

En el marco de Chilelácteo 2024, los expositores relacionados con el mercado exterior, destacaron la importancia del China para la exportación de productos lácteos.

Según el análisis del Rabobank, una entidad financiera internacional especializada en el sector, las proyecciones indican grandes oportunidades que el mercado lácteo chileno puede aprovechar. Factores como la disminución de la producción en Europa, el estancamiento en Oceanía y el aumento de la demanda en regiones como el Sudeste Asiático, Brasil, México y el Caribe, ofrecen un panorama favorable. Además, Chile cuenta con productos lácteos con buenas perspectivas en China, como leche en caja, crema, mantequilla, quesos y leche en polvo, y en México, donde el queso gouda tiene un gran potencial.

Andrés Padilla, economista senior del equipo Global Research del Rabobank y consultor especializado en alimentos y bebidas mencionó también las oportunidades de exportación en mercados emergentes como el sudeste asiático y África, y la importancia de adaptarse a las demandas específicas de cada región. "Este año los precios en el segundo semestre van a mantenerse estables. El caso del mercado chino es algo donde se pone la atención, puesto que ellos están aumentando su producción y están importando menos que en años anteriores, lo cual causa desequilibrios es el mercado internacional", indicó.

El economista reconoce que lo que sucede en China "acaba impactando mucho. Cuando China importa menos, los exportadores tienen que colocar esa leche en otros mercados y eso puede mover bastante los precios. En el caso de Chile importa del orden del 20% del consumo. Si el precio internacional baja, puede entrar más producto importado a Chile y eso puede presionar para abajo el precio de la leche a los productores. Está claro que si el precio internacional cae, no es muy bueno para Chile".

Agregó que "en el largo plazo, vemos que el mundo continúa aumentando su demanda de lácteos, va a haber buenas oportunidades para exportar más. Creemos que el sudeste asiático es una región bastante interesante, Medio Oriente, el norte de África también siguen consumiendo más. Pero es importante pensar que China sigue siendo un gran mercado, aunque crece menos su consumo, pero esto va a traer muchos mayores

Comercio exterior: China y México en el radar para las exportaciones lácteas

En Chilelácteo 2024 se analizaron las expectativas del mercado internacional para 2024 y 2025, la oferta de los principales países productores, junto con la revisión de las tendencias de consumo de leche en diversos mercados de alto potencial.



El mercado chino y mexicano se llevaron la atención en el análisis del sector exportador. A la derecha, Alberto Calderas; a su izquierda, Juan José Vidal y a su lado, Andrés Padilla de Rabobank.

desafíos".

EXPERIENCIA

En cuanto al análisis y casos

concretos, además de experiencias prácticas en mercados relevantes para la exportación de lácteos como China participó

tes. Todo lo que implique valor agregado implica que sea más difícil que te cambien. Las tendencias que deberían venir de Chile hacia China es ser más específicos, apostar y jugársela por productos con valor agregado hacia China".

Respecto al tema de confianza y las veleidades del mercado chino, el especialista reflexionó que "en general, exportar es una maratón. No es una carrera corta de 50 metros planos. Implica una consistencia, un trabajo y es un esfuerzo de largo plazo. Si quieren exportar y dar el gran salto, hay que pensar en el mediano y largo plazo. Obviamente se pueden generar problemas como en todo negocio, pero quiero ser positivo en esto: Chile tiene una imagen muy positiva en China y en Asia, en general. Los productos chilenos gustan y nos va bien en China, hablo de frutas, carnes, salmones, entre otros. Estamos en un buen momento para empujar estos productos con valor agregado en China".

MÉXICO

Alberto Calderas, CEO de Vinpai Latam, USA, presentó la charla sobre exportación de queso gouda a México y el desarrollo de aditivos naturales y la producción de fermentos para la industria quesera. Comentó estadísticas sobre las importaciones de queso en México y destacó la importancia de generar una marca de origen y trabajar en alianzas estratégicas con productores para fortalecer la presencia del queso gouda chileno en ese mercado.

Mencionó que el mercado mexicano prefiere el queso gouda en lugar del cheddar estadounidense, lo cual representa una oportunidad para Chile. Se presentaron estadísticas sobre las importaciones de queso en México. Además, analizó la posibilidad de exportar queso magro como una alternativa para aquellos productores que no puedan realizar ajustes en la producción del queso gouda, mencionando los beneficios de este tipo de queso, como su alto contenido de proteínas y la posibilidad de aprovechar la grasa extraída para su venta.

En resumen, "la charla se centró en la necesidad de adaptar la producción del queso gouda para el mercado mexicano, aprovechar las oportunidades de exportación hacia otros mercados, y fortalecer la presencia de la marca chilena en el extranjero. Se resaltó la importancia de la calidad, la sostenibilidad y la diferenciación del producto para competir en el mercado internacional", indicó Calderas.

Juan José Vidal, gerente general de Austral Business Investment and Trade, quien compartió su experiencia en la exportación de productos lácteos a China, destacando la necesidad de entender las particularidades de cada región y la importancia de tener un buen socio comercial.

En cuanto al mercado chino, Vidal indica que "soy positivo porque Chile tiene un Tratado de Libre Comercio (TLC) vigente con arancel cero con China y eso es un gran apoyo. En cuanto a los productos lácteos, hay oportunidades para los productos chilenos con valor agregado. Donde tenemos que hacer el cambio es, sin duda, en la exportación de granel. Es relevante darle valor agregado, leche UHT, leche en polvo para infan-