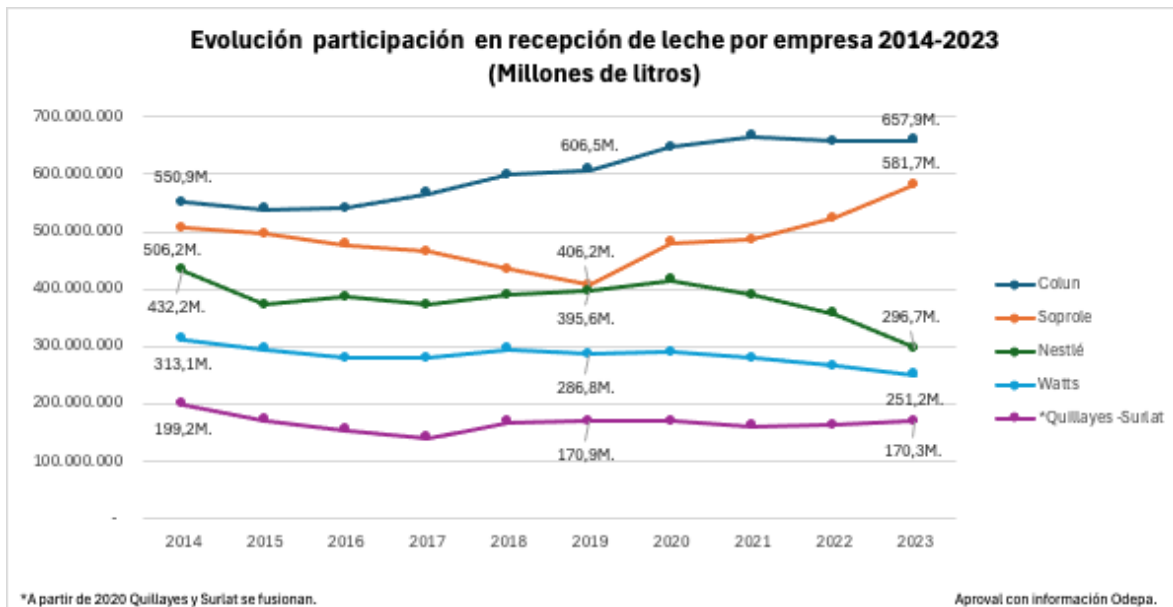


## Informe de Coyuntura, octubre 2024

Compartimos con ustedes un breve análisis de lo que ha sido la evolución de la recepción de leche a nivel de las principales industrias procesadoras en la última década (2014-2023).



Destaca el crecimiento sostenido de Colun, que pasó de 551 millones de litros/año a casi 658 millones de litros en diez años (casi un 20% de aumento), lo que le ha permitido mejorar su participación en la compra nacional de leche fresca desde 26% en 2014 a 30% en 2023.

Soprole también muestra un incremento importante de 15% en el periodo, pasando de 506 millones de litros a cerca de 582 millones de litros, lo cual la posiciona como la segunda compañía con mayor recepción de leche en el país y pasando desde el 24% al 27% en el contexto nacional. Sin embargo, en 2019 registra una fuerte disminución en su recepción producto del frustrado proyecto exportador que la llevó a perder casi el 20% de la leche, tras lo cual ha experimentado una recuperación sostenida gracias a la presión que ha ejercido a través de sus precios de compra para revertir el fracaso de su proyecto comercial en una primera instancia y luego para mejorar la posición de sus activos en el proceso que concluyó con la venta desde Fonterra al grupo peruano Gloria.

Luego se ubica Nestlé, que viene con una clara tendencia a la baja en sus compras de leche, pasando de 432 millones de litros en 2014, a solo 297 millones de litros en 2023 (-31%).

Esta disminución ha llevado a la compañía de capitales suizos a bajar su participación en el mercado nacional del 20% al 14% en los últimos diez años.

Una caída menor ha experimentado Watt's (-20%) que pasó de 313 a 251 millones de litros/año y del 15% al 12% en su participación nacional de la compra de leche fresca.

Por último, revisamos la situación de Quillayes-Surlat que si bien se fusionaron solo en 2020, agrupamos su recepción de leche en todo el periodo para efectos del análisis.

También disminuyen su compra de leche de 199 a 170 millones de litros anuales (-14%), y su participación en el mercado nacional cayó de 9% a 8%.

