

ESTUDIO 20 AÑOS TLC CHILE - CHINA

EVALUACIÓN DEL TRATADO
DE LIBRE COMERCIO (TLC)
ENTRE CHILE Y CHINA



OCTUBRE 2025

十周年
10
AÑOS

ESTUDIO 20 AÑOS TLC CHILE – CHINA

Estudio elaborado en colaboración entre la Dirección General de Promoción de Exportaciones (PROCHILE) y la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales (SUBREI)

RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN, ELABORACIÓN

Lorena Jorquera Aceitón

Analista de Datos Departamento Inteligencia de Mercado
- Dirección Nacional, ProChile.

Pedro Stancic-Rokotov Holger

Asistente Subdepartamento de Atención de Usuarios, Diseño y Evaluación de Herramientas - Dirección de Desarrollo Estratégico, ProChile.

Ignacio Recart Brugere

Asistente Subdepartamento de Asia y Oceanía, Dirección Internacional, ProChile.

Ernesto Lagos D.

Asistente Subdepartamento de Asia y Oceanía, Dirección Internacional, ProChile.

Ignacio Gallegos Frademann

Periodista Subdepartamento Comunicaciones Externas, Dirección de Comunicaciones Estratégicas, ProChile.

Sebastián Olate Orellana

Jefe Departamento Inteligencia de Mercado - Dirección Nacional de ProChile.

Elena Valpuesta Aristegui

Jefa División Análisis Económico y Política Comercial - Dirección de Estudios, Subrei.

Álvaro de la Barra Croquevielle

Asesor División Análisis Económico y Política Comercial - Dirección de Estudios, Subrei.

Cristóbal Tabilo Vázquez

Analista División Análisis Económico y Política Comercial - Dirección de Estudios, Subrei.

Ignacio Majluf Asfura

Analista División Análisis Económico y Política Comercial - Dirección de Estudios, Subrei.

EDICIÓN Y REVISIÓN GENERAL DEL ESTUDIO

Sebastián Olate Orellana

Jefe Departamento Inteligencia de Mercado - Dirección Nacional de ProChile.

Elena Valpuesta Aristegui

Jefa División Análisis Económico y Política Comercial - Dirección de Estudios, Subrei.

M. Lorena Sepúlveda Villa

Directora Nacional - Dirección Nacional de ProChile.

OCTUBRE, 2025.

Palabras de la Subsecretaria

La relación entre Chile y la República Popular China se ha forjado durante más de cinco décadas sobre la base de la confianza, el diálogo y una agenda compartida de cooperación. A lo largo de este camino, hemos avanzado desde el establecimiento de relaciones diplomáticas en 1970 hasta la consolidación de una asociación estratégica integral que hoy se proyecta hacia el futuro con renovada fuerza.

La firma del Tratado de Libre Comercio entre Chile y China en 2005, cuya entrada en vigor cumple ya 20 años, marcó un hito fundamental en nuestra relación bilateral. Más que un instrumento económico, este acuerdo ha sido un motor de transformación que ha permitido ampliar y diversificar nuestras exportaciones, facilitar el acceso a nuevos mercados y fortalecer la inserción de Chile en la región Asia-Pacífico. Durante estas dos décadas, nuestro comercio bilateral ha crecido de manera sostenida, pero lo más relevante es que se ha diversificado, incorporando bienes agroindustriales, alimentos, frutas frescas y, más recientemente, servicios.

Hoy nuestra relación con China trasciende el ámbito estrictamente comercial. A través de mecanismos de diálogo y cooperación en innovación, energía, agricultura, comercio electrónico, protección ambiental y finanzas, hemos ido construyendo una agenda amplia, moderna y orientada a los desafíos del desarrollo sostenible. Esta agenda refleja una convicción compartida: el comercio internacional no es un fin en sí mismo, sino una herramienta para generar prosperidad, inclusión social y bienestar para nuestras comunidades.

La experiencia de estos 20 años nos invita a proyectar el futuro con compromiso y responsabilidad. Chile seguirá profundizando su relación con China no solo como socio comercial, sino como aliado estratégico para enfrentar juntos los desafíos globales de nuestro tiempo: la transición energética, la acción climática, la transformación digital y la construcción de un desarrollo más justo y equitativo.

Claudia Sanhueza Riveros

Palabras del director de ProChile

Como institución encargada de promover las exportaciones chilenas en el extranjero, ProChile participa con entusiasmo de este estudio conjunto con SUBREI, que hace una evaluación general de nuestro comercio bilateral, al cumplirse 20 años del Tratado de Libre Comercio, un instrumento que ha fortalecido nuestros vínculos y en el ámbito que nos involucra directamente, ha significado una fuerte promoción de nuestros bienes y servicios, con un efecto evidente según muestran las cifras.

Por ejemplo, en 2005, las exportaciones chilenas no cobre – no litio (que son nuestro foco principal), totalizaban US\$ 990 millones. En 2007, un año después de la entrada en vigor del TLC, el crecimiento fue sustancial, con un aumento del 58% que elevó el total exportado a US\$ 1.451 millones, para llegar a 2024 con envíos que sumaron US\$ 9.113 millones, reflejando en estos años un crecimiento de 893%.

En el presente análisis ProChile hace un recuento del trabajo de promoción realizado en estas dos décadas, en una estrategia de colaboración público-privada, destacando el aporte de una serie de iniciativas de apoyo, como es el caso de los fondos concursables, ferias, marcas sectoriales y Chile Week China, que en 2025 cumple 10 años desde su implementación.

En efecto, desde 2015 a la fecha Chile Week China se ha posicionado como el evento más amplio de un país latinoamericano en esta potencia asiática. Ha abarcado una decena de ciudades, para posicionar a Chile, la alta calidad de sus productos y servicios, seriedad institucional y cultura entre las y los consumidores chinos, así como

entre los principales actores del sistema comercial chino, consolidando la imagen de un socio confiable y estratégico para hacer negocios.

Más allá de este instrumento en particular, nuestros registros nos indican que 2010 a la fecha, ProChile ha articulado en China casi 3 mil actividades, en las que han participado casi 5 mil empresas chilenas. Cerca de la mitad de esas actividades corresponden a agendas y ruedas de negocios, que son parte del corazón de lo que hace ProChile: juntar la demanda internacional con la oferta diversa de bienes y servicios altamente competitivos.

Nos enorgullece también el aporte a la internacionalización y diversificación de las empresas chilenas hacia China, gran parte de ellas pequeñas, medianas y micro. En 2024, según datos de ProChile, 742 empresas usuarias de los servicios de ProChile registraron exportaciones a China de productos y/o servicios distintos al cobre y litio. Estas exportaciones sumaron cerca de US\$ 8.010 millones, que es más de 88% de las exportaciones no cobre, no litio de Chile.

Ciertamente, hay muchos desafíos para seguir incrementando nuestras exportaciones a China y desde nuestro rol, estamos siempre disponibles para abordarlos y generar más progreso y crecimiento en el país.

Ignacio Fernández Ruiz

Resumen ejecutivo

A veinte años de su entrada en vigor, el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Chile y China se consolida como uno de los acuerdos más relevantes y transformadores en la historia de la política comercial chilena. Este instrumento no solo impulsó el comercio bilateral, sino que también sentó las bases de una relación estratégica, institucionalizada y multidimensional, que hoy abarca cooperación económica, inversión, innovación y sostenibilidad.

Comercio bilateral: crecimiento y diversificación

Desde la firma del acuerdo en 2005, el intercambio comercial entre Chile y China se ha multiplicado por más de siete, alcanzando US\$58.791 millones en 2024, con un crecimiento promedio anual de 11%, muy superior al promedio de Chile con el mundo (4,7%).

Las exportaciones chilenas pasaron de US\$4.896 millones en 2005 a US\$37.264 millones en 2024, mientras que las importaciones desde China crecieron de US\$3.177 millones a US\$21.166 millones.

China representa hoy el 32,2% del comercio total de Chile, consolidándose como su principal socio comercial. El sector minero sigue siendo el pilar (78% de las exportaciones), pero

se observa una diversificación creciente: los envíos no cobre aumentaron a una tasa media anual de 13,9%, impulsados por el sector agroalimentario, forestal y manufacturero.

Las frutas frescas, especialmente cerezas, arándanos y duraznos, se han transformado en un emblema del comercio con China, mientras que los productos industriales (celulosa, alimentos procesados, químicos y salmón) han ganado terreno en la última década.

El número de empresas exportadoras se amplió de 470 en 2006 a 1.206 en 2024, con una participación de MiPymes cercana al 35%, lo que refleja una inserción más inclusiva y territorialmente diversa.

Evaluación cuantitativa del impacto del TLC

Los modelos econométricos confirman el impacto positivo del acuerdo:

- Según el modelo gravitacional (PPML), el TLC generó un incremento promedio del 80% en el comercio bilateral entre Chile y China respecto de un escenario sin tratado.
- El efecto promedio del tratamiento (ATE), estimado mediante métodos IPWRA y PSM, muestra un aumento adicional del comercio de entre 177% y 222%, robusto a distintas especificaciones.
- La tasa de utilización de las preferencias arancelarias alcanzó 79,3% para las importaciones desde China y 74,2% para las exportaciones chilenas hacia China en 2024, demostrando un uso eficiente y maduro del acuerdo.
- El análisis de márgenes intensivos y extensivos evidencia que el TLC no solo profundizó los flujos existentes, sino que creó nuevo comercio: los productos menos comercializados antes del acuerdo aumentaron su participación en las exportaciones desde 10% en 2002 a 29% en 2023, mostrando un efecto claro de diversificación productiva.

Inversión extranjera directa y cooperación económica

La Inversión Extranjera Directa (IED) china en Chile ha aumentado sostenidamente, con un acumulado de US\$2.427 millones entre 2003 y 2024, principalmente en energía (incluido el litio), minería, infraestructura y transporte eléctrico.

La cartera gestionada por InvestChile en 2024 totalizó US\$3.965 millones en proyectos chinos, reflejando un creciente interés en áreas vinculadas a la transición energética, conectividad digital y desarrollo sostenible.

Por su parte, la inversión chilena en China —de menor magnitud, pero estratégica— alcanzó US\$632 millones, concentrada en servicios logísticos y de transporte, evidenciando una relación cada vez más recíproca.

Estructura institucional y cooperación bilateral

El vínculo Chile-China se apoya en una arquitectura institucional sólida que ha evolucionado más allá del ámbito comercial, integrando cooperación, innovación y gobernanza.

Entre los principales mecanismos destacan:

- El Diálogo Estratégico de Cooperación y Coordinación Económica (DECCE), creado en 2013, que articula una agenda de colaboración en minería, energía, infraestructura y tecnología, con visión de largo plazo.
- La Comisión Mixta Comercial y Económica, vigente desde 1970, que coordina los temas bilaterales clave y supervisa la implementación del TLC. Su 21ª reunión en 2024 abordó inversiones, protocolos sanitarios, cooperación para pymes y cadenas globales de valor.
- Los Memorándums de Entendimiento (MoU), que han ampliado la cooperación hacia áreas emergentes —comercio electrónico, propiedad intelectual, agricultura sostenible e innovación agroalimentaria—, facilitando transferencia tecnológica y desarrollo institucional.
- La Iniciativa de la Franja y la Ruta (BRI), a la cual Chile se adhirió en 2018, y que ha abierto oportunidades de inversión en infraestructura, transporte y energía limpia. Chile ha participado en los tres Foros de la Franja y la Ruta (2017, 2019, 2023), reafirmando su compromiso con una cooperación internacional orientada al desarrollo sostenible.

Chile Week China: diplomacia económica activa

Desde 2015, Chile Week China se ha consolidado como la principal plataforma de promoción del país en Asia, articulando a los sectores público y privado. En sus nueve ediciones, ha fortalecido la imagen de Chile como proveedor confiable y sostenible, ampliando las oportunidades en alimentos, vinos, servicios y economía digital.

En 2024, la edición en Shenzhen y Shanghái promovió nuevas alianzas, incluida la firma de un memorándum con Freshippo (Alibaba) para impulsar la presencia de productos chilenos en plataformas de comercio electrónico.

Oportunidades y proyección estratégica

La economía china experimenta una transformación estructural hacia un modelo basado en consumo interno, innovación tecnológica y sostenibilidad ambiental. Este proceso abre espacios para una relación renovada con Chile en sectores de futuro:

- Minerales críticos y energías limpias (litio, hidrógeno verde, cobre).
- Agrotecnología, alimentos saludables y trazables.
- Servicios digitales, fintech y economía creativa.
- Infraestructura sostenible y cooperación científica.

Chile cuenta con ventajas comparativas y reputacionales para posicionarse como socio estratégico en la transición verde y digital de China, reforzando su rol en las cadenas globales de valor sostenibles.

Conclusiones

El TLC Chile–China ha sido uno de los acuerdos más exitosos y estructurantes de la política comercial chilena, con un impacto promedio del 80% en el comercio bilateral, alta utilización de preferencias y un efecto claro de diversificación exportadora.

La relación bilateral ha evolucionado desde un acuerdo de acceso de bienes hacia una asociación estratégica integral, sustentada en cooperación económica, innovación, sostenibilidad e institucionalidad madura.

De cara al futuro, el desafío será profundizar la diversificación de exportaciones, fortalecer la presencia institucional en China y alinear la relación bilateral con los objetivos de desarrollo sostenible y transición verde, proyectando a Chile como un socio confiable, moderno y estratégico para la nueva etapa de crecimiento del país asiático.

1	Introducción	9
1.1	Breve reseña del TLC Chile-China y su relevancia estratégica	
1.2	Protocolo de Modernización del Acuerdo	
1.3	Acuerdo suplementario de Servicios	
1.4	Acuerdo suplementario de Inversiones	
1.5	Administración del acuerdo	
2	Evolución del comercio bilateral entre Chile y China	11
2.1	Intercambio y Balanza Comercial	
2.2	Exportaciones según sector y productos	
2.3	Exportaciones según tamaño de empresas	
2.4	Exportaciones según puerto de destino	
2.5	Importaciones de Chile desde China	
2.6	Exportaciones de Servicios	
3	Inversión extranjera directa recíproca	21
3.1	Inversión Extranjera Directa de China en Chile	
3.2	Inversión Extranjera Directa de Chile en China	
4	Evaluación impacto del TLC en las exportaciones chilenas	22
4.1	Tasa de utilización de las preferencias arancelarias del TLC	
4.2	Impacto cuantitativo del TLC Chile China	
4.2.1	Modelo de Gravedad	
4.2.2	Efecto Promedio del Tratamiento (ATE/ATT)	
4.2.3	Comercio en márgenes intensivos y extensivos	
5	Características y desarrollo de las relaciones económicas y comerciales entre Chile y China	31
6	ProChile, promoción comercial en China	33
6.1	ProChile: Estrategia, presencia e instrumentos	
6.1.1	Chile Week China: Una Década de Diplomacia Comercial	
6.1.2	Actividades y empresas atendidas por las Oficinas Comerciales en China	
6.1.3	Fondos Concursables	
6.1.4	Marcas Sectoriales	
6.1.5	Ferias	
7	Casos de éxito de exportadores chilenos	44
7.1	Selección de casos representativos	
7.2	Lecciones aprendidas y buenas prácticas	
8	Oportunidades, diversificación y liderazgo de Chile en China hacia 2030	46
8.1	Nuevas tendencias de consumo en China (digitalización, sostenibilidad, clase media)	
8.2	Sectores con mayor potencial de diversificación	
8.3	Recomendaciones para profundizar la diversificación exportadora	
8.4	Liderazgo de Chile frente a América Latina, una comparación regional	
8.5	El rol del Ministerio de Agricultura y del SAG en la consolidación del liderazgo exportable de Chile en China	
8.6	Perspectivas 2030 para la presencia institucional de Chile en China	
9	Principales conclusiones	53

1 Introducción

1.1 Breve reseña del TLC Chile-China y su relevancia estratégica

Este año 2025 se conmemoran dos hitos fundamentales en la relación bilateral entre Chile y China: los 20 años de la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC), y los 55 años del establecimiento de relaciones diplomáticas. Ambos acontecimientos reflejan la profundidad de un vínculo que se ha consolidado como uno de los más relevantes para la política exterior y comercial de Chile.

El acercamiento con China ha sido progresivo y estratégico. Desde el establecimiento de relaciones diplomáticas en 1970, Chile ha acompañado activamente los hitos de integración de China a la economía global. La firma del TLC en 2005, que entró en vigor el 1 de octubre de 2006, representó un punto de inflexión en la relación bilateral, al abrir un marco institucional que impulsó un crecimiento sostenido del comercio y una mayor integración económica.

El acuerdo se estructuró en tres fases: i) El Tratado de Libre Comercio en Bienes (2006); ii) el Acuerdo Suplementario de Comercio de Servicios (2010) y, iii) el Acuerdo Suplementario de Inversiones (2014). Posteriormente, su alcance fue

ampliado mediante el Protocolo de Modernización, vigente desde marzo de 2019, lo que ha dotado a la relación de un carácter dinámico y en permanente actualización.

A lo largo de estas dos décadas, el TLC ha consolidado a China como el principal socio comercial de Chile y el principal destino de nuestras exportaciones. Ha permitido diversificar la oferta exportadora nacional más allá de los recursos naturales, incorporando productos agroindustriales, alimentos, frutas frescas y, más recientemente, servicios. Asimismo, ha potenciado el posicionamiento internacional de sectores estratégicos como el cobre, el litio, el vino y las cerezas.

Más allá del comercio de bienes, el TLC ha servido de plataforma para ampliar la cooperación en ámbitos de inversión, servicios e innovación, al tiempo que ha reforzado la participación de Chile en iniciativas regionales impulsadas por China. En este sentido, el acuerdo constituye no sólo un instrumento económico, sino también un eje estratégico de la Asociación Integral entre ambos países, con impacto directo en la inserción de Chile en Asia-Pacífico y en su proyección internacional.

1.2 Protocolo de Modernización del Acuerdo

En el marco de las relaciones entre Chile y China, en noviembre de 2016, durante la visita oficial del presidente Xi Jinping a Chile, se suscribió un Memorándum de Entendimiento que dio inicio formal a las negociaciones para la modernización del Tratado de Libre Comercio. Tras tres rondas de negociación, el 11 de noviembre de 2017, en el contexto de la Cumbre de Líderes de APEC celebrada en Vietnam, ambos países firmaron el Protocolo para la Profundización del TLC entre Chile y China, que entró en vigor el 13 de abril de 2019.

Este protocolo marcó un avance sustantivo en tres dimensiones:

- **Acceso de bienes:** se introdujeron nuevas reducciones arancelarias, incluyendo la desgravación chilena para un conjunto de bienes industriales y agrícolas de interés para China y, recíprocamente, la reducción arancelaria de China para 30 productos forestales chilenos.
- **Normativa y servicios:** se fortaleció el capítulo de Reglas de Origen con disposiciones que facilitan el comercio, y se amplió significativamente el acceso al mercado chino en servicios, mediante compromisos equiparables a los que China había asumido con socios estratégicos como Australia y Corea del Sur.
- **Agenda de cooperación:** se incorporaron nuevos capítulos sobre Medio Ambiente y Comercio Electrónico, y se actualizaron disposiciones en comercio de bienes, procedimientos aduaneros y facilitación de comercio, política de competencia, cooperación económica y técnica, y comercio de servicios.

