



Leche FRISIA de Liconsa

Diagnóstico de Satisfacción de Consumo

2017



CONTENIDO

- ☐ **Introducción**
- ☐ **Objetivo general**
- ☐ **Metodología**
- ☐ **Desarrollo y gráficas del sondeo**
- ☐ **Principales hallazgos / FODA**
- ☐ **Diagnóstico**
- ☐ **Sugerencias**



Este documento tiene como finalidad presentar un Diagnóstico acerca de las condiciones y circunstancias en que se compra y se consume la leche FRISIA y la imagen que tiene frente a las marcas comerciales.

De acuerdo con el sondeo realizado para realizar este Diagnóstico entre los consumidores de FRISIA, de una muestra prototipo del mercado leal a la marca 22% la consumen constantemente, 22% consumen la competencia y 56% consume las otras Leches Liconsa. En cuanto a la muestra del sondeo entre los consumidores potenciales, 84% prefiere la competencia, 15% las Leches de Liconsa y solamente 1% consume FRISIA. Las causas del bajo porcentaje de consumo son de interés de la empresa y motivo de este servicio.

La información del Diagnóstico permitirá a LICONSA medir el alcance que podría lograr con este producto de bajo costo, pero de igual calidad nutricional que las mejores, y conocer los puntos de vista de los consumidores potenciales para atenderlos y ampliar su demanda.



Si bien, para ampliar el mercado se pueden encontrar grandes retos a vencer ante la competencia, como la mayor publicidad, la amplitud de horarios de venta, lo numeroso de sus puntos de comercialización y otros más, también se cuenta con fortalezas que hacen única la marca FRISIA y que representan una oportunidad de colocarse mejor en el mercado de menores recursos, sobre esto se hacen una serie de sugerencias.



Realizar un Diagnóstico, mediante un sondeo comparativo, para conocer los hábitos de consumo de leche de la población objetivo del mismo, la percepción que se tiene de FRISIA en los diversos niveles socioeconómicos y poder encontrar recursos para llegar a penetrar en los mercados potenciales con base en sus propias respuestas y expectativas. También, tener información confiable sobre las razones que llevan a consumir o no este producto y hacer sugerencias para que se puedan generar estrategias de venta que permitan ampliar su mercado.

Así, se contribuirá a que Liconsa pueda incrementar sus índices de venta de Leche FRISIA y, sobre todo, beneficiar a los consumidores que no cuentan con el apoyo del Programa de Abasto Social al ofrecerles un buen producto a un precio accesible.



Con base en información proporcionada por Liconsa, se determinó hacer un Diagnóstico sobre el posicionamiento que tiene la marca FRISIA ante sus consumidores y el mercado potencial para poder realizar las acciones y estrategias que permitan elevar los índices de venta y consumo.

Para tener información más confiable y objetiva, se convino realizar 4000 sondeos aleatorios en puntos de venta donde las y los consumidores adquieren la leche y otros alimentos, así se podría tener mayor certeza de encontrar a personas que adquieren o no este producto, es decir, pueden ser consumidores tanto leche FRISIA, como de otras marcas.

Estos sondeos se ubicaron en 13 ciudades del país.

Las preguntas del sondeo versaron sobre:

- Conocimiento de marcas que están en el mercado
 - Factores de elección de las marcas, como precio, sabor, calidad, disponibilidad
 - Frecuencia de compra
 - Expectativas y condicionantes para cambiar de marca
 - Conocimiento de las características, oferta comercial y usos de la Leche FRISIA
-
-



Para tener un resultado más certero y graficable, se realizó una batería de preguntas cerradas. Éstas se dividieron por apartados temáticos.

El universo de entrevistados comprendió los niveles socioeconómicos: AB, C+, C, C-, D+, D y E

Asimismo, se entrevistó a consumidores de Leche FRISIA para tener un parámetro comparativo entre los que conocen la marca de Liconsa y los que no la conocen.



Desarrollo y gráficas del Sondeo



Método	❖ Sondeo	Levantamiento	Cinco días
Universo	❖ Consumidores actuales y potenciales de Leche FRISIA.		
Muestra	<ul style="list-style-type: none">❖ Se llevó a cabo un sondeo considerando 4000 personas.❖ Las personas a las que se les aplicó el se seleccionaron de la siguiente manera:<ul style="list-style-type: none">❖ Muestreo aleatorio simple sobre los sitios donde se vende leche FRISIA.		
Error estadístico:	❖ Con un 95% de confianza, el error estadístico esperado es de +/- 4.9%.		

Los 4000 sondeos se realizaron en los siguientes lugares:



Ciudades origen de la muestra	Número de sondeos
1. Aguascalientes	307
2. Colima	307
3. Pachuca	307
4. Ciudad de México	310
5. Morelia	307
6. Puebla	310
7. Guadalajara	307
8. Tepic	307
9. Guanajuato	307
10. Toluca	310
11. Veracruz	307
12. Zacatecas	307
13. Tlaxcala	307

¿Me podría decir todas las marcas de leche que conoce?



	CONSUMIDORES
Lala	71%
Liconsa	63%
Frisia	62%
Alpura	52%
Nutileche	16%
Nido	10%
Sello Rojo	8%
Liconsa plus o UHT	5%
San Marcos	4%
Clavel	4%
Santa Clara	3%
Fortileche	2%
Tamariz	2%
Otra	14%

	CONSUMIDORES POTENCIALES
Lala	81%
Alpura	50%
Liconsa	33%
Nutileche	22%
Nido	13%
Sello Rojo	12%
Frisia	8%
Santa Clara	8%
Liconsa plus o UHT	2%
Fortileche	4%
Gota Blanca	3%
Monarca	2%
Al Día	2%
Otra	18%

¿Alguna marca de leche más que recuerde?



	CONSUMIDORES
Frisia	22%
Liconsa	21%
Alpura	18%
Nutileche	18%
Lala	16%
Nido	14%
Fortileche	9%
Santa Clara	2%
Nan	3%
Liconsa plus o UHT	1%
Otra	2%

	CONSUMIDORES POTENCIALES
Alpura	28%
Nutileche	25%
Liconsa	17%
Nido	13%
Fortileche	12%
Lala	12%
Frisia	6%
Santa Clara	6%
Nan	6%
Liconsa plus o UHT	2%
Otra	3%

De las siguientes marcas de leche que le voy a mencionar, ¿me podría decir cuáles conoce?



