



Tema del día

Lecheros viajan a China para abrir nuevos nichos de exportación

COMERCIO. En la gira al gigante asiático participaron representantes de Fedeleche, ProChile y plantas procesadoras, donde compartieron con sus pares de toda la cadena láctea de esa nación. Las expectativas son muy positivas, ya que se proyecta un gran aumento en el consumo de este tipo de alimentos en ese mercado.

Paola Rojas Mendoza
paola.rojas@australosorno.cl

En miras de superar el desafío de aumentar las exportaciones lácteas a China, en enero pasado se realizó una misión comercial a ese país, donde se observa un creciente potencial en la demanda por este tipo de alimentos.

Esta misión incluyó la participación de tres empresas chilenas, específicamente de la Región de Los Lagos, además de representantes del gremio lechero y de la marca sectorial ChileMilk, controlada en partes iguales por Fedeleche y ProChile.

Dentro de la agenda, la delegación chilena visitó las ciudades de Shanghai y Beijing, con el objetivo de observar las tendencias del mercado chino y su creciente interés en productos lácteos funcionales; así como identificar mercados de nicho, por lo que la delegación se reunió con potenciales clientes y con la asociación de productores de leche de ese país.

Actualmente, la importancia del mercado chino para los productos lácteos radica en que las importaciones comen-

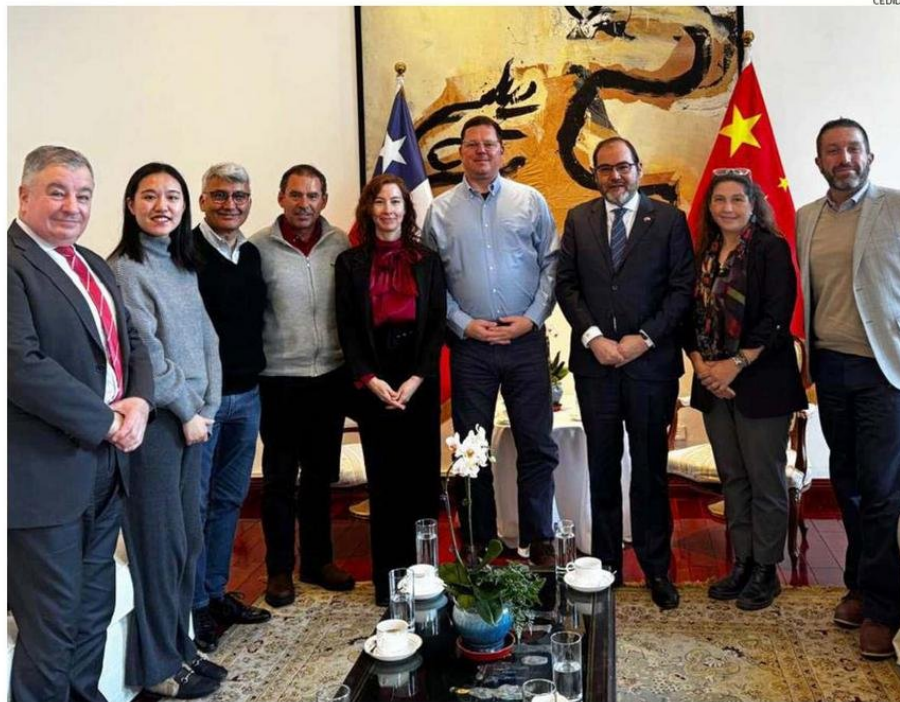
zarían a aumentar este año y un incremento en las importaciones chilenas de este rubro en el mercado del gigante asiático repercutirían positivamente en la producción local.

MARCA PAÍS

Al respecto, el presidente de la Federación Nacional de Productores de Leche (Fedeleche), Marcos Winkler, destacó que este trabajo se enmarca en la importancia que tiene ChileMilk como una marca sectorial que abarca toda la leche que se produce en el país, reflejando su calidad premium, con características que la diferencian de otras.