El Protocolo de Modernización no solo amplió el acceso a mercados, sino que también otorgó al TLC una dimensión más integral y acorde con las demandas actuales del comercio internacional. Al incluir compromisos en sostenibilidad, innovación digital y cooperación regulatoria, consolidó a la relación Chile-China como un ejemplo de actualización permanente y de convergencia hacia un comercio más inclusivo, sostenible y orientado al futuro.

1.3 Acuerdo suplementario de Servicios

Este Acuerdo Suplementario de Servicios, en vigor desde el 1 de agosto de 2010, amplió significativamente la liberalización en esta área. Su enfoque bajo lista positiva se aplica a los cuatro modos de prestación de servicios, e incluyó compromisos más allá de lo establecido en la OMC. Esto permitió a Chile obtener mayores oportunidades en sectores como servicios profesionales, computacionales, mineros, medioambientales, entre otros, reforzando el acceso y la competitividad de los proveedores nacionales en el mercado chino.

1.4 Acuerdo suplementario de Inversiones

Suscrito en la Cumbre de Líderes de APEC, en septiembre de 2012, este Acuerdo introdujo disposiciones de alto estándar en materia de inversiones. Incorporó normas sobre trato nacional, nación más favorecida, nivel mínimo de trato y expropiación, junto con un mecanismo de solución de controversias inversionista – Estado más amplio, que otorga mayor certeza jurídica a los inversionistas.

En conjunto, estas disposiciones fortalecieron el marco regulatorio bilateral, consolidando la relación de inversión como un pilar de confianza mutua y de proyección de largo plazo.

1.5 Administración del acuerdo

El Tratado establece una estructura institucional para su implementación y supervisión, conformada por la Comisión Mixta Comercial y Económica (vigente desde 1970) y la Comisión de Libre Comercio. Esta última, integrada por representantes del Ministerio de Comercio de China y de la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales de Chile, cumple funciones clave:

- Supervisar la implementación y evolución del TLC.
- Resolver controversias relativas a su interpretación o aplicación.
- Supervisar los comités y grupos de trabajo creados en el marco del tratado.
- Aprobar, por mutuo acuerdo, modificaciones técnicas a los anexos del tratado (listas arancelarias, reglas de origen, entre otros)

La séptima reunión de la Comisión de Libre Comercio se celebró el 23 de agosto de 2023 en Beijing, reflejando la continuidad del diálogo institucional y el compromiso de ambos países con la actualización permanente del acuerdo.

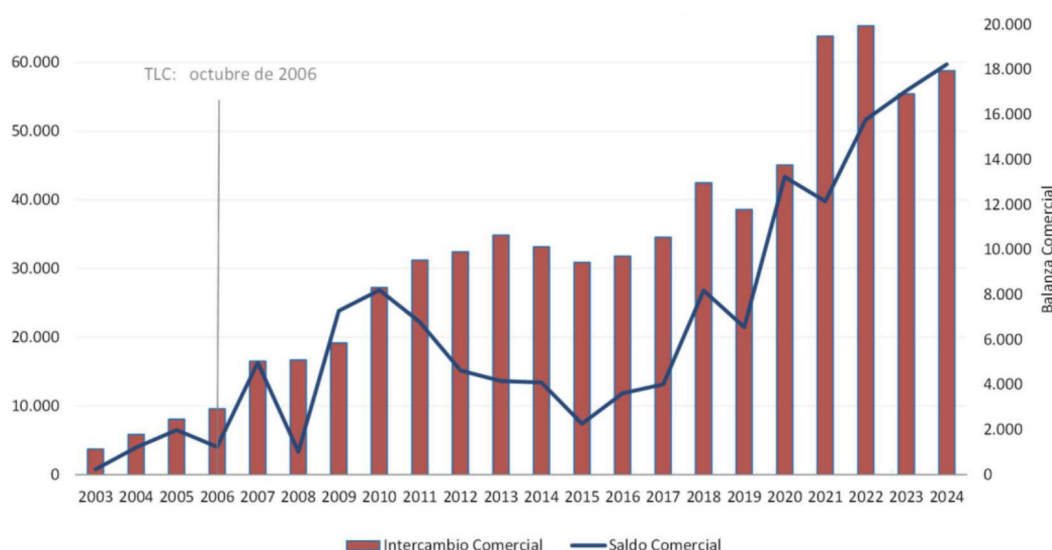
2 Evolución del comercio bilateral entre Chile y China

2.1 Intercambio y Balanza Comercial

En 2024, el intercambio comercial Chile-China totalizó US\$58.791 millones, con un crecimiento promedio anual de 11% desde 2005, año previo a la entrada en vigor, (cuando alcanzaba US\$8.073 millones), desempeño que supera con holgura el 4,7% de crecimiento medio del comercio de Chile con el mundo en el mismo período.

La participación de China en el comercio exterior de Chile se elevó de 10,7% (2005) a 32,2% (2024), consolidándose como nuestro principal socio comercial. La balanza comercial con China muestra superávit sostenido, con una expansión más marcada desde 2015, reflejando la relevancia del mercado chino como destino de nuestras exportaciones.

Gráfico 1: Evolución Intercambio Comercial y Balanza Comercial de Chile y China 2003-2024 (US\$ millones y %)

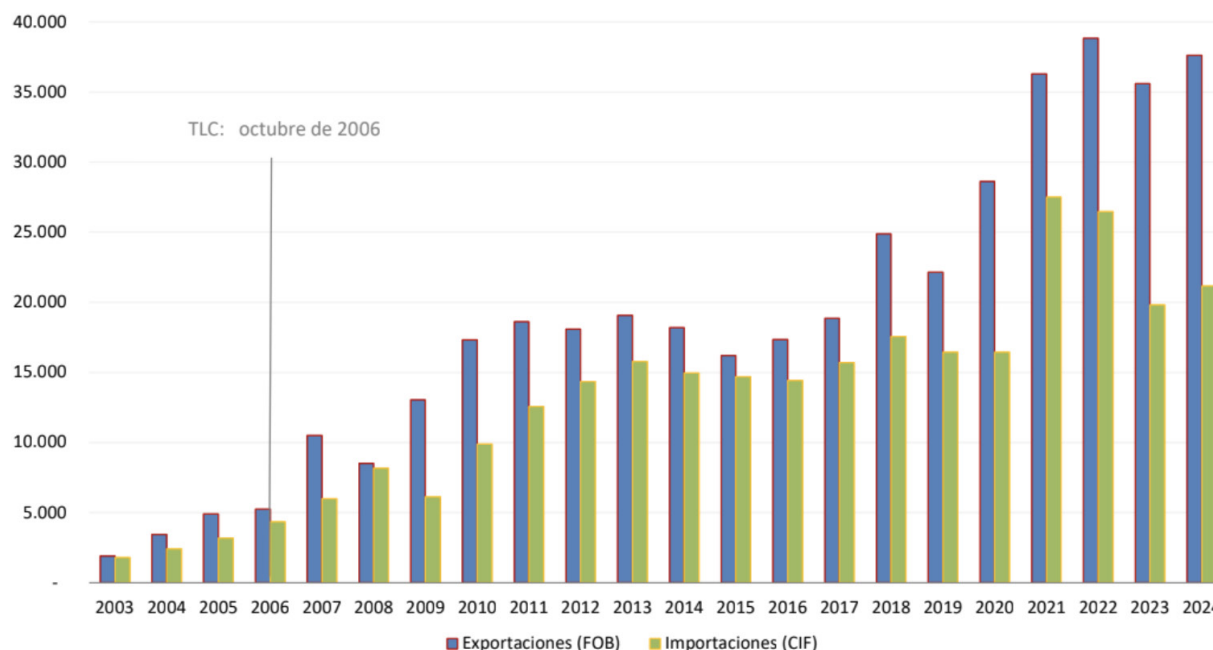


Fuente: División de Análisis Económico y Política Comercial, Dirección de Estudios SUBREI, sobre la base de cifras del Banco Central de Chile.

Las exportaciones chilenas a China aumentaron de US\$4.896 millones en 2005 a US\$37.264 millones en 2024, lo que equivale a un crecimiento promedio anual de 11,3%. La participación de China en las exportaciones chilenas se elevó desde un 8,8% en 2006 a un 38,2%, siendo el principal destino de los embarques chilenos.

En el mismo período, las importaciones desde China se incrementaron de US\$3.177 millones a US\$21.166 millones, con un alza promedio anual de 10,5%. La participación de China en las compras desde el exterior de Chile aumentó de 11,1% en 2006 a 25% en 2024, posicionándose como el principal origen de las importaciones chilenas.

Gráfico 2: Evolución de las Exportaciones e Importaciones Chile y China, 2003-2024 (US\$ millones)



Fuente: División de Análisis Económico y Política Comercial, Dirección de Estudios SUBREI, sobre la base de cifras del Banco Central de Chile.

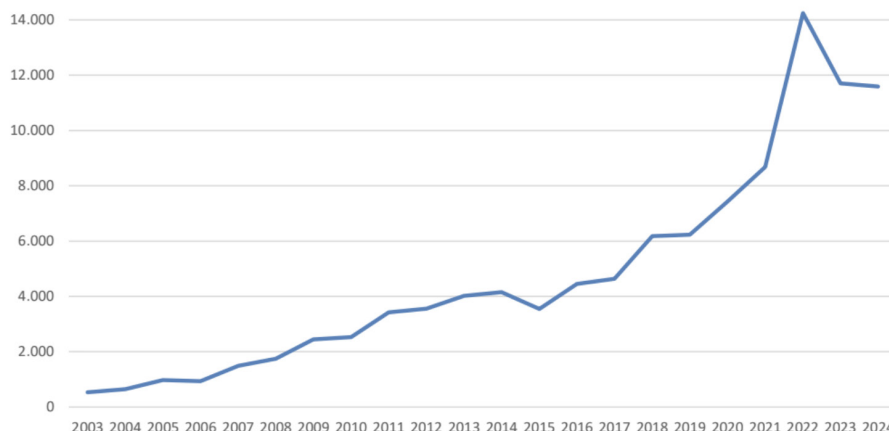
2.2 Exportaciones según sector y productos

El sector minero continúa siendo el principal componente de las exportaciones chilenas a China. En 2024, representó el 78% de los embarques totales hacia ese mercado y el 51% de las exportaciones mineras de Chile al mundo. Entre 2005 y 2024, las ventas mineras al mercado chino crecieron a una tasa promedio anual de 10,7%, impulsadas principalmente por el cobre, que concentró el 89% de los envíos mineros y alcanzó un valor de US\$26.031 millones en 2024.

Asimismo, las exportaciones no cobre —que abarcan productos agroindustriales, forestales y manufacturados— han mostrado un importante dinamismo. Entre 2005 y 2024 crecieron a una tasa media anual de 13,9%, alcanzando US\$11.593 millones en 2024.

Este desempeño refleja el impacto del acuerdo comercial en la diversificación de la oferta exportadora chilena, ampliando la presencia de bienes con mayor valor agregado en el mercado chino.

Gráfico 3: Evolución de las Exportaciones no cobre Chile a China, 2003-2024 (US\$ millones)

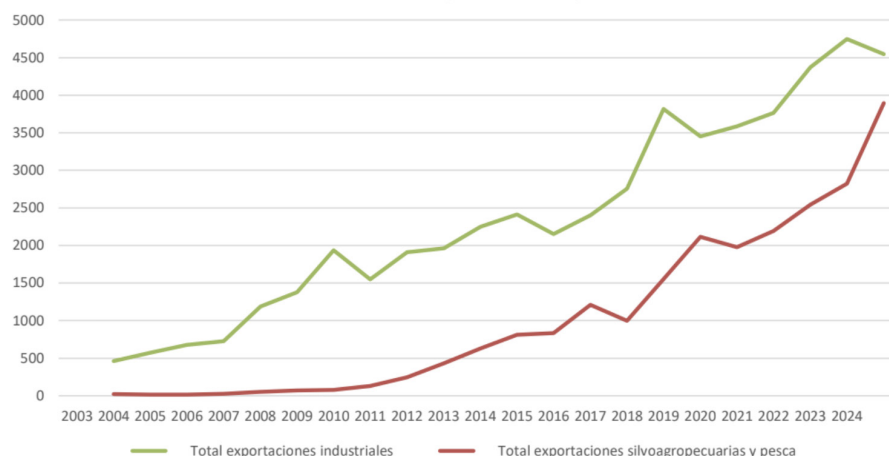


Fuente: División de Análisis Económico y Política Comercial, Dirección de Estudios SUBREI, sobre la base de cifras del Banco Central de Chile.

Dentro de los envíos no cobre, destacan las exportaciones industriales, que alcanzaron US\$4.548 millones en 2024, reflejando la creciente inserción de productos manufacturados chilenos en el mercado chino.

Este desempeño evidencia la consolidación de una canasta exportadora más diversa, en la que los alimentos procesados, los productos forestales han adquirido una presencia creciente en la relación comercial bilateral. Actualmente, representando un 10,3% de las exportaciones hacia China.

Gráfico 4: Evolución de las Exportaciones chilenas a China, silvoagropecuarias e industriales 2003-2024 (US\$ millones)



Fuente: División de Análisis Económico y Política Comercial, Dirección de Estudios SUBREI, sobre la base de cifras del Banco Central de Chile.

Entre los subsectores industriales más relevantes se encuentran la celulosa, los alimentos procesados, el salmón y el vino embotellado y a granel, que en conjunto representan una fracción significativa de las exportaciones no cobre a China.

Destaca especialmente el dinamismo sostenido de los envíos de vino embotellado, productos químicos y salmón, cuyos volúmenes y valores han mostrado un crecimiento continuo entre 2005 y 2024, consolidando la presencia de bienes chilenos con mayor valor agregado y posicionamiento de marca en el mercado chino.

**Tabla 1: Exportaciones chilenas:
Principales Subsectores Industriales: Año 2024**

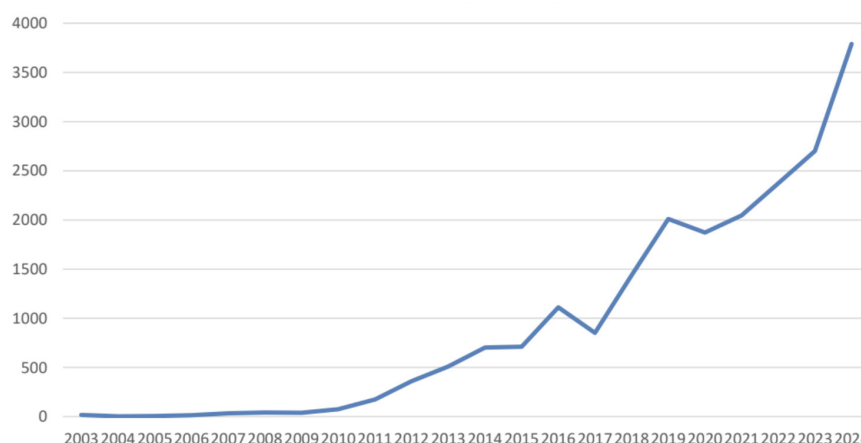
Subsectores	Exportaciones	Crecimiento medio anual 2005-2024
Celulosa*	1.837,4	10,4%
Alimentos procesados sin salmón	837,2	7,1%
Químicos	791,6	16,2%
Salmón	267,8	17,1%
Forestal y muebles de la madera	128,1	7,8%
Vino embotellado	127,4	20,2%
Productos metálicos, maquinaria y equipos	27,6	9,3%
Sub total	4.017,2	10,5%
Total Industriales	4.547,7	10,6%

Fuente: División de Análisis Económico y Política Comercial, Dirección de Estudios SUBREI, sobre la base de cifras del Banco Central de Chile. incluye celulosa blanqueada y semiblanqueada de coníferas y eucaliptus.*

En tanto, las exportaciones agropecuarias y silvícolas han mostrado el mayor dinamismo relativo, con un crecimiento promedio anual de 33,4% entre 2005 y 2024. En el sector silvoagropecuario y pesquero, sobresale el fuerte dinamismo de las exportaciones de fruta fresca, que pasaron de representar apenas 0,1% de los envíos totales a China en 2006 a 9,6% en 2024.

En ese período, las exportaciones frutícolas registraron un crecimiento promedio anual de 41,2%, impulsadas por la creciente demanda del mercado chino por alimentos frescos, saludables y de alta calidad. Este auge refleja la exitosa inserción de productos chilenos —como cerezas, arándanos y duraznos— en nichos de consumo premium, apoyada en la trazabilidad y reputación sanitaria del sector exportador nacional.

Gráfico 5: Evolución de las exportaciones chilenas a China: Fruta 2003-2024 (US\$ millones)



Fuente: División de Análisis Económico y Política Comercial, Dirección de Estudios SUBREI, sobre la base de cifras del Banco Central de Chile.

A nivel de productos, Chile se posicionó en 2024 como principal proveedor de China en diversas categorías no cobre, entre ellas cerezas frescas, carbonatos de litio, celulosa, harina de pescado, salmones, algas, centollas, cítricos, manzanas, duraznos, mejillones, molibdeno, carne porcina y vino tinto, entre otros. Esta composición confirma la diversificación gradual y sostenida de la canasta exportadora, que combina recursos naturales estratégicos y bienes agroindustriales de alto valor.

Tabla 2: Principales exportaciones chilenas a China a nivel de producto 2024 (US\$ millones y participación)

SACH	Descripción	Valor	Part.
26030000	Minerales de cobre y sus concentrados	20.465	53,5%
74031100	Cátodos y secciones de cátodos, de cobre refinado	4.505	11,8%
08092919	Cerezas (<i>Prunus avium</i>) convencionales, frescas	3.365	8,8%
28369130	Carbonatos de litio, con un porcentaje de pureza superior o igual a 99,2 % de Li_2CO_3 y con tamaño de partícula inferior o igual a 37 micrones, expresado como D50	1.466	3,8%
26011110	Finos de minerales de hierro y de sus concentrados, sin aglomerar	1.025	2,7%
47032100	Pasta química de madera a la sosa (soda) o al sulfato, excepto la pasta para disolver, semiblanqueada o blanqueada, de coníferas	940	2,5%
47032910	Pasta química de madera a la sosa (soda) o al sulfato, excepto la pasta para disolver, semiblanqueada o blanqueada, de eucaliptus	898	2,3%
74020012	Ánodos con contenido de cobre superior o igual a 99% y espesor inferior a 10 mm	551	1,4%
28012000	Yodo	465	1,2%
28369190	Los demás carbonatos de litio	409,4	1,1%
Exportaciones Seleccionadas		34.088	89,2%
Exportaciones Totales		38.235	-

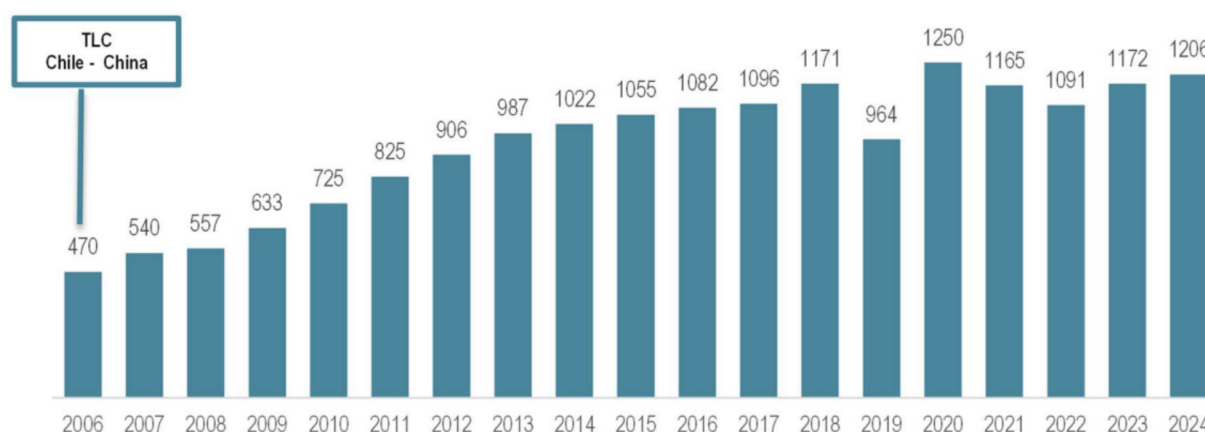
Fuente: División de Análisis Económico y Política Comercial, Dirección de Estudios SUBREI, sobre la base de cifras del Banco Central de Chile.

