OPORTUNIDADES PARA EL SECTOR AGROEXPORTADOR EN ASIA PACIFICO.

Natalia Arcos
Directora Internacional de ProChile

10 DE SEPTIEMBRE 2025

ÍNDICE

- ProChile
- Política Comercial de Chile
- Breve diagnóstico de las exportaciones chilenas
- Importancia de Asia como mercado destino.

ProChile

¿QUIÉNES SOMOS?

ProChile

Somos la institución del Ministerio de Relaciones Exteriores que ***promueve la oferta de bienes y servicios chilenos en el mundo***. Gracias a nuestra amplia red internacional, apoyamos también la difusión de las oportunidades para invertir en Chile y fomentamos el turismo.

RED DE OFICINAS

52

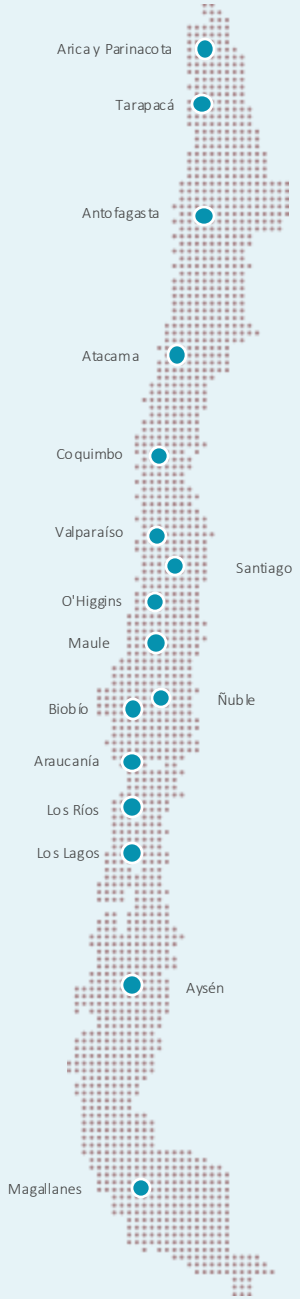
Oficinas Comerciales

Ubicados estratégicamente en los mercados más importantes del mundo

16

Oficinas Regionales

Trabaja de cerca con la cartera exportadora de Chile, impulsando todos los sectores productivos del país.



ProChile
MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES

CREAR Y CONECTAR OPORTUNIDADES

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

MEDIO ORIENTE
Emiratos Árabes Unidos

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
India
Indonesia
Japón
Malasia
Tailandia
Taipei Chino
Vietnam

ProChile

Ubicación | Oficinas de ProChile en la región

Equipo | Agregados y Representantes Comerciales

Juan Pablo Julio Bulling
Sídney Australia
Agregado Comercial
Idioma oficina | Español, Inglés

Gonzalo Rubilar D. Guangzhou, China
Agregado Comercial
Idioma oficina | Español, Inglés, Cantonés y Mandarín

Felipe Umaña
Seúl, Corea del Sur
Agregado Comercial
Idioma oficina | Español e Inglés

Jorge Loyola
Nueva Delhi, India
Agregado Comercial
Idioma oficina | Español, Inglés

Yang Yu,
Chengdú, China
Representante comercial
Idioma oficina | Español, Inglés, Mandarín

Andrés Gebauer
Beijing, China
Agregado Comercial
Idioma oficina | Español, Inglés

Fernando Schmidt
Taipéi Chino
Agregado Comercial
Idioma oficina | Español, Inglés y Mandarín

Oscar Adolfo Arriagada
Bangkok, Tailandia
Agregado Comercial
Idioma oficina | Español, Inglés, Tailandés y Francés

Ana Belén Bueno Jiménez
Kuala Lumpur, Malasia
Representante comercial
Idioma oficina | Español, Inglés

THANH QUANG NGUYEN
Ho Chi Minh, Vietnam
Representante comercial
Idioma oficina | Español, Inglés y Vietnamita

