

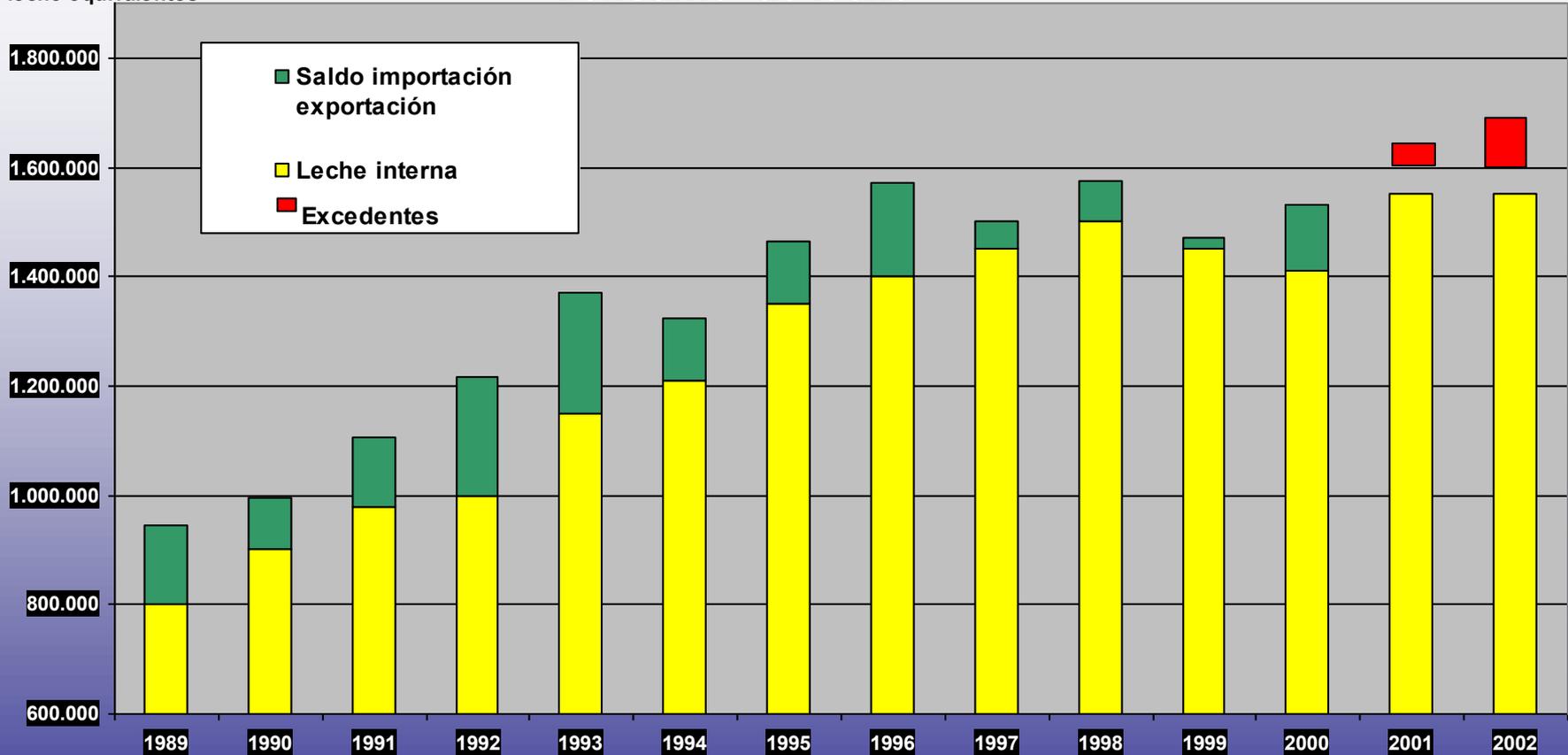
# **Industria Láctea Nacional, Eficiencia y Competitividad**

