

Midea alcanza 21% de participación de mercado en Chile, su nivel más alto a nivel global

■ La mayor parte de los ingresos de la gigante china en el país se explica por el canal retail, asociado a la venta de electrodomésticos.

POR ALMUDENA LARRAÍN

Midea Group, una de las compañías más grandes a nivel mundial en electrodomésticos y aire acondicionado, alcanzó en Chile una participación de mercado de 21% en esos ítemes, la más alta dentro de su operación en más de 150 países.

La compañía asiática registró ingresos acumulados a septiembre de 2025 por US\$ 50.533 millones, un 13,5% más que en igual período del año anterior. En ese lapso, sus beneficios rondaron los US\$ 5.200 millones, un 19,3% más que al tercer trimestre de 2024, según Bloomberg.

En una compañía de este tamaño, el desempeño de la filial chilena es notable, remarca su principal ejecutivo a nivel local. La firma de origen chino fundada en 1968 comercializa sus productos en el país a través de Midea Carrier Chile, posicionando a esta filial como un "reference site", según definió el gerente general de la compañía a nivel local, Luis Fabio.

Este resultado se enmarca en una serie de cambios que ha experimentado la industria del mejoramiento del hogar en los últimos años, particularmente a partir de la pandemia. Durante el confinamiento, señaló Fabio, el sector registró "demandas exponenciales", impulsadas por una mayor permanencia de las personas en sus hogares.

De acuerdo con la empresa, uno



Luis Fabio, gerente general de Midea Carrier Chile.

también proporcionó los equipos de aire acondicionado a una parte de la nueva ala del aeropuerto de Santiago. Finalmente, cuenta con un área de servicios, enfocada en la mantención de sistemas de aire acondicionado.

El ejecutivo destacó que Chile es el único mercado del grupo donde la compañía cuenta con el portafolio más amplio. "Tenemos todas las categorías y participamos en la mayoría de los proyectos", afirmó.

Durante 2025, la compañía logró crecer tres veces por sobre el mercado. Fabio atribuyó este desempeño a una combinación de transformación cultural interna, renovación del portafolio con foco en tecnología accesible y mejoras en eficiencia logística.

En esta línea, la empresa redujo su superficie de almacenamiento desde cerca de 45 mil metros cuadrados (m²) a un rango entre 25 mil y 30 mil m². "Esto no es desinvertir, es invertir en tecnologías y sistemas más modernos que nos permitan rotar más rápido los productos, reduciendo los costos de almacenamiento", indicó el ejecutivo. Actualmente, la operación recibe entre 20 y 30 contenedores diarios, lo que permite una rotación continua de productos.

Midea Carrier Chile, aún ve espacio para seguir creciendo en el mercado chileno y hacia 2028 esperan que todas sus categorías de productos "estén iguales o superiores del 20% (de participación)".

Hacia adelante, la Midea Carrier Chile pretende lanzar una línea de *battery storage*. Fabio explicó que "cuando se corta la luz en tu casa, podrías tener un cajoncito que es una batería, que te da energía como por tres días, 72 horas. Esto permite en países como los nuestros, cuando hay tormenta eléctrica o cualquier catástrofe, tener autonomía de electricidad", concluyó.

65%
 DE LOS INGRESOS EN CHILE
 VIENEN DEL RETAIL, ASOCIADO A
 ELECTRODOMÉSTICOS.

de los ejemplos más relevantes fue la evolución del mercado de aire acondicionado. Antes del Covid-19, la penetración de este tipo de productos estaba por debajo del 5%, mientras que tras la crisis sanitaria escaló a niveles cercanos al 20%. "La gente pensaba que era un producto mucho más aspiracional, lejano a su alcance", sostuvo el gerente general.

En paralelo, el comercio electrónico se consolidó como un canal predominante. Según la empresa, antes de la pandemia la penetración del e-commerce representaba cerca del 30% de las ventas de la industria, durante el confinamiento alcanzó *peaks* de hasta 80%, y actualmente se sitúa en torno al 65%.

Desde Midea sostuvieron que en 2022 la industria del mejoramiento del hogar enfrentó un efecto inverso.

"Acá se dio vuelta el juego. Nadie quería estar en la casa" explicó Fabio, lo que se tradujo en caídas cercanas al 40% en la industria. En ese contexto, advirtieron que "si Midea Carrier no fuera una empresa global, habría desaparecido".

Cómo es la operación en Chile

En términos de ingresos, cerca del 65% del negocio en Chile proviene del canal retail, asociado a la venta de electrodomésticos para el hogar.

Según explicó Fabio, el porcentaje restante corresponde a otros tres canales, vinculados principalmente a soluciones de climatización.

En ese ámbito, el gerente general detalló que en 2025 la compañía estuvo a cargo de la climatización del Claro Arena, el nuevo estadio de Universidad Católica, y que