Alberto A. Cañas
Shanghái, China
Agregado Comercial
Idioma oficina | Español, Inglés y Mandarín

Nury Disegni Gili
Tokio, Japón
Agregado Comercial
Idioma oficina | Español, Inglés y Japonés

Patricio Parraguez
Yakarta, Indonesia
Agregado Comercial
Idioma oficina | Español, Inglés

Misri Kamlesh
Mumbai, India
Representante comercial
Idioma oficina | Inglés - Hindi

Chile
Hola INDIA,
Namaste CHILE!
Uday Chugh
Rakesh Banga
Amit Lohani

Chile

CHILE ASEAN

Business Summit

十周年

10 AÑOS

Chile WEEK 智利周

10 años Chile Week China

2025

ProChile · Dirección Internacional

ProChile

POLÍTICA COMERCIAL
DE CHILE

APERTURA COMERCIAL: EL IMPACTO DE LOS TLC

Chile posee la Red de Tratados de Libre Comercio
con mayor acceso al PIB Mundial (OCDE).

35
Tratados de Libre Comercio

65
Economías

88%
PIB Mundial

5.000
Millones de personas

65%
De la población mundial

Fuente: Departamento de Información Comercial, Dirección de Estudios, SUBREI.

APERTURA COMERCIAL: EL IMPACTO DE LOS TLC

93%

de nuestras exportaciones no cobre se dirigen a los países con Acuerdos Económicos vigentes (2024).

22%	18%	17%	10%	10%	9%	7%
EE.UU.	CHINA	CPTPP	UNIÓN EUROPEA	MERCOSUR	ALIANZA DEL PACÍICO	JAPÓN

Fuente: Departamento de Información Comercial, Dirección de Estudios, SUBREI.

DIAGNÓSTICO DE LAS EXPORTACIONES CHILENAS

ProChile

2024

UN AÑO RÉCORD

- Las exportaciones chilenas no cobre no litio alcanzaron un **récord histórico de US$ 44.364 millones en 2024** (+2,0%).
- Este crecimiento refleja la exitosa diversificación de la economía chilena.
- El **sector agropecuario fue el macrosector más dinámico**, liderando la expansión con un crecimiento del +14,5%.
- Diciembre fue un mes excepcional, con un crecimiento del +32,1% interanual, impulsado fuertemente por envíos agropecuarios.

Fuente: SUBREI, ProChile

LOGROS DE CHILE EXPORTADOR

ProChile

DIARIAMENTE, 153 MILLONES DE PERSONAS CONSUMEN ALIMENTOS CHILENOS

82 millones

de personas comen fruta fresca de Chile.

23 millones

de personas toman una copa de vino chileno.

11 millones

de personas consumen una porción de carne de cerdo chileno.

Fuente: Consejo Exportador de Alimentos, Servicio Nacional de Aduanas.

LA IMPORTANCIA DE LA REGIÓN

EL 55,6% DE LAS EXPORTACIONES TOTALES se destinaron a Asia-Pacífico(*2024).

- **PRINCIPALES SOCIOS COMERCIALES DE CHILE**
- 14 OFICINAS COMERCIALES

Fuente: Inteligencia de mercado, ProChile 2024

Características generales de la zona geográfica

PIB: El PIB de la región de Asia y Oceanía asciende a 35,2 billones de USD, lo que representa cerca del 32 % del PIB mundial. En los mercados donde ProChile tiene oficinas, el PIB estimado es de 32,2 billones de USD.

Ingreso Per Cápita: el ingreso Per Cápita en estos mercados es muy diverso. Norte de Asia, las cifras oscilan entre US$12.868 (China) y US$35.033 (Japón). En ASEAN, van desde US$ 4.300(Vietnam) hasta US$ 11.428 (Malasia). India registra un ingreso per cápita de US$ 2460, mientras que Oceanía, Australia alcanza los US$ 66.461

Población: La población de Asia y Oceanía en 2024 se estima en aproximadamente 4.807 millones de personas; nuestra zona geográfica es de 3.949 mil millones, abarcando casi un 95% de toda la región.