**Sr. Andrés Van Wersch**

**Sr. Gustavo Gómez**

### Consumo de leche

Litros de leche equivalentes

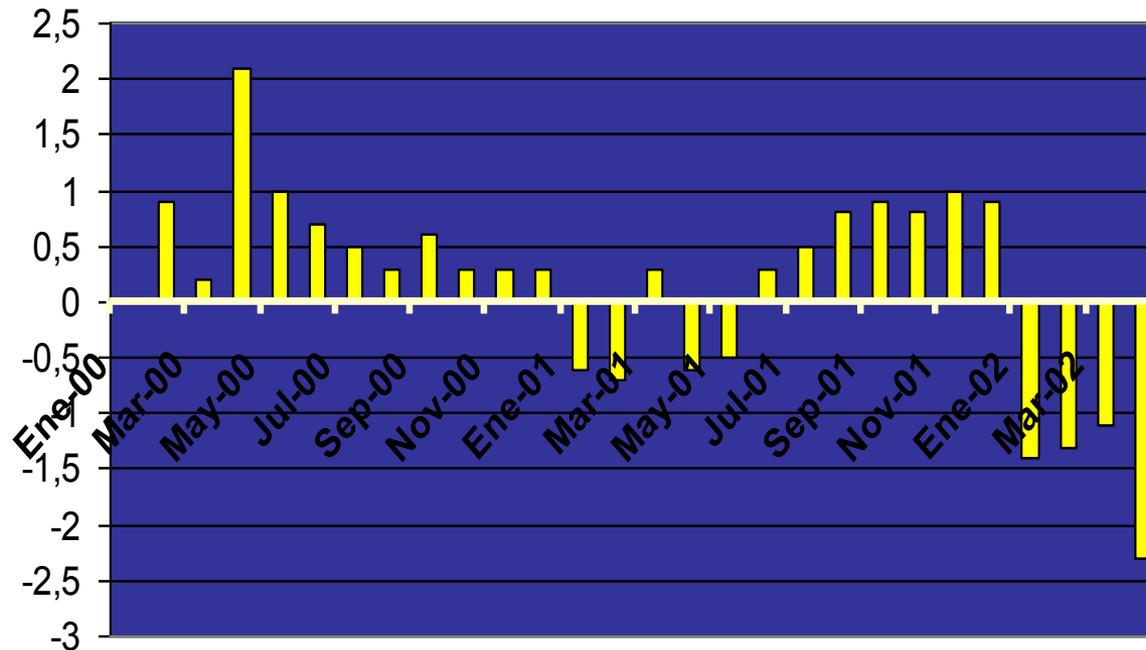


## Del Gráfico....

- La OFERTA de leche se ha mas que duplicado en los últimos 12 años
- El mercado creció un 4% promedio anual entre 1989 y 1998
- Entre 1999 y este año la demanda ha caído un 1% anual.

### Indice Acumulado de Ventas de Supermercados partiendo de Enero de 2000

% variación

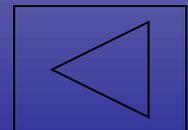


Fuente : ASACH

## Variación de Ventas Supermercados por rubros

Trimestre :enero abril 2002/2001

RUBRO	Var % : enero abril
Abarrotes (legumbres,... <b>Leches y jugos UHT, leche en polvo...</b> )	-4,9%
Carnes	1,1%
Otros perecibles ( verduras,... <b>yogures,postres, quesillos ...</b> )	-2,0%
Varios	-4,0%
<b>TOTAL</b>	<b>-2,3%</b>



# Proyección de mercado

- El crecimiento de la oferta de leche (producción nacional) para este año se estima crecerá en un 4% o mas , y se estima que la demanda de productos lácteos se mantendrá constante es decir no crecerá.
- En este escenario, el único y lógico camino es la exportación de los superávit de leche.
- Chile en el año 2001 por primera vez se constituyó como exportador neto.