	CONSUMIDORES
Nan	55%
Nido	48%
Fortileche	46%
Nutrilache	33%
Santa Clara	26%
Alpura	22%
Liconsa plus o UHT	18%
Frisia	14%
Lala	13%
Liconsa	11%

	CONSUMIDORES POTENCIALES
Nido	53%
Nan	52%
Fortileche	51%
Liconsa	36%
Nutrilache	29%
Santa Clara	23%
Frisia	21%
Alpura	17%
Liconsa plus o UHT	14%
Lala	5%



	CONSUMIDORES
Lala	100%
Frisia	98%
Liconsa	95%
Alpura	92%
Nido	72%
Nutileche	67%
Fortileche	57%
Nan	55%
Santa Clara	31%
Liconsa plus o UHT	24%
Sello Rojo	8%
Otra	5%
San Marcos	4%
Otra	16%

	CONSUMIDORES POTENCIALES
Lala	98%
Alpura	95%
Liconsa	86%
Nido	79%
Nutileche	76%
Fortileche	67%
Santa Clara	37%
Frisia	35%
Liconsa plus o UHT	18%
Sello Rojo	12%
Gota Blanca	3%
Monarca	2%
Al Día	2%
Otra	7%

¿Ha oído hablar o no de...?

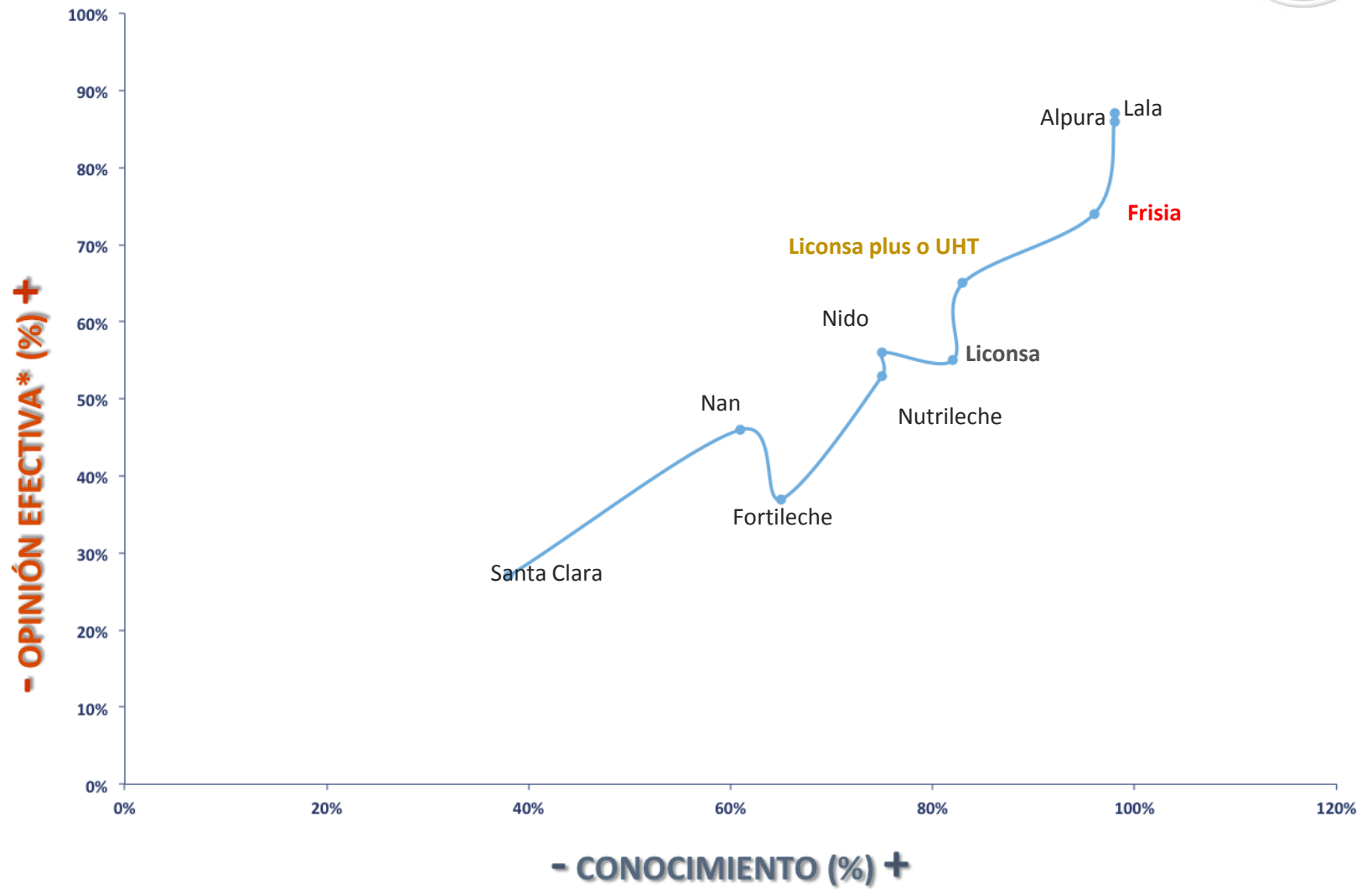
	CONSUMIDORES
Lala	100%
Frisia	98%
Liconsa	95%
Alpura	92%
Nido	72%
Nutrileche	67%
Fortileche	57%
Nan	55%
Santa Clara	31%
Liconsa plus o UHT	24%

¿Me podría decir qué opinión tiene de las siguientes leches?

	Muy Buena	Buena	Opinión POSITIVA	Mala	Muy mala	Opinión NEGATIVA	Opinión EFECTIVA*
Lala	14%	73%	87%	2%	0%	2%	85%
Frisia	23%	67%	90%	1%	0%	1%	89%
Liconsa	23%	66%	89%	1%	0%	1%	88%
Alpura	19%	62%	81%	2%	0%	2%	79%
Nido	16%	55%	71%	1%	0%	1%	70%
Nutileche	4%	60%	64%	2%	0%	2%	62%
Fortileche	3%	42%	45%	2%	0%	2%	43%
Nan	7%	48%	55%	2%	0%	2%	53%
Santa Clara	8%	24%	32%	2%	0%	2%	30%
Liconsa plus o UHT	3%	20%	23%	0%	0%	0%	23%

Suma 100% agregando "no sabe" y "no contesta".

*La opinión EFECTIVA resulta de restarle a la opinión POSITIVA (+) la opinión NEGATIVA (-).



¿Ha oído hablar o no de...?

