

EXPLORACION DE OBSTACULOS Y PREFERENCIAS AL CONSUMO DE LECHE EN POLVO CAPRINA

De Luca L., Melaragno M., Biagetti D.

INTI - Gerencia de Asistencia Regional - Programa Desarrollo Cadenas de Valor.

ldeluca@inti.gob.ar

INTRODUCCION

Actualmente como leche en polvo caprina se canalizan más de 150 mil litros anuales de leche fluida. Al menos tres son las empresas nacionales elaboradoras. La oportunidad de mercado identificada para este producto consistió y consiste en captar la atención y luego demanda de consumidores y/o decisores de compra, que por diversas razones buscan alternativas nutricionales sustitutas al consumo de la leche bovina.

Por otra parte se estima una disponibilidad potencial nacional de leche caprina residual¹ superior a 10 millones de litros anuales estivales², mayormente ubicada fuera de la Pampa Húmeda, en sistemas productivos propios de la Agricultura Familiar. La puesta en valor de esta supuesta oferta representaría una singular estrategia de desarrollo e inclusión económica de la ruralidad referida. La leche en polvo representa, entre otros, un medio funcional a esta estrategia.

La tasa de crecimiento de la demanda de productos lácteos caprinos y especialmente de leche en polvo, parecería prorrogar excesivamente el establecimiento de un mercado de consumo masivo capaz de canalizar la magnitud relevante de la oferta potencial enunciada.

OBJETIVOS

Explorar obstáculos y preferencias al consumo de lácteos caprinos, con el propósito específico de aportar información para estimular masivamente la demanda de leche caprina con formato de abastecimiento en polvo.

DESCRIPCION

Este trabajo fue diseñado y conducido por el Área de Desarrollo Mercadotécnico del Programa Desarrollo de Cadenas de Valor del INTI³, con las asistencias del Centro INTI Lácteos e INTI Trabajo y Educación a Distancia. Además colaboraron el Instituto Universitario de Ciencias de la Salud Fundación H. Barceló⁴, la Fundación Conin, la Sociedad Argentina de Pediatría, y los

¹ Residual de cría del cabrito lechal por lo general no concebida como objetivo productivo.

² Derivaciones analíticas basadas en el Censo Nacional Agropecuario 2002.

³ Instituto Nacional de Tecnología Industrial. Argentina.

⁴ En el marco de un convenio específico.

siguientes centros educativos: Escuela N° 311 (Santo Tomé, Corrientes); Escuela N° 23 Bernardino Rivadavia (CABA); Escuela N° 403 (Parque Industrial, La Rioja).

Actividades

✓ *Indagaciones a consumidores meta* con 3.548 participantes –adultos e infantes– encuadrados en un perfil socioeconómico ABC1, C2, y C3;

✓ *Consultas a referentes de canales comerciales*;

✓ *Encuestas a profesionales meta de la salud*. Especializados en: Pediatría, Nutrición, y/o Clínica Médica (posicionados como influenciadores de consumo);

✓ *Pruebas de aceptabilidad de leche fluida caprina* -a partir de leche en polvo- llevadas a cabo en Santo Tomé (Corrientes), La Rioja (La Rioja) y en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Se realizaron 1.800 pruebas incluyendo en ellas a adultos e infantes.

RESULTADOS

Indagaciones en consumidores

✓ El 75% de los encuestados vía plataforma web, y el 74% de los encuestados en sus hogares “no conoce los alcances y beneficios de los productos caprinos”;

✓ En términos generales cuando se les consulta si habían probado o consumido productos caprinos, el 73% contesta “sí”;

✓ Aquellos que contestaron “no” se justifican aludiendo (Gráfico 1): “no los consigue fácilmente” el 38%; “desconocía su comercialización” el 30%; “porque son más caros” el 17%; “les desagradan” el 11%; “desconfía de su calidad y origen” el 4%.

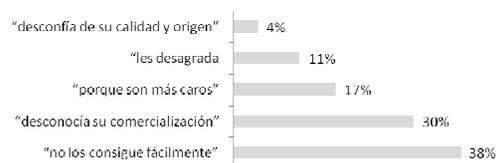


Gráfico 1: Indagación a consumidores meta de razones por las cuales no han consumido productos caprinos.

