

TABLA DE CONTENIDO

| | |
|--|-----------|
| 1. INTRODUCCIÓN..... | 9 |
| 2. Problemática, Oportunidad y Objetivos | 10 |
| 2.1. <i>Problemática</i> | 10 |
| 2.2. <i>Oportunidad</i> | 11 |
| 2.3. <i>Objetivo General</i> | 11 |
| 2.4. <i>Objetivos Específicos</i> | 12 |
| 3. MÉtodo y Marco Teórico..... | 12 |
| 3.1. <i>Marco Teórico</i> | 13 |
| 3.2. <i>Resultados</i> | 14 |
| 4. Análisis Macroeconómico | 16 |
| 4.1. <i>Visión Macroeconómica, Política, Financiera y Culturales de China</i> | 16 |
| 4.1.1. <i>Análisis y Tendencias Macroeconómicas</i> | 16 |
| 4.2. <i>Ambiente Político y Marco Regulatorio de Inversiones</i> | 18 |
| 4.3. <i>La Cultura China</i> | 19 |
| 5. Análisis Industrial..... | 20 |
| 5.1. <i>La industria de Alimentos y Licores en China</i> | 20 |
| 5.2. <i>Key Drivers en el la industria de los Alimentos y Bebestibles</i> | 21 |
| 5.2.1. <i>Incremento del Ingreso y la Urbanización</i> | 21 |
| 5.2.2. <i>Seguridad en los alimentos</i> | 21 |
| 5.3. <i>Estructura del Mercado</i> | 21 |
| 5.3.1. <i>Comer fuera de Casa: Restaurantes, Hoteles, Cafés y BarES</i> | 21 |
| 5.3.2. <i>Regalos</i> | 21 |
| 5.3.3. <i>Retail y el consumo hogareño</i> | 21 |
| 5.4. <i>Desafíos del Mercado</i> | 22 |
| 5.5. <i>Barreras legales y regulatorias</i> | 22 |
| 5.6. <i>Barreras de Mercado</i> | 23 |
| 5.6.1. <i>Distribución</i> | 23 |
| 5.6.2. <i>Infraestructura y Logística</i> | 23 |
| 5.6.3. <i>Crecimiento de la Competencia Local</i> | 23 |
| 6. Patrones del Consumidor Asiático..... | 23 |
| 6.1. <i>La industria del Lujo y la Exclusividad en China</i> | 29 |
| 7. El Negocio: Movilizando América Latina en el mercado del Lujo Chino..... | 34 |
| 7.1. <i>Estudio de Mercado del Vino en China</i> | 37 |
| 7.2. <i>Proceso de Exportación del Vino desde Chile a China</i> | 38 |
| 7.3. <i>Estudio de Mercado del Aceite de Oliva en China</i> | 39 |
| 7.4. <i>Estrategias de Internacionalización</i> | 43 |
| 7.5. <i>Ventajas y desventajas de las Estrategias de Internacionalización</i> | 44 |
| 7.5.1. <i>Exportación</i> | 44 |
| 7.5.2. <i>Acuerdos Contractuales</i> | 45 |
| 7.5.3. <i>Inversión Directa Extranjera</i> | 46 |
| 7.5.4. <i>Estrategia de Internacionalización para Productos Gourmet</i> | 47 |
| 7.6. <i>Segmentación de Mercado</i> | 48 |
| 8. Cinco Fuerzas de Porter..... | 50 |
| 9. Lean Canvas Business Model: Latinamerican's Delicatesen..... | 51 |
| 9.1. <i>Problemática, Segmento de Clientes y Propuesta de Valor</i> | 51 |
| 9.2. <i>Canales de Distribución</i> | 52 |
| 9.3. <i>Recursos Humanos</i> | 53 |
| 9.4. <i>Estructura de COstos e Ingresos</i> | 55 |
| 9.5. <i>Evaluación Financiera</i> | 55 |
| 10. Conclusión..... | 57 |

| | |
|------------------------------|-----------|
| Anexo 1 | 58 |
| Anexo 2 | 59 |
| Anexo 3 | 62 |
| 11. Referencias | 64 |