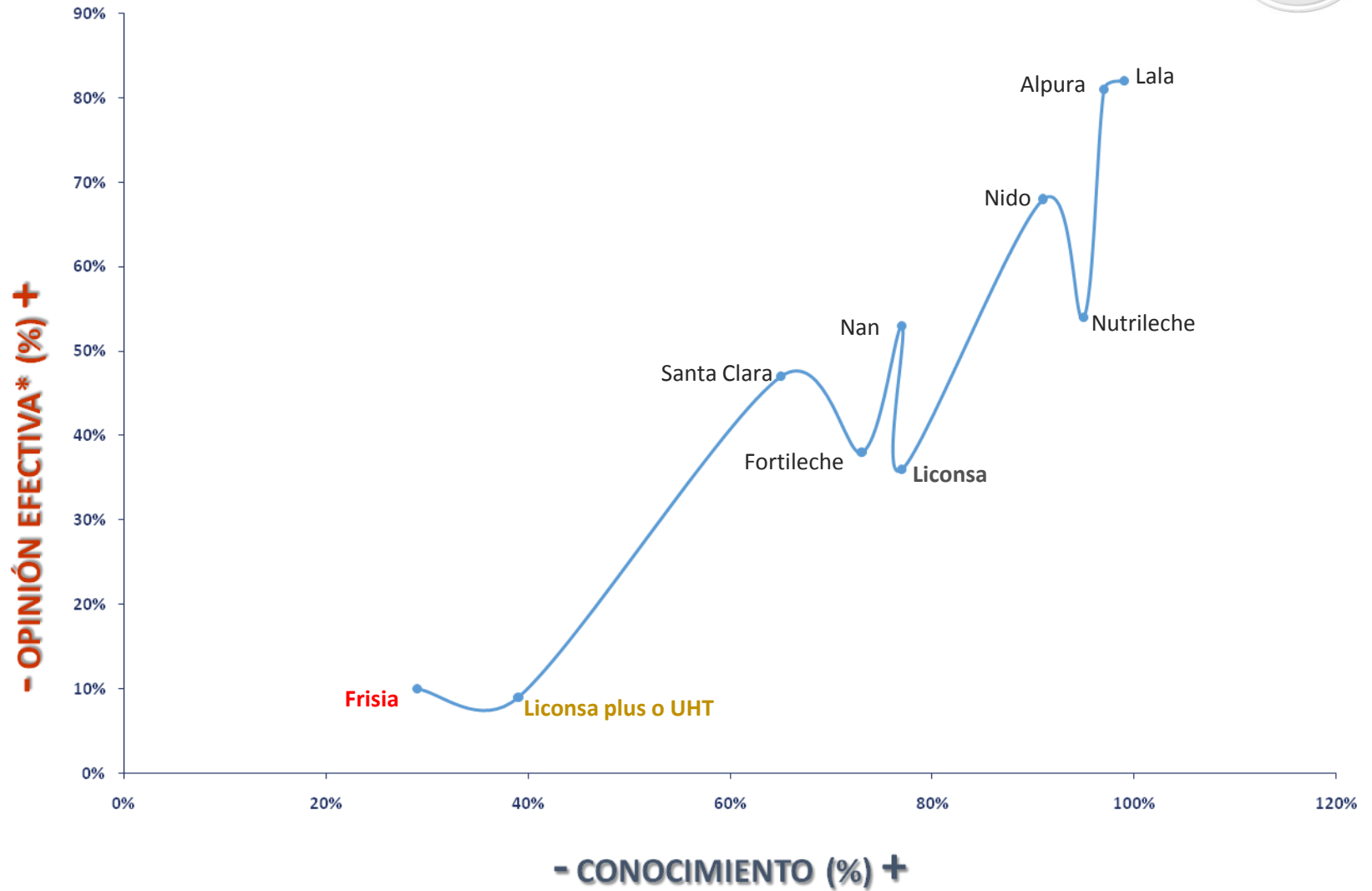
	CONSUMIDORES POTENCIALES
Lala	98%
Alpura	95%
Liconsa	86%
Nido	79%
Nutrileche	76%
Fortileche	67%
Santa Clara	37%
Frisia	35%
Liconsa plus o UHT	18%
Nan	1%

¿Me podría decir qué opinión tiene de las leches siguientes?

	Muy Buena	Buena	Opinión POSITIVA	Mala	Muy mala	Opinión NEGATIVA	Opinión EFECTIVA*
Lala	18%	73%	91%	1%	0%	1%	90%
Alpura	18%	69%	87%	0%	0%	0%	87%
Liconsa	10%	56%	66%	2%	0%	2%	64%
Nido	12%	61%	73%	1%	0%	1%	72%
Nutileche	6%	60%	66%	4%	0%	4%	62%
Fortileche	3%	51%	54%	6%	0%	6%	48%
Santa Clara	5%	26%	31%	0%	0%	0%	31%
Frisia	2%	15%	17%	0%	0%	0%	17%
Liconsa plus o UHT	1%	9%	10%	0%	0%	0%	10%
Nan	6%	48%	54%	0%	0%	0%	54%

Suma 100% agregando "no sabe" y "no contesta".

*La opinión EFECTIVA resulta de restarle a la opinión POSITIVA (+) la opinión NEGATIVA (-).



¿Qué marcas de leche ha comprado?



	CONSUMIDORES
Frisia	91%
Liconsa	82%
Lala	62%
Alpura	48%
Nutroleche	35%
Fortileche	25%
Nido	18%
Nan	12%
Santa Clara	12%
Liconsa plus o UHT	5%
Otra	12%

	CONSUMIDORES POTENCIALES
Lala	72%
Alpura	58%
Nutroleche	46%
Liconsa	36%
Nido	25%
Fortileche	23%
Nan	15%
Frisia	9%
Santa Clara	8%
Sello Rojo	8%
Otra	21%

¿Cuál es su marca de leche favorita?



	CONSUMIDORES
Liconsa	40%
Frisia	20%
Lala	12%
Alpura	10%
Nutileche	4%
Santa Clara	3%
Nido	1%
Fortileche	1%
Otra	8%

	CONSUMIDORES POTENCIALES
Alpura	26%
Lala	24%
Nutileche	13%
Liconsa	9%
Sello Rojo	5%
Santa Clara	2%
Fortileche	2%
19 Hermanos	2%
Otra	16%



	CONSUMIDORES
AB	0%
C+	2%
C	14%
C-	14%
D+	32%
D	33%
E	5%

	CONSUMIDORES POTENCIALES
AB	2%
C+	6%
C	12%
C-	20%
D+	32%
D	26%
E	2%

¿Cuál es la marca de leche que más se consume en su hogar?



