

MINUTA

**Comercio Internacional: Perspectivas del Mercado
Global de Lácteos 2024/2025 y Comercio de
Lácteos en China**

**Región de Los Lagos
Septiembre 2024**

Perspectivas del Mercado Global de Lácteos 2024/2025

En cuanto al mercado internacional de la leche, se destaca que hubo un alza de los precios de la leche el año 2022, seguido de una fuerte caída el 2023. Desde esa fecha el precio se ha ido recuperando lentamente. En el 2023 se experimentó una contracción de la oferta internacional, lo que dio paso a una reacción importante en tema de precios.

Los principales exportadores de leche en el mundo son Estados Unidos, Unión Europea y Oceanía; mientras que, en Sudamérica, destacan Argentina, Brasil y Uruguay.

Es importante examinar lo que sucede en el mercado asiático, en especial China, que tuvo un gran crecimiento de su producción los últimos años. Había escepticismo en el mercado, ya que se pensaba que este país no iba a lograr producir más leche. Pero hubo una fuerte inversión en este rubro, creando mega lecherías e importando vaquillas en especial de varios países de América del Sur; del mismo modo se debió importar gran cantidad de alimento, principalmente de Estados Unidos y América, logrando superar las expectativas y aumentar la producción de leche interna. Se registra que hace 5 años lograron producir el 75% de su consumo, llegando hoy a producir el 85% de lo que se consume. El tener menos necesidades de importación, repercutió en las exportaciones de mercados como Australia, Nueva Zelanda, Argentina y Brasil. Al mismo tiempo estos países perdieron producción, mientras que China aumentó su producción en 6 millones de litros, equivalente a 3 veces la producción de Chile. El 2021, China importaba 16 millones de toneladas de leche y hoy solo 12 millones. Sin embargo, hay que considerar que China está teniendo cambios en su demografía y está disminuyendo su población y el Covid generó problemas de los cuales el país aún no se ha podido recuperar como se esperaba. China está creciendo menos económica y demográficamente, lo que generará cambios en el mercado de los lácteos a nivel mundial.

En cuanto a los costos de producción mundiales, ha sido un año más positivo. Hay factores a considerar como lo es el clima, que cada vez impacta más la producción mundial de leche. Después de los impactos de la corriente del Niño, se proyecta la llegada de la Niña. Se ha experimentado una variación importante en cuanto a los eventos climáticos producto del cambio climático. Por ejemplo, en la región sureste de Brasil, los tres meses de otoño tuvieron temperaturas promedio 7 grados Celsius más elevadas que los años anteriores.

En cuanto a la proyección de producción de los países más importantes, Estados Unidos ha disminuido su producción y la cantidad de animales, lo que debería revertirse a finales de este año. En cuanto a Nueva Zelanda su producción no crecerá de forma importante debido a presiones ambientalistas. Australia tuvo una baja en su producción, pero se espera que haya una pequeña recuperación hacia fines de este año. Por otro lado, Argentina experimentó un aumento de costos de producción, afectándose la producción de leche y disminuyendo ésta también por efectos de la sequía que azotó el país. Sin embargo, se está generando una consolidación de los productores, en cuanto a hacer más eficiente la producción y mejorar en temas tecnológicos, lo que podría llevar a una mejora productiva. Y en cuanto a Brasil se espera un segundo semestre de mayor crecimiento productivo.

Europa experimentó los últimos 10 años un crecimiento en su producción de leche. Entre los años 2011 y 2023 este aumento se observó especialmente en países como Alemania, Italia, Polonia e Irlanda. Pero este crecimiento está en riesgo, debido a varios factores entre los cuales se pueden mencionar el cambio climático, la gran presión ambientalista, la dificultad de encontrar mano de obra y las regulaciones políticas sobre la producción. Por ejemplo, en Dinamarca se legisló para generar un impuesto de 100 euros por vaca debido a las emisiones de metano; en Holanda deben dejar de producir 3% de los productores, debido a regulaciones que buscan proteger los cursos de agua, la pérdida de fauna nativa de los sectores, entre otros factores ambientales. Por otro lado, en Europa se acabaron las cuotas de producción al 2015, lo que no permite aumentar mayormente la producción. Todo esto generará que este continente disminuya la producción de leche, aumente la demanda por leche proveniente de otros países y disminuyan sus propias exportaciones al mundo. Se pronostica que la UE debe aumentar la producción de productos lácteos como el queso, pero en otros productos lácteos perdería aproximadamente 3 billones de euros en los próximos 10 años. A pesar de que en la parte política hay una mayor inclinación hacia gobiernos de derecha que podrían frenar estos cambios, de todas formas, todo apunta a una disminución de la producción.