En síntesis, las exportaciones de Chile a China han experimentado un crecimiento sostenido y diversificado durante la última década, con avances significativos en sectores más allá de la minería tradicional. En conjunto, estos resultados reflejan tanto el efecto del Tratado de Libre Comercio como la adaptación de la oferta chilena a una demanda china en transformación.

2.3 Exportaciones según tamaño de empresas

Desde la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio, se observa una expansión sostenida en el número de empresas chilenas que exportan a China, reflejo de una participación empresarial más diversa en el comercio bilateral. El número de firmas exportadoras aumentó de 470 en 2006 a 1.206 en 2024, lo que evidencia una ampliación de la base exportadora y una mayor incorporación de empresas de distinto tamaño en la relación económica con China. Este proceso ha contribuido a fortalecer la competitividad y diversificación productiva del país, promoviendo una inserción internacional más inclusiva y descentralizada.

Gráfico 6: Número de Empresas Exportadoras de Chile a China: 2006-2024



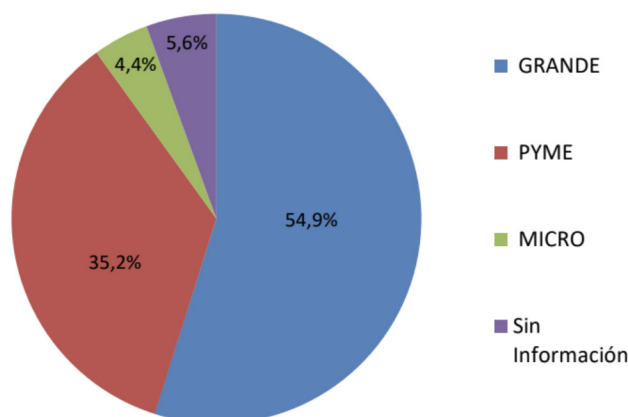
Fuente: División de Análisis Económico y Política Comercial, Dirección de Estudios SUBREI, sobre la base de cifras del Servicio Nacional de Aduanas.

Por tamaño de empresa, las grandes compañías concentran la mayor parte del valor exportado a China. En 2024, realizaron ventas por US\$36.696 millones, representando más de la mitad de las exportaciones totales y agrupando 662 firmas, equivalentes al 54,9% del total de empresas exportadoras hacia ese mercado.

En contraste, las MiPymes¹ sumaron 477 empresas, con envíos por US\$352,6 millones en 2024. Aunque su participación en el valor exportado es menor, representan el 35,2% del total de empresas con presencia en el mercado chino, lo que refleja una diversificación creciente de la base exportadora y el potencial de expansión de las firmas de menor tamaño bajo esquemas de apoyo y encadenamientos productivos.

¹ Las MiPymes son la suma de las pequeñas, medianas y microempresas.

Gráfico 7: Número de empresas exportadoras según tamaño, 2024 (participación)



Fuente: División de Análisis Económico y Política Comercial, Dirección de Estudios SUBREI, sobre la base de cifras del Servicio Nacional de Aduanas y el Servicio de Impuestos Internos (SII).

2.4 Exportaciones según puerto de destino

Entre 2014 y 2024, se observa un cambio significativo en la distribución de las exportaciones hacia China según puerto de destino. La participación de Shanghái —históricamente uno de los principales puntos de entrada— se redujo de 45,4% en 2014 a solo 23,8% en 2024, evidenciando una pérdida sostenida de protagonismo.

Tabla 3: Participación de las exportaciones de bienes a China según Puertos de destino 2014 – 2024

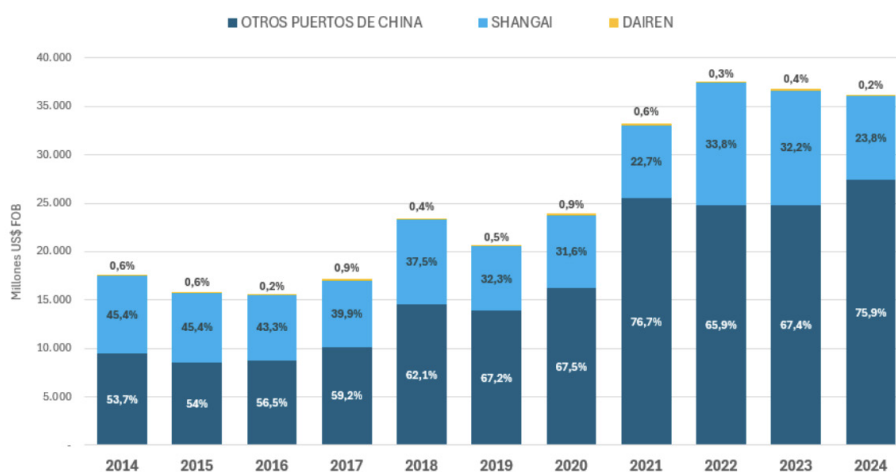
Puerto de Destino en China	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Otros Puertos de China	53,7%	54,0%	56,5%	59,2%	62,1%	67,2%	67,5%	76,7%	65,9%	67,4%	75,9%
Shanghái	45,4%	45,4%	43,3%	39,9%	37,5%	32,3%	31,6%	22,7%	33,8%	32,2%	23,8%
Darién	0,6%	0,6%	0,2%	0,9%	0,4%	0,5%	0,9%	0,6%	0,3%	0,4%	0,2%
Total		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Fuente: Inteligencia de Mercado de ProChile con cifras del Servicio Nacional de Aduanas. Cifras incluyen Cobre – Litio y excluyen mercancías especiales y región 20.

En contraste, Otros Puertos de China muestran un crecimiento sostenido, pasando de representar poco más de la mitad del total en 2014 (53,7%) a casi tres cuartas partes en 2024 (75,9%), lo que sugiere una diversificación de los puntos de ingreso en el país asiático. Por su parte, el puerto de Darién mantiene una participación marginal y estable, inferior al 1% a lo largo del período analizado.

Esta tendencia refleja una posible desconcentración logística y una mayor capacidad del sistema logístico y portuario de China para distribuir el ingreso de mercancías a través de una red más amplia de puertos.

Gráfico 8: Participación de las exportaciones de bienes a China según Puertos de destino 2014 - 2024



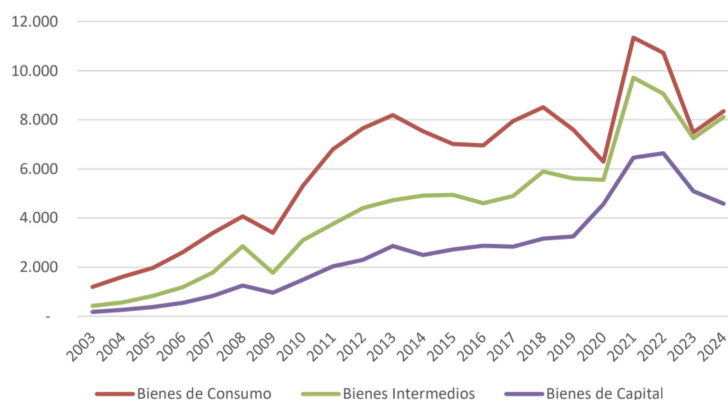
Fuente: Inteligencia de Mercado de ProChile con cifras del Servicio Nacional de Aduanas. Cifras incluyen Cobre - Litio y excluyen mercancías especiales y región 20.

2.5 Importaciones de Chile desde China

Desde la entrada en vigor del Tratado, las importaciones chilenas desde China han mostrado un dinamismo sostenido, lideradas por los bienes de capital y los bienes intermedios, que registraron las mayores tasas de crecimiento entre 2005 y 2024. Los primeros se expandieron a un ritmo promedio anual de 14,2%, mientras que los segundos lo hicieron en 12,7%, reflejando la creciente integración de insumos y equipos de origen chino en los procesos productivos nacionales.

En términos de monto, los bienes de consumo concentraron una parte significativa del total importado, alcanzando US\$8.344 millones en 2024, con un crecimiento medio anual de 7,9% en el período. Este patrón confirma el papel estructural de China no solo como proveedor de bienes finales, sino también como socio clave en la provisión de tecnología, maquinaria e insumos intermedios que sustentan la producción y el consumo en Chile.

Gráfico 8: Participación de las exportaciones de bienes a China según Puertos de destino 2014 - 2024



Fuente: División de Análisis Económico y Política Comercial, Dirección de Estudios SUBREI, sobre la base de cifras del Banco Central de Chile.

De los bienes intermedios, China se constituyó como el tercer principal proveedor detrás de Mercosur y Estados Unidos, concentrando un 18,1% de las importaciones totales de bienes intermedios de Chile desde el mundo en 2024.

En el caso de los bienes de consumo, China es el principal proveedor de Chile, con una participación de 36,7% de las importaciones totales de bienes de Consumo desde el mundo en el año 2024.

Finalmente, en el caso de los bienes de capital, China también es el principal proveedor de Chile, concentrando un 27,6% del total en 2024.

2.6 Exportaciones de Servicios

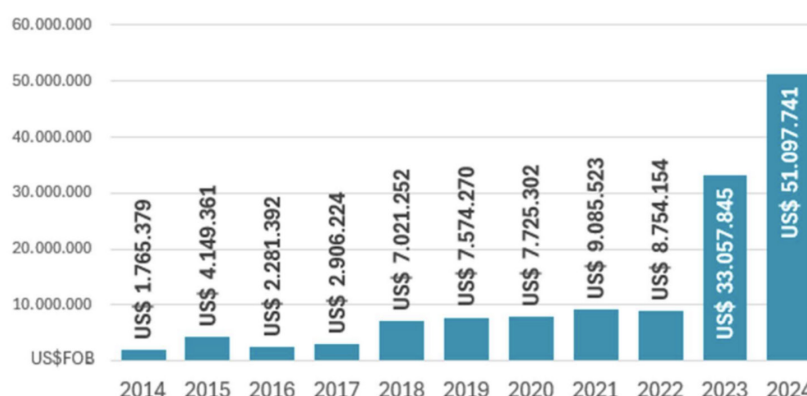
El sector de servicios, aunque históricamente de menor peso relativo dentro de las exportaciones chilenas, ha mostrado un crecimiento sostenido en los últimos años, impulsado por la digitalización, la expansión internacional de empresas nacionales y la adopción de nuevas tecnologías que facilitan el comercio transfronterizo. Este dinamismo ha sido una tendencia general en los principales mercados de destino, y China no ha sido la excepción.

El análisis de las exportaciones de Servicios a China en la última década muestra una trayectoria con un crecimiento lento, pero con un alza notable en los últimos dos años. En 2014, las exportaciones alcanzaban alrededor de US\$ 1,8 millones, registrando un crecimiento de +135% en 2015, sobrepasando los US\$ 4 millones. En 2016 experimentaron un retroceso de -45%, situándose alrededor de US\$ 2,3 millones. Sin embargo, a partir de 2017, la tendencia cambió, los envíos se duplicaron en 2018, alcanzando US\$ 7 millones, +141,6% que el año anterior y se mantuvieron en una senda de crecimiento moderado hasta 2022, con valores entre los US\$ 7,5 y US\$ 9 millones anuales.

El punto de inflexión llegó en 2023; en solo un año, las exportaciones se dispararon a US\$ 33 millones (+277,6%), cuadruplicando los valores de 2022. Esta tendencia creciente, no solo se consolidó en 2024, sino que escaló aún más hasta alcanzar un récord de US\$ 51 millones, registrando un crecimiento de 2794,4% respecto de 2014.

El fenómeno detrás de este boom exportador de servicios requiere un análisis más profundo. Factores como la creciente digitalización, la demanda global por soluciones tecnológicas y el auge de industrias como el desarrollo de software, los servicios financieros y la tercerización de procesos (BPO) podrían estar impulsando esta explosión comercial.

Gráfico 10: Evolución de las Exportaciones de Servicios de Chile a China 2014 – 2024 (US\$ FOB)



Fuente: Inteligencia de Mercado de ProChile con cifras del Servicio Nacional de Aduanas.

Las exportaciones de servicios a China han experimentado una transformación radical en la última década, con un crecimiento exponencial en algunos sectores y una consolidación en otros. Los datos muestran una evolución marcada por la diversificación y la irrupción de nuevos protagonistas en la oferta exportadora.

El subsector de transporte se lleva el protagonismo absoluto en los últimos años. De cifras inexistentes en los registros previos a 2021, pasó a US\$ 686 mil en 2022 y luego se disparó a US\$ 18 millones en 2023, para duplicarse nuevamente en 2024, alcanzando los US\$ 36 millones. Este crecimiento desafía cualquier precedente y sugiere un cambio estructural en la industria.

Otro sector con una trayectoria ascendente es el de investigación y desarrollo, que pasó de cifras modestas en 2017 a alcanzar casi los US\$ 10 millones en 2023, aunque en 2024 retrocedió a US\$ 5 millones. Administración sigue una curva similar, de una base casi inexistente hasta 2016, hoy alcanza casi US\$ 5 millones. La exportación de TICs, en tanto, muestra un crecimiento sostenido, alcanzando US\$ 3,6 millones en 2024, diez veces los valores de inicios de la década.

En contraste, sectores como mantenimiento y reparación han tenido una trayectoria más errática, con exportaciones por poco más de US\$ 2 millones en 2015, que luego cayeron en 2016 y 2017 hasta llegar a los US\$ 260 mil, para luego repuntar en 2018 alcanzando US\$ 1 millón. El ciclo se repite nuevamente a la baja en 2019, 2020 y 2021, recuperándose nuevamente en 2022 registrando US\$ 2 millones. Volviendo a caer en 2023 y 2024, manteniéndose alrededor de los US\$ 800 mil.

Ingeniería, publicidad y audiovisuales también han tenido un desempeño irregular, con peaks de crecimiento seguidos por contracciones. Los servicios de asesoría tuvieron un auge entre 2018 y 2021, con un crecimiento sostenido alcanzando US\$ 4,8 millones en su punto máximo en 2020, desde entonces ha ido a la baja, cayendo hasta los US\$ 292 mil en 2024. Servicios como turismo y viajes, estudios de mercado y servicios financieros son subsectores que han incursionado en las exportaciones en los últimos años, sin alcanzar aún niveles de crecimiento mayores.

Tabla 4: Evolución de las Exportaciones de Servicios a >China según subsector 2014 – 2024 (US\$ FOB)

Subsector	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Transporte								131.021	685.812	17.966.241	36.175.918
Investigación y Desarrollo				144.741	545.351	780.219	529.591	2.416.229	1.902.317	9.716.062	4.728.449
Administración	4.508	6.741	149.360	681.243	744.108	578.224	141.637	2.450		1.352.400	4.072.112
TICs	376.060	574.479	201.675	385.505	853.689	1.307.402	1.061.549	1.329.354	1.300.542	1.153.274	3.567.301
Mantenimiento y Reparación	723.447	2.277.142	690.829	260.352	1.040.814	644.312	8.465	42.512	2.110.058	965.074	774.828
Ingeniería	99.890	257.661	18.180	218.663	15.763	469.133	175.648	660.314	149	426.029	345.068
Publicidad			78.642	32.949	28.074	37.000	413.750		40.070	81.839	325.484
Otros	62.559	74.114	49.299	36.030	99.179	144.956	292.180	373.958	239.786	169.895	305.354
Asesoría	94.813	203.961	695.270	602.818	2.875.489	3.063.690	4.854.269	3.550.875	1.941.030	563.341	292.405
Estudios de mercado	1.833	19.004	39.538	142.847	156.392	78.659	31.064	94.299	161.620	249.482	237.280
Turismo y Viajes						22.180	60.792	132.850	9.266	40.741	108.904
Financieros				15.879	10.203	100.513	80.366	55.577	51.444	138.396	86.543
Logísticos	394.296	719.384	351.600	123.844	356.489	134.978	55.837	156.306	302.600	165.991	58.439
Legales						15.363				17.870	8.700
Consultoría										3.379	7.497
Audiovisual		2.585		261.353	295.701	169.002		56.291	9.461	47.831	3.461
Arquitectura								83.488			
Editoriales						13.824	20.155				
Música						14.815					
Diseño		4.990	7.000								
Call Center		9.300									
Total	1.765.379	4.149.361	2.281.393	2.906.224	7.021.252	7.574.270	7.725.303	9.085.524	8.754.155	33.057.845	51.097.743

Fuente: Inteligencia de Mercado de ProChile con cifras del Servicio Nacional de Aduanas.

El escenario es claro, las exportaciones de servicios han dejado de ser un actor secundario para convertirse en un motor clave del comercio exterior. Sin embargo, la volatilidad en algunos sectores plantea interrogantes sobre la sostenibilidad de este crecimiento y la necesidad de consolidar subsectores estratégicos.

3 Inversión extranjera directa recíproca

3.1 Inversión Extranjera Directa de China en Chile

Chile ha mantenido históricamente una política abierta a la inversión extranjera, orientada a atraer capitales que contribuyan al desarrollo productivo, la innovación y la sostenibilidad. En este marco, la Inversión Extranjera Directa (IED) proveniente de China, aunque aún representa una fracción acotada del total, ha mostrado una expansión significativa en la última década, consolidándose como un componente estratégico de la relación bilateral.

De acuerdo con el Banco Central de Chile, el stock de IED de China en Chile alcanzó US\$764 millones en 2023. Sin embargo, esta cifra subestima el monto real, ya que parte de las inversiones chinas se canalizan a través de filiales o vehículos de inversión ubicados en terceros países, lo que reduce su registro estadístico directo.

Según datos de fDi Markets, entre enero de 2003 y diciembre de 2024 la IED acumulada desde China en Chile ascendió a US\$2.427 millones, correspondiente a 51 proyectos de inversión ejecutados por 28 empresas. Estas inversiones se concentran principalmente en energía —incluido el litio—, minería, transporte eléctrico, infraestructura y conectividad digital, sectores prioritarios para la transición energética y la modernización productiva del país.

En la misma línea, InvestChile reporta que, durante 2024, gestionó una cartera de 17 proyectos chinos por un total de US\$3.965 millones², reflejando un interés sostenido de las empresas chinas por expandir su presencia en sectores vinculados a la sostenibilidad, la innovación tecnológica y la infraestructura estratégica.

3.2 Inversión Extranjera Directa de Chile en China

La inversión directa de capitales chilenos en el mundo se ha consolidado como un proceso relativamente homogéneo, en estrecha concordancia con la evolución de la economía nacional, las oportunidades que genera la economía mundial, principalmente regional, y que respeta los propios tiempos de madurez de las inversiones.

Según el monitoreo de la IED de Chile en el exterior de Departamento Cadenas Globales y Regionales de Valor de SUBREI, desde 1990 a 2023, la IED acumulada en China desde Chile ascendió a US\$632 millones.

