONSUMO

- El **comportamiento del consumidor chino** cambia rápidamente debido a la fuerte integración de las **redes sociales** en su vida diaria.
- Son compradores **omnicanal**, combinando compras online y en tiendas físicas. Con un **75% comprando online** (uno de los porcentajes más altos del mundo),
- Los consumidores chinos confían en las **reseñas y recomendaciones** antes de adquirir productos, y participan activamente dejando opiniones.
- Sin embargo, el mercado es complejo, con **diferentes necesidades y tendencias** según las regiones, por lo que es esencial comprender sus **preferencias y mentalidades** para tener éxito en China.

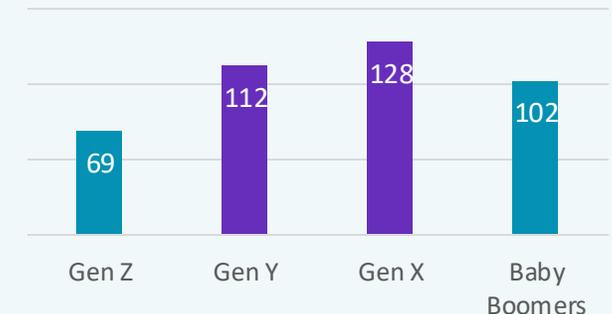
Nivel gasto promedio anual por generación en categoría "Básicos diarios\*\*"



\*Se consideran las compras de productos frescos, comidas preparadas, cuidado personal y del hogar

\*\* Fuente BCG, representa el gasto promedio anual per cápita por generación.

Nivel gasto promedio anual por generación en categoría "pequeños lujos\*\*"



\*Se consideran gastos en restaurantes, bebidas no alcohólicas, vestuario, decoración y electrónicos.

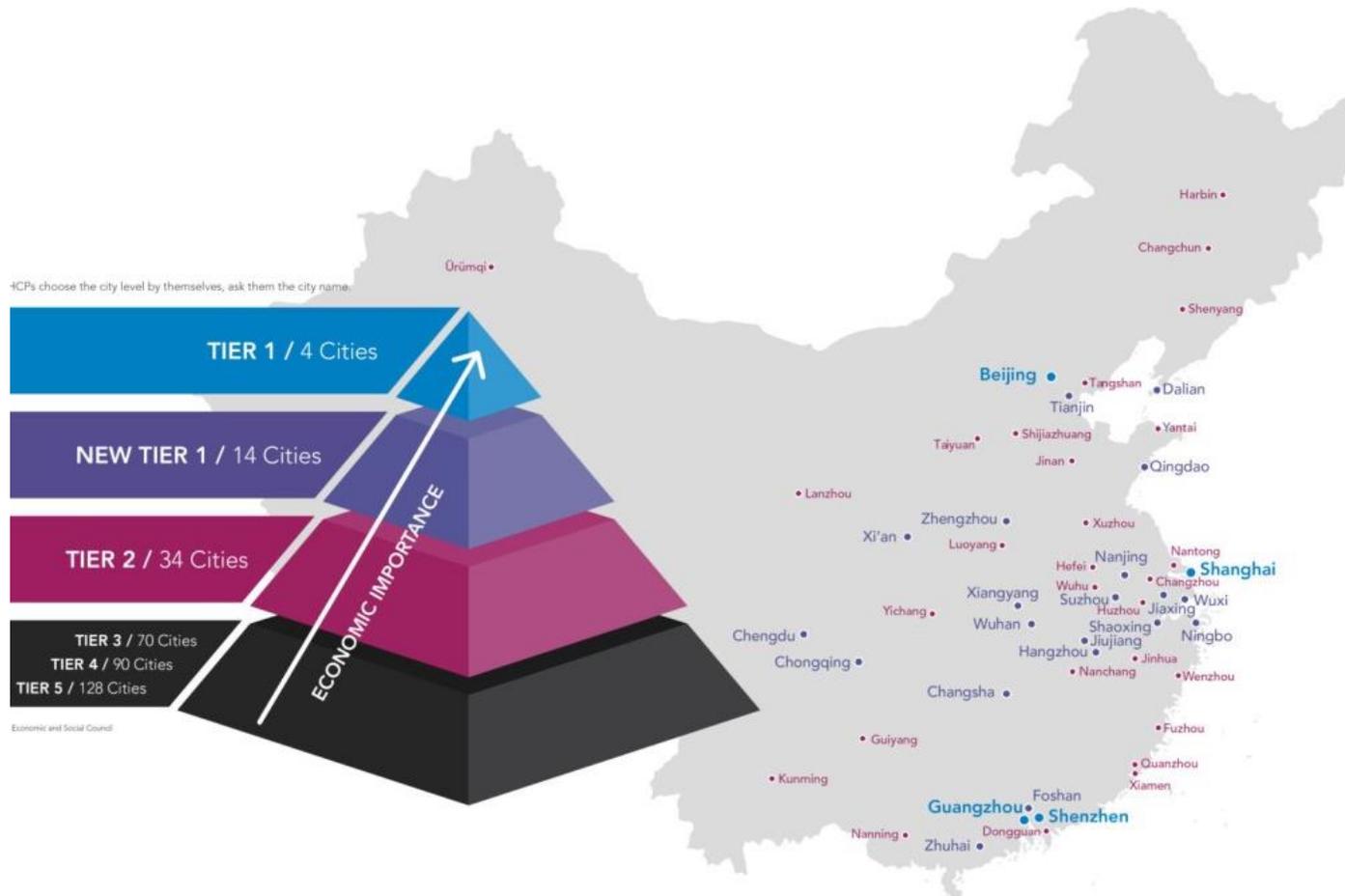
\*\* Fuente BCG, representa el gasto promedio anual per cápita por generación.