✓ Del total de encuestados que ha probado productos caprinos, el 91% consumió quesos, 79% dulces, el 49% carne y 45% leche;

✓ Según las indagaciones realizadas, las causas que afectan el consumo masivo de productos caprinos son (Gráfico 2): “falta de difusión” 29%; “difícil acceso al producto” 23%; “motivos culturales” 19%; “lo considera costoso” 14%; “encuentra un sabor diferente al esperado/acostumbrado” 8%; y el 6% “lo considera un producto gourmet”.

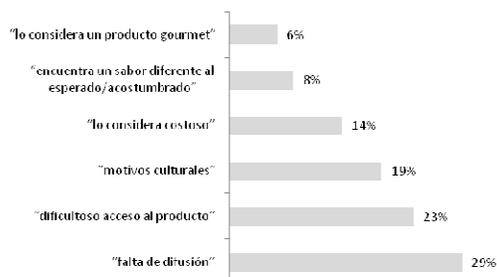


Gráfico 2: Indagación de opinión a consumidores meta de causas que afectan el consumo masivo de productos caprinos.

✓ Cuando se les consultó, ¿si los productos se ofertaran en forma masiva y a precio conveniente, se consumirían?: el 74% afirmó que “sí”, el 21% “no sabe”, y el 5% estima que “no”.

✓ El 53% de los consultados prefieren el producto ubicado “en el hipermercado”, el 40% “en almacenes de barrio”, y el 7% “aludió otras preferencias”;

✓ El 82% de la población encuestada “estaría interesada en conocer y adquirir productos lácteos caprinos”.

Consulta a canales de distribución

Se consultó a referentes de canales distribuidores (a nivel nacional Makro, Carrefour, y Wal Mart; a nivel provincial Cordiez, Quijote, Libertad, La Anónima, Mariano Max, Pingüino, Dinosaurio, y Bio-Salud). El perfil de los referentes correspondió a “gerentes de compra”, “gerentes del sector lácteo”, y “titulares de firmas”. Frente a la consulta: ¿qué productos caprinos compran?, el 40% respondió “leche en polvo”, el 33% “quesos”, el 20% “dulce de leche”, y solamente el 7% “leche fluida” (Gráfico 3).

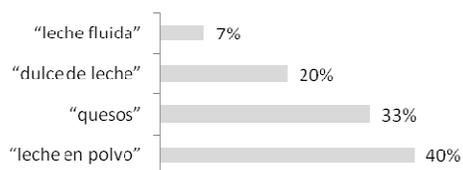


Gráfico 3: Indagación en referentes de canales comerciales sobre lácteos caprinos que incorporan a su oferta.

Encuestas a profesionales de la salud

✓ Con respecto a: disponibilidad de información y conocimiento de los beneficios de los productos caprinos. El 50% está “poco informado”, el 25% “no recibió nunca información”, mientras que un 15% “reconoce los beneficios”;

✓ Cuando se preguntó: ¿reconoce qué productos se ofrecen en el mercado?. El 49% mencionó “quesos”, el 32% “leche”, y el 14% “dulce”;

✓ Ante la indagación de: opiniones respecto de razones principales que obstaculizan la masividad de consumo de los productos lácteos caprinos. El 27% aludió “motivos culturales”, el 24% “falta de difusión”, y 22% “escases de oferta en el mercado” (Gráfico 4);



Gráfico 4: Indagación a profesionales de la salud de causas que obstaculizan el consumo masivo de productos caprinos.

✓ Al consultar: si recomendarían a sus pacientes un producto caprino ofrecido en el mercado con las debidas certificaciones y homologaciones. El 75% “respondió afirmativamente”.

Pruebas de aceptabilidad

✓ Para las Pruebas de Aceptabilidad se encuestaron 105 niños y 650 adultos. Se prepararon muestras de leche a partir de leche en polvo de tres empresas nacionales. Las manifestaciones de aceptación expresadas como “gusto” -en diferentes graduaciones- fueron: 55%, 44%, 67%, para las respectivas leches en polvo probadas.

CONCLUSIONES

Desde los resultados expuestos, debido al alcance de las exploraciones realizadas y a los tamaños de las muestras, es precipitado presentar conclusiones contundentes y generalizadas. No obstante surgen indicios significativos de obstáculos y preferencias originados en tres actores superlativos: consumidores potenciales, canales de distribución, y profesionales de la salud. En este sentido se recomienda profundizar la exploración a partir de hipótesis específicas ampliando los alcances de las investigaciones de mercado.