En cuanto a la demanda de lácteos, las importaciones en el 2023 fueron de 95 millones de toneladas y para el 2025 se proyectan en 115 millones, lo que indica que debe haber un aumento en 20 millones de toneladas de lácteos. A pesar de los problemas demográficos y económicos en China, este país y el sudeste asiático podrían cubrir la mitad de esta demanda, pero aún hay incertidumbre de donde vendrá la leche para cubrir la totalidad de la demanda y si habrá capacidad de pago de productos lácteos. La UE tendrá una caída en

la producción de leche, Oceanía tendrá un leve descenso en su producción también, Sudamérica tiene gran potencial productivo debido al clima, presencia de buena genética en sus rebaños, capacidad de producir alimentos, y se ha experimentado un pequeño aumento en la productividad. Pero Estados Unidos debería liderar en los próximos años el aumento en la producción. El que tenga la producción más eficiente, será el que pueda satisfacer mayormente esa demanda futura de 20 millones de toneladas.

Los lácteos son parte fundamental de la alimentación en todas las culturas hoy en día. Sin embargo, existe un mercado de bebidas vegetales que se encuentra creciendo. En especial la gente joven es la que más consume estas bebidas, reemplazando el consumo de leche. Incluso la industria láctea ha tenido interés en estas nuevas bebidas preparadas y han comprado ciertas marcas para comercializarlas, factor importante a considerar en el mercado futuro de la leche.

En cuanto a la inflación de precios, los efectos de inflación acumulada se sienten aún; los costos de alimentación han aumentado mucho más que los salarios. Se estima un aumento promedio de 25 a 35% en los costos, mientras que los salarios han aumentado en tan sólo un 10 a 12%. La deflación de los precios de los lácteos empieza a disminuir el segundo semestre del año en curso. El balance entre oferta y demanda se hace este semestre más estable. Chile mantiene sus importaciones, pero para exportar debe poder competir más fuerte frente a los otros países.

Conclusiones:

- La oferta global continúa enfrentando desafíos (rebaños, clima, regulaciones), lo que genera un crecimiento apenas moderado de la producción de leche.
- China importaría menos leche el segundo semestre.
- La demanda global aumenta en ritmo moderado, el consumidor aun siente impactos de la inflación acumulada.
- La mantequilla y quesos presentarán dinámicas mejores en el segundo semestre versus leches en polvo.

Comercio de Lácteos en China

A continuación, se exponen tres opciones de productos lácteos para exportar a China, a modo de visualizar como comercializar con este país y abrir paso a un interesante mercado que se encuentra en crecimiento y constante cambio.

Lo primero que se debe hacer para abrir paso al negocio con China es considerar que existen diferentes regiones dentro del país, donde cada una tiene su dialecto y cultura. Generalmente la costa del país es la zona más avanzada y desarrollada, es ahí donde se encuentra Shanghái, en donde viven 26 millones de personas. También está Wuhan, que se encuentra en la parte central de China y es un lugar de grandes oportunidades de negocio. Es muy importante definir a qué región se quiere destinar el o los productos a vender y por otro hay que dedicar tiempo para conocer la contraparte.

Caso 1: Exportar leche UHT

China tenía al 2016 un consumo per cápita de leche de 36 kilos por habitante; hoy eso ha aumentado a 42 kilos de leche por habitante.

Es importante analizar qué tipo de envase es el que se va a presentar (1 Litro, 200 cc) y definir el canal de distribución (industrial/food service o retail/consumidor final). Siempre el formato de 200 cc será el que entrega mayor margen y producirá mejor resultado. En cuanto a la negociación con los chinos, es difícil, por un lado, debido al idioma y requiere tiempo y paciencia.