# Índice

1. QUE ES PROCHILE
2. PANORAMA DEL MERCADO CHINO Y EXPORTACIONES
3. CONSUMO Y CONSUMIDOR
4. OPORTUNIDADES DE EXPANSION Y DIVERSIFICACION



# CLASIFICACION CIUDADES CHINAS

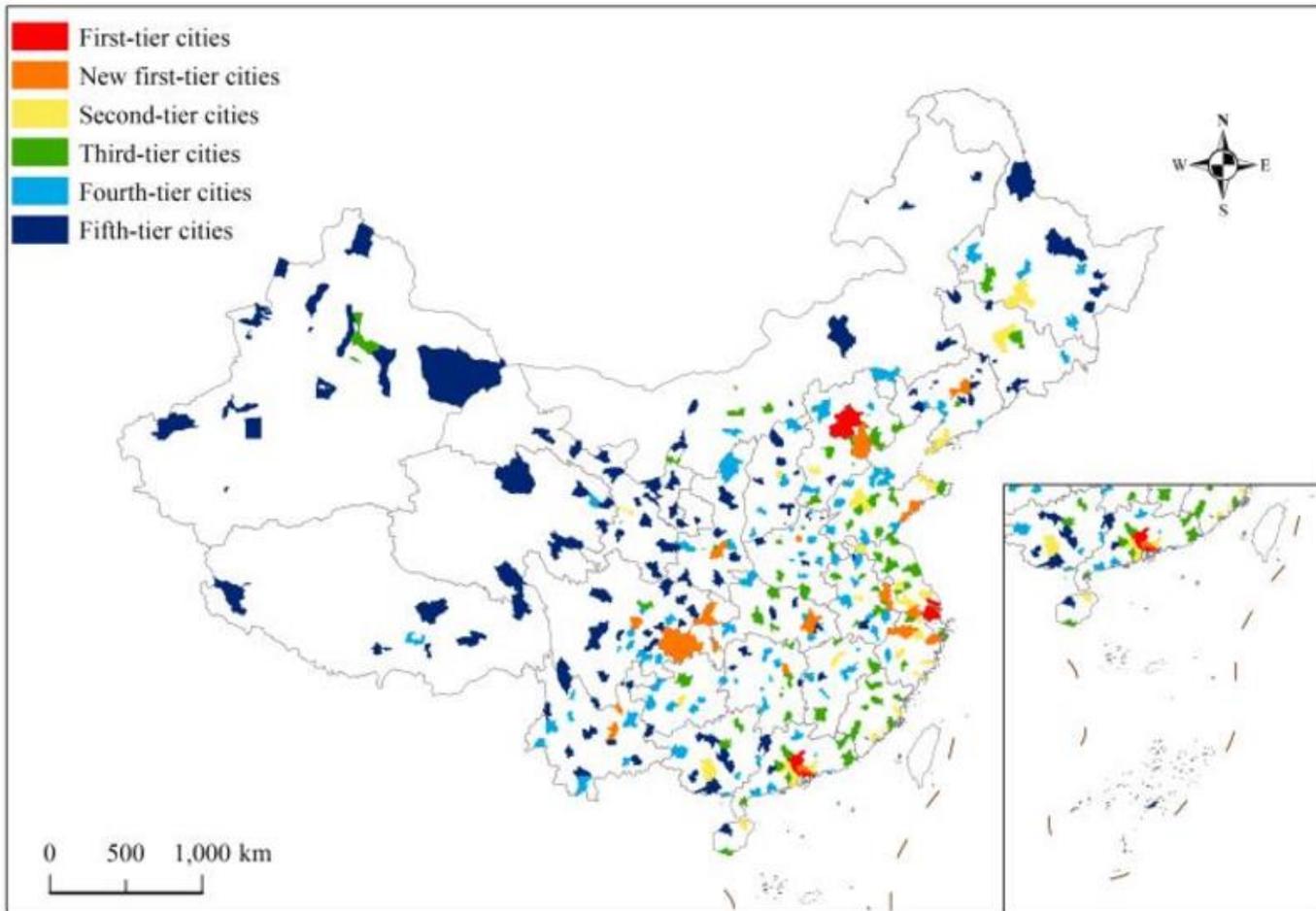


*China tiene 613 ciudades registradas*

Clasificación 1 a 4, según su PIB, Población y Sistema administrativo.

1. **Tier 1:** Shanghai, Beijing, Guangzhou y Shenzhen
2. **Tier 2 :** población entre 3 y 15 millones, un PIB entre US\$68 y US\$299 miles de millones, incluyendo a Chengdu, Chongqing y Qingdao.
3. **Tier 3:** poblaciones entre 150 mil y 3 millones de personas, y un PIB entre US\$18 y US\$67 mil millones, como Dongguan, Guilin y Lanzhou
4. **Tier 4:** menos de 150 mil habitantes y un PIB menor a US\$17 mil millones. Más del 70% de la población vive en ciudades de nivel Tier 3 y menores.

# CLASIFICACION CIUDADES CHINAS



## Potencial de mercado:

1. **Diferencias de mercado:** Tier 1 y 2, consumidor con mayor poder adquisitivo y atractivas para product con mayor valor agregado. Tier 3 y 4, menos competencia y mayores oportunidades para productos tradicionales. Permiten acceder a nuevos segmentos de mercado.
2. **Potencial de las ciudades menos exploradas:** se espera que el consumo de las *lower tier* se triplique para 2030
3. **Estrategia de segmentacion:** Aprovechar esta clasificación permite a las empresas chilenas **adaptar su oferta** según las características de cada ciudad.

**Nota:** la clasificación es solo un **punto de referencia** para las empresas y no una herramienta definitiva. Considerar factores como **preferencias culturales, condiciones socioeconómicas y particularidades geográficas** para tener una visión más completa del mercado chino.

# DIVERSIFICACION SECTORES EXPORTADORES

---