# Exportación

- Para poder exportar necesitamos generar un modelo exportador sustentable:
  - Costo cadena competitivo con el exterior (a pesar de los subsidios en otros países)
  - Incorporar tecnología
  - Aumentar capacidad
  - Desarrollar socios comerciales
  - Generar condición de abastecimiento continua (no estacional)
  - Masa crítica en la producción y transformación

## Desafíos...

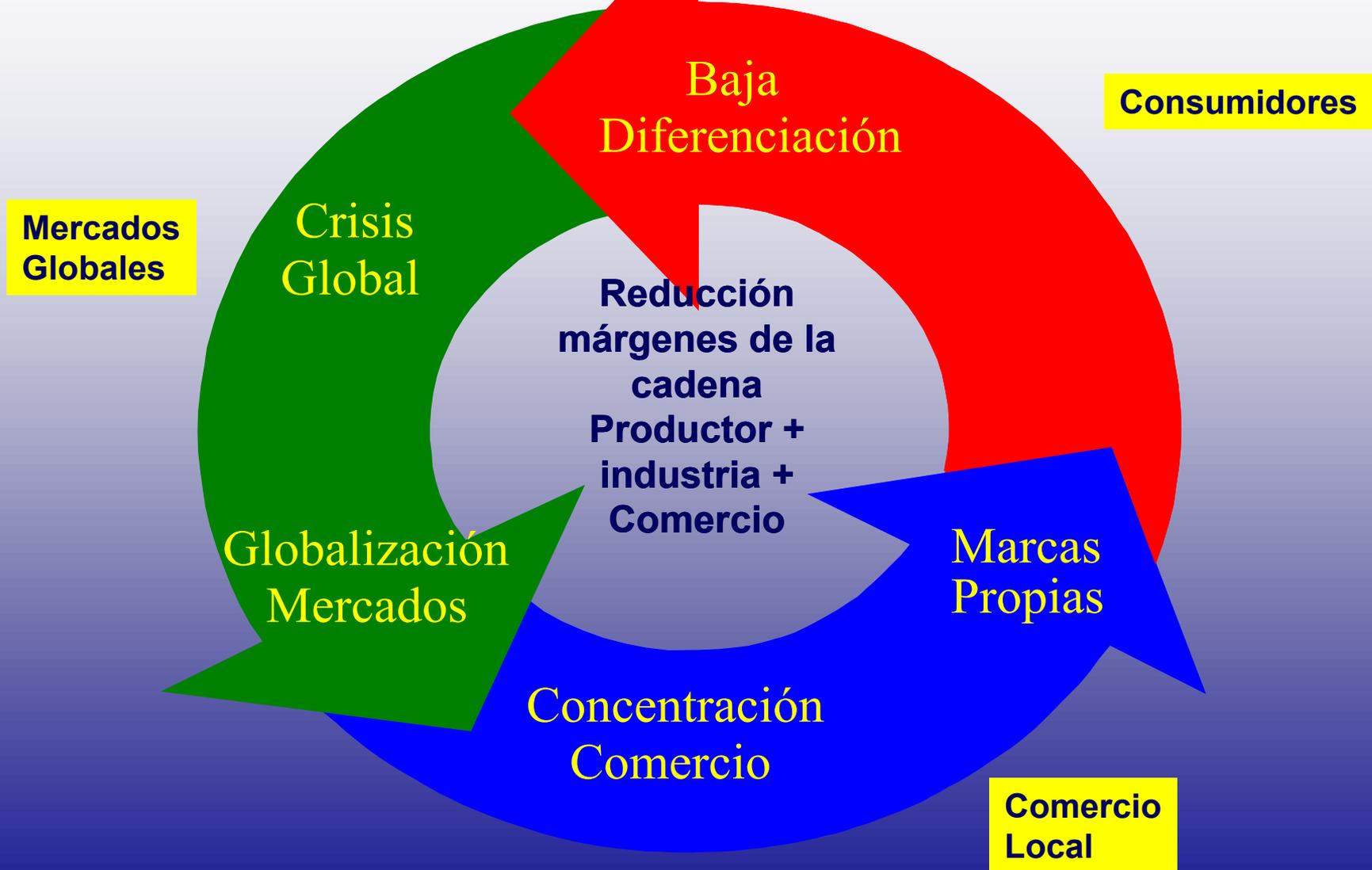
- Estamos en una transición, con una demanda deprimida y una oferta de leche que nos obliga a exportar.
- El mercado internacional es un mercado que tiene subsidios directos a la exportación dados tanto por Europa como por USA.