Exportaciones MMUS$

Mercado	2023	2024	% Var. 24/23	% Part. 2024
China	8,669	9,113	5.1%	58.7%
Japón	2,785	2,741	-1.6%	17.6%
Corea del Sur	1,416	1,391	-1.8%	9.0%
India	566	779	37.6%	5.0%
Taipei Chino	341	362	6.1%	2.3%
Tailandia	288	311	7.9%	2.0%
Vietnam	271	269	-1.0%	1.7%
Australia	197	191	-3.2%	1.2%
Indonesia	85	82	-3.1%	0.5%
Malasia	70	82	16.6%	0.5%
Hong Kong	61	55	-9.8%	0.4%
Filipinas	58	59	1.2%	0.4%
Total Zona geográfica	14,903	15,539	4.2%	100.0%
Total exportaciones	43,770	44,761	2.3%	100.0%
% Par Zona Geográfica	34.0%	34.7%		

N° de empresas exportadoras

Mercado	2022	2023	% Var. 23/22
China	1.006	1.068	6,16%
japón	522	530	1,53%
Corea del Sur	527	519	-1,52%
India	263	322	22,43%
Taipéi Chino	415	395	-4,82%
Tailandia	285	302	5,96%
Vietnam	272	276	1,47%
Australia	237	252	6,33%
Indonesia	139	132	-5,04%
Malasia	210	213	1,43%
Hong Kong	219	239	9,13%
Total Zona geográfica	**1.654**	**1.760**	**6,41%**
Total Exportaciones	**6.371**	**6.765**	**6,18%**

Fuente a utilizar: https://data.worldbank.org/ m, https://es.statista.com/

AGROALIMENTOS

ASIA PACÍFICO

El año 2024, China sigue liderando como destino principal, representando más de la mitad del total agroexportador a Asia-Pacífico. El bloque Asia - Pacífico creció (+15,1%), consolidándose como un mercado estratégico.

Mercado	Exportaciones Agro 2023 (US$ MM)	Exportaciones Agro 2024 (US$ MM)	Variación % 2023-2024	Participación % de Chile 2024
China	3.679	4.592	+24,8%	3,28%
Japón	1.766	1.864	+5,5%	3,41%
Corea del Sur	540	608	+12,6%	1,92%
India	181	170	-6,2%	0,70%
Australia	100	93	-7,18%	0,10%
ASEAN (total)	482	462	-4,2%	0,45%

AGROALIMENTOS

ALIMENTOS CONFIABLES
PARA EL MUNDO Y PILAR DE LA DIVERSIFICACIÓN

La variada oferta agroalimentaria chilena es de reconocida calidad, con atributos transversales, como inocuidad, trazabilidad, sustentabilidad y seguridad.

Nuestras exportaciones llegan a más de 170 destinos en el mundo, cumpliendo exigentes normas y certificaciones internacionales.

Esta es una industria con altos niveles de innovación en los procesos de cultivo, producción y elaboración de los alimentos.

- Mercados Tradicionales Consolidados: China, Japón y Corea del Sur
- Mercados Emergentes de Alto Potencial: India, Tailandia y ASEAN

SUBSECTOR

VINOS

El mercado de Asia - Pacífico importó más de US$6.429 millones en vinos en 2024.

En ese contexto: Chile, con US$ 385 millones enviados, alcanza un market share cercano al 6,6% en Asia-Pacífico.

OPORTUNIDADES:

- China: 40% de vino importado vía e-commerce (JD.com, Tmall, Douyin).
- Japón/Corea: vinos premium con DO reconocidas.
- ASEAN: consumidores jóvenes ven el vino como símbolo de estatus.
- India: +8% crecimiento anual en segmento premium.

