



pro|CHILE

www.prochile.cl

imagina crece exporta

El nuevo impulso en el desarrollo de los negocios con China

M. Lorena Sepúlveda V.
Director (S) ProChile

- **ProChile y sus nuevos lineamientos**
- **Profundizando la mirada de nuestras exportaciones a China**
- **Objetivos y estrategia para la promoción de nuestras exportaciones**

Fundado en

1974

36

AÑOS
APOYANDO
EXPORTADORES

INCENTIVANDO
LA ACTIVIDAD
EXPORTADORA

ALIMENTOS
INDUSTRIAS
SERVICIOS







Contribuir al **desarrollo económico** de Chile a través de su promoción en el exterior y de la internacionalización sostenible de sus empresas

Diferenciarnos y dar valor a través de **exportaciones sustentables**.

Estrategias de promoción comercial basadas en una mejora continua del **posicionamiento de Chile** y de la **diversificación de mercados**.

Buscar proactivamente la **oferta exportadora** en todas las **regiones del país**, fortaleciendo las **capacidades exportadoras** de las empresas.

Posicionar ProChile y sus servicios en las **empresas nacionales** y en los **emprendedores**.

Lograr **eficiencia** en la administración y ejecución del **presupuesto** de ProChile.

Profundizando la mirada de nuestras exportaciones a China

Profundizando

Ranking Principales Países, Exportaciones Totales - 2009.

	PAIS	2009 (MM US\$) EXP. TOTALES*
1	China	12.466
2	Estados Unidos	5.840
3	Japón	4.942
4	Brasil	2.725
5	Corea del Sur	3.138
6	Países Bajos	2.048
7	Italia	1.394
8	Taiwán	1.411
9	México	1.453
10	Canadá	867
11	Bélgica	854
12	España	1.074
13	India	1.102
14	Francia	1.240
15	Perú	1.065
16	Australia	431
17	Argentina	720
18	Alemania	1.079
19	Reino Unido	613
20	Colombia	536

Ranking Principales Países, Exportaciones No Tradicionales Totales - 2009.

	PAIS	2009 (MM US\$) EXP. NT**
1	Estados Unidos	3.356
2	Japón	1.326
3	Perú	1.140
4	Brasil	943
5	México	943
6	Argentina	733
7	Reino Unido	558
8	Colombia	474
9	España	471
10	Países Bajos	466
11	Canadá	394
12	China	387
13	Alemania	385
14	Corea del Sur	314
15	Francia	291
16	Bélgica	272
17	Italia	219
18	Taiwán	110
19	Australia	67
20	India	52

*Fuente: Banco Central de Chile

** Fuente: ProChile, sobre información de Oficina Nacional de Aduana. No incluyen los ajustes por concepto de IVV, anulaciones y aclaraciones.

Exportaciones NT a China: US\$ 387 MM **pro|CHILE**

(Cifras 2009)

Mercado	Nº Exportadores	% Particip.	Nº Productos	% Particip.
China	564	8%	354	7%
Total al mundo	7.283		4.884	

CHINA: 2,4% de las exportaciones **NT** totales (10% ← 30%)

CHINA: 23,0% de las exportaciones totales (100%)

Exportaciones Pymex a China

(Cifras 2008)

Mercado	Nº Exportadores Pymex	Exp.Total Pymex (MMUS\$)	XNT Pymex (MMUS\$)	
China	229	54	42	(78,0%)
Total al mundo	4.767	2.167	2.028	(94,0%)
% Participación	5%	2%	2%	

El mercado chino representa hoy un porcentaje muy **bajo** de nuestras **exportaciones no tradicionales**, tanto en **monto total**, como en **número de empresas y de productos**.

Escasa diversificación de nuestra canasta exportadora.

Las **nuevas empresas** que exportaron productos NT a este mercado durante el **2008** (79) se **mantuvieron durante el 2009**

Oportunidad

- **Incrementar** nuestras exportaciones **no tradicionales** al mercado chino.
- **Desarrollar** las oportunidades de negocios para las exportaciones de **servicios** y **turismo**.
- **Atraer** mayor **inversión china** al país.

- **Incrementando la infraestructura de promoción de negocios en China y ampliando la función de las oficinas comerciales hacia la promoción del turismo y la inversiones.**
- **Intensificando de manera focalizada las acciones de promoción comercial público-privadas, para aquellos sectores que presentan oportunidades de negocios.**

3 Oficinas Comerciales

- Shanghai
- Beijing
- Hong Kong
- Centro de Negocios en Oficom Shanghai.
- Representante Corfo-Gerencia de Inversiones
- Plataformas de Negocios (co-financiamiento público-privado):
 - Foodlink