En tanto, como parte de las iniciativas de inversión anunciadas, según cifras del FDI markets, entre enero de 2003 y diciembre de 2024, la IED acumulada en Chile desde China ascendió a US\$1.378 millones, distribuida entre 24 proyectos de inversión de 13 empresas, destacando fundamentalmente inversiones en sectores de transporte y almacenamiento.

² Invest Chile, Informe de Inversión Extranjera en Chile 2024, mayo de 2025, en <https://www.investchile.gob.cl/wp-content/uploads/2025/07/Informe-IED-esp-word-2025-1.pdf>

4 Evaluación impacto del TLC en las exportaciones chilenas

4.1 Tasa de utilización de las preferencias arancelarias del TLC

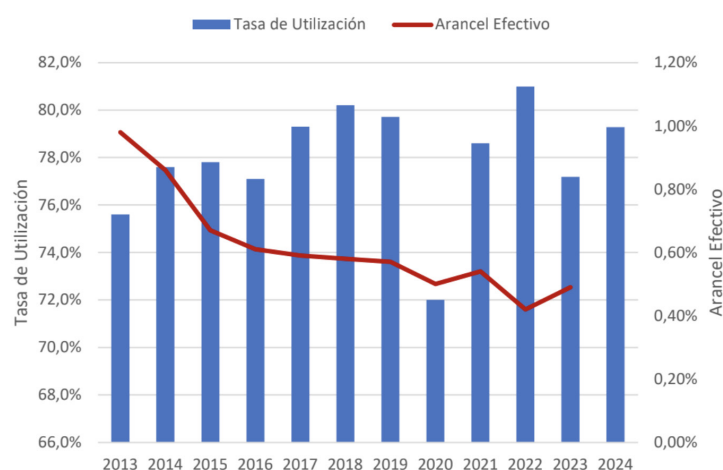
Una de las formas más directas de evaluar el grado de aprovechamiento de un acuerdo comercial es analizar la tasa de utilización de las preferencias arancelarias, indicador que mide el porcentaje de importaciones que efectivamente hacen uso de los beneficios tarifarios del tratado. Este indicador refleja no sólo el nivel de conocimiento y acceso de las empresas a las preferencias, sino también la facilidad de cumplimiento de los requisitos normativos, en particular las reglas de origen, que garantizan el carácter preferencial del producto.

En el caso del Tratado de Libre Comercio entre Chile y China, la tasa de utilización se estima comparando el valor de las importaciones que solicitaron trato preferencial con el valor total de las importaciones que califican para dicho tratamiento. Las operaciones que no hacen uso de la preferencia -por no cumplir las condiciones o por decisión empresarial- se acogen al arancel general correspondiente al arancel de Nación Más Favorecida (NMF).

De acuerdo con los Anuarios Estadísticos del Servicio Nacional de Aduanas,³ en la última década la tasa de utilización del TLC por parte de las importaciones chilenas desde China se ha mantenido elevada, en un rango entre 72% y 81%, lo que evidencia un uso sistemático y consolidado del acuerdo. En 2024, un 79,3% de las importaciones desde el país asiático ingresaron bajo trato preferencial, reflejando un alto nivel de eficiencia operativa y conocimiento de las normas del tratado por parte de los agentes económicos.

De manera complementaria, el arancel efectivo promedio⁴ aplicado a las importaciones provenientes de China se redujo de 0,98% en 2013 a 0,49% en 2023, confirmando que la implementación del acuerdo ha permitido profundizar la liberalización comercial efectiva y maximizar los beneficios arancelarios derivados del TLC.

Gráfico 11: Evolución Tasa de Utilización y Arancel Efectivo de las importaciones chilenas desde China, 2013-2024 (%)



Fuente: División de Análisis Económico y Política Comercial, Dirección de Estudios SUBREI, sobre la base de cifras del Servicio Nacional de Aduanas.

³ Publicaciones de los años comprendidos en el periodo 2014-2024

<https://www.aduana.cl/anuarios-estadisticos-de-comercio-exterior/aduana/2018-12-14/113928.html>

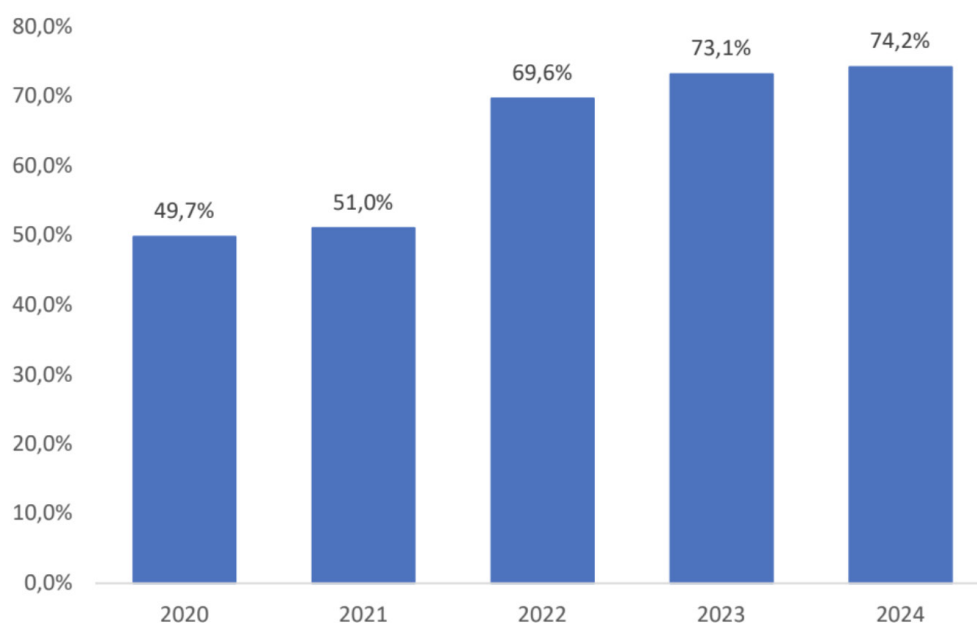
⁴ Arancel Efectivo: corresponde a la recaudación arancelaria efectiva como proporción del total del valor CIF de importaciones.

Por el lado de las exportaciones chilenas hacia China, se utilizaron los datos de ProChile sobre los montos consignados en los certificados de origen emitidos para acceder a las preferencias del tratado. Si bien esta información es de carácter referencial, permite aproximar la proporción de envíos que efectivamente solicitaron trato preferencial bajo el TLC.³

Durante los últimos cinco años, entre 2020 y 2024, la tasa de utilización de las preferencias arancelarias por parte de las exportaciones chilenas ha mostrado un avance sostenido, aumentando de 49,7% a 74,2%. Este resultado evidencia una mayor internalización del uso del acuerdo por parte del sector exportador, reflejando tanto el aprendizaje institucional acumulado como la consolidación de capacidades logísticas y documentales para cumplir con las reglas de origen.

En 2024, se estima que US\$9.960 millones, equivalentes al 74,2% del universo elegible, hicieron uso efectivo de los beneficios arancelarios del tratado. Considerando que una fracción relevante de las exportaciones chilenas —entre 49% y 65% del total en el último quinquenio— ya ingresaba a China con arancel Nación Más Favorecida (NMF) igual a cero, el nivel de utilización observado entre los productos efectivamente elegibles confirma un aprovechamiento pleno y eficiente del acuerdo por parte del sector exportador chileno.

Gráfico 12: Tasa de Utilización de las importaciones chinas desde Chile, 2020-2024 (%)



Fuente: División de Análisis Económico y Política Comercial, Dirección de Estudios SUBREI, sobre la base de cifras de la Dirección de Desarrollo Estratégico de ProChile. e Aduanas.

³ Los valores FOB utilizados provienen de los registros internos del sistema de certificación de origen de ProChile y tienen carácter referencial, ya que el valor FOB no constituye un dato obligatorio dentro del certificado de origen conforme a los requisitos normativos del acuerdo con China. Sin embargo, este valor se registra en el sistema cuando es proporcionado por el exportador al momento de solicitar el certificado, en los documentos de respaldo de las solicitudes.

4.2 Impacto cuantitativo del TLC Chile China

La evaluación cuantitativa busca medir el efecto real del Tratado de Libre Comercio (TLC) sobre los flujos de exportación e importación entre Chile y China, aislando el impacto atribuible al acuerdo de otros factores concurrentes —como la evolución económica global o la demanda de commodities—. Para ello, se aplicaron dos metodologías econométricas complementarias y ampliamente utilizadas en evaluaciones ex post de política comercial: el modelo de gravedad y el método del efecto promedio del tratamiento (Average Treatment Effect, ATE).

Mientras el modelo de gravedad estima cómo la existencia de un tratado modifica el comercio bilateral esperado entre países en función de su tamaño económico y distancia, el método ATE compara los resultados observados entre países “tratados” (que tienen acuerdo) y un grupo de control de países similares sin tratado, permitiendo aislar el efecto causal del acuerdo sobre los flujos comerciales.

4.2.1 Modelo de Gravedad

El modelo de gravedad estima el impacto relativo de diferentes determinantes sobre el comercio entre países, siendo la variable de interés en este caso el TLC Chile China, representada como una variable binaria (1 para los años de vigencia del acuerdo, 0 en caso contrario).

La base de datos utilizada corresponde al Centre d'Études Prospectives et d'Informations Internationales (CEPII)⁶, que recopila información bilateral de comercio para 252 países y territorios en el período 1948–2021. Las variables consideradas incluyen factores geográficos (distancia, frontera común), culturales (idioma, lazos históricos), de política comercial (existencia de acuerdos y pertenencia a la OMC) y macroeconómicos (PIB, PIB per cápita y población).

Metodología

El modelo sigue las directrices del *Manual: A Practical Guide to Trade Policy Analysis* de la OMC y la UNCTAD, incorporando tres tipos de efectos fijos para controlar la heterogeneidad no observada:

- Exportador-año: capta factores específicos del país exportador que varían en el tiempo.
- Importador-año: controla variaciones específicas del país receptor.
- Par exportador-importador: absorbe características bilaterales invariables en el tiempo.

Estas correcciones eliminan la necesidad de incluir explícitamente variables macroeconómicas o geográficas en la regresión.

La estimación se realiza mediante el método de Pseudo-Máxima Verosimilitud de Poisson (PPML), técnica que permite manejar eficientemente los ceros en los flujos comerciales y corregir problemas de heterocedasticidad, garantizando estimaciones robustas. La muestra incluye flujos de comercio bilateral desde 1990, asegurando una ventana temporal amplia antes y después de la entrada en vigor del acuerdo (2006).

Se estimaron cuatro especificaciones:

1. 45 principales socios comerciales de Chile.
2. 35 principales socios.
3. 25 principales socios.
4. Todos los socios comerciales.

⁶ http://www.cepii.fr/CEPII/en/bdd_modele/bdd_modele_item.asp?id=8

Resultados

Los resultados muestran un impacto positivo y estadísticamente significativo del TLC sobre el comercio bilateral entre Chile y China. El coeficiente asociado a la variable CCFTA indica un aumento promedio del comercio bilateral de entre 77% y 86% respecto de lo que se habría esperado en ausencia del tratado.

- En las tres primeras especificaciones (45, 35 y 25 principales socios), el incremento estimado es de alrededor de 77-78%, con alta significancia estadística.
- En la especificación más amplia (todos los socios), el efecto estimado asciende a 85,9%, confirmando la robustez del resultado.

El uso del estimador PPML y la incorporación de efectos fijos múltiples fortalecen la consistencia de las estimaciones, evitando sesgos derivados de la heterocedasticidad y la presencia de flujos comerciales nulos.

Conclusión

El análisis del modelo de gravedad confirma que el TLC entre Chile y China generó un incremento sustantivo y duradero del comercio bilateral, estimado en torno al 80% en promedio, en comparación con un escenario sin acuerdo. Este resultado es robusto frente a distintas especificaciones y coincide con la evidencia empírica de otros estudios internacionales, que muestran que los acuerdos comerciales de alta cobertura generan efectos comerciales significativos en economías abiertas y complementarias como las de Chile y China.

Tabla 5: Estimación del modelo de gravedad con PPML y efectos fijos para los 40, 30 y 20 principales socios comerciales de Chile y para la totalidad de los socios

	(1) trade b/se	(2) trade b/se	(3) trade b/se	(4) trade b/se
CCFTA	0.571*** (0.06)	0.573*** (0.06)	0.574*** (0.06)	0.620*** (0.06)
FTA	0.069*** (0.01)	0.078*** (0.01)	0.038*** (0.01)	0.026** (0.01)
N	48,181	28,080	13,016	590,880
CCFTA_Effect	0.770	0.774	0.775	0.859

4.2.2 Efecto Promedio del Tratamiento (ATE/ATT)

Para complementar el análisis del modelo de gravedad y capturar los efectos del TLC a un nivel más desagregado, se estimó el Efecto Promedio del Tratamiento (Average Treatment Effect, ATE), metodología que permite cuantificar el impacto causal del acuerdo sobre los flujos comerciales a nivel de producto.

Este enfoque utiliza una combinación de bases de datos con información sobre flujos comerciales bilaterales, aranceles y características estructurales de Chile y sus principales socios comerciales. El objetivo es aproximar la evaluación a un experimento contrafactual observable, emparejando productos que se beneficiaron de las preferencias arancelarias del TLC (“tratados”) con productos similares que no las recibieron (“grupo de control”).

Para ello se aplica la técnica estadística del Propensity Score Matching (PSM), que permite comparar unidades equivalentes y estimar el efecto causal de una política cuando la asignación del tratamiento no es aleatoria.

Una vez realizado el emparejamiento, se estimó el impacto mediante dos alternativas metodológicas:

1. IPWRA (Inverse Probability Weighted Regression Adjustment): estimador ponderado por la probabilidad inversa, que utiliza toda la muestra sin restringirse solo a los productos emparejados.
2. Solo muestra emparejada: estimación convencional que considera únicamente los productos efectivamente emparejados.

Resultados del estimador IPWRA

Los resultados obtenidos mediante el estimador IPWRA⁸ muestran un impacto sustantivo del TLC sobre el comercio bilateral:

- Incluyendo sólo la variable asociada al tratado, el comercio entre Chile y China habría crecido en promedio un 197% más que en un escenario sin acuerdo.
- Cuando se incorporan variables adicionales —como los aranceles y otros factores de control—, el efecto estimado se sitúa entre 201% y 222%, indicando un aumento significativo y robusto en los flujos comerciales atribuible al tratado.

Debe considerarse, sin embargo, que dada la magnitud del resultado, estos valores podrían reflejar un efecto compuesto, amplificado por factores exógenos como shocks de demanda global, variaciones de precios de materias primas o cambios en políticas sectoriales. Aun así, los resultados confirman que el TLC ha sido un determinante central del crecimiento del comercio bilateral.

Resultados con muestra emparejada

Como ejercicio de robustez, se estimó nuevamente el efecto del acuerdo restringiendo la muestra a los productos emparejados, sin aplicar ponderaciones IPWRA. Los resultados mantienen la dirección y significancia del efecto, aunque con magnitudes ligeramente menores:

- El impacto promedio del TLC sobre el comercio bilateral se estima entre 177% y 196%,⁹ dependiendo del conjunto de variables de control incorporadas.

⁸ El estimador ponderado por probabilidad inversa consiste en el cálculo del peso inverso de las probabilidades de tratamiento, los cuales se ajustan mediante regresión. De esta forma, se ocupa la muestra completa y no solo la emparejada.

⁹ Sin cobre los resultados se movieron en el rango de 175%-197%, es decir, un cambio pequeño en comparación a la magnitud del resultado que incluye al cobre.

Al igual que en el caso anterior, estos valores deben interpretarse como referenciales, dado que pueden incorporar efectos concurrentes no atribuibles exclusivamente al tratado. No obstante, la consistencia entre ambas metodologías refuerza la conclusión de que el TLC Chile-China ha generado un incremento sustancial y sostenido de los flujos comerciales bilaterales.

Síntesis

En conjunto, los resultados de las estimaciones IPWRA y de la muestra emparejada confirman que el TLC entre Chile y China produjo un impacto positivo, significativo y persistente sobre el comercio bilateral, incluso después de controlar por factores externos y estructurales. Estos hallazgos complementan la evidencia del modelo gravitacional y consolidan la conclusión de que el acuerdo ha sido uno de los instrumentos más efectivos de la política comercial chilena en las últimas dos décadas.

Tabla 6: Estimación del efecto promedio del tratamiento del TLC (solo muestra emparejada)

	(1) ln_v b/se	(2) ln_v b/se	(3) ln_v b/se	(4) ln_v b/se
tlcchina	3.059*** (0.02)	3.034*** (0.02)	3.259*** (0.02)	3.189*** (0.02)
ln_adv		-3.206*** (0.12)		-2.674*** (0.12)
ln_gdp_imp			-0.183*** (0.01)	-0.220*** (0.01)
ln_pop_imp			-0.264*** (0.01)	-0.233*** (0.01)
ln_V_imp			0.366*** (0.01)	0.369*** (0.01)
ln_gdpcap_~p			0.206*** (0.01)	0.202*** (0.01)
fta			-0.056*** (0.01)	-0.121*** (0.01)
N	614,783	614,783	614,783	614,783
Effect	1.772	1.749	1.963	1.895

4.2.3 Comercio en márgenes intensivos y extensivos.

Los resultados anteriores confirman que el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Chile y China generó un aumento significativo en el comercio bilateral total. Sin embargo, para comprender la naturaleza de esas ganancias, es necesario examinar si el crecimiento provino principalmente de los productos ya comerciados antes del acuerdo (margen intensivo) o de nuevos productos incorporados al intercambio tras la entrada en vigor del tratado (margen extensivo).

Este análisis es especialmente relevante, ya que un acuerdo comercial eficaz no solo debe profundizar el comercio existente, sino también estimular la diversificación exportadora y la creación de nuevos flujos comerciales.

Metodología

Para evaluar esta dimensión, se aplica la metodología propuesta por Kehoe y Ruhl (2013), que identifica los llamados productos menos comercializados (*least traded goods*). Estos son aquellos que, antes de la entrada en vigor del acuerdo, registraban comercio nulo o valores muy bajos, pero que potencialmente podrían beneficiarse del nuevo marco arancelario.

El procedimiento consiste en:

1. Ordenar los productos de 8 dígitos del Sistema Armonizado (SA) según su valor promedio de comercio en los cinco años previos al TLC (2002–2006).¹⁰
2. Agruparlos en diez conjuntos o deciles, cada uno representando una décima parte del valor total de importaciones o exportaciones del año base (2002).
3. Identificar como productos menos comercializados aquellos que conforman el primer decil, es decir, los de menor valor de comercio previo.
4. Analizar la evolución posterior de su participación en el total exportado e importado tras la entrada en vigor del acuerdo (2007).

Este mismo ejercicio se aplica tanto para las exportaciones chilenas a China como para las importaciones desde China.

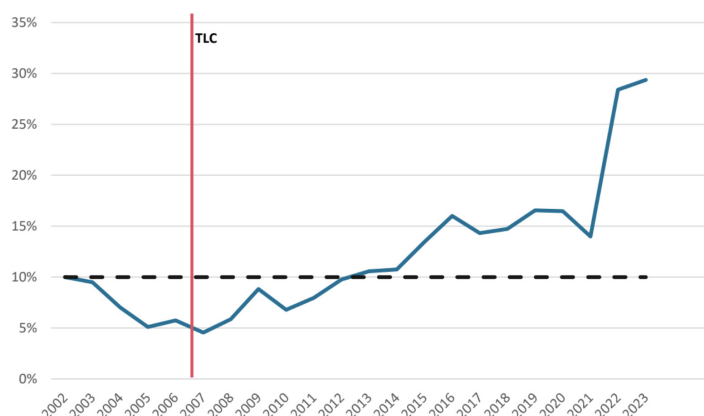
Resultados: exportaciones chilenas a China

Los resultados muestran una expansión notable del margen extensivo tras la implementación del TLC. Los productos que representaban apenas un 10% del valor exportado en 2002 —cinco años antes del acuerdo— aumentaron su participación al 29% en 2023.