“Esa leche chilena, que es de todos los productores del país y procesada por todos los procesadores de Chile, es por la que estamos viendo mercados distintos donde nosotros podemos colocarla. Así hemos tenido varias misiones comerciales y dentro de este proyecto, ahora tuvimos el viaje a China, donde fuimos a ver cómo está el mercado actualmente”, indicó.

Agregó que esta misión fue muy productiva, donde ProChile fue un actor importante y los participantes se reunieron con la cadena láctea china completa, es decir, con super-



LA MISIÓN INCLUYÓ A REPRESENTANTES DE PRODUCTORES, PROCESADORES, EXPORTADORES Y PERSONEROS DE GOBIERNO.

mercados, distribuidores, importadores y con un importante encuentro de la federación china de productores de leche, desde donde se pudo obtener información relevante, vale decir, toda la estadística de ese mercado en los últimos años.

“El mercado chino ha cambiado increíblemente en estos últimos cinco años. La última vez que viajé fue en 2019 y pude ver que el mercado ha cambiado mucho, el consumo de leche ha aumentado, la manteca ingresó al consumo y creció mucho el consumo de queso. La producción de leche china también subió, pero el consumo ha subido aún más, por lo tanto, ellos siguen requiriendo productos lácteos dentro de su dieta. Han entendido que la leche es un producto importante para la salud, para los jóvenes y el desarrollo de los

“En base a estas proyecciones, ellos van a volver a tener una demanda importante de lácteos y nosotros somos un país que puede abastecer esa demanda”.

Marcos Winkler
presidente de Fedeleche

niños, por lo tanto, esta proteína de primera calidad es fundamental en su desarrollo. El mercado está enfocándose mucho en consumir más lácteos”, sostuvo Marcos Winkler.

En cuanto al tipo de lácteos que requiere el mercado chino, el presidente de Fedeleche comentó que han ido cambiando, donde hay mucho interés

en las leches especializadas, por ejemplo las que contienen más proteínas, las A2, otras con algunos aditivos como la vitamina A y D.

“El representante de la federación nacional de lecheros de China nos informó que el aumento de consumo de leche en su país subirá de 42 litros por persona al año, que tienen hoy día, a 118 litros por persona al año, en 10 años; es realmente muchísima leche la que van a necesitar, por lo tanto nosotros, como un país que tiene opciones de crecer, porque muchos otros la están disminuyendo, somos potencialmente importantes para abastecer a este mercado de la leche en china”, subrayó.

CRECIMIENTO DE REGRESO

Además, el presidente de Fedeleche apuntó a que actualmen-

te China está viviendo un crecimiento menor al que presentaba en años anteriores, por lo tanto, los precios que hay en góndola y los que los consumidores están dispuestos a pagar ahora, no son tan atractivos, ya que están algo bajos, pero la proyección entre 2026 y 2028, es que China volverá a tener un crecimiento como el de los últimos 20 años, por lo que los valores de los productos van a volver a subir.

“En base a estas proyecciones, ellos volverán a tener una demanda importante de lácteos y nosotros somos un país que puede abastecer esa demanda y los precios en góndola van a subir”, añadió.

Entre los productos que se estima poder enviar están la manteca, los quesos, la leche UHT y las leches infantiles. En esta misión comercial

CEDIA



42 litros

por persona es el promedio del consumo anual de productos lácteos en China; en las ciudades grandes llegaría a 60 litros. Se estima que en 10 años esta cifra subirá a 118 litros.

(viene de la página anterior)

también participaron tres plantas, que son Futurocoop, Lácteos y Energía, y Surmilk.

OCCIDENTALIZACIÓN

El gerente general de la empresa Lácteos y Energía, Rodrigo Isarn, indicó que este viaje dejó una muy buena impresión a los participantes, tanto por la coordinación, así como también de la agenda, la cual incluyó distintos interlocutores válidos en este tema, tanto de Chile como de China, donde se incluyeron a los embajadores de ambos países y agregados comerciales y agrícolas.

