

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título	Tamaño
21/09/2011	EL MERCURIO - (STGO-CHILE)	8	7	CODELCO DIVERSIFICA SUS VENTAS: BAJA PESO DE CHINA Y SUBE EL RESTO DE ASIA PARTE 01	19,7x12,9

A junio, el gigante asiático redujo su participación a un 32% de la canasta Codelco diversifica sus ventas: baja peso de China y sube el resto de Asia

El presidente ejecutivo de la estatal, Diego Hernández, destacó el efecto de mayores envíos de cátodos para superar la salida de fundiciones niponas por el terremoto.



TRAUDY GUITAL

PARTICIPACIÓN.— El 56% de las ventas de cobre de Codelco durante el primer semestre de este año se dirigieron a Asia.

Fecha	Fuente	Pag.	Art.	Título	Tamaño
21/09/2011	EL MERCURIO - (STGO-CHILE)	8	8	CODELCO DIVERSIFICA SUS VENTAS: BAJA PESO DE CHINA Y SUBE EL RESTO DE ASIA PARTE 02	19,8x13,5

JÉSSICA ESTURILLO.

Elevar el peso de China en su canasta de ventas es una meta que Codelco se fijó al inicio de la década pasada. Esto, para tomar las oportunidades que ofrecía ese país y refugiarse ante el menor consumo de países desarrollados. A diez años y cuando el gigante asiático ya es su principal cliente, la estatal cambió su estrategia y apunta a la diversificación de mercados.

Al primer semestre de 2011 y respecto de igual lapso de 2010, China redujo en casi 10 puntos porcentuales su peso en la canasta de ventas de la minera. Según datos a junio, este mercado explicó el 32% de las ventas de Codelco, mientras que a igual lapso de 2010 este país representaba el 42%.

El peso de China queda en evidencia al contrastar con la década pasada. En 2002, este mercado capturó no más del 18% de las ventas de la corporación, mientras que Europa y Estados Unidos recibían el 30% y el 14% de los envíos, respectivamente.

“Al analizar la canasta histórica de ventas, se ve que Codelco ha sabido adaptarse al mercado. Lo mismo tenemos que hacer en

la campaña de ventas para 2012”, comenta el presidente ejecutivo de la estatal, Diego Hernández.

La diversificación ha dado resultados, pues a junio de este año, la menor presencia de China se compensó con Europa, que pasó de 19% a 23%.

Los destinos del cobre de Codelco al primer semestre de 2011 se completan con Asia (excepto China) que subió siete puntos porcentuales (17% a 24%). Sudamérica recibió el 10%, al igual

que Norteamérica, mientras que Oceanía recibió el 1% restante.

Hernández explica que en el caso del resto de Asia, el alza de los envíos se debió a que la estatal recibió pedidos de cobre refinado desde Japón, un mercado al que tradicionalmente no llegaba, pero que a raíz del terremoto vio afectada parte de su capacidad para fundir y refinar el metal rojo.

“Debido al terremoto en Japón colocamos producción en ese mercado para ayudar a nues-

tros clientes a salir de esa contingencia y eso modificó un poco la canasta”, dice Hernández.

Diversificación

Con todo, el máximo ejecutivo de la minera precisa que en su conjunto el peso de Asia se redujo un 2% al primer semestre respecto de igual lapso de 2010. De todas formas, este continente se lleva el 56% de las ventas de la estatal.

En Codelco no se plantean una canasta ideal de ventas. Hernández sólo señala que ello es resultado de las campañas de venta del metal, que cada año comienzan en octubre. “Después de la campaña de ventas veremos la realidad que enfrentaremos”, indica.

Un estudio de la Comisión Chilena del Cobre (Cochilco) de fines del año 2010 recomienda que los productores de países que dependen de la minería, como Chile, apunten más a mercados emergentes como India con sus ventas.

Esto, ya que su dinamismo económico debería migrar hacia áreas más intensivas en uso de cobre, convirtiéndose en buenos refugios en caso de crisis.