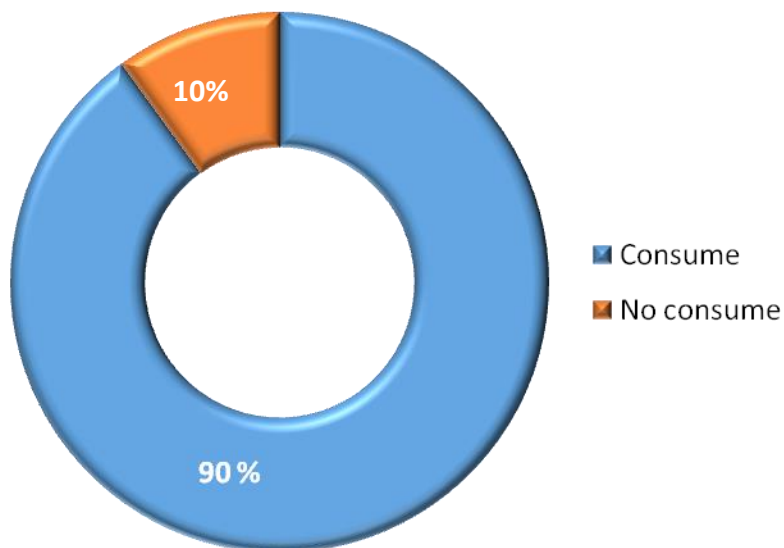
	CONSUMIDORES
Liconsa	56%
Frisia	22%
Lala	7%
Alpura	4%
Nutrileche	4%
Santa Clara	1%
Otra	4%

	CONSUMIDORES POTENCIALES
Lala	22%
Alpura	19%
Nutrileche	16%
Liconsa	15%
Sello Rojo	6%
Fortileche	2%
19 Hermanos	2%
Al Día	2%
Otra	16%

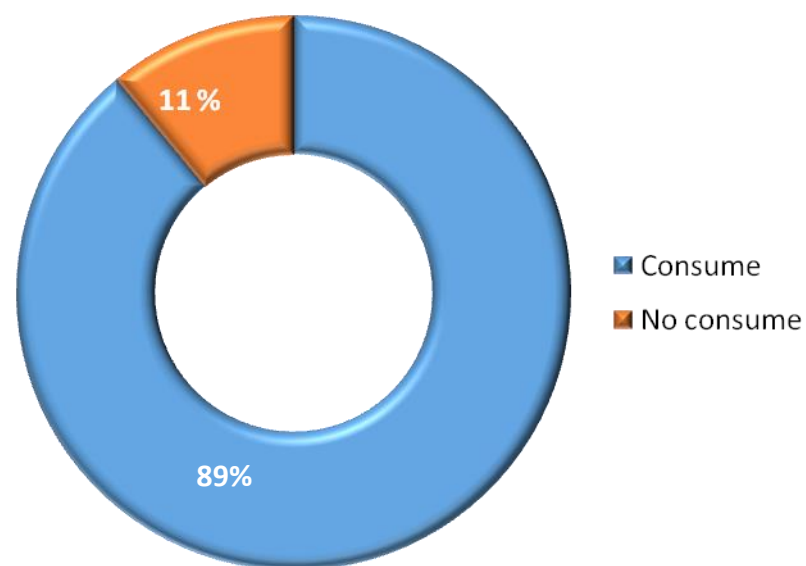
Del total de personas que viven en su hogar, ¿cuántas consumen leche?



CONSUMIDORES



CONSUMIDORES POTENCIALES



¿Me podría decir las edades de las personas que consumen leche en su hogar?		¿La persona que tiene (...) años de edad es hombre o mujer?		La persona que tiene (...) años de edad, ¿qué marca de leche consume principalmente?											La persona que tiene (...) años de edad, ¿qué tipo de leche consume principalmente?					
		Hombre	Mujer	Lala	Alpura	Liconsa	Frisia	Liconsa plus o UHT	Nido	Santa Clara	Nutrileche	Nan	Fortileche	Otra	Entera	Deslactosada	Semidescremada	Light	Otra	No sabe
1 año ó menos	2%	43%	57%	6%	3%	75%	6%	0%	1%	0%	7%	1%	0%	1%	92%	2%	1%	1%	0%	4%
Entre 2 y 12 años	24%	45%	55%	9%	3%	53%	28%	0%	0%	0%	2%	1%	0%	4%	93%	1%	3%	1%	0%	2%
Entre 13 y 17 años	11%	47%	53%	14%	4%	48%	29%	1%	1%	0%	2%	0%	0%	1%	94%	1%	4%	0%	0%	1%
Entre 18 y 25 años	14%	43%	57%	6%	4%	53%	23%	1%	1%	2%	3%	2%	0%	5%	97%	2%	1%	0%	0%	0%
Entre 26 y 35 años	12%	46%	54%	9%	5%	45%	29%	2%	0%	0%	3%	1%	1%	5%	93%	2%	2%	0%	0%	3%
Entre 36 y 45 años	15%	46%	54%	10%	3%	56%	22%	1%	0%	1%	4%	1%	0%	2%	96%	1%	1%	1%	0%	1%
Entre 46 y 55 años	9%	45%	55%	7%	2%	53%	29%	1%	0%	2%	1%	1%	0%	4%	97%	2%	1%	0%	0%	0%
Entre 56 y 65 años	8%	47%	53%	2%	4%	61%	22%	0%	0%	1%	5%	0%	0%	5%	93%	3%	2%	0%	0%	2%
66 años ó más	5%	47%	53%	4%	4%	59%	17%	3%	0%	0%	5%	0%	2%	6%	89%	6%	2%	0%	0%	3%

¿Me podría decir las edades de las personas que consumen leche en su hogar?		¿La persona que tiene (...) años de edad es hombre o mujer?		La persona que tiene (...) años de edad, ¿qué marca de leche consume principalmente?											La persona que tiene (...) años de edad, ¿qué tipo de leche consume principalmente?					
		Hombre	Mujer	Lala	Alpura	Liconsa	Frisia	Liconsa plus o UHT	Nido	Santa Clara	Nutrilche	Nan	Fortileche	Otra	Entera	Deslactosada	Semidescremada	Light	Otra	No sabe
1 año ó menos	1%	34%	66%	28%	9%	6%	0%	0%	9%	0%	8%	3%	0%	37%	97%	2%	0%	0%	1%	0%
Entre 2 y 12 años	30%	48%	52%	16%	15%	16%	2%	0%	2%	1%	19%	0%	2%	27%	92%	5%	1%	1%	1%	0%
Entre 13 y 17 años	8%	45%	55%	17%	16%	17%	3%	0%	1%	1%	12%	0%	2%	31%	95%	3%	0%	0%	1%	1%
Entre 18 y 25 años	16%	47%	53%	24%	13%	11%	2%	0%	4%	1%	17%	1%	0%	27%	92%	4%	1%	3%	0%	0%
Entre 26 y 35 años	12%	46%	54%	18%	16%	17%	3%	0%	2%	1%	14%	0%	2%	27%	92%	3%	2%	2%	0%	1%
Entre 36 y 45 años	12%	49%	51%	24%	14%	18%	0%	0%	1%	1%	8%	0%	7%	27%	96%	3%	0%	1%	0%	0%
Entre 46 y 55 años	10%	47%	53%	20%	15%	17%	5%	0%	0%	1%	23%	0%	0%	19%	81%	10%	4%	4%	0%	1%
Entre 56 y 65 años	7%	50%	50%	30%	16%	18%	4%	0%	3%	0%	9%	0%	1%	19%	89%	4%	2%	5%	0%	0%
66 años ó más	4%	46%	54%	13%	27%	34%	3%	0%	0%	3%	12%	1%	0%	7%	80%	12%	8%	0%	0%	0%