# Desafíos...

- El otro gran desafío consiste en volver a recuperar las tasas de crecimiento históricas de la demanda interna.
  - Esto se logra con fuerte innovación de productos por parte de la industria.
  - Aceleración de mejoras en productividad y eficiencia
  - Campañas de promoción nacionales de consumo de productos lácteos. GG

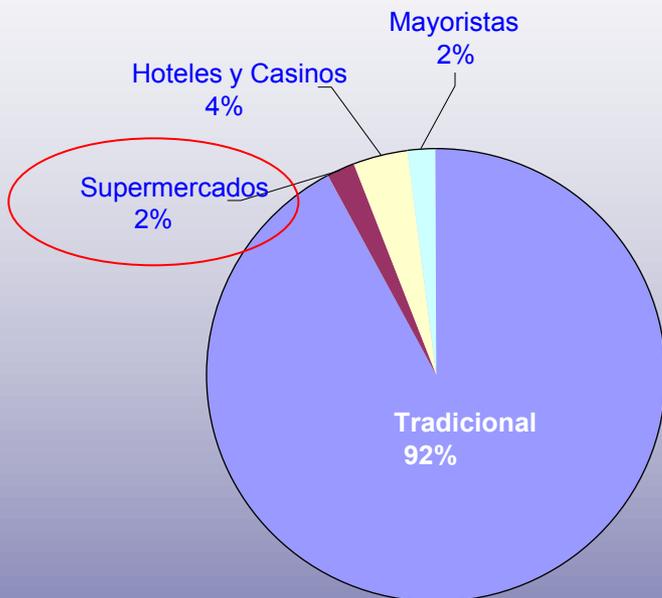
# Tendencias mundiales y nuestra visión comercial