## Nuevos Sectores Exportadores Nacionales con Potencial en China

### •Industrias Creativas:

- Las industrias culturales y creativas, como la **audiovisual y animación**, tienen un potencial de expansión en el mercado chino, aprovechando el crecimiento de su clase media y el interés en contenidos internacionales.

### •Alimentos saludables y gourmet:

- El mercado chino está cada vez más interesado en productos alimentarios **saludables, orgánicos y premium**, como alimentos procesados, productos gourmet, e innovaciones en la industria alimentaria.

### •Tecnologías verdes e hidrógeno verde:

- Chile es un pionero en **energía limpia**, y existe un enorme potencial en la exportación de **hidrógeno verde** y tecnologías relacionadas con la energía renovable.

# HERRAMIENTAS DE APOYO - Transversales

- **Apoyo comercial:** Agendas de negocios, Encuentros, Ruedas de Negocios
- **Detección de Oportunidades:** canalización de demandas de importadores a exportadores (OCI), identificación de nichos de mercado (servicios, innovación)
- **Posicionamiento:** Campañas ecommerce y marketing digital, presencia en ferias en el mercado, talleres y webinars
- **Capacitación y acompañamiento** de empresas exportadoras para ingresar al mercado
- **Inteligencia de mercado:** estudios modulares y transversales.



# HERRAMIENTAS DE APOYO - Promoción e-commerce

## 1. Alianzas con plataformas de comercio electrónico chinas

### Pabellones Nacionales



JD.COM



天猫 TMALL.COM

Posicionamiento de Productos  
Promoción imagen país  
Apoyo a las ventas

## 2. Cooperación con Retailers online

### Promociones online y offline



达达集团  
DADA GROUP



鲜·美·生活

七鲜超市  
SEVEN FRESH





DIRECCIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN  
DE EXPORTACIONES



[WWW.PROCHILE.GOB.CL](http://WWW.PROCHILE.GOB.CL)