¿En qué horario suelen consumir la leche: en la mañana, al medio día, en la tarde o en la noche?



CONSUMIDORES

CONSUMIDORES POTENCIALES

	No mencionó	Sí mencionó
En la mañana	5%	95%
Al medio día	89%	11%
En la tarde	81%	19%
En la noche	23%	77%

	No mencionó	Sí mencionó
En la mañana	7%	93%
Al medio día	94%	6%
En la tarde	88%	12%
En la noche	20%	80%

¿Cómo le gusta tomar la leche: fría, tibia o caliente?



	CONSUMIDORES
Fría	61%
Tibia	20%
Caliente	18%
Otra	1%

	CONSUMIDORES POTENCIALES
Fría	35%
Tibia	3%
Caliente	61%
Otra	1%

¿Cuál es el tamaño en el que normalmente compra la leche?



	CONSUMIDORES
2 litros	58%
1 litro y medio	6%
1 litro	34%
Un cuarto de litro	0%
Otra	1%
No sabe	1%

	CONSUMIDORES POTENCIALES
2 litros	35%
1 litro y medio	3%
1 litro	61%
Un cuarto de litro	0%
Otra	1%
No sabe	1%



	CONSUMIDORES
Individual	86%
Por paquete	10%
Ambos	4%

	CONSUMIDORES POTENCIALES
Individual	89%
Por paquete	8%
Ambos	3%

¿Normalmente consumen la leche Frisia sólo como leche o la usan para preparar otro tipo de alimentos?

	FRISIA
Sólo como leche	64%
Para preparar otros alimentos	21%
Ambas	14%
No sabe	1%

¿Qué otro tipo de alimentos preparan con leche Frisia?

Sólo aquellos que dijeron “preparar otros alimentos o ambas opciones”

	No mencionó	Sí mencionó
Arroz con leche	15%	86%
Flan	66%	34%
Gelatinas	71%	29%
Cremas	73%	27%
Hotcakes	80%	20%
Pasteles, panes o galletas	91%	9%
Otro	86%	14%

¿Qué otro tipo de alimentos preparan con leche?

Sólo aquellos que dijeron “preparar otros alimentos o ambas opciones”

¿Normalmente consumen la leche sólo como leche o la usan para preparar otro tipo de alimentos?

	%
Sólo como leche	59%
Para preparar otros alimentos	21%
Ambas	19%
No sabe	1%

	No mencionó	Sí mencionó
Arroz con leche	18%	82%
Gelatinas	54%	46%
Flan	59%	41%
Hotcakes	68%	32%
Cremas	71%	29%
Pasteles, panes o galletas	83%	17%
Otro	88%	12%

¿Cómo suelen tomar la leche Frisia en su hogar?

CONSUMIDORES

	No mencionó	Sí mencionó
Sola	28%	72%
Con chocolate	47%	53%
Con café	42%	58%
En licuado	59%	41%
Con cereal o avena	71%	29%
En atole	73%	27%
Yogúr con búlgaros	96%	4%
Agua de horchata	98%	2%
Otro	99%	1%

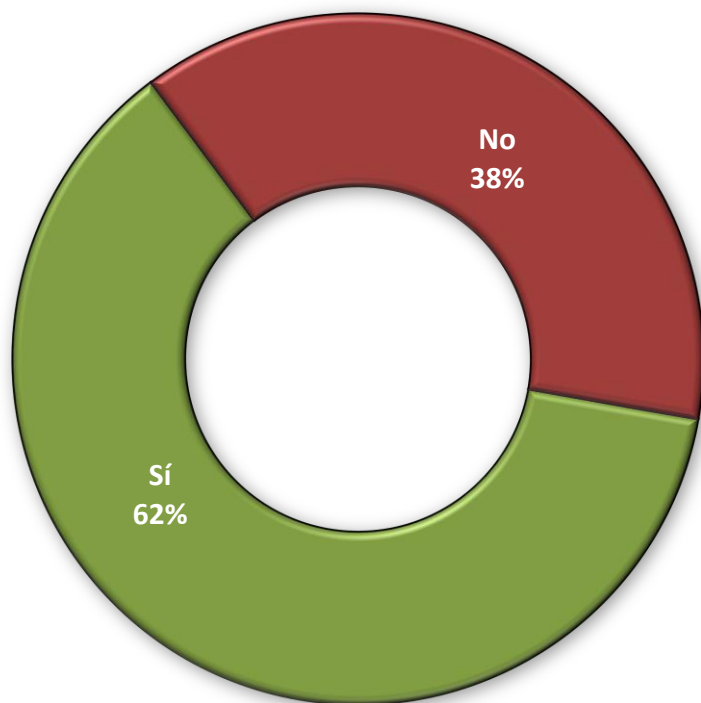
¿Cómo suelen tomar la leche en su hogar?