# Fuerzas de Mercado - Internacional

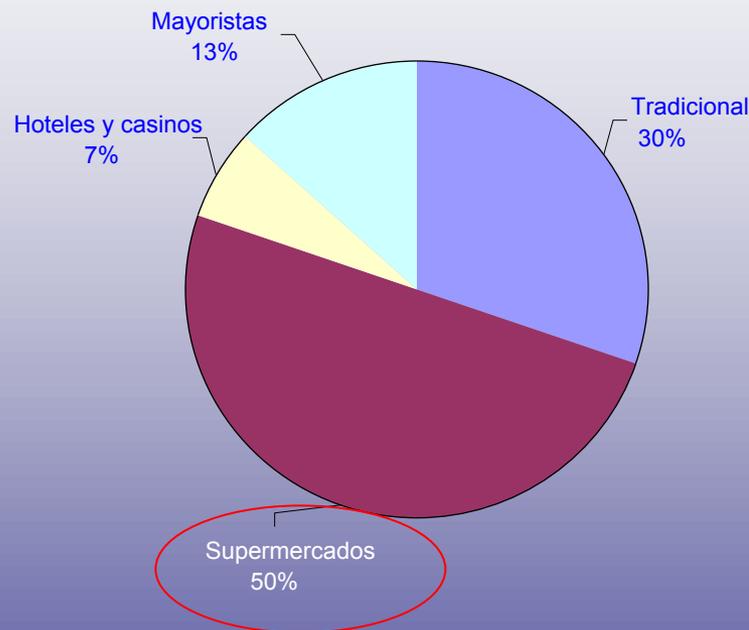


# Estructura del Comercio - alimentos

**Número de Tiendas**



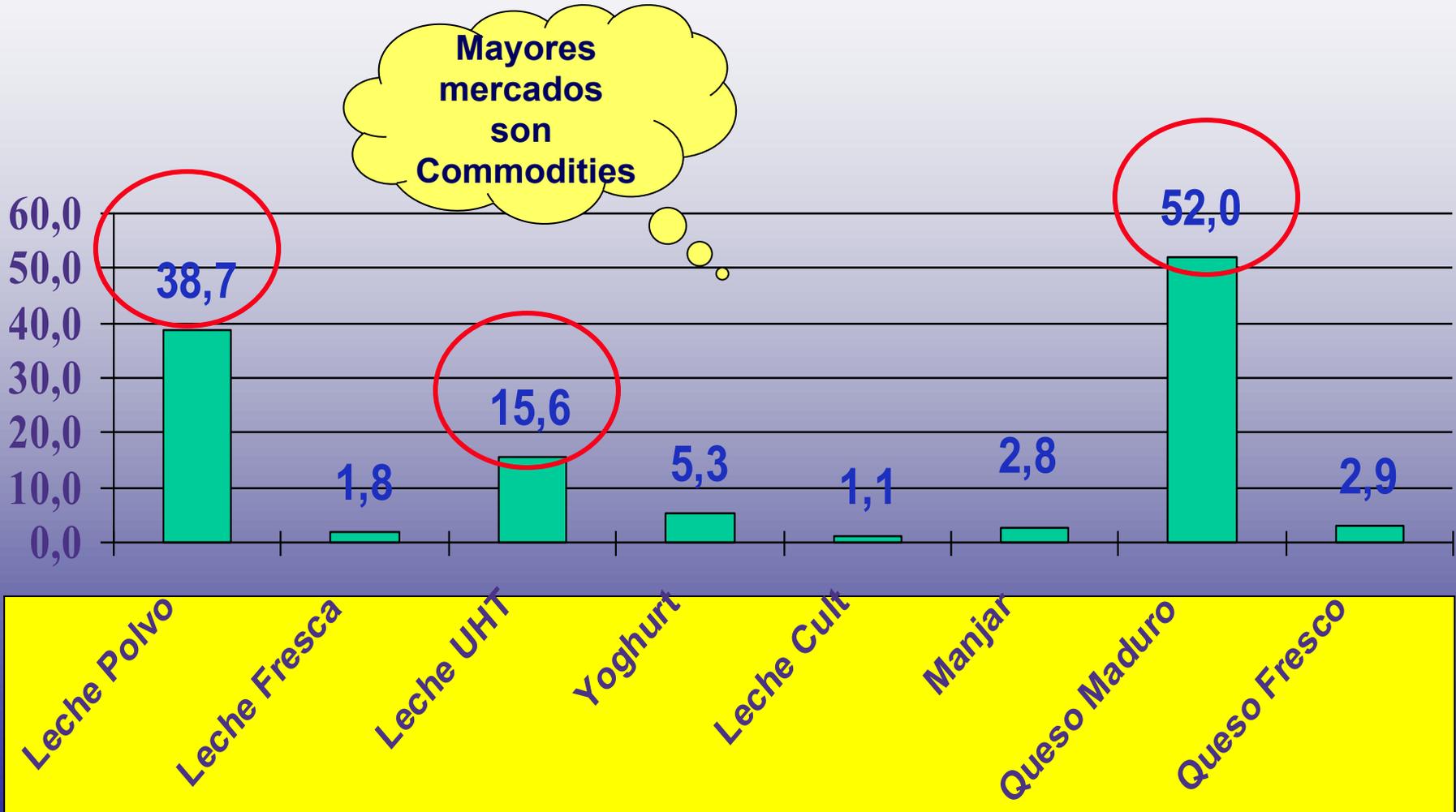
**Participación del Mercado**



# Estructura del Comercio - supermercados

	Numero	Superficie	
Megamercado	23	233000	
Supermercado	631	740000	

# Consumo per Capita 2000 Lts leche convertida



# Mercado : nuestra visión del futuro generando un círculo virtuoso



# Innovación : últimos 2 años

- Leche Cultivada en Botellas
- Huesitos Calcio para niños
- Next Belleza
- ULA Bajo Costo
- Petit con Pulpa
- Yoghito 130g yoghurt
- Giraloco y Gozzo postres
- Relanzamiento Extracalcio
- Quesillo vida extendida
- Netto bebida láctea
- Margarina con 1/4 leche