Fuente: Inteligencia de mercado ProChile, datos GTA

Fuente: *Inteligencia de Mercados de ProChile*

SUBSECTOR

FRUTA FRESCA

La fruta fresca es el primer sector exportador de Chile, siendo hoy el primer país exportador de frutas frescas del hemisferio Sur.

Exportaciones chilenas de fruta fresca a Asia 2024: US$ 3.600 millones.

Importaciones totales de fruta fresca en Asia 2024: US$ 21.635 millones.

Market share de Chile en Asia-Pacífico: 24,4% CIF

Principales envíos a Asia: cerezas, uvas, ciruelas, manzanas, arándanos.

En 2024: primer buque directo con 2.500 toneladas de cerezas a Tianjin (China).

ASEAN e India presentan creciente demanda por fruta saludable y orgánica.

Fuente: Inteligencia de mercado ProChile, datos GTA

Fuente: *Inteligencia de Mercados de ProChile*

SUBSECTOR

PRODUCTOS DEL MAR

Asia es el principal destino, con Japón, China y Corea del Sur concentrando la mayor parte de los envíos.

Más del 28,7% del total exportado por Chile en pesca y acuicultura tuvo como destino a los países Asia-Pacífico.

Importaciones Asia-Pacífico US$ 45.146 millones en productos del mar en 2024.

Con envíos de US$ 2.649 millones a Asia-Pacífico, Chile representó cerca de un 6,4% (precios CIF) de las importaciones de productos del mar de Asia-Pacífico en 2024.

Chile se mantiene como uno de los principales proveedores del hemisferio sur, junto con Noruega y Ecuador.

Certificaciones: +70% salmoneras cuentan con BAP, ISO; jurel con MSC.

Oportunidad: expansión en Asia (ej. Taipéi, Indonesia, Vietnam, Tailandia).

Fuente: Inteligencia de mercado ProChile, datos GTA

Fuente: *Inteligencia de Mercados de ProChile*

SUBSECTOR

CARNES

Asia-Pacífico fue el principal destino de las carnes chilenas, concentrando más del 50,7% de los envíos.

Los principales mercados: China, Japón y Corea del Sur, junto a un creciente dinamismo en ASEAN (especialmente Filipinas y Vietnam).

Los países de Asia-Pacífico importaron alrededor de US$ 56.625 millones en carnes (vacuno, cerdo, aves y ovinos) durante 2024.

Con envíos que superaron los US$ 690 millones, Chile logró en 2024 una participación de alrededor de 1,2% (precios CIF) del total de importaciones de carnes en Asia-Pacífico.

23 millones de personas consumen semanalmente carne de cerdo chilena en el mundo.

Asia demanda carnes con trazabilidad y bienestar animal garantizado.

Oportunidad: categoría premium en Japón y Corea + crecimiento de pollo y cerdo en ASEAN.

Fuente: Inteligencia de mercado ProChile, datos GTA

Fuente: *Inteligencia de Mercados de ProChile*

SUBSECTOR

FRUTA SECA Y DESHIDRATADA

Chile es primer exportador mundial de ciruelas deshidratadas y uno de los mayores de nueces y avellanas.

En 2024, las exportaciones chilenas de fruta seca y deshidratada fueron de US$ 1.144 millones el 2024, de los cuales cerca del 18,1% tuvo como destino Asia-Pacífico, es decir, alrededor de US$ 207 millones.

Principales mercados en Asia Pacífico : China, India, Corea del Sur y Japón, además de una creciente penetración en ASEAN (Malasia y Tailandia).

Asia - Pacífico importó aproximadamente US$ 7.543 millones en frutas secas y deshidratadas durante 2024 (ciruelas, nueces, pasas, almendras, avellanas y otros).

Chile alcanzó cerca del 2,3% de participación en las importaciones de fruta seca y deshidratada de Asia-Pacifico en 2024.

