



## **ESTUDIO DE MERCADO PARA LA LECHE FRESCA EN LA CIUDAD DE TALCA**

**JORGE A. GODOY MARIN  
ORLANDO A. ZULETA MUNIZAGA**

**INGENIERO COMERCIAL MENCIÓN ADMINISTRACIÓN**

### **RESUMEN**

Esta investigación esta dirigida principalmente a instituciones, pequeños/medianos productores de leche y en general, a todos aquellos agentes relacionados con el sector lechero, esto, debido a que el trabajo realizado analiza el comportamiento del consumidor ante el consumo de leche fresca.

El objetivo general del estudio radica en determinar si existe un nicho de mercado en el ciudad de Talca, para un producto de origen regional con certificación de calidad como la leche fresca. Para lograr este objetivo fue necesario realizar diversas acciones, desde la búsqueda de bibliografía referente al tema, hasta la aplicación de un cuestionario estructurado a una muestra total de 381 personas, segmentadas por estratos socioeconómicos.

Finalmente, se puede inferir de los resultados obtenidos que en general, las decisiones de compra varían según el estrato al que pertenezca cada consumidor.

Las características de nicho de mercado, variaran de acuerdo al estrato al que pertenece el consumidor.

Es así, como en el estrato alto la distribución del producto, deberá realizarse por intermedio del supermercado, sin embargo, es para los estratos medio y bajo, dicha intermediación puede realizarse a través de los distribuidores informales.

En cuanto a la percepción que tienen los consumidores acerca de un producto de origen artesanal, esta no variara significativamente de un estrato a otro, sin embargo, la evaluación con respecto a un producto con cobertura nacional es definitivamente menor.

El nicho que se considera como atrayente para realizar un proceso de penetración, con un producto como la leche fresca seria el constituido por el estrato medio.