Este resultado evidencia que el TLC creó comercio en productos nuevos o escasamente exportados previamente,

favoreciendo la diversificación de la canasta exportadora chilena hacia China. Los gráficos 13 y 14 ilustran esta evolución: una caída inicial en los años previos al acuerdo, seguida de un crecimiento sostenido desde 2007, coincidiendo con la entrada en vigor del tratado.

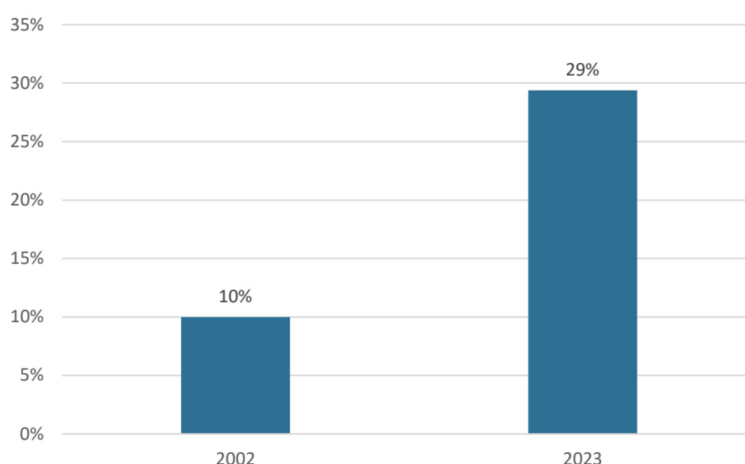
Gráfico 13: Evolución de la participación en las exportaciones de los productos menos comerciados antes del TLC, 2002-2023 (%)



Fuente: División de Análisis Económico y Política Comercial, Dirección de Estudios SUBREI, sobre la base de cifras de UN Comtrade.

¹⁰ De esto modo se reduce la dependencia de los resultados en un solo año base y que eventos únicos de ese año pudieron afectar el comercio de determinados productos.

Gráfico 14: Participación en las exportaciones de los productos menos comerciados, 2002 y 2023 (%)



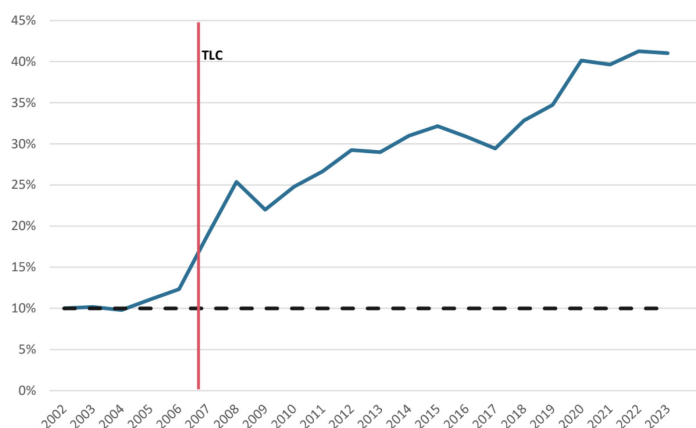
Fuente: División de Análisis Económico y Política Comercial, Dirección de Estudios SUBREI, sobre la base de cifras de UN Comtrade.

Resultados: importaciones chilenas desde China

En el caso de las importaciones, la evidencia también sugiere un crecimiento en el margen extensivo, aunque de menor magnitud relativa que en las exportaciones. Los productos menos comercializados antes del acuerdo ya mostraban una tendencia al alza en los años previos, pero su participación continuó incrementándose de forma sostenida tras la entrada en vigor del TLC, alcanzando cerca del 41% del total importado en 2023.

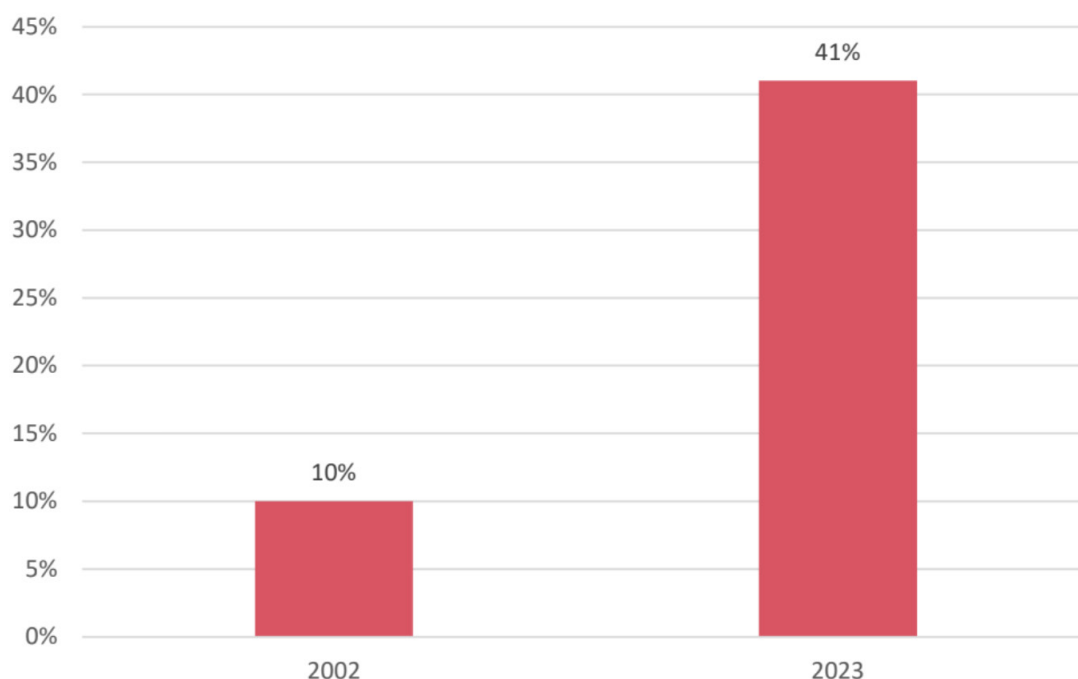
Este comportamiento refleja la mayor diversificación de la oferta china y la integración progresiva de nuevos bienes de consumo, equipos y componentes intermedios en el mercado chileno.

Gráfico 15: Evolución de la participación en las importaciones de los productos menos comerciados antes del TLC, 2002-2023 (%)



Fuente: División de Análisis Económico y Política Comercial, Dirección de Estudios SUBREI, sobre la base de cifras de UN Comtrade.

Gráfico 16: Participación en las importaciones de los productos menos comerciados, 2002 y 2023 (%)



Fuente: División de Análisis Económico y Política Comercial, Dirección de Estudios SUBREI, sobre la base de cifras de UN Comtrade.

Conclusión

El análisis de los márgenes de comercio confirma que el TLC Chile-China no solo profundizó los flujos comerciales existentes (margen intensivo), sino que también amplió significativamente el universo de productos transados (margen extensivo). En el caso chileno, este efecto se observa con mayor intensidad en las exportaciones, reflejando una diversificación progresiva de la oferta nacional hacia el mercado chino, en línea con los objetivos estratégicos de inserción internacional y ampliación de oportunidades productivas.

5 Características y desarrollo de las relaciones económicas y comerciales entre Chile y China

La relación económico-comercial entre Chile y China trasciende el Tratado de Libre Comercio (TLC) vigente desde 2006. Este acuerdo constituye el pilar jurídico del intercambio bilateral, pero forma parte de una estructura más amplia y dinámica de mecanismos institucionales, instrumentos de cooperación y vínculos políticos de alto nivel que han consolidado una asociación estratégica integral.

Esta arquitectura se sostiene en cuatro ejes principales:

1. El Diálogo Estratégico en Cooperación y Coordinación Económica, que define los lineamientos políticos de largo plazo de la relación.
2. La Comisión Mixta Comercial y Económica, que constituye el principal canal de coordinación técnico-institucional.
3. Los Memorándums de Entendimiento (MoU)
4. La Iniciativa de la Franja y la Ruta, que amplían la cooperación hacia áreas emergentes como innovación, energía, agricultura sostenible, digitalización y cadenas de valor.

Mecanismo de Diálogo Estratégico en Cooperación y Coordinación Económica (DECCE)

El Diálogo Estratégico se estableció en 2013, tras la decisión de ambos gobiernos de elevar la relación bilateral al rango de Asociación Estratégica, adoptada durante la visita del entonces Primer Ministro chino Wen Jiabao a Chile en 2012. Su propósito es fortalecer la cooperación económica desde una perspectiva integral y de largo plazo, articulando la política comercial con objetivos de desarrollo, innovación y sostenibilidad.

La cuarta reunión, celebrada en enero de 2023 bajo formato virtual, abordó áreas prioritarias como minería, infraestructura, energía y tecnología, acordándose también promover la cooperación vinculada a la Iniciativa de la Franja y la Ruta.

Comisión Mixta Comercial y Económica

Creada en 1970, la Comisión Mixta Comercial y Económica es el mecanismo más antiguo de diálogo bilateral y está integrada por representantes de alto nivel del Ministerio de Comercio de China y la Subsecretaría de Relaciones Económicas Internacionales (SUBREI).

El Capítulo XI del TLC Chile-China reconoce su rol y le asigna funciones clave:

- Supervisar la implementación del acuerdo y coordinar con la Comisión de Libre Comercio.
- Analizar asuntos que incidan en la operación del tratado o en la cooperación económica.
- Proponer directrices para la profundización del vínculo comercial y de inversiones.

En su 21ª Reunión, realizada en Beijing en septiembre de 2024, se revisaron avances en inversión, facilitación de negocios y cooperación bilateral. Destacaron la discusión sobre protocolos sanitarios, la implementación de compromisos para pymes y cadenas globales de valor, y como resultado concreto, el levantamiento de las restricciones chinas a las exportaciones de carne de ave chilena.

Memorándums de Entendimiento (MoU)

Los MoU han sido instrumentos esenciales para profundizar y diversificar la cooperación bilateral más allá del TLC, permitiendo avanzar en ámbitos técnicos y estratégicos como comercio electrónico, propiedad intelectual, energía, transporte marítimo y telecomunicaciones.

En el ámbito agrícola, destacan acuerdos recientes sobre certificación electrónica fitosanitaria, reconocimiento mutuo de certificaciones orgánicas y la creación de una granja demostrativa de innovación agroalimentaria.

Aunque no son jurídicamente vinculantes, los MoU han fortalecido el diálogo técnico y la cooperación institucional,

funcionando como plataformas de transferencia de capacidades y generación de proyectos conjuntos en áreas de alto valor agregado.

El más reciente, firmado el 13 de mayo de 2025 durante la visita del Presidente Gabriel Boric a China para el IV Foro China-CELAC, tiene por objetivo fortalecer la cooperación en cadenas globales y regionales de valor, reafirmando la orientación estratégica del vínculo bilateral hacia la diversificación y la sostenibilidad.

Iniciativa de la Franja y la Ruta (BRI)

La Iniciativa de la Franja y la Ruta (Belt and Road Initiative, BRI) es el principal marco de cooperación internacional impulsado por China para promover conectividad, infraestructura e integración económica entre Asia, África, Europa y América Latina.

Chile se adhirió formalmente en 2018, y su participación se consolidó mediante la firma del Plan de Cooperación del Cinturón Económico de la Ruta de la Seda y la Ruta Marítima de la Seda del Siglo XXI, durante la visita del Presidente Boric a China en 2023.

Dentro de este marco, se han identificado proyectos emblemáticos, como la construcción de tramos de la

Línea 7 del Metro de Santiago por parte de China Railway Construction Corporation (CRCC), y se han abierto nuevas oportunidades en energías limpias, infraestructura sostenible y cooperación tecnológica.

Chile ha participado en las tres ediciones del Foro de la Franja y la Ruta para la Cooperación Internacional (2017, 2019 y 2023), reafirmando su compromiso con un enfoque de cooperación pragmática, inclusiva y orientada al desarrollo sostenible.

Conclusión

En conjunto, estos mecanismos reflejan una relación bilateral madura, institucionalizada y multidimensional, que ha evolucionado desde el comercio de bienes hacia una asociación estratégica integral basada en cooperación, sostenibilidad e innovación. La experiencia de Chile y China demuestra cómo un acuerdo comercial puede transformarse, con el tiempo, en una plataforma estructural para el desarrollo económico compartido.

6 ProChile, Promoción Comercial en China

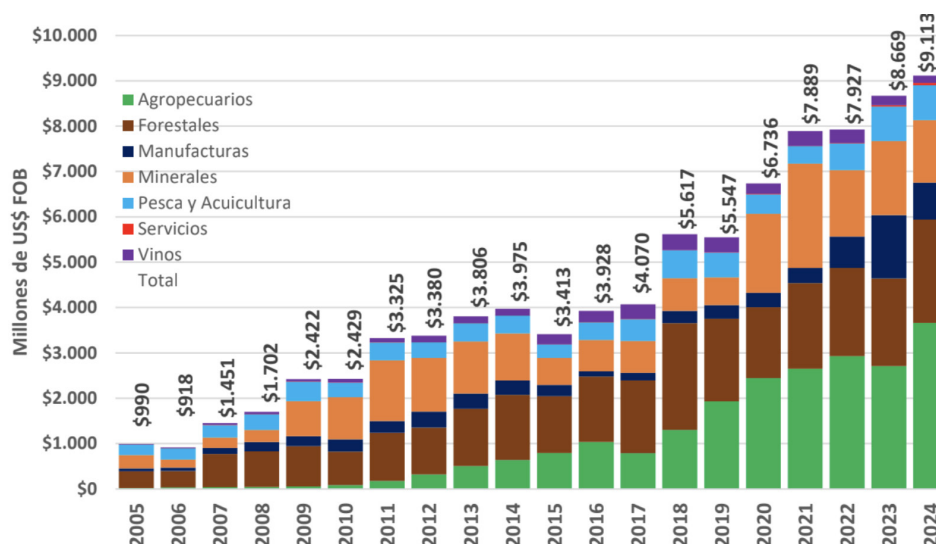
El Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Chile y China, marcó un punto de inflexión en las relaciones comerciales entre ambos países. Antes de su implementación, las exportaciones chilenas hacia China, aunque relevantes, enfrentaban barreras arancelarias que limitaban su acceso competitivo a uno de los mercados más grandes del mundo. Sin embargo, desde la entrada en vigor del tratado, el comercio bilateral ha crecido de forma exponencial, con un notable aumento en la exportación de productos.

En 2005, las exportaciones chilenas no cobre – no litio totalizaron US\$ 990 millones, y en 2006 alcanzaron los US\$ 918 millones. En 2007, un año después de la entrada en vigor del TLC, el crecimiento fue sustancial, con un aumento del 58% que elevó el total exportado a US\$ 1.451 millones. Esta evolución refleja el impacto positivo del acuerdo y el fortalecimiento de los vínculos comerciales bilaterales. Comparando este resultado con las exportaciones de 2024, que alcanzaron los US\$ 9.113 millones, se observa un crecimiento acumulado de 892,7%, consolidando a China como uno de los principales destinos de los productos chilenos, especialmente en sectores como frutas y vino¹¹.

En 2006, antes de entrar en vigor el TLC, los macrosectores líderes en exportaciones a China eran el forestal con 39,6%, pesca y acuicultura con 27% y minerales con 19% de participación. Diecinueve años después, el panorama ha cambiado significativamente: el sector agropecuario encabeza ahora las exportaciones con US\$ 3.661 millones, lo que representa el 40,2% del total exportado y un incremento del 10.994% respecto de 2006.

Desde la firma del TLC y la primera edición de Chile Week China, la diversificación de la oferta exportadora ha sido clave para consolidar la presencia chilena en ese mercado. En 2007, los principales subsectores exportadores eran minerales y materias primas como cobre, celulosa, harina de pescado y crustáceos, hierro, molibdeno y yodo.

Gráfico 17: Evolución de las Exportaciones No cobre No litio a China según Macrosector 2005 – 2024 (Millones de US\$ FOB)



Fuente: Inteligencia de Mercado de ProChile con cifras el Servicio Nacional de Aduanas.
Cifras excluyen Cobre, Litio, mercancías especiales y región 20.

¹¹ Cifras macrosectoriales elaboradas según clasificación arancelaria con fuente de Aduanas y ProChile, excluyendo Región 20 y mercancías especiales. Pueden presentar leves diferencias respecto de las cifras del Banco Central de Chile debido a criterios metodológicos y ajustes de IVV.

6.1 ProChile: Estrategia, presencia e instrumentos

China se ha consolidado como el principal socio comercial de Chile y como un mercado estratégico en la región Asia-Pacífico. En este contexto, la gestión institucional de ProChile se orienta a desplegar una estrategia integral que articula presencia territorial, instrumentos de promoción y acciones estratégicas de posicionamiento, con el objetivo de consolidar, diversificar y aumentar el valor de la oferta exportable chilena en el país.

Presencia institucional

ProChile mantiene una red de oficinas comerciales en Beijing, Guangzhou, Chengdu y Shanghái, que funcionan como nodos estratégicos para la promoción de la oferta exportable. Estas oficinas no solo acompañan a las empresas chilenas en la ejecución de agendas de negocios, asesorías y gestiones de mercado, sino que también permiten una cobertura institucional permanente en las principales zonas de consumo y decisión en China.

El punto de convergencia de esta estrategia se traducen en los Chile Week China, instancia que articula de manera visible la gestión institucional de ProChile, integrando empresas, autoridades y consumidores en torno a la oferta exportable chilena.

A lo largo de los años, las **Chile Week** se han consolidado como el principal instrumento de promoción integrada en el mercado chino, permitiendo a las Oficinas Comerciales proyectar de manera coordinada la imagen país y dar continuidad a la presencia institucional en las principales ciudades del país. Desde su primera realización en 2015, estos encuentros han sido una plataforma clave para:

- **Dar visibilidad a Chile como socio confiable**, posicionando la oferta exportable en segmentos de alto valor agregado y reforzando la imagen país.
- **Generar instancias de networking de alto nivel**, que vinculan a empresas chilenas con importadores, distribuidores y autoridades locales, facilitando la apertura de nuevas oportunidades comerciales.
- **Fortalecer la articulación interinstitucional**, ya que involucran a distintos ministerios, gremios y asociaciones, lo que permite dar una señal coordinada y robusta de la presencia chilena en China.
- **Potenciar las Oficinas Comerciales**, al brindarles un espacio de gestión intensiva que deja resultados a largo plazo, como agendas de negocios, nuevas alianzas estratégicas y la apertura a ciudades Tier 2 y Tier 3.

Instrumentos de acción

La gestión en China se apoya en instrumentos tradicionales y digitales, con énfasis en:

- **Ferias y eventos internacionales**, donde Chile mantiene presencia destacada en sectores clave (frutas, vinos, productos del mar, carnes y celulosa).
- **Campañas de marketing digital y e-commerce**, que permiten aprovechar los nuevos canales de promoción y llegada a consumidores cada vez más sofisticados.
- **Redes sociales y plataformas online**, que amplifican el reconocimiento de la imagen país y acercan la oferta exportable a públicos más amplios y segmentados.
- **Acciones de atracción de inversión y turismo**, que contribuyen a la creación de un ecosistema integral de promoción de Chile en el mercado chino.