Nueva Oficina Comercial en Guangzhou

PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS PROVINCIA DE GUANGDONG

Indicadores Económicos	2008		01-11 2009	
	Valor	Variación (%,)	Valor	Variación (%,)
Producto Interno Bruto (mil millones de RMB)	3,569.6	10,1	2.641,8	8,6
PIB per cápita	37,589	8,7		
Ventas al por menor (mil millones de RMB)	1,277.2	20.5	1,353.2	16.2
Inflación		5.6		-2.9
Exportaciones (millones de dólares EE.UU.)	404.1	9.4	319.0	-14.5
Importaciones (mil millones de dólares EE.UU.)	279.2	5.4	223.3	-14.0
Inversión extranjera directa materializada (mil millones de dólares EE.UU.)	19.2	11.9	18.8	1.1

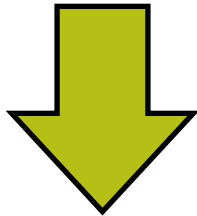


- **Delta del Rio de la Perla (DRP)** es una de las regiones económicas más dinámicas de China.

- El 2008 representó el **9,5% del PIB** de China; el **11%** de la producción bruta industrial del país; el **27,1%** del total de las exportaciones; **8,6%** del total de ventas retail de China.

Oficinas Comerciales

- Shanghai
- Beijing
- Hong Kong
- Guangzhou



**Inversiones y Turismo
en coordinación con
organismos chilenos
encargados de este
tipo de promoción.**



➤ **Intensificando de manera focalizada las acciones de promoción comercial público-privadas, para aquellos sectores que presentan oportunidades de negocios.**

- China (incl. Hong Kong) importó el 2009, US\$ 52.300 MM y solo US\$ 550 MM provinieron de Chile, es decir, el 1,1%. A su vez, Chile destina sólo el 5,1% de sus exportaciones de alimentos a China.
- Oportunidades de negocios para : vinos, fruta fresca (uva, ciruelas, kiwis, cerezas, manzanas), salmones y truchas, leche y algunos derivados , mariscos, aceite de oliva, entre otros.

VINEXPO ASIA

(Vinos, licores y otras bebidas)

Hong Kong

40 viñas

200 m2

CHINA FISHERIES

Dalian, 02 al 04 de noviembre

9 empresas

102 m2

ASIA FRUITLOGISTICA

(agropecuario/procesados)

Hong Kong

29 empresas del sector.

114 m2

FOOD & HOTEL CHINA (FHC)

(productos procesados de
alimentos)

Shanghai, 10 al 14 de noviembre

10 empresas

108 m2

- ✓ Semanas de Chile: Sabores de Chile, Seminarios Temáticos, Rueda de Negocios.
- ✓ Muestra y Cata de Vino, invitación expertos chinos.

- Acuerdo de Servicios genera nuevas oportunidades. Acciones de difusión en Chile para su mejor aprovechamiento.
- Servicios con potencial: de ingeniería para la minería y consultoría en gestión, servicios relacionados con la arquitectura, consultoría en temas medioambientales.

- **ExpoShanghai:**

- ✓ **Servicios de Ingeniería y Arquitectura** : Seminario especializado con Ministro Obras Públicas, Misión Comercial.
- ✓ **Servicios para la Minería** : Seminario especializado, Misión Comercial.

- Plan de introducción de los Servicios de Arquitectura: proyecto **Marcas Sectoriales/AOA**.

- Sector Turismo. Oportunidades de negocios en turismo de intereses especiales, rutas integradas entre Chile, Perú, Brasil y Argentina.
- Red de Oficinas Comerciales trabajarán en la promoción de este sector en estrecha coordinación con Sernatur y Turismo Chile.

▪ **EXPOSHANGHAI**

- ✓ Seminarios Temáticos
- ✓ Apoyo comunicacional a través de Agencia local.

▪ **Semana de Chile en Shanghai**

▪ **Invitación de periodistas especializados**

- **Acuerdo** para la promoción y protección las inversiones recíprocas
- Red de **Oficinas Comerciales** desarrollando acciones de **promoción y atracción de inversiones** a Chile.
- Trabajo en **estrecha coordinación** con Corfo- Gerencia de Inversiones y CINVER

- ✓ Trabajo en China debe ser de **largo plazo**: el éxito está asociado a esta convicción. **Confianza, amistad, “parar” y seguir.**
- ✓ **Inversión, seguimiento de los negocios.** Pocas empresas chilenas han iniciado este camino de manera decidida.
- ✓ **Competidores** nuestros han desarrollado sus estrategias de negocio mucho **antes que Chile.**
- ✓ La **competencia** se da fundamentalmente por **precio.**





Cuadro : bandera chilena izada por el Primer Cónsul de Chile , Gideón Nye Junior, en el frontis de uno de los inmuebles ubicados en Cantón (hoy Guangzhou), convirtiendo nuestro pabellón patrio en el primero de latinoamérica en flamear junto a los emblemas de algunos países europeos y de los Estados Unidos.

El trabajo en China debe ser de largo plazo: el éxito está asociado a esta convicción. Confianza, amistad, “parar” y seguir.

pro|CHILE

www.prochile.cl

imagina crece exporta

MUCHAS GRACIAS