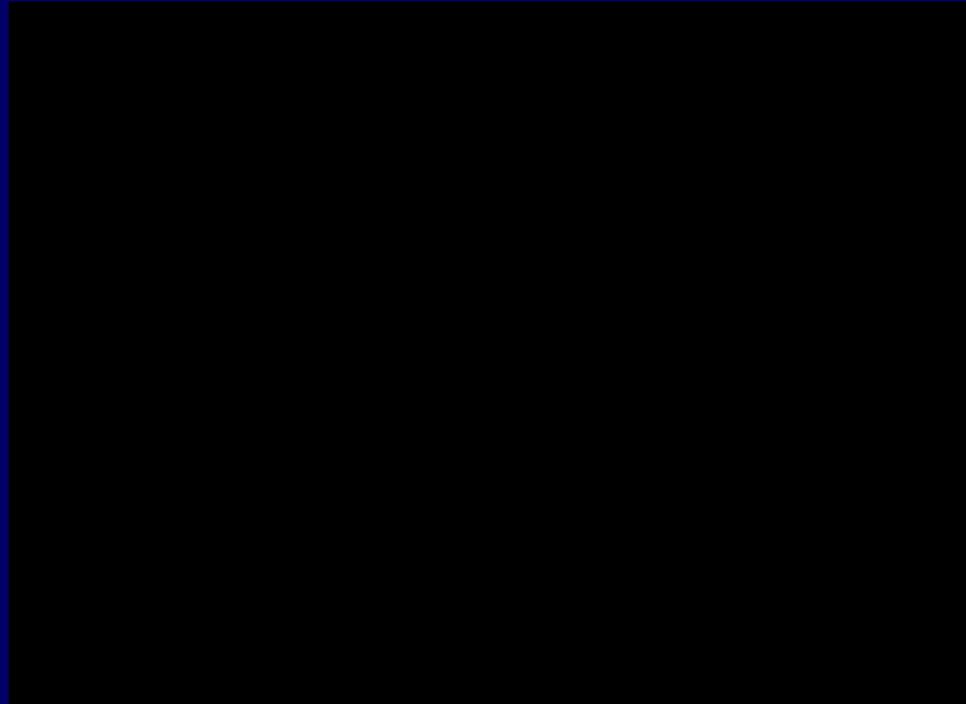


## La Leche es nuestra plataforma de innovación

- PERO creemos en la leche como plataforma para satisfacer necesidades SUPERIORES
  - Ejemplo
    - Agua mineral : básica = sed, superior = status (Perrier, Evian)
    - Perfume : básica = olor, superior = atracción sexual
    - Snacks : básica = hambre, superior = lubricante social
- Invertimos US\$20 millones por año para sustentar innovación