La pandemia por Covid afectó la confianza de los importadores chinos, están más cautos en cuanto al volumen de compra de productos nuevos. Están dispuestos a recibir un contenedor de producto y probar, lo que ha abierto posibilidades a empresas de mediano y pequeño volumen. El mercado de las leches funcionales es un mercado interesante y con futuro en China. Se debe considerar las plataformas donde se presentarán los productos; dentro de éstas son conocidas Tmall, Pinduoduo, JD. Muchas veces hay que invertir recursos para comercializar los productos a través de estas plataformas si se quiere llegar al consumidor final directamente. El importador chino pide aporte económico para la venta a través de estos medios. En relación a esto y como idea para los productos de nuestra región de Los Lagos, se sugiere la creación de un tipo Marketplace regional, donde se

presenten los productos de la región, todos productos naturales, de origen, hechos en base a animales en libre pastoreo o productos artesanales de cualquier tipo. Otro mercado podría ser el de la leche premium, de la cual se puede obtener un mayor retorno. Como ejemplo de esta, está la leche sin lactosa y con mayor porcentaje de grasa, que los chinos han importado desde países europeos con un margen mayor de ganancia para el vendedor. Cabe destacar que el 92% de chinos tienen problema de intolerancia lactosa, por lo que una leche sin lactosa parece ser requisito. Por otro lado, el mayor porcentaje de grasa ha sido también una característica muy llamativa para los chinos, que están dispuestos a pagar más por la calidad de los productos.

Caso 2: Exportar mantequilla, crema, quesos.

Se estima que el canal industrial de estos productos al año 2027 será de 900 mil millones de dólares. Este mercado es grande y seguirá creciendo. Antes en China no se consumía torta, pan o productos de repostería, en donde el queso, la mantequilla y la crema son insumos necesarios. Hoy existen en todas las ciudades muchas panaderías y pastelerías. Ha sido un gran cambio en la cultura de los chinos el consumir productos dulces. Se estima que hay 1 millón de empresas destinadas a repostería. Además, existen más de 90.000 restaurantes de comida occidental y 800 hoteles 5 estrellas donde estos productos son requeridos. Por ejemplo, la pizza, que requiere de queso tiene gran demanda, el crecimiento de estos locales ha sido de forma exponencial. El mercado del café, principalmente Starbucks, que actualmente es una de las dos marcas de café existentes en China, tiene 7 mil locales distribuidos en 290 ciudades dentro del país. Su crecimiento también ha sido exponencial en los últimos 5 años. Y dentro de los productos lácteos, la leche es necesaria para las distintas preparaciones del café, mientras que la crema, mantequilla y queso son utilizados para la panadería y repostería.

Caso 3: Leche en polvo

Por muchos años la leche en polvo se ha comercializado mayormente a granel en China. China es un país en donde nacen 19 millones de niños cada año, a pesar de la merma que se ha presentado post Covid. En el segmento entre 4 a 7 años de edad existen 90 millones de niños. El mercado de leches en polvo para estos niños es más complejo y exigente. Pero sobre las edades de 7 años la propuesta es interesante, ya que es un mercado menos

exigente y numeroso. Además, existen muchos estudios sobre leches fortificadas y especiales. Existe la posibilidad de producir leches enriquecidas con vitaminas A, B y extracalcio, como uno de los ejemplos. Otro mercado interesante es generar una leche especial para el segmento de personas sobre 20 años y/o deportistas o para adultos mayores.

Conclusión:

El mercado chino y del sudeste asiático, donde se encuentran países como Tailandia, Vietnam e Indonesia, está creciendo considerablemente cada año. Se estima que 700 millones de personas viven en estos países y que China crecerá un 5%. Son países de gran demanda de productos y curiosidad por probar cosas nuevas, lo que hace que sea un mercado interesante donde destinar la leche y productos lácteos en general. Además, que existe poder adquisitivo para comprar. Cabe destacar que se debe seleccionar bien el destino del producto a comercializar, el canal y la forma de presentación, la cual debe adaptarse a los gustos del consumidor asiático.

Referencias

<https://www.diariolechero.cl/noticia/economia-y-mercados/2024/09/mercado-global-es-probable-que-la-oferta-suba-a-partir-del-segundo-semester-de-2024>

<https://www.fedeleche.cl/ww5/index.php/noticias/noticias-internacionales/8666-actualizacion-mundial-de-productos-lacteos-mayo-2024>

<https://www.ocla.org.ar/noticias/29988961-rabobank-informe-lacteo-global-2-trimestre-de-2024>

<https://ocla.org.ar/noticias/27760733-china-y-el-comercio-lacteo-mundial>

<https://www.ocla.org.ar/noticias/29539510-china-importaciones-de-productos-lacteos-a-enero-febrero-de-2024>

Participación en Chilelácteo, Osorno 2024