CONSUMIDORES POTENCIALES

	No mencionó	Sí mencionó
Sola	24%	76%
Con chocolate	48%	52%
Con café	42%	58%
En licuado	54%	46%
Con cereal o avena	65%	35%
En atole	67%	33%
Yogúr con búlgaros	95%	5%
Agua de horchata	96%	4%
Otro	99%	1%

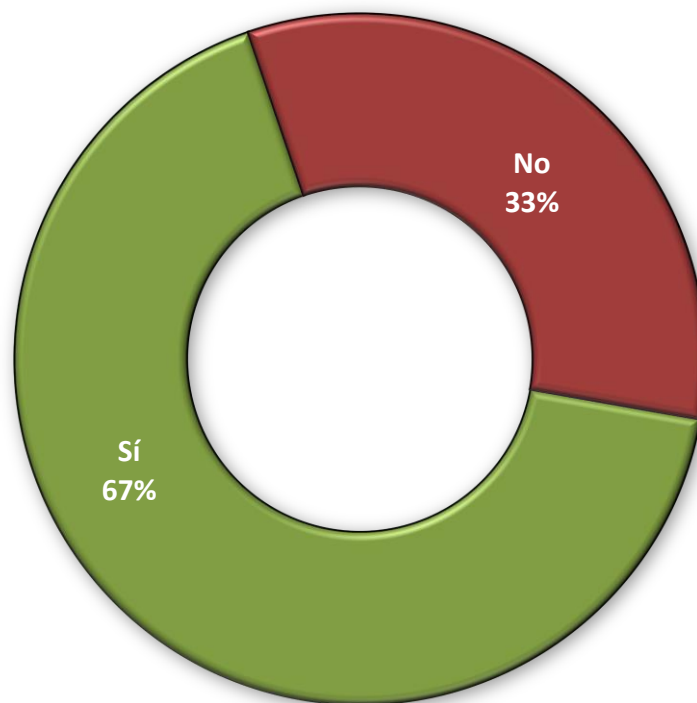
¿En su casa hierven la leche Frisia?

CONSUMIDORES



¿En su casa hierven la leche?

CONSUMIDORES POTENCIALES



¿Por qué hierven la leche Frisia?

	CONSUMIDORES
Dura más días	34%
Sabe mejor	15%
Para preparar bebidas calientes	15%
Eliminar bacterias	12%
Costumbre	8%
Le gusta caliente	6%
Saca Nata	4%
Mejora la consistencia	3%
Otro	3%

¿Por qué hierven la leche?

	CONSUMIDORES POTENCIALES
Dura más días	24%
Eliminar bacterias	17%
Sabe mejor	16%
Para preparar bebidas calientes	13%
Costumbre	12%
Me gusta caliente	6%
Para los niños	5%
Sacar Nata	3%
Otro	4%

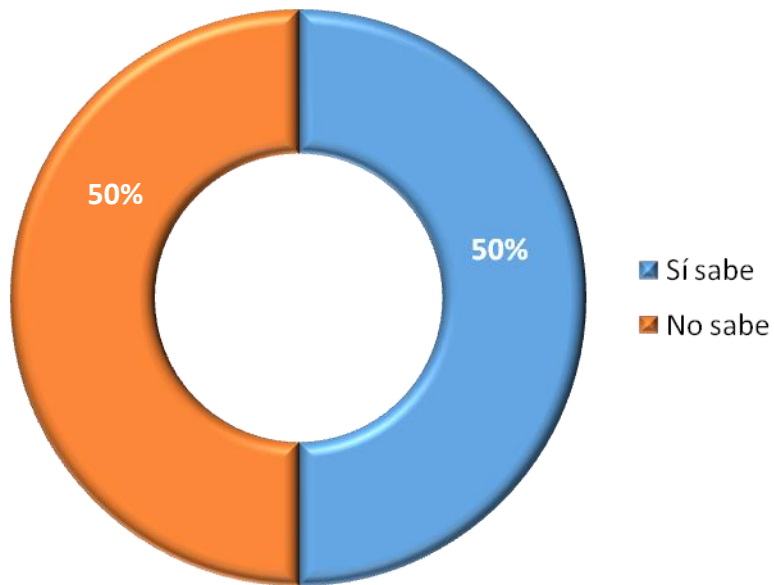
¿Por qué NO hierven la leche Frisia?

	CONSUMIDORES
Cambia el sabor	38%
No es necesario	34%
Es leche fresca	6%
Me gusta fría	4%
Ya está pasteurizada	4%
Por costumbre	3%
Preparo un licuado con ella	2%
La consumo al momento	2%
No se debe hervir	1%
Ahorrar gas	1%
No sabía que se hervía	1%
Cambia el color	1%
No sabe	3%

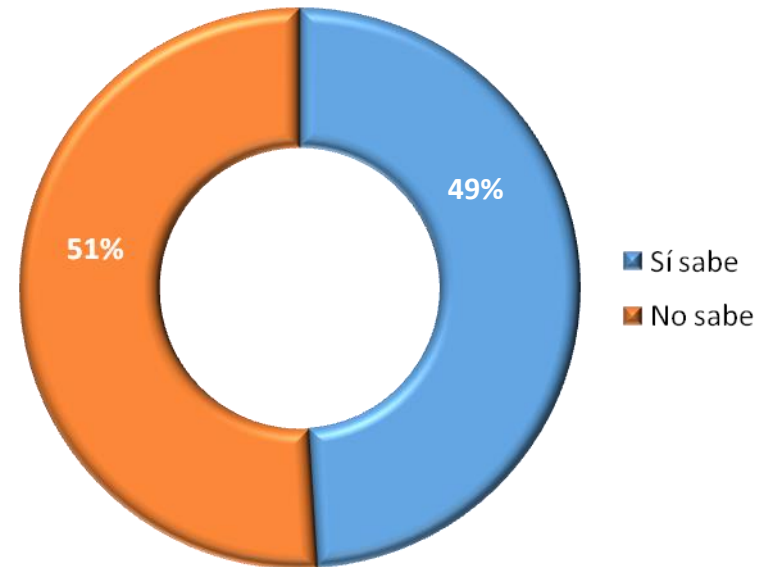
¿Por qué NO hierven la leche?

	CONSUMIDORES POTENCIALES
Cambia el sabor	40%
No es necesario	26%
Ya está pasteurizada	10%
Me gusta fría	6%
Por costumbre	5%
Viene en empaque	4%
Preparo un licuado con ella	2%
La consumo al momento	2%
La tomo tibia	2%
Es en polvo	1%
No sabe	2%

