



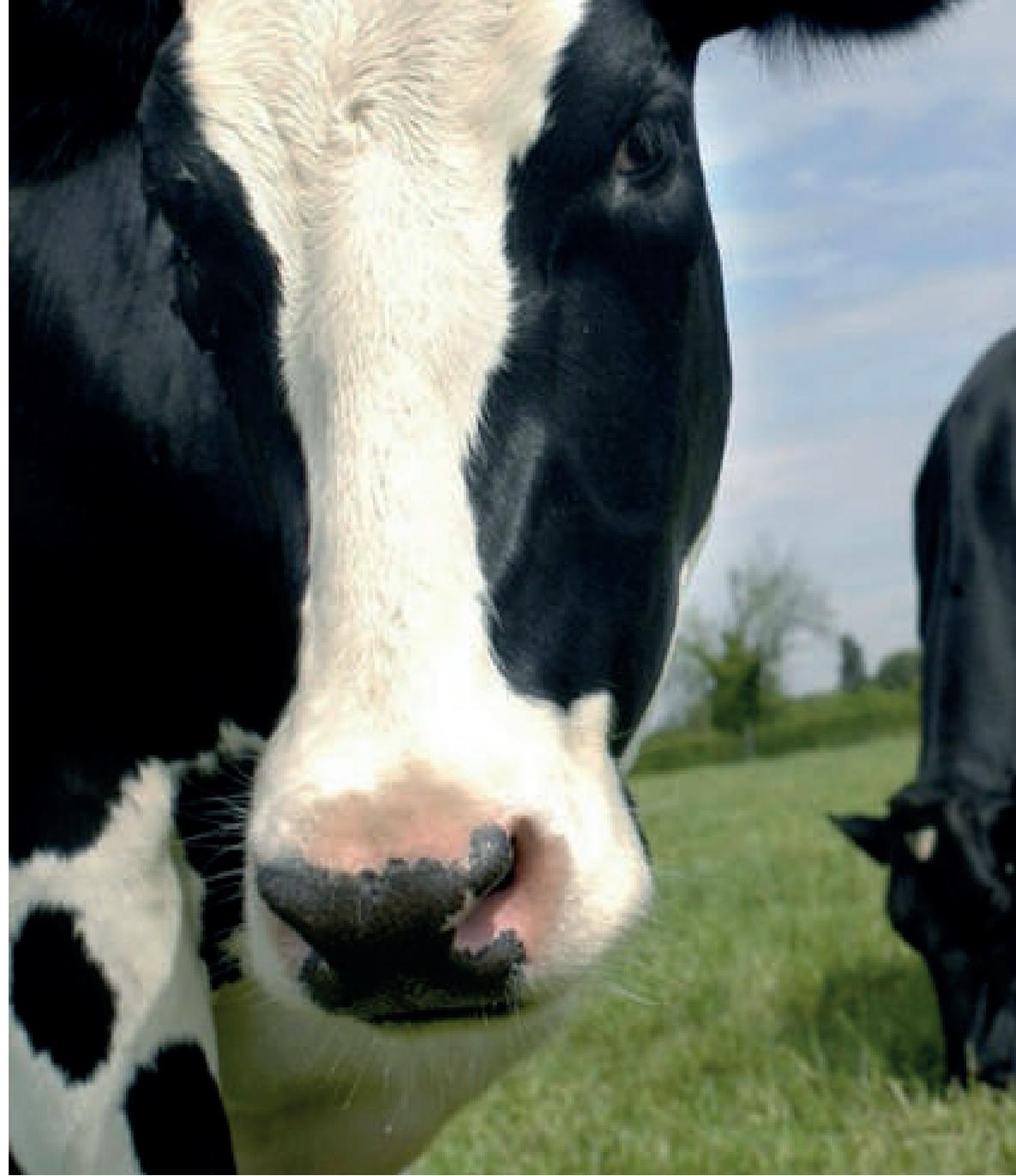
Cómo generar valor agregado a en productos lácteos



Cómo generar valor agregado a sus productos lácteos

Abundan las oportunidades

¿Está interesado en rentabilizar su negocio lácteo? ¿Ha escuchado el término "valor agregado" pero no está seguro de lo que eso significa para su lechería o cuáles son sus opciones? Quizás tenga un concepto para un producto lácteo, pero no esté seguro por dónde empezar. Este e-book lo guiará a través de cuestiones importantes sobre el producto marketing que debe considerar antes de comenzar una empresa láctea de valor agregado. Ya sea que esté iniciando un nuevo negocio lácteo o explorando opciones para su negocio existente, el mundo de los productos de valor agregado ofrece numerosas oportunidades.



