

China en el 2010

Este mercado cuenta con 1.300 millones de habitantes, cuyo ingreso per cápita aumenta año a año acarreado un mejoramiento de los estándares de vida de la población, lo cual ha significado un aumento en el consumo de productos importados.

La entrada en vigencia (en octubre de 2006) del Tratado de Libre Comercio (TLC) firmado por Chile y China, le ha permitido a nuestro país tener un acceso privilegiado a esta exitosa economía emergente que crece aceleradamente desde hace más de 10 años.

Si bien hasta el año 2000 el comercio de Chile con China había sido deficitario, desde ese momento hasta 2006 se presentó un notorio crecimiento tanto de las exportaciones como de las importaciones, por sobre el crecimiento del comercio total de Chile. Luego, durante el primer año de la aplicación de la primera etapa (la desgravación comercial) del TLC, las exportaciones hacia China se duplicaron, mientras que las importaciones crecieron en un 40%. Finalmente, China se convirtió el año pasado en el primer socio comercial de nuestro país.

El creciente acercamiento entre Chile y China ha logrado que durante los primeros tres trimestres de 2009 el intercambio comercial con este país haya llegado a los US\$ 11.568,7 millones (18,1% del total del intercambio de Chile con el mundo), ocupando, como se mencionó antes, el primer lugar en el ranking de nuestros principales socios comerciales, luego de haber estado en el segundo puesto en 2008 -después de Estados Unidos-, con un intercambio de US\$ 16.672,1 millones. Ese mismo año China ocupó el primer lugar como destino de nuestras exportaciones, captando el 14,4% del total de ellas y el 2,4% del total de los envíos no tradicionales.

Dentro de los productos no tradicionales, destacan por su participación los vinos, los salmones y las cerezas frescas, que componen los tres primeros lugares con una participación conjunta del 30%.

China se ha transformado en una nación líder en la producción e importación de alimentos en las últimas décadas a través de reformas y de la apertura comercial. Este país durante el año 2007 importó US\$30,6 mil millones de este tipo de productos y de acuerdo a la Asociación Nacional de la Industria Alimenticia, se espera que esta cifra alcance los US\$147 mil millones en los próximos 5 años. Además, el consumidor chino se caracteriza por ser abierto a recibir la nueva oferta de productos extranjeros.

Uno de los ejemplos de las oportunidades comerciales generadas por la relación con China son los vinos. Nuestro país ocupa el cuarto lugar de las importaciones a este mercado con un 7,3% de participación, quedando aún espacio de crecimiento, especialmente tomando en consideración que el año 2008 la importación total de este producto aumento un importante 36%. Por otro lado, China es el tercer mayor consumidor de jugos en el mundo y Chile posee una participación en este mercado de menos del 0,01%. De esta forma se podrían seguir enumerando otros productos.

Finalmente, es importante destacar dos grandes acontecimientos que destacan aún más este mercado. Nos referimos en primer lugar a la Expo Shanghai 2010, en la cual se espera concurren más de 70 millones de visitantes entre los meses de mayo a octubre y, por otro lado, la pronta entrada en vigencia del Acuerdo de Comercio de Servicios, el cual amplía el TLC existente para bienes, generando un nuevo conjunto de oportunidades para nuestro país.

Productos y/o servicios de mayor interés

algas, frescas, refrigeradas, congeladas o secas

lana de oveja

maderas (lenga y pino)

fruta fresca : uvas, cerezas, manzanas, kiwis y ciruelas

productos gourmet y preparados en base a salmones

aceite de soya, aceite de oliva virgen y otros aceites vegetales

moluscos y crustáceos congelados, secos, salados o procesados (centolla, centollón, locos, abalón, jibias)

pescados congelados y sus preparados (trucha, salmón, merluza)

cuero curtido

vinos embotellados, vinos espumosos, cerveza y pisco

jugo y jugo de frutas con soya

productos lácteos, queso fresco, leche en polvo

productos cosméticos : aceite de rosa mosqueta, aceite de emú, crema de caracol

servicios de turismo

servicios integrados de ingeniería y consultoría (minería, medioambiental, energía)