Además de ello, Rodrigo Isarn destacó que pudieron relacionarse con diferentes eslabones de la cadena láctea de China, como los productores lecheros, empresas, comercializadores, organismos gubernamentales y clientes, como supermercados y plataformas electrónicas de venta.

“La visita cumplió mis expectativas de sobra, la verdad es que fue una muy buena instancia, que yo repetiría feliz.

Eso nos permite entender también cuáles son las oportunidades comerciales para Chile”, manifestó Rodrigo Isarn.

En este sentido, el ejecutivo explicó también que nuestro país tiene un gran potencial de desarrollo lácteo, que se basa principalmente por el actual promedio de consumo en China, que es de algo más de 42 litros al año, donde las grandes ciudades como Shanghai, Hong Kong y Beijing alcanzan los 60 litros per cápita.

“Ese consumo se está dando por dos razones: la primera es la occidentalización de las costumbres de los chinos; y en segundo lugar que los niños están haciendo costumbre de consumo lácteo. Ya se empezó a dar leche en los colegios a los niños, por lo que se está haciendo costumbre y eso apalanca el desarrollo y crecimiento, que los debiese llevar de 42 litros al año a 80 litros”, detalló.

Añadió que lo anterior generará importantes oportunidades en los hábitos y en los volúmenes de consumo en

2026 se proyecta

que China retomará la senda del crecimiento económico, por lo tanto, el consumo de leche va a aumentar y así la leche nacional tiene una gran oportunidad de cubrir esa demanda.



LECHES DE TODOS TIPOS SE VEN EN LAS GÓNDOLAS CHINAS.

China, pero además producirá un desequilibrio del consumo y de la disponibilidad de leche a nivel mundial.

“Si consideramos que la oferta se mantiene constante o a tasas de crecimiento vegeta-

tivas y el consumo de leche aumenta de forma tan exponencial, apalancado por la población china, debiera generarse un desequilibrio entre la oferta y la demanda, lo que debería generar oportunidad en los

Una occidentalización

en las costumbres de los chinos está aumentando el consumo de productos lácteos, donde cada vez requieren de alimentos y leches más específicas.

precios”, informó.

Rodrigo Isarn agregó que el consumo de los chinos posiblemente irá migrando a productos más ricos en proteínas y también en los quesos, pensando en esta occidentalización de los consumos, con dietas más nutritivas.

“Desde el punto de vista de las leches, me cuesta pensar que ellos sigan privilegiando el consumo de leche fresca, principalmente por la disponibilidad de logística de ese volumen de leche que necesitan, por lo que lo más probable es que tiendan a migrar y que el portafolio vaya transformándose de leche líquida a leche UHT”, concluyó.

APOYO DE PROCHILE

La entidad que ha apoyado constantemente el impulso de las exportaciones lácteas del país es ProChile, por lo que el director regional de este organismo, Ricardo Arriagada, se refirió al trabajo que han realizado para concretar estas misiones comerciales.

“Una de las principales tareas que tenemos en ProChile es promover a nuestras empresas y productos en mercados tan importantes como China. La misión comercial realizada gracias a nuestro concurso silvoagropecuario, presenta buenas oportunidades para los lácteos chilenos en ese mercado, que tienen un plan de crecimiento de consumo a 10 años”, manifestó.

El director regional de ProChile explicó igualmente que tanto en Shanghai como en Beijing, ciudades donde se sostuvieron las reuniones de negocio, como parte de esta misión, se impulsará la llegada de productos lácteos a través de las oficinas comerciales que posee la esta entidad chilena en ese lejano país.

ProChile tiene este concurso silvoagropecuario, dirigido a todas las empresas chilenas vinculadas a este sector productivo, con el fin de apoyarlas en sus procesos de diversificación de mercados internacionales.