La estrategia de ProChile para China busca consolidar la posición del país como socio confiable y hub de innovación en Latinoamérica, mediante tres ejes principales:

1. **Consolidación y crecimiento de la oferta exportable** en los sectores tradicionales, aumentando el valor y volumen de exportaciones.
2. **Diversificación hacia nuevos sectores**, como servicios, innovación e industrias creativas, junto con la penetración en **ciudades Tier 2 y Tier 3**, que concentran creciente poder adquisitivo y consumidores altamente informados.
3. **Fortalecimiento del reconocimiento de Chile como país de origen**, posicionando al país en la mente del consumidor chino no solo como proveedor de alimentos de calidad, sino también como un socio confiable con productos y servicios de valor agregado.

Durante el periodo se ha trabajado intensamente en la promoción de la oferta exportable nacional, utilizando diversos instrumentos de promoción comercial y de posicionamiento internacional:

6.1.1 Chile Week China: Una Década de Diplomacia Comercial ¹²⁻¹³

Desde su primera edición en 2015, Chile Week China, organizada por ProChile, se ha posicionado como el mayor evento de promoción de imagen país y exportaciones que realiza una nación latinoamericana en el mercado chino, y que destaca por contar con presencia pública y privada, recorrer múltiples ciudades y promover negocios en sectores diversos.

En sus nueve ediciones, el evento ha desplegado una estrategia constante y sistemática para posicionar a Chile, sus productos y servicios, seriedad institucional y cultura entre las y los consumidores chinos, así como entre los principales actores del sistema comercial de ese país. Esto ha permitido avanzar desde el conocimiento general que existía sobre Chile y consolidar la imagen de un socio confiable y estratégico para hacer negocios, que con un entorno empresarial serio y productos y servicios de alta calidad.

De acuerdo con las Oficinas Comerciales de ProChile en el mercado chino (en Beijing, Shanghai, Guangzhou, Chengdú, Hong Kong y Taipei), la consistencia de este esfuerzo de promoción país ha sido clave para sensibilizar tanto autoridades de gobierno y empresas como a la ciudadanía china sobre Chile. Esto se nota en la aparición de productos chilenos en los supermercados, ferias y plataforma de e-commerce como JD.com, Tmall o Hema; y, en el caso específico de los alimentos, que hoy son el segundo mayor sector exportador chileno a China, en la presencia de los productos en hoteles, restaurantes y catering.

Este posicionamiento país ha sido relevante para avanzar en la homologación de protocolos sanitarios y apertura de mercados para diversos productos a lo largo de estos 10 años, en la medida en que se muestra a Chile como un país confiable para hacer negocios y se refuerzan atributos como la seguridad alimentaria, la trazabilidad, la innovación en la producción y la sustentabilidad. La construcción de esta imagen y los avances bilaterales permiten que productos como los vinos, cerezas, salmón y productos del mar chilenos destaquen en las góndolas de China; así como que otros abastezcan a las empresas locales que confían en las proveedoras chilenas.

Realizar este esfuerzo constante también permite que Chile destaque entre sus principales competidores, generando instancias para conectar a empresas y autoridades chinas con sus contrapartes chilenas. Esto refuerza la posición de pionero que tiene Chile en la construcción de su relación comercial y diplomática con China: fue el primer país sudamericano en firmar un Tratado de Libre Comercio con la potencia asiática y participa activamente en iniciativas como la Franja y la Ruta, que son prioritarias para el gobierno y las empresas chinas.

Un ejemplo de ello fue el acuerdo de la cadena minorista china Freshippo, de la cadena Alibaba, con productores de fruta fresca y congelada de Chile, que surgió tras la participación de dicha cadena en actividades de la ChileWeek 2023. En esa instancia, se selló una visita de altos ejecutivos de Freshippo a Chile, donde se firmó el acuerdo que permitió que, en febrero de 2025, llegaran las primeras ciruelas frescas exportadas bajo un modelo de venta directa de los productores al retail chino.

La consistencia y el enfoque multisectorial de las ChileWeek ha facilitado la diversificación de exportaciones y el ingreso de nuevas empresas y sectores. En estos 10 años, gracias al trabajo interinstitucional que incluye la promoción país, Chile ha comenzado a exportar productos como jurel (US\$ 3,7 millones exportados en 2024), nueces (US\$ 3,2 millones), peras frescas (US\$ 2,1 millones), o bulbos de tulipán (US\$ 1,3 millón).

En ese mismo sentido, se ha logrado posicionar a Chile como exportador de servicios de alta calidad, lo que se ha reflejado en las cifras: hace 10 años, se registraban exportaciones de US\$ 1,8 millones; en 2024 anotaron un récord de US\$ 51 millones, donde destacan servicios de transporte, investigación y desarrollo, administración y TICS. También se exportan juegos y otros productos del sector de las economías creativas.

La realización anual de ChileWeek China también ha permitido que la imagen país, los productos y servicios chilenos se promuevan en ciudades del interior del país, entre ellas Hangzhou, Shenzhen y, en 2025, Tianjin y Chongqing.

Así, la ChileWeek China ha sido esencial para posicionar a Chile como un socio estratégico, diferenciándose de sus competidores en el mercado y facilitando concretar negocios entre ambos países.

Para 2015, año de la primera Chile Week China, se evidenció una evolución en la composición de la canasta exportadora, destacándose nuevos sectores como el agroalimentario, vitivinícola, pesquero y acuícola. Productos como las cerezas frescas, ciruelas frescas, duraznos y nectarines frescos, salmón y trucha, carne de cerdo, vino embotellado y vino a granel, comenzaron a cobrar mayor protagonismo.

Para 2020, Chile ya se había consolidado como uno de los principales proveedores agroalimentarios de China, liderando en productos como cerezas y ciruelas frescas, algas y vinos elaborados a partir de mosto de uva. Además, ocupaba el segundo lugar en exportaciones de salmón, uvas frescas y arándanos.

En los últimos años, algunos productos han mostrado un aumento particularmente significativo. Las cerezas frescas registraron un crecimiento interanual de 54,8% respecto de 2023, mientras que las ciruelas frescas aumentaron 40,3% y los duraznos y nectarines, 34,3%, consolidando su posición en el mercado chino.

En el ámbito pesquero, destacan las harinas de pescado y crustáceos, con un crecimiento del 21,5%; las exportaciones de centolla, con un alza del 26,1%; y los aceites de pescado, con un incremento del 40,2%.

En el sector vitivinícola, los vinos blancos embotellados, especialmente Chardonnay, Riesling, Pinot Blanc, mezclas y otros, crecieron 15,6% y 13,8% respectivamente, mientras que el Sauvignon Blanc registró un alza del 19,1%, lo que refleja la creciente preferencia de los consumidores chinos por estos productos chilenos.

Tabla 7: Principales productos Exportados a China (Top 20)
(Millones de US\$ FOB)

PRODUCTOS	2005 firma TLC	2006 entra en vigor TLC	2007	2010	2015 Chile Week China	2020	2024	2024 (ene-jun)	2025 (ene-jun)	Var. 10/05	Var. 15/10	Var. 20/15	% Var. 24/05
1 Cerezas frescas	0	1	2	20	309	1.130	2.827	1.812	2.064	25114,4 %	1467,1%	265,7%	%
2 Celulosa	337	332	699	677	1.056	1.292	2.149	973	945	100,8%	55,9%	22,3%	537,7%
3 Hierro	60	106	162	744	517	1.348	1.127	645	362	1142,4%	-30,4%	160,6%	1778,3%
4 Yodo	15	24	49	72	65	173	469	226	211	386,9%	-9,3%	165,3%	3026,7%
5 Harinas de pescado y crustáceos	168	171	205	202	102	161	276	198	97	19,9%	-49,4%	57,5%	64,3%
6 Salmón y Trucha	18	41	26	45	95	135	273	129	66	144,3%	111,4%	42,0%	1416,7%
7 Ciruelas frescas	0	0	2	2	34	90	209	209	138	10789,0 %	1879,9%	165,6%	208900,0%
8 Carne de porcinos	0	0	1	0	81	556	174	81	69	-7,0%	34101,0 %	585,1%	%
9 Molibdeno	230	61	61	149	26	339	117	33	71	-35,3%	-82,4%	1269,8%	-49,1%
10 Productos químicos orgánicos	8	0	0	10	0	46	92	40	38	14,5%	-99,0%	49782,9 %	1050,0%
11 Algas	6	8	13	37	53	61	78	40	42	485,4%	42,2%	15,3%	1200,0%
12 Sulfatos (cobre, aluminio, níquel y otros)	0	0	1	0	0	0	70	34	65	-	-	-	%
13 Sustancias químicas básicas	3	3	3	7	9	19	70	35	18	142,3%	25,5%	116,7%	2233,3%
14 Madera en plaquitas	3	2	0	0	38	128	70	50	20	-100,0%		233,8%	2233,3%
15 Oro	0	5	7	25	2	0	70	32	32	100,0%	-93,6%	-100,0%	%
16 Duraznos y nectarines frescos	0	0	0	0	0	46	68	66	72	-		70233,3 %	%
17 Centolla	5	4	1	3	21	30	67	16	22	-44,5%	704,4%	43,1%	1240,0%
18 Otra minería (azufre, tierras y piedras, yesos y cales)	3	3	3	12	52	7	65	24	28	266,1%	315,7%	-86,3%	2066,7%
19 Ciruelas deshidratadas	0	0	0	0	1	10	64	23	14	100,0%	5727,1%	810,6%	%
20 Carne de bovinos	0	0	0	0	3	79	63	36	24	-	7182,0%	2957,3%	%
...													
TOTAL EXPORTACIONES AÑO	990	918	1.451	2.429	3.413	6.736	9.113	5.103	4.740	145,4%	40,5%	97,3%	820,5%

Fuente: Inteligencia de Mercado de ProChile con cifras el Servicio Nacional de Aduanas.
Cifras excluyen Cobre, Litio, mercancías especiales y región 20.

6.1.2 Actividades y empresas atendidas por las Oficinas Comerciales en China

ProChile ha desarrollado una extensa labor de promoción para empresas exportadoras o con potencial exportador en China. En particular destaca la labor de las Oficinas Comerciales, que hoy existen en Shanghai, Beijing, Guangzhou y Chengdu. En el período entre 2010 y lo que va de 2025, las Oficom han realizado casi 3.000 actividades de promoción, atendiendo a casi 5.000 empresas chilenas.

La principal actividad que realizan nuestras oficinas son agendas de negocios, que generalmente son para una única empresa chilena, aunque a veces se generan a varias a la vez. Esto implica una labor personalizada de penetración comercial. Esto se evidencia en que las 1.816 agendas se realizaron a 2.132 empresas chilenas. En segundo lugar, son las asesorías y gestiones de la oficina para empresas con interés en entrar a China, con 291 actividades.

Luego vienen el envío de oportunidades de negocios, que son datos y contactos de posibilidades de negocios entre empresas chilenas y extranjeras. También destacan los eventos, que ya son más masivos involucrando a más de 600 empresas para sólo 162 eventos. En la historia de estos años destacan los Sabores de Chile, Chile Week, Encuentros Empresariales, Wine Tastings, entre otros. Por último, también tienen relevancia la invitación a importadores para reuniones con empresas en Chile, así como visitas a empresas.

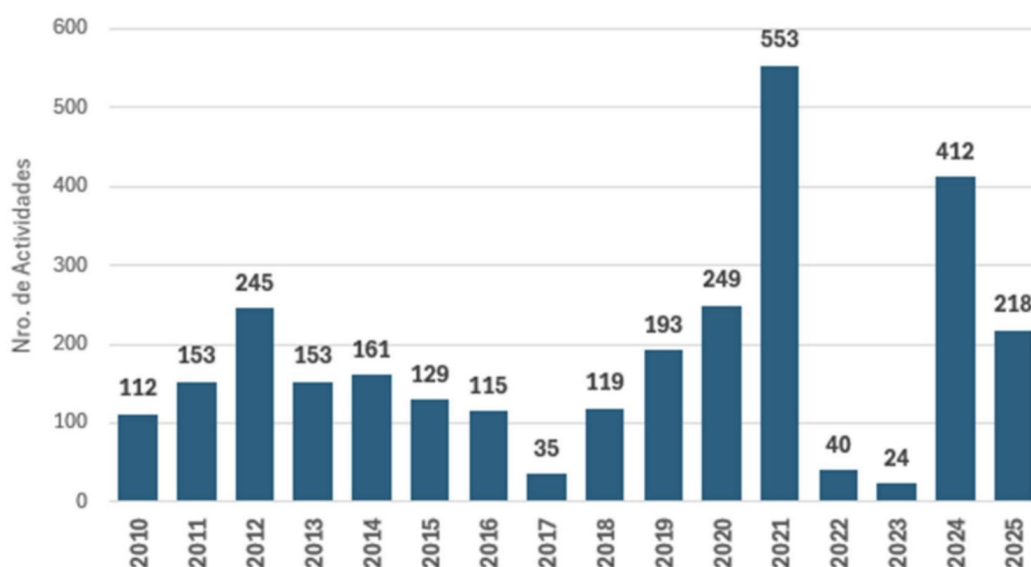
Tabla 8: Número de actividades y empresas atendidas por las Oficinas Comerciales en China (2010-2025)*

TIPO DE ACTIVIDAD	N° ACTIVIDADES	N° EMPRESAS
Agenda de negocios	1.816	2.132
Apoyo y asesoría a empresas exportadoras y con potencial exportador	291	344
Envío oportunidades de negocios	217	420
Realización de Eventos, Degustaciones y/o Exhibiciones	162	605
Invitación de importadores	72	140
Visita a Empresa	56	88
Otras	297	941
TOTAL	2.911	4.713

Fuente: Atención de Usuarios, Diseño y Evaluación de Herramientas, Dirección de Desarrollo Estratégico, ProChile. Tabla en base cifras de Planificación Estratégica y seguimiento de resultados de ProChile * Hasta el 18 de julio de 2025

En términos de evolución, el número de actividades ha mostrado un crecimiento sostenido a lo largo del tiempo, con un salto considerable a partir de los primeros Chile Week, que marcaron un antes y un después en la promoción de Chile en este mercado. La pandemia significó una caída coyuntural de las actividades, pero también abrió espacio para una adaptación que permitió recuperar e incluso intensificar la presencia en años posteriores. Esto refleja la capacidad de las Oficinas Comerciales de responder a los desafíos y aprovechar los hitos estratégicos para ampliar la visibilidad de la oferta exportable chilena en China.

Gráfico 18: Número de actividades realizadas por las Oficinas Comerciales en China (2010-2025)*



Fuente: Atención de Usuarios, Diseño y Evaluación de Herramientas con cifras de Planificación Estratégica y seguimiento de resultados. * Hasta el 18 de julio de 2025

6.1.3 Fondos Concursables

Los Concursos de ProChile, tanto en su modalidad empresarial como sectorial, han jugado un rol muy relevante en la estrategia de inserción en China. Estos son proyectos que las propias empresas o asociaciones presentan en el marco de una convocatoria pública, y en donde por tanto voluntariamente han elegido a China como mercado foco. Pueden cofinanciar diversos tipos de actividades, desde estudios regulatorios o comerciales, campañas de marketing, como participación en ferias, misiones comerciales, etc.

Se observa que han sido ejecutados 514 proyectos desde 2014 a 2024, con un número mayor de proyectos empresariales, aunque en los últimos años se han financiado más proyectos sectoriales, por un privilegio institucional por estos proyectos, que exigen que los resultados, hallazgos, etc., sean difundidos a todo el sector, generándose de esa manera externalidades.

En términos presupuestarios, para su última versión, que se lanzó en julio de este año, cada proyecto financia como mínimo \$3.500.000 y como máximo, en el caso de los individuales, \$8.000.000 (\$150.000.000 en el caso de proyectos sectoriales agropecuarios)

Tabla 9: Número de proyectos ejecutados en Concursos

PROYECTO	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	TOTAL
Empresarial	49	51	34	38	37	41	15	12	6	2	5	290
Sectorial	10	26	26	31	32	36	13	13	13	12	12	224
TOTAL	59	77	60	69	69	77	28	25	19	14	17	514

Fuente: Atención de Usuarios, Diseño y Evaluación de Herramientas, con cifras de Herramientas y Programas de ProChile

En términos sectoriales, podemos observar que, tanto en su modalidad empresarial y en especial en la sectorial, los proyectos han estado fuertemente enfocados en el sector silvoagropecuario y alimenticio en general, con más del 90% de éstos con foco en estos sectores. De hecho, no ha habido concursos sectoriales de Industrias Creativas con foco en China.¹⁴ Los subsectores privilegiados han sido Vinos y Fruta Fresca, muy coincidente con Marcas Sectoriales.

Tabla 10: Número de proyectos ejecutados en Concurso, por tipo de Concurso y línea

TIPO DE CONCURSO	Empresarial	Sectorial	TOTAL
Industrias Creativas	1		1
Industrias de Manufactura	12	1	13
Industrias de Manufactura y Servicios	1		1
Servicios	12	8	20
Silvoagropecuario - Productos de Mar	48	10	58
Silvoagropecuario	216	205	421
TOTAL	290	224	514

Fuente: Atención de Usuarios, Diseño y Evaluación de Herramientas, con cifras de Herramientas y Programas de ProChile

¹⁴En algunos años hubo Concursos separados de Industrias y Servicios y otros fueron uno solo.

En términos de empresas usuarias adjudicatarias de fondos de Concursos, en su línea empresarial, han sido 215 empresas únicas, con la siguiente distribución (nota: una empresa puede haber sido adjudicada un proyecto de Concurso más de una vez, incluso dentro de un año, y por eso el número de empresas únicas por año es menor que el número de proyectos por año).

Se observa una disminución en los últimos años, lo que se explica principalmente por la priorización de proyectos de carácter sectorial.

Tabla 11: Número de empresas

AÑO	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Nº DE EMPRESAS	46	50	33	37	37	40	15	12	6	2	5

Fuente: Atención de Usuarios, Diseño y Evaluación de Herramientas con cifras de Herramientas y Programas de ProChile

6.1.4 Marcas Sectoriales

Este concurso público gestionado por **ProChile**, busca apoyar a los sectores productivos chilenos a fortalecer su posicionamiento internacional mediante el **diseño e implementación de marcas sectoriales** representativas de la oferta nacional, contribuyendo directamente a la **imagen de Chile en el exterior**.

Esta herramienta promueve el **trabajo asociativo entre actores públicos y privados**, acompañando a las marcas desde su creación. Les ayuda a identificar sus atributos diferenciadores, construir un relato coherente, definir una identidad sectorial y seleccionar los mercados donde concentrar sus esfuerzos. Es un **instrumento de largo plazo**, que permite a los sectores productivos apoyarse en la **reputación de Chile** como país confiable, sustentable e innovador.

Su implementación se materializa a través de **campañas de posicionamiento internacional** que comunican los atributos y ventajas competitivas de cada sector. Estas campañas buscan **informar, persuadir y motivar** a consumidores y contrapartes comerciales (B2B) a preferir los productos y servicios chilenos, destacando los valores de calidad, origen y sostenibilidad asociados al país.

Desde 2011 (año en que ProChile incorporó este instrumento, originalmente creado en CORFO en 2009), las **Marcas Sectoriales** han sido una herramienta esencial dentro de la estrategia de promoción internacional de Chile. En el contexto de las **Chile Week China**, estas marcas han tenido un **rol protagónico**, actuando como **embajadoras sectoriales** de la oferta exportable nacional y reforzando la imagen país ante consumidores, distribuidores y autoridades del gigante asiático.