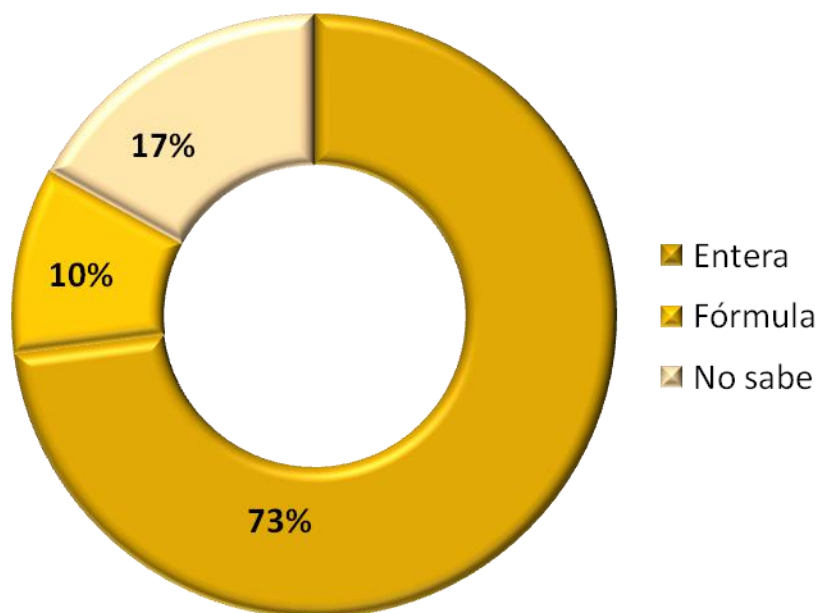
CONSUMIDORES



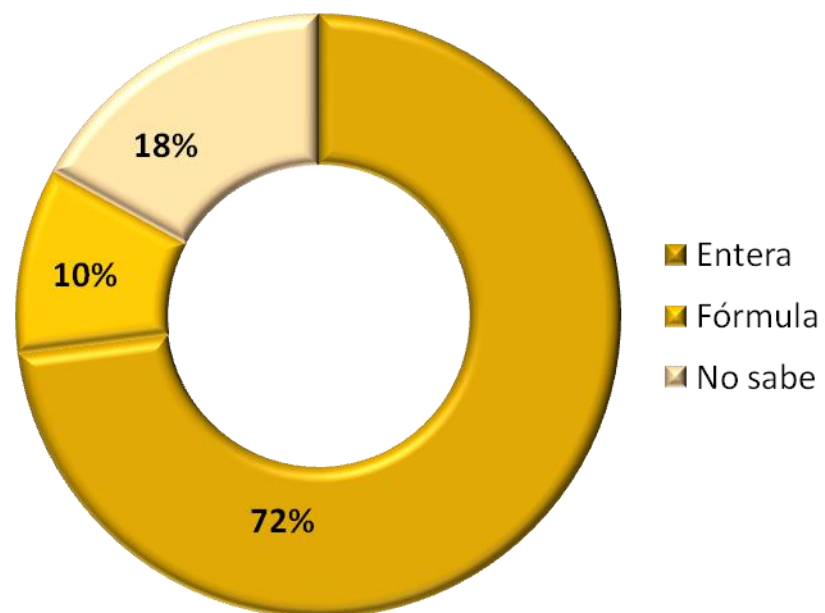
CONSUMIDORES POTENCIALES



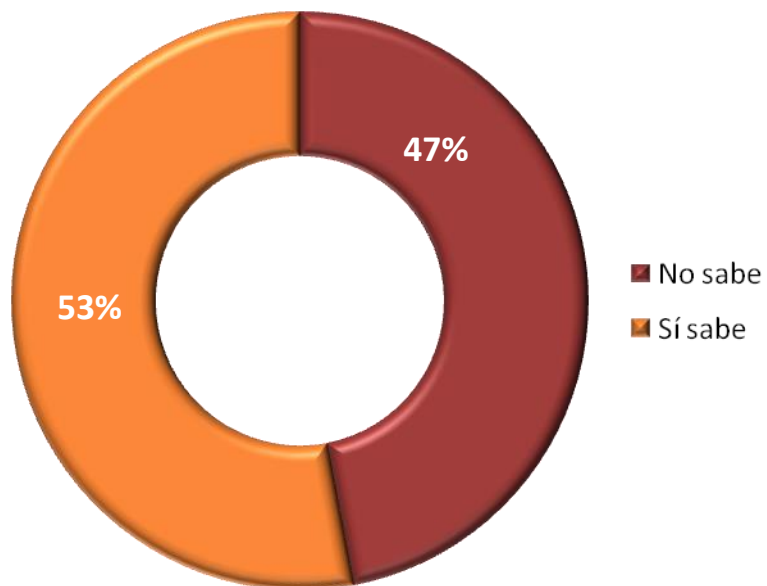
CONSUMIDORES



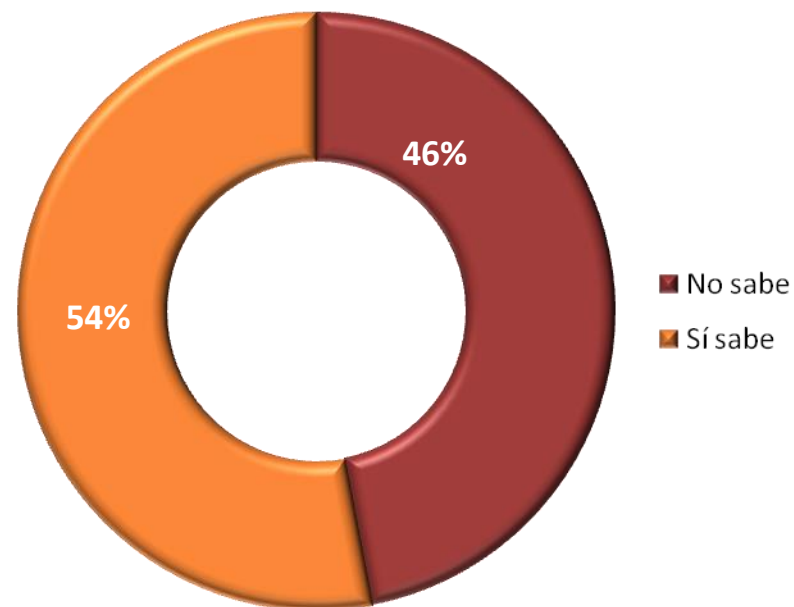
CONSUMIDORES POTENCIALES



CONSUMIDORES



CONSUMIDORES POTENCIALES



CARACTERÍSTICAS DE LA LECHE Y LUGAR DE COMPRA

¿Cuáles son las dos características más importantes que usted considera a la hora de comprar una marca de leche?