Chile es líder en ciruelas deshidratadas y nueces sin cáscara, y un actor relevante en pasas y avellanas.

Fuente: Inteligencia de mercado ProChile, datos GTA

Fuente: *Inteligencia de Mercados de ProChile*

SUBSECTOR

PRODUCTOS ORGÁNICOS

El país cuenta con más de 200 empresas exportadoras de este tipo de productos.

De los US$ 274 millones, cerca del 3% de los envíos orgánicos chilenos tuvieron como destino Asia-Pacífico, equivalentes a más de US$ 8 millones.

Principales destinos: Japón, Corea del Sur, China e India, con ASEAN emergiendo como nuevo mercado de interés.

Asia importó alrededor de US$ 5.000 millones en alimentos orgánicos certificados durante 2024, especialmente frutas frescas, frutos secos, cereales y procesados.

Tendencia: consumidores en Japón, Corea e India buscan alimentos con bajo impacto ambiental y fitosanidad natural.

Fuente: *Inteligencia de Mercados de ProChile*

ProChile

SUBSECTOR

INNOVACIÓN ALIMENTARIA

Encontramos categorías como: *Food Tech, Aditivos Especializados, Alimentos Fortificados, Alimentos "Libres De", Ingredientes Funcionales y Suplementos Alimenticios.*

En 2024, las exportaciones chilenas de este tipo de productos superaron los US$ 320 millones, con cerca del 55% destinado a Asia-Pacífico.

Mercados principales; Japón y Corea del Sur, que lideran en demanda de ingredientes funcionales; China e India con fuerte expansión en suplementos y alimentos fortificados; ASEAN emergiendo como consumidor de alimentos *"libres de"* y bebidas saludables.

Asia importó en 2024 US$ 9.800 millones en alimentos con innovación, incluyendo funcionales, fortificados y orgánicos con valor agregado.

Con exportaciones por US$ 175 millones, Chile alcanzó un market share cercano al 1,8%.

Chile se posiciona como líder regional en frutas funcionales, ingredientes naturales y alimentos fortificados, con alta credibilidad en sustentabilidad y trazabilidad.

Fuente: *Inteligencia de Mercados de ProChile*

ProChile

ASIA PACÍFICO

OPORTUNIDADES

- **Norte de Asia**: Chile lidera en fruta fresca (cerezas, uvas, ciruelas), con gran dinamismo en China. El vino crece en e-commerce y premiumización, mientras los salmones y carnes consolidan prestigio. Alta demanda de alimentos orgánicos y funcionales en Japón y Corea.

- **ASEAN:** Mercado de 650 millones, con clase media joven que demanda fruta fresca y vino (Tailandia eliminó impuestos en 2024).Filipinas y Vietnam destacan en carnes; Singapur es hub regional para vino y orgánicos. Fruta seca y alimentos innovadores ganan espacio como snacks y suplementos saludables.

- **India:** Gran potencial en nueces, pasas, avellanas y manzanas para la creciente clase media. Mercado urbano premium abre puertas al vino y pisco (IG “Chilean Pisco” reconocida en 2025). Demanda creciente de orgánicos y alimentos fortificados en las principales ciudades.

ASIA PACÍFICO

DESAFÍOS

- Competencia fuerte: Australia, Nueva Zelanda, Perú, UE, EE.UU.
- Barreras regulatorias y arancelarias.
- Conectividad logística limitada y altos costos de transporte.
- Necesidad de mayor inversión en promoción, marketing digital y presencia física para llegar a nuevos públicos.
- Es esencial el esfuerzo conjunto público – privado en instancias de promoción comercial. Ej. eventos iconos de ProChile en la región que abren puertas a nuevas oportunidades; *Chile Week China, 1° Encuentro de Negocios Chile – ASEAN, Encuentro de Negocios Chile – India, ExpoOsaka,* entre otros.

ProChile

MUCHAS GRACIAS