Durante las distintas versiones de **Chile Week China**, ProChile ha articulado una participación coordinada de las marcas sectoriales, permitiendo que cada una despliegue actividades promocionales integradas en ferias, exhibiciones, degustaciones y eventos de networking. Esta presencia simultánea ha fortalecido la coherencia del mensaje país y potenciado la percepción de Chile como proveedor de alimentos, bebidas y servicios de alta calidad.

Wines of Chile

- Es una de las marcas sectoriales más consolidadas del instrumento, desarrollada junto con la **Asociación de Vinos de Chile** bajo el programa de Marcas Sectoriales de ProChile.
- Su estrategia de posicionamiento ha evolucionado hacia una **comunicación experiencial**, que combina marketing digital, degustaciones, catas guiadas y alianzas con sommeliers e importadores en mercados como **China, Brasil, Estados Unidos y Reino Unido**.
- En el marco de **Chile Week China**, la marca ha organizado múltiples **Wine Tastings**, seminarios y maridajes en ciudades como Shanghái y Beijing, en conjunto con ProChile y la Embajada de Chile, reforzando la presencia de los vinos chilenos en el segmento premium.
- En 2024, ProChile Beijing lideró una campaña con más de **80 marcas de vino chileno en la plataforma JD.com**, acompañada de un evento de lanzamiento en la Embajada, degustaciones y cobertura mediática, consolidando la presencia digital del vino chileno en China.

Cherries from Chile

- Creada en 2011 bajo el programa de Marcas Sectoriales de ProChile y en colaboración con **ASOEX**, esta marca ha sido fundamental en la estrategia de promoción frutícola hacia Asia, especialmente en **China**.
- En cada **Chile Week China**, la marca ha participado activamente con **campanas de degustación, material POP, promoción digital y actividades conjuntas con retailers locales y plataformas de e-commerce**.
- ProChile ha apoyado la ejecución de campañas integrales, como “Enjoy the Red Moment”, que combina presencia en puntos de venta, acciones en redes sociales y colaboración con Key Opinion Leaders (KOL), transformando a la cereza chilena en un símbolo de la relación bilateral Chile-China.

Fruits from Chile

- Coordinada entre **ASOEX y ProChile**, esta marca agrupa la oferta frutícola nacional bajo una identidad común.
- Durante las **Chile Week China**, Fruits from Chile ha tenido una presencia destacada en exhibiciones y ferias, difundiendo la estacionalidad, inocuidad y sostenibilidad de la fruta chilena mediante materiales promocionales, contenido digital multilingüe y degustaciones dirigidas a consumidores e importadores.
- ProChile, a través de sus oficinas comerciales en China, ha facilitado la conexión con cadenas de distribución, plataformas de venta online y medios especializados, reforzando el posicionamiento de Chile como proveedor confiable de frutas frescas de alta calidad.

ChilePork

- Desarrollada conjuntamente entre **ASPROCER**, el **Consorcio de Carnes** y **ProChile**, esta marca se ha consolidado como una de las más exitosas en Asia, destacando por su enfoque en la calidad, inocuidad y trazabilidad del cerdo chileno.
- En las **Chile Week China**, la marca ha realizado **degustaciones, maridajes con Wines of Chile y encuentros gastronómicos con chefs locales y distribuidores**, proyectando una imagen país integrada.

- Estas acciones han permitido vincular la gastronomía chilena con sus productos emblemáticos, posicionando al cerdo chileno como una proteína segura y de alto valor.

Otras marcas sectoriales relevantes

- Otras iniciativas del programa, como **Chile Olive Oil**, **Patagonia Mussel** y **Espumante Chile**, también han contado con apoyo de ProChile en su promoción internacional, participando en **Chile Week China y otras ferias internacionales**, articulando esfuerzos de marketing conjunto bajo la estrategia país “Chile Origin Matters”.
- En estas instancias, ProChile ha facilitado espacios para que los gremios realicen **activaciones en destino, ruedas de negocios y catas sectoriales**, aprovechando la visibilidad mediática y comercial que otorgan las Chile Week

A lo largo de más de una década, el instrumento Marcas Sectoriales se ha consolidado como una de las herramientas estratégicas más efectivas de ProChile. Su valor radica no sólo en generar visibilidad para sectores específicos, sino en su capacidad de articular esfuerzos público-privados y alinear los mensajes sectoriales con la narrativa país.

Durante las Chile Week China, este instrumento alcanza su máxima expresión: los sectores productivos, las oficinas comerciales y las marcas sectoriales convergen en un esfuerzo coordinado que proyecta a Chile con una sola voz, mostrando al país como un socio confiable, innovador y sostenible.

6.1.5 Ferias

Ha sido también un instrumento relevante para la promoción directa de nuestra oferta exportable, en especial la vinculada a ciertos sectores alimenticios, coincidentes con el esfuerzo que han tenido las Marcas Sectoriales.

Al igual que en el caso de Marcas, este ha sido un esfuerzo público privado, ya sea por la vía del cofinanciamiento vía cuotas de empresas adjudicadas o por la vía del aporte de asociaciones directamente.

El siguiente es el detalle de las Ferias de los últimos tres años, en donde se han beneficiado en forma directa por ProChile, en base al mecanismo de convocatoria abierta de cupos, a 43 empresas usuarias. En términos presupuestarios, fue casi un millón de dólares, con un esfuerzo mayor de los privados.

Tabla 15: Participantes y montos públicos y privados aprobados a Feria

FERIA	AÑO	MACROSECTOR	SECTOR
Asia Fruit Logistica 2023	2023	Agro & Alimentos	Fruta Fresca
China fisheries & Seafood Expo	2023	Agro & Alimentos	Productos del Mar
CIIE (China International Import Expo)	2023	Multimacrosector	Agro & Alimentos
China Fisheries & Seafood Expo	2024	Agro & Alimentos	Productos del Mar
China Fisheries & Seafood Expo	2025	Agro & Alimentos	Productos del Mar
CIIE	2025	Agro & Alimentos	Alimentos en general

Fuente: Atención de Usuarios, Diseño y Evaluación de Herramientas, Dirección de Desarrollo Estratégico, ProChille.
Elaboración en base a cifras de Ferias de ProChile

7 Casos de éxito de exportadores chilenos

7.1 Selección de casos representativos

En 2024, según cifras del Departamento de Inteligencia de Mercados de ProChile en base a datos del Servicio Nacional de Aduanas, más de mil empresas chilenas exportaron productos y servicios distintos al cobre y litio a China, por un total de US\$ 9.113 millones en envíos, más del doble que el valor exportado hace 10 años. Estas empresas provienen de todas las regiones del país, y sus exportaciones abarcan a todos los sectores.

Si bien no se puede atribuir este éxito a la realización anual del ChileWeek China, sí existen ejemplos concretos de avances en promoción de exportaciones y posicionamiento país que tienen a este evento, su consistencia y escala, entre los principales factores.

Es el caso de las cerezas chilenas. Hoy son el principal alimento que Chile exporta a China por valor, y este mercado se lleva más del 90% de todo lo que exporta nuestro país. Las cerezas fueron parte de la ChileWeek China desde sus inicios, en las acciones de promoción de frutas frescas chilenas que realiza el sector público junto a las empresas y gremios.

Ya en 2017, ProChile y el gremio exportador Frutas de Chile (en ese entonces, ASOEX), lanzaron oficialmente la campaña “Cherries from Chile”, en el contexto de la ChileWeek China de ese año, aprovechando el paso del evento por Hong Kong cuando se desarrollaba la Asia Fruit Logistic, importante feria del sector. Esta campaña ligada a la marca sectorial permitió posicionar el origen Chile, el relato país y atributos de la fruta, entre los importadores. Desde entonces, los esfuerzos de posicionamiento de las cerezas chilenas han sido constantes y ya para 2023, ellas ya eran protagonistas de la octava edición de ChileWeek China, ganando su espacio como un bien de lujo y un símbolo de prosperidad en el contexto del Año Nuevo Chino. Se trata de un éxito de los esfuerzos de promoción de la imagen país y exportaciones chilenas.

Más allá de la promoción del país, sus productos y servicios, ChileWeek China también se ha establecido como una instancia para que las empresas generen redes de contacto que, eventualmente, se transforman en negocios. Ejemplo concreto de ello es el convenio logrado entre la cadena de retail china Freshippo y empresas chilenas productoras de fruta fresca y congelada, que comenzó a gestarse en la octava versión de ChileWeek China, en 2023. Una reunión gestionada por ProChile en esa instancia dio pie a la visita de ejecutivos de la empresa china a Chile en septiembre de 2024, un viaje que los llevó a las regiones de Valparaíso, Maule y O'Higgins, y cuya organización fue público-privada, con la participación de ProChile y los gremios Chilealimentos, Sociedad Nacional de Agricultura (SNA), Ciruelas Chile y Frutas de Chile. En esa oportunidad, se dio a conocer un modelo en que Freshippo compraría los alimentos directamente a las empresas productoras. Las primeras cerezas congeladas que se exportaron bajo ese modelo llegaron a Shanghai en febrero de 2025.

Los alimentos no son la única exportación que ha tenido éxitos para contar en las nueve versiones de ChileWeek China realizadas hasta ahora. Además de servicios, manufacturas, tecnología y otros, Chile también está exportando juegos de mesa, como los que desarrolla la empresa Fractal Juegos.

Esta editorial fue parte de la delegación chilena que asistió a ChileWeek 2024, donde lograron tener cuatro reuniones de negocio con diferentes importadores. Actualmente, tienen dos juegos ya en venta en el mercado chino y otros dos están en proceso de licenciamiento. Desde la misma empresa destacan que la ChileWeek China les permitió conocer mejor el mercado y expandir las redes de su negocio, para aumentar sus exportaciones.

Otro caso reciente es el de la Viña Tagua Tagua, de la Región de O'Higgins. Como todas las empresas del sector vitivinícola, la empresa ha tenido vaivenes en sus exportaciones a China, en medio del sobrestock que generó la pandemia desde 2020. No obstante, la participación de la empresa en ChileWeek China ha dado pie para nuevos negocios, debido a los contactos que se generan en esta instancia. En la versión 2024, la empresa logró cerrar ventas en Chengdú.

Destacan que la constancia de estos esfuerzos de promoción es clave para mantener y fortalecer la imagen país en la mente de las y los consumidores chinos, lo que facilita hacer negocios. Hoy, están enviando cerca de 200 mil botellas cada año, que están disponibles en ciudades como Shanghai, Qingdao, Hefei, Shijiazhuang, Guangzhou, Shenzhen, Fuzhou, Xiamen, Changsha y otras.

7.2 Lecciones aprendidas y buenas prácticas

Al analizar los casos descritos, una primera conclusión es la relevancia de que ChileWeek China sea un esfuerzo constante, para fortalecer la confianza con socios locales y sostener relaciones comerciales en el largo plazo. Es claro que no las empresas pueden asistir a esta instancia todos los años, pues uno de los objetivos del evento es mostrar la oferta diversificada de bienes y servicios que tiene Chile; sin embargo, de las experiencias recabadas se puede rescatar que es clave mantener esfuerzos constantes de promoción y marcar presencia en el mercado chino.

De estos ejemplos también podemos rescatar la necesidad de asegurar la calidad de los productos exportados, de mostrar sus atributos y origen, así como la tecnología e innovación que intervienen en el envío. En particular, la última temporada de exportación de cerezas mostró que es vital no sólo exportar productos de primera calidad, sino además mostrar su proceso productivo, el viaje que realiza para llegar a los puntos de venta en todo el país, así como su aporte a la salud y exquisito sabor.

Estos esfuerzos de comunicación son más efectivos cuando se hacen de manera coordinada, posicionando el origen Chile y el relato país: un país confiable para hacer negocios y productor de alimentos seguros para el consumo, saludables y que apuesta por la sostenibilidad.

En general, los casos analizados también muestran que ChileWeek China ofrece a las empresas y gremios asistentes una plataforma para generar contactos y crear oportunidades de negocio. Los testimonios apuntan a la necesidad de aprovechar estas instancias y hacer seguimiento de ellas, a fin de traducirlas en negocios concretos.

8 Oportunidades, diversificación y liderazgo de Chile en China hacia 2030

8.1 Nuevas tendencias de consumo en China (digitalización, sostenibilidad, clase media)¹⁵

China está atravesando una transformación estructural en sus patrones de consumo, impulsada por tres grandes tendencias: digitalización acelerada, sostenibilidad y el crecimiento de una clase media urbana cada vez más sofisticada. Estas dinámicas están redefiniendo tanto el mercado interno como las oportunidades para exportadores internacionales.

Digitalización y comercio electrónico de nueva generación

China lidera la digitalización del consumo a nivel global. En 2024, más del 50% de las ventas minoristas totales del país se realizaron a través del canal online (según eMarketer, 2024), consolidando a China como el mayor mercado de comercio electrónico del mundo. Plataformas como Alibaba, JD.com y Pinduoduo, y la creciente popularidad del “live commerce” (ventas en vivo con influencers o KOLs, Key Opinion Leaders, que en español se traduce como Líderes de Opinión Clave), han transformado la experiencia de compra en una interacción social y personalizada.

Además, el uso de inteligencia artificial y big data ha permitido una hiperpersonalización del consumo, especialmente dentro de super apps como WeChat y Douyin (TikTok China). Esto obliga a las marcas extranjeras a adoptar estrategias digitales integradas y localizadas si quieren ser competitivas en el mercado chino (BCG & Tencent, "China Digital Consumer Trends", 2023).

Sostenibilidad como nuevo eje de valor

Los consumidores chinos, especialmente los menores de 35 años están cada vez más comprometidos con el consumo responsable. Según un estudio de McKinsey, el 68% de los consumidores urbanos considera la sostenibilidad como un factor clave de compra, lo que representa un salto significativo respecto a hace una década. La trazabilidad, los envases reciclables y las certificaciones ecológicas (como EU Organic, FSC o Carbon Neutral) son atributos cada vez más valorados.

Además, el gobierno chino ha reforzado esta tendencia a través de su estrategia nacional de “consumo verde” y el Plan Quinquenal 2021-2025, que promueve activamente la producción y comercialización de bienes ambientalmente sostenibles (Consejo de Estado de China, 2021).

Ascenso y sofisticación de la clase media

China cuenta actualmente con más de 500 millones de personas en su clase media (35% de la población) y se estima que esa cifra alcanzará los 700 millones en 2030, alrededor del 40% de la población. Este grupo ha dejado atrás el consumo aspiracional basado en prestigio extranjero y se orienta hacia productos que combinen calidad, funcionalidad, bienestar y valores éticos.

Sectores como los alimentos saludables, los suplementos, los productos orgánicos, los cosméticos limpios y la nutrición funcional están creciendo, alineados con tendencias como la “vida saludable” y el consumo premium consciente. Según Euromonitor (2024), el mercado de alimentos funcionales en China crecerá a una tasa compuesta del 6,4% entre 2024 y 2028.

¹⁵ Esquema del XIV Plan Quinquenal (2021-2025) para el Desarrollo Económico y Social Nacional y Visión 2035 de la RP China

Para los exportadores que buscan consolidarse en el mercado chino, es clave adoptar una estrategia que combine diferenciación, adaptación cultural y sostenibilidad. En este contexto, una de las principales implicancias es la necesidad de posicionarse como una marca premium, confiable y ambientalmente responsable, capaz de responder a las crecientes exigencias de calidad, trazabilidad y conciencia ecológica del consumidor chino. Asimismo, resulta fundamental traducir los atributos del producto al lenguaje y los valores locales, incorporando referencias culturales, símbolos de bienestar y mensajes orientados a salud, innovación o tradición, según el segmento objetivo. La integración activa en los ecosistemas digitales locales, como Tmall Global, Xiaohongshu y WeChat, es indispensable para visibilizar la oferta, generar confianza y mantener una relación directa con los consumidores, especialmente en un entorno donde las decisiones de compra están fuertemente influenciadas por lo digital.

Finalmente, para lograr una inserción exitosa y sostenible, los exportadores deben alinear su propuesta de valor con las políticas chinas de fortalecimiento del consumo interno, economía verde y modernización industrial, integrándose como socios estratégicos en la visión de desarrollo de mediano y largo plazo del país.

Tabla 16: Plataformas y funciones

Plataforma	Tipo de plataforma	Función principal	Fortalezas	Público objetivo
Tmall Global	E-commerce transfronterizo	Venta directa B2C	Acceso formal al mercado chino, recomendada para mantener relación y atención personalizada	Consumidores que buscan productos importados
Xiaohongshu (Little Red Book)	Red social + e-commerce	Inspiración y descubrimiento	Influencia en decisiones de compra, recomendada para generar deseo, confianza y comunidad.	Mujeres jóvenes urbanas, clase media-alta
WeChat	Súper App multipropósito	Comunicación y fidelización	Ecosistema integrado, pagos, CRM, recomendada para concretar la venta legalmente desde fuera de China.	Todo público; fidelización post-venta

8.2 Sectores con mayor potencial de diversificación¹⁶

La diversificación económica en China no solo es una respuesta al enfriamiento del crecimiento tradicional basado en manufactura y construcción, sino también parte de una estrategia nacional de autosuficiencia, sostenibilidad y sofisticación tecnológica. Los sectores con mayor potencial son aquellos que integran innovación, sostenibilidad y bienestar, y están alineados con las nuevas prioridades de consumo y de política industrial. Identificar estos sectores implica observar aquellos que están alineados con las prioridades estratégicas del gobierno chino, las tendencias de consumo emergentes y los cambios estructurales en la economía.

A continuación, se destacan los sectores con mayor proyección y oportunidades de expansión:

¹⁶ Chinese Academy of Science and Technology for Development (CASTED) 2024

Tecnologías verdes y economía baja en carbono¹⁷

China lidera la transición energética global, y sectores vinculados a la descarbonización, energías limpias y eficiencia energética se están expandiendo con fuerza. Entre ellos:

- Energía solar, eólica e hidrógeno verde.
- Movilidad eléctrica (vehículos eléctricos, baterías, infraestructura de carga).
- Edificación sustentable y tecnologías de eficiencia energética.

Agrotecnología y alimentos funcionales¹⁸

La modernización agrícola es una prioridad del 14º Plan Quinquenal, lo que abre espacio para la diversificación en:

- Biotecnología y semillas mejoradas.
- Soluciones para la agricultura de precisión (sensores, riego inteligente, drones).
- Sistemas de trazabilidad alimentaria.
- Alimentos funcionales, orgánicos y especializados (plant-based, suplementos, superfoods).

Cuidado de la salud y biotecnología

El envejecimiento poblacional y el desarrollo de una clase media más exigente impulsan la diversificación hacia:

- Telemedicina, dispositivos médicos y digital health.
- Biotecnología farmacéutica.
- Productos de nutrición y bienestar.
- Servicios de salud preventiva y cuidado de adultos mayores.

Economía digital e inteligencia artificial¹⁹

China busca liderar la economía digital global. Hay oportunidades en:

- Big data e inteligencia artificial aplicada a servicios
- Fintech y blockchain
- Automatización industrial e IoT
- Ciberseguridad y cloud computing

¹⁷ China Renewable Energy Outlook 2023 | Energy Research Institute

¹⁸ OECD-FAO Agricultural Outlook 2023-2032

¹⁹ McKinsey.com | El futuro de la innovación digital en China: megatendencias que configuran uno de los ecosistemas digitales de más rápida evolución del mundo

Industria cultural, entretenimiento y turismo experiencial²⁰

Con una clase media con mayor ingreso y tiempo libre, sectores creativos y experienciales están en auge:

- Videojuegos, animación y streaming (Douyin, Bilibili, Tencent).
- E-sports y realidad aumentada.
- Turismo rural, cultural y ecológico.
- Artesanías, diseño y productos con identidad territorial.