¿Qué es el "valor agregado"?

El productor puede obtener un valor incremental como resultado de un aumento en el valor para los compradores o de la expansión de su mercado en general. Un producto de valor agregado es cualquier cosa que pueda diferenciar de la competencia para que los consumidores estén dispuestos a pagar más por el producto debido a esa diferencia.

El valor dentro de la industria láctea lo podemos definir como el incremental que obtiene un producto agrícola basado en los siguientes puntos:

- Un cambio en su estado físico.
- Producción o marketing diferenciado
- Segregación de productos
- El beneficio económico obtenido de la producción de energía renovable basada en granjas o ranchos.



Productos lácteos con valor agregado



Productos lácteos de valor agregado

Por lo general, se vienen a la mente varios elementos cuando se piensa en productos lácteos con valor agregado. Algunos son relativamente fáciles de producir, mientras que otros requieren mayores inversiones en equipo, conocimiento / capacitación y tiempo de producción. A continuación, se le presentamos productos lácteos de valor agregado junto con una breve explicación sobre cada uno.



Queso

Es probablemente el producto lácteo de valor agregado más popular y conocido. Se producen cientos de variedades de queso, que van desde quesos blandos (mozzarella, ricotta, etc.) hasta quesos duros (cheddar, colby, suizo, etc.). Considere tomar un curso de elaboración de queso antes de decidirse por este tipo de empresa



Yogur

Se está volviendo más popular a medida que las personas se dan cuenta de los beneficios para la salud de los probióticos en el yogur que ayudan a la digestión, *Lactobacillus bulgaricus* y *Streptococcus thermophilus*. Los yogures aromatizados y bebibles se encuentran entre los productos de yogur líderes.



Mantequilla

Es un producto lácteo bastante tradicional, y la mantequilla orgánica presenta un nuevo giro en este producto. La producción de mantequilla exige una gran cantidad de grasa láctea, por lo que generalmente las vacas lecheras son el animal preferido. Y solo puede comercializar bajo un concepto de complemento, las mantequillas se usan especialmente en la cocina para acompañar una carne a la parrilla, pescado, salsa, cremas, bases de canapés, crutones, etc.

Opciones en Mantequilla

La mantequilla se ha convertido en una gran oportunidad para generar valor agregado a un mercado que no ha sido correctamente explotado en el Ecuador.

A continuación, te presentamos algunas su clasificación y algunas de sus variedades:

Se clasifican en 3 grupos

- Mantequillas crudas con ingredientes crudos
- Mantequillas crudas con ingredientes cocidos
- Mantequillas rojas o de crustáceos



Productos lácteos de valor agregado

Mantequillas crudas con ingredientes crudos



Mantequilla de Pimientos



Mantequilla de Ajo



Mantequilla Eneldo



Mantequilla a las Finas Hiervas



Mantequilla de Mostaza

Mantequillas crudas con ingredientes cocidos



Mantequilla bersiy



Mantequilla hotelera



Mantequilla café de Paris



Mantequilla polonesa

Mantequillas rodas o de crustáceos



Mantequilla de langosta

Marketing como aliado

Puntos clave para la comercialización





Apoyarse en las preguntas claves de mercadeo

El componente de marketing es fundamental, sobre todo con los productos de valor añadido. Deberá investigar la industria, los competidores y el mercado y enfocar la información por los medios adecuados que le permitan conectar con sus clientes potenciales.

Para contar con un panorama más claro en la parte de mercadeo del producto y su comercialización, debemos partir encontrando la solución a las siguientes preguntas:

1) ¿Qué clientes estarían interesados?

Saber quién estará interesado en su (s) producto (s) requiere comprender la ubicación, los valores, las necesidades y la situación económica de las personas. Es decir, estar claros de su geografía, demografía, psicográfica y comportamientos.

2) ¿Cómo y dónde se comercializará el producto?

Parte de su mercadeo requerirá que decida los canales a través de los cuales comercializará su producto. Los canales de marketing comunes incluyen los siguientes:

- Marketing directo: mercados agrícolas, tiendas en línea y entrega a domicilio, entre otros.
- Pequeños comerciantes: que se encuentran en la mayoría de las ciudades y pueblos, brindan una oportunidad para que los productores agrícolas vendan sus productos directamente al público.
- Comercialización mayorista: si es capaz de producir grandes cantidades de su artículo de valor agregado, una opción es la comercialización mayorista en supermercados, tiendas especializadas o restaurantes.

