



• pro|CHILE •

# OPORTUNIDADES EN CHINA

Sr. Federico Tabja  
Director Comercial Shanghai  
ProChile

26 DE OCTUBRE DE 2012

# Antecedentes de China

---

- PIB 7,328 MM (Chile 249 M)
- Población 1,344 (Chile 17,27)
- Mercado Potencial unos 350m
- IPP USD 9000
- EDADES
  - 0-14 years: 17.6% (Hombres 126,634,384 Mujeres 108,463,142)
  - 15-64 years: 73.6% (Hombres 505,326,577 Mujeres 477,953,883)
  - 65 years and over: 8.9% (Hombres 56,823,028 Mujeres 61,517,001)

# FACTORES CRITICOS DE EXITO

---

- **HABILIDADES CORPORATIVAS** (conocer lo maximo pues se enfrenta a lo desconocido)
  - Conocimiento Tecnico (empresa, industria, producto, tendencias, etc.) INCOTERM
  - Habilidad comunicacional interna (socios,y empleados) y externa (clientes y autoridades)
  - Cercania
  - Confianza
  - Creacion de equipos
  - To retain, train
- **CUALIDADES GLOBALES**
  - Mentalidad multicultural.
  - INGLES
  - Gusto y respeto por China
  - No preconcebir ni juzsar por la tapa del libro.
- **CUALIDADES ESPECIFICAS**
  - Management Occidental Vs. Local
  - Humildad
  - Analisis. ¿qué, como y cuando?
  - Dos oidos, dos ojos y una boca
  - Flexibilidad y adaptacion
  - Paz Ciencia (cliche?)
  - GUANXI

# CONSIDERACIONES

---

- Calidad
- Precio
- Packaging
- Tarjeta de presentacion (titulo)
- Conversar otras cosas
- No rush. Perseverar.
- Seguimiento
- Con contrato firmado se comienza a negociar
- Nunca un no ni un si
- NO hablar de politica a menos que surja el tema
- China es caro
- Visitar constantemente a China (misiones y ferias)
- Regalos
- NO hay separacion negocios y cuestiones “personales”
- Cooperacion y no negocios
- Correos electronicos
- DICOM
- Estafas, negociaciones virtuales

# Análisis condiciones comerciales

---

- Guia país y como hacer negocios
- Entrada de China a la OMO 2001
- Ji Jinping .... “Full” Economía libre mercado. Pro USA
- Notable interés por Chile. Trazabilidad e inocuidad.
- 200 millones de habitantes de 60 + (Esperanza de vida de 73 años Vs. 79 Chile)
- Comida para niños. LECHE
- Nichos: Certificación Halal 23 millones
- Second Tier
- 9 productos silvoagropecuarios ventas de . 1m+
- VIP Fruta fresca 111%, las que registraron un valor de US\$ 264 millones. (protocolos y posiciones dominantes)
- Productos de Mar: Salmon y Trucha. Centolla y Lobster
- Vino 3-4 posición
- Minería 32% de los embarques (baja valor...)
- Servicios:
  - ¡Educación! Alianzas tripartitas (Privado, Público y Universidades)
  - Servicios arquitectura e ingeniería
  - Turismo

# Actividades 2013

---

- ✓ Comité de vinos.... Capacitacion de gatekeepers
- ✓ Ferias (FHC, China Fisheries, Interwine, Chengdu)
- ✓ Alianza universidad Zhejiang. MBA
- ✓ ¿Otra inversion?
- ✓ 4 Capacitaciones empresas chilenas residentes (Vehiculos, contratos, incumplimientos, estrategia )
- ✓ Exposicion en 4 seminarios de sectores estrategicos (Fruta, vino, inversion, prod. Mar)
- ✓ Campaña medios
- ✓ Ventas por TV (4-5)
- ✓ Campaña internet + Weibo



pro|CHILE