Economía plateada y servicios para adultos mayores

Considerando que más del 20% será mayor de 60 años en 2030, el envejecimiento de la población abre oportunidades en:

- Viviendas asistidas y servicios geriátricos.
- Tecnología para la tercera edad (gerontecnología).
- Bienes de consumo adaptados (alimentos, salud, movilidad).

Industria espacial, defensa y alta tecnología

Impulsado por la autosuficiencia tecnológica, China está invirtiendo fuertemente en:

- Fabricación avanzada (semiconductores, robótica)
- Aeronáutica, satélites y exploración espacial
- Defensa e innovación dual uso (civil-militar)

²⁰PwC China | Global Entertainment & Media Outlook China 2023

²¹OMC | Trade Policy Review: China 2023

8.3 Recomendaciones para profundizar la diversificación exportadora²¹

Para diversificar con éxito hacia China, no basta con tener un buen producto, se requiere una estrategia integral de posicionamiento, adaptación, sostenibilidad y digitalización, con enfoque en nichos sofisticados y alianzas sólidas. El desafío no es solo ingresar a China, sino mantenerse competitivo en un mercado que evoluciona rápidamente y premia la innovación y el compromiso local.

Las recomendaciones para profundizar la diversificación exportadora a China deben estar alineadas con las transformaciones estructurales del mercado chino, las barreras ya identificadas y las capacidades reales de los exportadores. A continuación, se presentan recomendaciones estratégicas y tácticas, organizadas en cinco pilares clave:

- Estrategia de inserción diferenciada y de largo plazo
- Fortalecer la adaptación comercial y cultural
- Aprovechar instrumentos de diplomacia comercial y acuerdos
- Fortalecer la inteligencia de mercado y la asociatividad exportadora
- Inversión en sostenibilidad y trazabilidad

8.4 Liderazgo de Chile frente a América Latina, una comparación regional

En las últimas dos décadas, China se ha consolidado como uno de los principales destinos de exportación para los países de América Latina, con un crecimiento exponencial del comercio bilateral. Entre 2005 y 2024, las exportaciones regionales hacia China aumentaron de US\$ 26.581 millones (CIF) a US\$ 239.450 millones (CIF), +800,8%. En este contexto, Chile ha mantenido una posición de liderazgo estructural y estratégico, destacándose no solo por el volumen exportado, sino por su diversificación sectorial y estabilidad en el tiempo.

Chile fue pionero en establecer un Tratado de Libre Comercio con China, lo que le otorgó ventajas arancelarias y facilitó el acceso a uno de los mercados más demandantes del mundo. Sus exportaciones a China pasaron de US\$ 4.943 millones (CIF) en 2005 a más de US\$ 40.000 millones (CIF) en 2024, lo que representa un crecimiento acumulado de más del 700%. Aunque Brasil lidera las exportaciones en términos absolutos, con US\$ 116.658 millones (CIF) exportados en 2024, principalmente semillas y frutos oleaginosos (soya) y mineral de hierro, el caso chileno destaca por su alta concentración relativa, China absorbe más del 35% de sus envíos totales, mientras que en países como México o Argentina esa proporción es mucho menor.

²¹ Esquema del XIV Plan Quinquenal (2021-2025) para el Desarrollo Económico y Social Nacional y Visión 2035 de la RP China

Tabla 17: Exportaciones de países Latinoamericanos (Top 20)
(Millones de US\$ CIF)

Rank World	Rank Latam	Trade Partner	2005	2010	2015	2020	2024	% Part. Latam	% Part. World
		World	660.222	1.393.909	1.601.761	2.065.964	2.587.150		
		Latinoamérica	26.581	90.393	103.814	168.259	239.450	100,0%	9,3%
8	1	Brasil	9.982	38.038	44.380	85.517	116.658	48,7%	4,5%
17	2	Chile	4.943	17.755	18.709	29.931	40.295	16,8%	1,6%
24	3	Perú	2.265	6.115	8.206	14.735	28.762	12,0%	1,1%
30	4	México	2.227	6.809	10.086	16.218	19.072	8,0%	0,7%
45	5	Ecuador	43	508	1.237	4.321	7.998	3,3%	0,3%
48	6	Argentina	3.800	6.800	5.714	6.814	7.026	2,9%	0,3%
49	7	Colombia	205	2.082	3.539	4.336	6.251	2,6%	0,2%
62	8	Costa Rica	919	3.107	826	669	4.380	1,8%	0,2%
66	9	Uruguay	173	1.151	2.411	2.367	3.319	1,4%	0,1%
81	10	Bolivia	31	185	448	291	1.698	0,7%	0,1%
83	11	Venezuela	1.231	6.599	6.839	534	1.578	0,7%	0,1%
106	12	República Dominicana	29	129	212	299	553	0,2%	0,0%
107	13	Trinidad & Tobago	19	108	39	335	528	0,2%	0,0%
113	14	Guyana	7	17	49	309	429	0,2%	0,0%
124	15	Cuba	237	765	331	470	273	0,1%	0,0%
132	16	El Salvador	11	7	54	172	176	0,1%	0,0%
143	17	Honduras	14	87	36	46	98	0,0%	0,0%
144	18	Guatemala	95	36	203	267	95	0,0%	0,0%
147	19	Nicaragua	14	7	35	19	91	0,0%	0,0%
148	20	Panamá	22	25	315	469	80	0,0%	0,0%
+150	+20	Otros países de Latinoamérica	316	62	144	138	88	0,0%	0,0%

Fuente: Departamento de Inteligencia de Mercado, Dirección Nacional, ProChile, en base a cifras de GTA (Global Trade Atlas).

A diferencia de otras economías de la región, Chile ha logrado diversificar su oferta exportable a China. Si bien el cobre continúa siendo el principal producto (alrededor del 70% del total), en los últimos años han cobrado relevancia las exportaciones de cerezas frescas (de las que Chile abastece más del 90% del mercado chino), salmón, vino, uvas, arándanos u muchos otros productos más. Esta diversificación, sumada a la implementación de protocolos fitosanitarios y estrategias promocionales como la "Chile Week China", consolidan el posicionamiento chileno como un proveedor confiable y competitivo.

Chile lidera en América Latina por su integración temprana, especialización inteligente y enfoque estratégico en el comercio con China, siendo un modelo replicable para otros países que buscan fortalecer su relación con el gigante asiático sin depender exclusivamente de materias primas tradicionales.

8.5 Perspectivas 2030 para la presencia institucional de Chile en China

A medida que China avanza hacia 2030, su economía experimentará transformaciones estructurales que redefinirán tanto el comercio internacional como las formas de relacionamiento con socios como Chile. Estas transformaciones, ya en marcha, configuran un escenario que exigirá una presencia institucional más adaptativa, especializada y con capacidad de interpretar y anticipar los nuevos códigos económicos y culturales del gigante asiático.

En este contexto, la institucionalidad chilena deberá evolucionar desde la promoción comercial tradicional hacia una plataforma sofisticada y técnica:

- **Oficinas Comerciales como centros de inteligencia regulatoria y de mercado**, que anticipen cambios normativos, sanitarios y de preferencia del consumidor.
- **Especialización digital**, para facilitar a las empresas chilenas su inserción en los ecosistemas e-commerce chinos y live commerce.
- **Relaciones con gobiernos locales y clusters emergentes como Sichuan**, Guangdong o Jiangsu, clave en el nuevo consumo interno.
- **Diplomacia económica con foco en sostenibilidad y trazabilidad**, destacando ventajas competitivas de Chile en alimentos certificados, servicios limpios y energías verdes.
- **Estudio de tendencias emergentes**, mediante observatorios de consumidor, datos de big data e IA.

En suma, hacia 2030, la **presencia institucional** deberá ser un ecosistema inteligente, híbrido y especializado: una plataforma que enlace promoción comercial, inteligencia anticipada y posicionamiento país frente a un consumidor chino urbano, joven, digital y exigente.

8.6 El rol del Ministerio de Agricultura y del SAG en la consolidación del liderazgo exportable de Chile en China

Un elemento clave que explica también el éxito chileno ha sido la coordinación público-privada e interinstitucional en la apertura y mantención de mercados. En particular, el Ministerio de Agricultura y el Servicio Agrícola y Ganadero (SAG) han desempeñado un papel fundamental para garantizar el acceso sanitario y fitosanitario de los agroalimentos en China, abriendo y consolidando oportunidades que hoy sustentan buena parte de las exportaciones del país.

Durante los últimos años, Chile ha firmado nuevos protocolos fitosanitarios que han permitido la entrada de productos como damascos, duraznos, carne de ave, lana y subproductos de origen animal, además de la ampliación de acuerdos para frutas frescas y carnes refrigeradas. Estos avances se complementan con memorandos de entendimiento en certificación fitosanitaria, cooperación en alimentos orgánicos y la creación de una granja demostrativa chilena en territorio chino, reforzando la colaboración técnica y agrícola bilateral.

Asimismo, Chile se convirtió en uno de los primeros países del mundo en implementar la certificación fitosanitaria digital, permitiendo la transmisión electrónica de certificados de exportación sin uso de papel. Este sistema, desarrollado por el SAG, ha agilizado los envíos, mejorado la trazabilidad y fortalecido la confianza de las autoridades sanitarias chinas, posicionando al país como un socio comercial moderno y seguro.

En conjunto, estas políticas han permitido que el sector agroalimentario chileno consolide su presencia en China con altos estándares de calidad, sanidad y trazabilidad.

9 Principales Conclusiones

A veinte años de su entrada en vigor, el Tratado de Libre Comercio entre Chile y China ha consolidado una relación bilateral de carácter estratégico, que ha trascendido los objetivos comerciales iniciales para convertirse en una plataforma estructural de cooperación económica, tecnológica y sostenible.

Los resultados del estudio ex post confirman que el acuerdo ha sido un instrumento altamente efectivo, con impactos significativos sobre el comercio, la inversión y la institucionalidad económica bilateral.

Un acuerdo transformador y de alta efectividad

El TLC Chile-China se ha posicionado como uno de los acuerdos más exitosos de la política comercial chilena.

- El comercio bilateral se multiplicó más de siete veces entre 2005 y 2024, con un crecimiento promedio anual de 11%, muy por sobre el promedio del comercio chileno con el mundo (4,7%).
- El modelo gravitacional y las estimaciones de efecto promedio del tratamiento (ATE) confirman un impacto causal positivo y robusto, con incrementos del comercio bilateral cercanos al 80–200% respecto de un escenario sin acuerdo.
- La alta tasa de utilización de las preferencias arancelarias (superior al 70%) evidencia una implementación eficiente y un conocimiento maduro del tratado por parte del sector empresarial.

El acuerdo ha sido, en consecuencia, un catalizador del crecimiento exportador, de la integración productiva y de la consolidación institucional entre ambas economías.

Diversificación y sofisticación de la oferta exportadora

El estudio demuestra que el TLC no solo profundizó el comercio existente (margen intensivo), sino que también creó nuevos flujos comerciales (margen extensivo), ampliando la base de productos exportados a China.

- Los productos “menos comerciados” antes del acuerdo aumentaron su participación del 10% al 29% en el total exportado.
- Las exportaciones no cobre crecieron a una tasa anual de 13,9%, con avances notables en frutas, alimentos procesados, productos forestales, químicos y salmón.
- El número de empresas exportadoras se duplicó, destacando la mayor presencia de MiPymes (35%), lo que refleja una inserción más inclusiva y territorial.

Chile ha logrado consolidar su posición como proveedor confiable de alimentos, recursos naturales y manufacturas con valor agregado, fortaleciendo su reputación en calidad, trazabilidad y sostenibilidad.

Un marco institucional y de cooperación en expansión

El éxito del acuerdo ha sido reforzado por una arquitectura institucional robusta, que ha evolucionado hacia una cooperación económica integral:

- El Diálogo Estratégico de Cooperación y Coordinación Económica (DECCE), creado en 2013, amplió la agenda bilateral hacia energía, innovación y tecnología.
- La Comisión Mixta Comercial y Económica, en funcionamiento desde 1970, continúa siendo el principal mecanismo de seguimiento y resolución de temas estratégicos.

- Los Memorándums de Entendimiento (MoU) han permitido explorar nuevas áreas de colaboración, como comercio electrónico, agricultura inteligente, propiedad intelectual y economía digital.
- La participación de Chile en la Iniciativa de la Franja y la Ruta (BRI) desde 2018 refuerza su integración en los corredores de inversión e infraestructura asiáticos, alineando cooperación e intereses de desarrollo.

Esta red de mecanismos ha dotado a la relación de una dimensión estructural y de largo plazo, basada en el diálogo político, la cooperación técnica y la convergencia estratégica.

China: un socio clave para la transición verde y digital de Chile

La transformación económica de China —caracterizada por el impulso al consumo interno, la innovación tecnológica y la sostenibilidad ambiental— abre una nueva etapa de oportunidades para Chile.

La cooperación bilateral puede proyectarse sobre áreas emergentes donde ambos países son complementarios:

- Minerales críticos y transición energética: el litio, el cobre y las energías limpias son ejes para desarrollar cadenas de valor.
- Economía digital y servicios basados en conocimiento: Chile puede aprovechar su infraestructura digital, su talento profesional y su red de acuerdos para fortalecer su inserción en la economía de datos y servicios tecnológicos.
- Agroindustria avanzada y alimentos saludables: la creciente demanda china por productos orgánicos y trazables ofrece un espacio de expansión para la agroexportación chilena con innovación tecnológica y certificaciones ambientales.
- Ciencia, tecnología e innovación: el fortalecimiento de los lazos académicos y empresariales puede potenciar proyectos conjuntos en electromovilidad, inteligencia artificial y biotecnología.

El desafío hacia adelante es convertir la relación comercial en una alianza estratégica para el desarrollo sostenible y la transformación productiva, conectando el comercio con la innovación y la resiliencia climática.

Mirada de futuro: profundización, presencia y valor agregado

El éxito del TLC demuestra la solidez de la estrategia de apertura económica de Chile, pero también plantea nuevos desafíos. De cara al futuro, las prioridades estratégicas podrían orientarse hacia:

- Profundizar la diversificación exportadora, promoviendo bienes y servicios con mayor contenido tecnológico y ambiental.
- Seguir fortaleciendo la presencia institucional en China, con estrategias diferenciadas por región, sector y modelo de negocios.
- Aumentar la participación de MiPymes y regiones en el comercio bilateral mediante más instrumentos de promoción focalizados.
- Fomentar la cooperación en sostenibilidad, innovación y digitalización, alineando la relación bilateral con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).
- Reforzar la diplomacia comercial activa, a través de instancias como Chile Week China, que ha contribuido a proyectar una imagen país moderna, confiable y sostenible.

Fortalecimiento institucional y diplomacia económica integrada

El despliegue institucional de ProChile en China, con oficinas en las principales ciudades del país, ha sido clave para sostener la presencia chilena y profundizar las relaciones comerciales a nivel territorial. Este modelo de diplomacia económica integrada ha permitido vincular promoción comercial, atracción de inversiones y posicionamiento país en un mismo relato estratégico, consolidando la reputación de Chile como un socio confiable y de largo plazo.

Sinergia público-privada y coherencia estratégica

Los instrumentos implementados —Concursos, Marcas Sectoriales y Ferias— reflejan una coordinación efectiva entre el sector público y privado. Esta sinergia ha generado impactos sostenibles en visibilidad y diversificación de la oferta exportable, especialmente en los sectores agroalimentario, vitivinícola y pesquero. La coherencia entre las estrategias institucionales y la acción empresarial ha sido un factor determinante del éxito chileno en el mercado chino.

Chile Week China como plataforma de consolidación de la imagen país

La realización continua de la Chile Week China ha permitido proyectar una imagen moderna, innovadora y sostenible de Chile, convirtiéndose en el principal instrumento de diplomacia comercial y de posicionamiento país en Asia. Su carácter multisectorial y su capacidad para articular empresas, gremios y autoridades ha sido determinante para fortalecer la confianza con socios locales, abrir nuevas oportunidades comerciales y promover una narrativa país basada en calidad, trazabilidad y sostenibilidad.

Hacia una institucionalidad adaptativa y de nueva generación

La experiencia acumulada en veinte años de relación comercial y diplomática con China refuerza la necesidad de evolucionar hacia una institucionalidad más digital, anticipativa y orientada a datos. El fortalecimiento de la inteligencia de mercado, la especialización regional y el uso de herramientas tecnológicas avanzadas permitirán mantener la competitividad de Chile en un entorno cada vez más exigente, consolidando su liderazgo como referente latinoamericano en promoción comercial y diplomacia económica.

Aporte del Ministerio de Agricultura y del SAG al fortalecimiento del liderazgo exportador

El fortalecimiento de la relación comercial con China no solo responde a una estrategia de apertura temprana y diversificación productiva, sino también a la acción coordinada de una institucionalidad sólida que respalda el desempeño exportador del país. En este contexto, el trabajo conjunto del Ministerio de Agricultura, el SAG y ProChile ha sido decisivo para transformar la cooperación técnica y sanitaria en resultados tangibles para el sector exportador.

Gracias a estos esfuerzos, Chile ha logrado posicionarse como un socio confiable y competitivo en el mercado chino, capaz de cumplir con los más altos estándares de calidad, inocuidad y trazabilidad. La apertura de nuevos productos, la implementación de certificaciones digitales y el mantenimiento del estatus fitosanitario nacional reflejan un modelo de gestión pública articulada que combina diplomacia económica, innovación tecnológica y promoción comercial. Este modelo institucional ha permitido que Chile consolide un liderazgo regional sostenible, sustentado en la confianza, la excelencia y la visión de largo plazo.

Chile y China: Veinte Años de Confianza, Comercio y Futuro Compartido

A veinte años de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio entre Chile y China, la relación bilateral se ha consolidado como un modelo ejemplar de cooperación económica moderna, basada en la apertura, la institucionalidad y la confianza mutua. El acuerdo no solo transformó el comercio exterior chileno, sino que también contribuyó a redefinir la política comercial del país hacia una visión estratégica de largo plazo, orientada a la diversificación, la sostenibilidad y la innovación.

El vínculo entre ambos países ha evolucionado desde un marco estrictamente arancelario hacia una **asociación integral**, que abarca inversión, servicios, ciencia, tecnología, cultura y sostenibilidad. La gestión institucional de ProChile, las acciones coordinadas de promoción y los esfuerzos sistemáticos de diplomacia comercial —representados emblemáticamente por la Chile Week China— han permitido proyectar una imagen país sólida y confiable, posicionando a Chile como un referente latinoamericano en la relación con el gigante asiático.

Mirando hacia adelante, el desafío será profundizar esta relación bajo un enfoque de **valor agregado, transición verde y transformación digital**, consolidando la presencia institucional chilena en un contexto global competitivo y cambiante. Chile se encuentra hoy en una posición privilegiada para continuar siendo un socio estratégico de China en el desarrollo sostenible, el abastecimiento responsable y la cooperación tecnológica del siglo XXI.



INFORME 20 AÑOS TLC CHINA, 10 AÑOS CHILEWEEK

CHILE WEEK CHINA:
UNA DÉCADA DE DIPLOMACIA
COMERCIAL

OCTUBRE 2025

ProChile



WWW.PROCHILE.GOB.CL