Sin un mercado a través del cual vender su producto y personas que compren el producto, su empresa no sobrevivirá por mucho tiempo. Además de las ventas, muchas otras áreas afectan la rentabilidad empresarial; por lo tanto, es fundamental analizar adecuadamente el potencial utilizando las herramientas financieras adecuadas.



Hallazgos clave de un estudio de quesos especiales



¿Qué nos dice el mercado?

Los productos lácteos especiales o de valor agregado, en su conjunto, están disfrutando de un fuerte crecimiento.

En un estudio para examinar el potencial de mercado del queso con valor agregado, surgieron una serie de hallazgos importantes que parecen aplicables a los diferentes tipos de productos lácteos con valor agregado.

En general, el estudio encuentra que los esfuerzos de marketing se ven facilitados por niveles inusualmente altos de interés del consumidor, lo que redundará en beneficio del productor. Esencialmente, los consumidores tienen hambre de este tipo de productos y los buscan activamente. Aun así, la atención a los fundamentos del marketing sigue siendo una necesidad. A continuación, se describen cinco puntos clave identificados en el informe de quesos especiales. .



Aquí se interpretan en un contexto más amplio de productos lácteos con valor agregado para ayudarlo a pensar en cómo planea comercializar su producto.

1.- Los grupos encuestados indicaron que buscan continuamente nuevos productos especializados de valor agregado y que recibirían con agrado ofertas adicionales producidas nacionalmente. En general, el interés específico en los productos creados localmente es una gran oportunidad para los productores-procesadores.

2. Los precios de los productos varían según el mercado y la salida del mercado. Su estrategia de precios debe tener en cuenta todos los gastos de producción, distribución y marketing incurridos para entregar un producto al mercado.

3. Querrá considerar los desafíos asociados con la estacionalidad de los patrones de producción y consumo. Por ejemplo, en el mercado de quesos de valor agregado, hay un pico distintivo en las ventas al consumidor a finales de año en época de vacaciones. Esto contrasta directamente con la producción máxima de leche en los meses de primavera. Si no planea dedicar toda su leche a la producción de valor agregado, deberá determinar qué hacer con la leche sin procesar. En última instancia, su capacidad para coordinar el suministro de leche con el suministro de productos procesados es el primer paso para coordinar posteriormente la cantidad que puede suministrar a cada punto de venta del mercado.





4. Es difícil compensar adecuadamente la mala calidad del producto con otros esfuerzos de producción y comercialización. Un producto de alta calidad es su mejor activo y, cuando el precio y la promoción son adecuados, pueden compensar otros desafíos de marketing.

5. Los productos con valor agregado generalmente están siendo bien recibidos por los consumidores. Pero esto no quiere decir que todos los consumidores estén bien informados sobre estos productos. Todos los esfuerzos para ayudar a compartir información sobre su proceso de producción y características destacadas del producto con los clientes son bienvenidos. En el caso de los quesos con valor agregado, cuente la "historia del queso". Este mismo concepto de historia se aplica también a todos los demás productos lácteos con valor agregado. Estas historias, o información de antecedentes, ayudan al cliente a sentirse más conectado con usted, el procesador y su proceso de producción.

En conclusión:

La producción de lácteos con valor agregado se trata de encontrar formas de aumentar la rentabilidad de su negocio de lácteos. La forma de lograrlo variará según sus intereses, habilidades, recursos y el mercado al que pueda acceder.

Para tener éxito, se requiere un espíritu emprendedor. Se enfrentará a muchas decisiones difíciles que afectarán las operaciones actuales y futuras y todos los aspectos del negocio, desde el procesamiento hasta los recursos humanos, la gestión financiera, etc.

El pensamiento que pone en las decisiones que toma y la investigación, preparación y análisis que hace son parte integral de la puesta en marcha y la gestión de una empresa láctea de valor agregado.

El marketing es un componente integral de todas las empresas de valor agregado. No solo necesita investigar y evaluar sus opciones de mercado antes de comenzar la producción, también debe comercializar eficazmente su producto a la población de su mercado objetivo para generar y mantener las ventas.

Se debe tomar muy en cuenta la investigación del mercado potencial, la distribución y los precios.



Cómo generar valor agregado a en productos lácteos