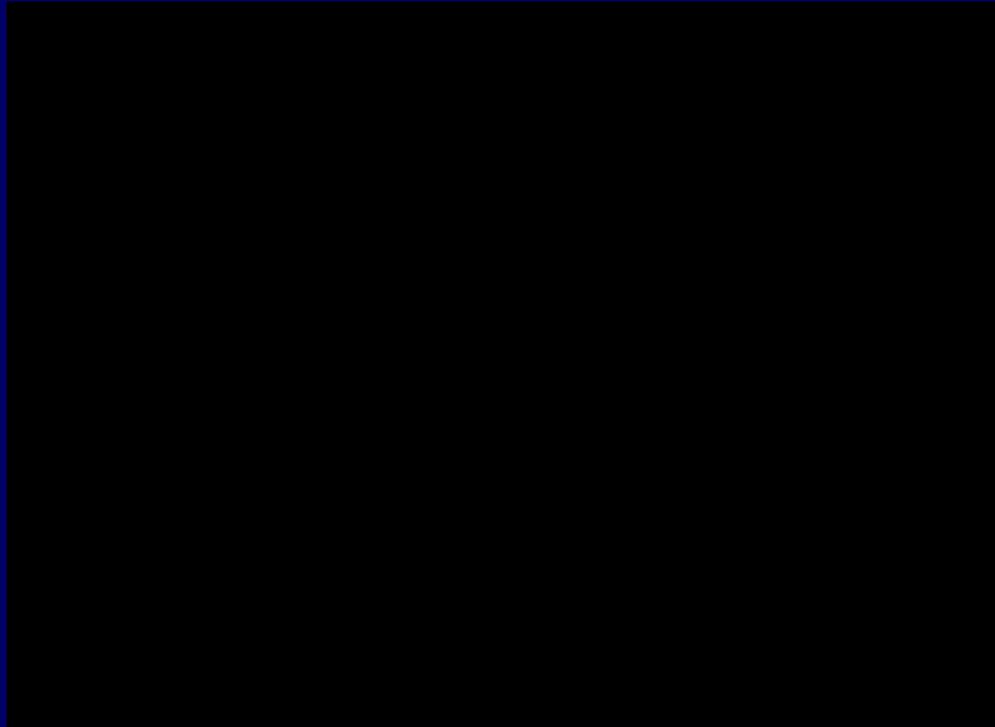
# Leche : plataforma para generar valor

## Energía (1)



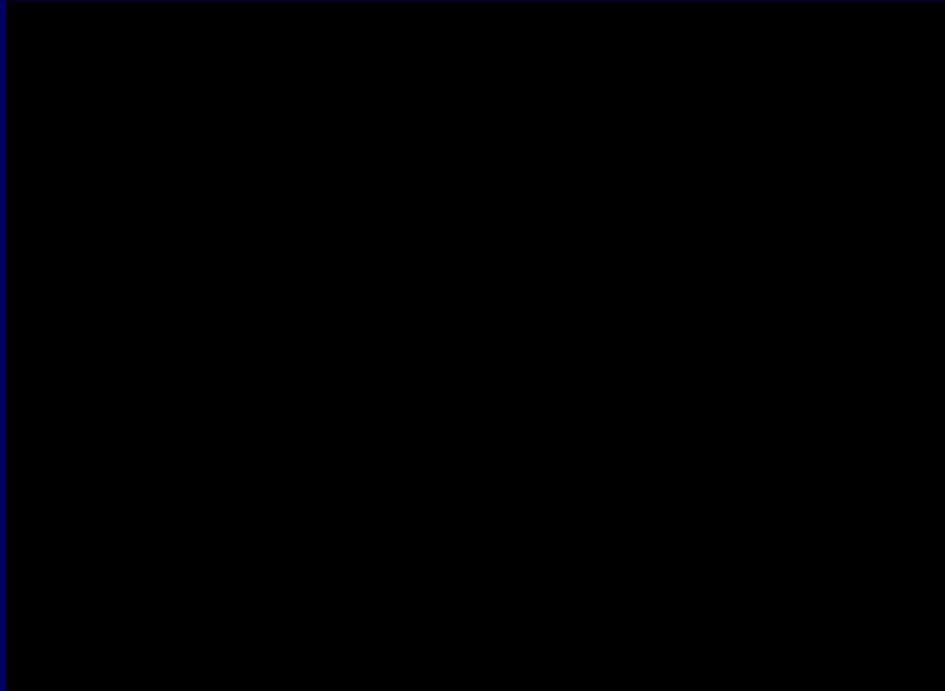
# Leche : plataforma para generar valor

## Energía (2)



# Leche : plataforma para generar valor

## Energía (3)



Leche : plataforma para generar valor

Belleza



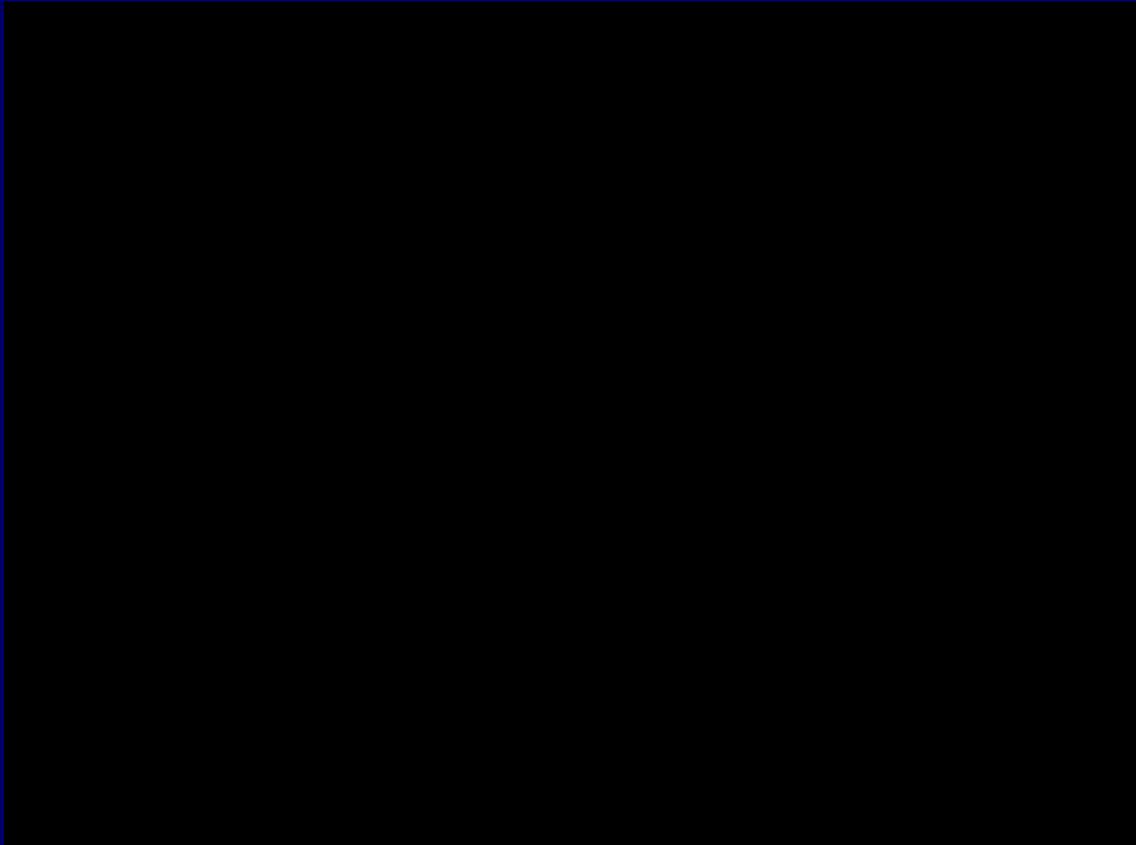
# Leche : plataforma para generar valor

## Calcio y Diversión



Leche : plataforma para generar valor

Placer



# Conclusiones

# Conclusiones

- El sector lácteo en su conjunto productores e industria, está hoy enfrentado a la coyuntura mas importante del último tiempo.

# Conclusiones

- El crecimiento sostenido de la producción nacional, requiere:
  - una revolución vía la innovación por una parte y el cambio en los hábitos de consumo de los grupos etareos.
  - La apertura y el desarrollo de una fase exportadora con todo lo que ello implica.

## Conclusiones....

- La industria debe asumir con la mayor responsabilidad y compromiso el rol que le corresponde en el desarrollo de estas dos tareas.