	CONSUMIDORES
Sabor	36%
Precio	28%
Consistencia	11%
Que tan nutritiva es	11%
Olor	3%
Que le guste a los niños	3%
Color	2%
Tipo de leche (entera, light, etc)	2%
Que la tienda o lugar donde la vendan esté cerca	2%
La presentación del empaque	1%
Otro	1%

	CONSUMIDORES POTENCIALES
Sabor	55%
Precio	20%
Que tan nutritiva es	10%
Consistencia	4%
Olor	4%
Que le guste a los niños	3%
Tipo de leche (entera, light, etc)	2%
Color	1%
Que la tienda o lugar donde la vendan esté cerca	1%
La presentación del empaque	0%
Otro	0%



CONSUMIDORES

	No mencionó	Sí mencionó
Lechería Liconsa	9%	91%
Tienda de abarrotes cercana a su casa	38%	62%
Soriana	94%	6%
Bodega Aurrera	86%	14%
Oxxo	96%	4%
Seven Eleven	100%	0%
Chedraui	94%	6%
Walt Mart	93%	7%
Comercial Mexicana	95%	5%
Sams	98%	2%
Otro	96%	4%

CONSUMIDORES POTENCIALES

	No mencionó	Sí mencionó
Lechería Liconsa	74%	26%
Tienda de abarrotes cercana a su casa	15%	85%
Soriana	92%	8%
Bodega Aurrera	70%	30%
Oxxo	94%	6%
Seven Eleven	99%	1%
Chedraui	92%	8%
Walt Mart	85%	15%
Comercial Mexicana	92%	8%
Sams	99%	1%
Otro	97%	3%

CONSUMIDORES POTENCIALES

	No mencionó	Sí mencionó
En la mañana	29%	71%
Al medio día	93%	7%
En la tarde	74%	26%
En la noche	51%	49%

Usted me comentó que han consumido leche Frisia en los últimos tres meses, ¿Con qué frecuencia compran leche Frisia en su hogar?

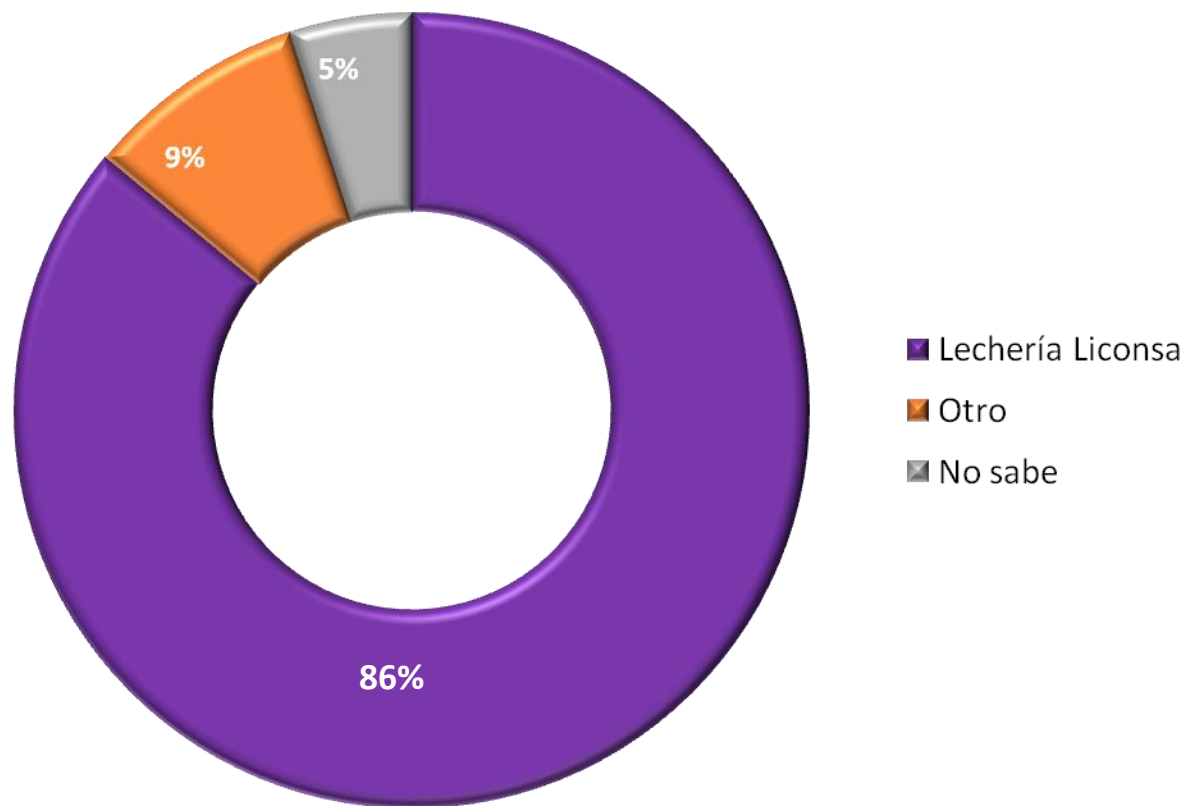
	CONSUMIDORES
Dos o tres veces por semana	49%
Una vez por semana	22%
Cada quince días	15%
Cada mes	8%
Cada dos meses	3%
Cada tres meses	1%
Otro	2%

¿Con qué frecuencia compran leche en su hogar?

	CONSUMIDORES POTENCIALES
Dos o tres veces por semana	83%
Una vez por semana	8%
Cada quince días	2%
Cada mes	1%
Cada dos meses	0%
Cada tres meses	0%
Otro	6%



FRISIA CARACTERÍSTICAS DE COMPRA

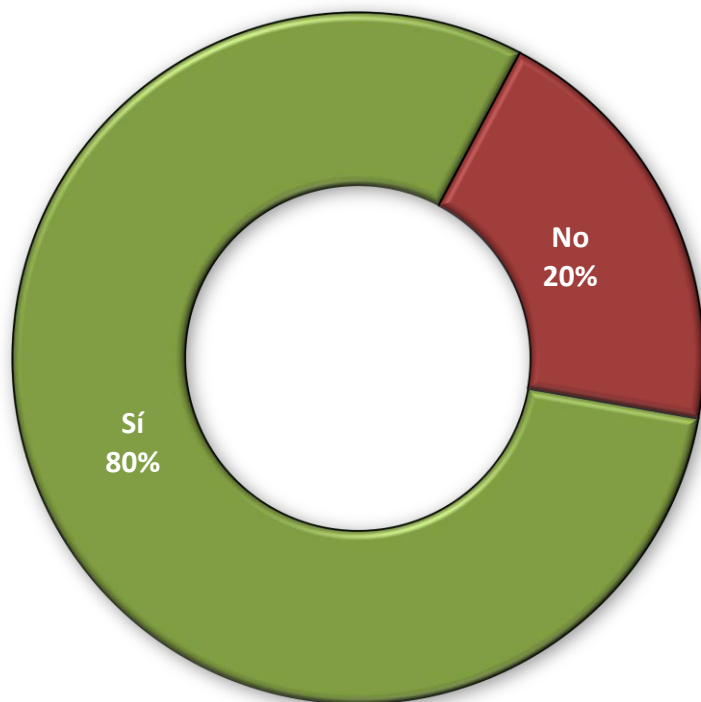


Sólo quienes conocen la leche Frisia

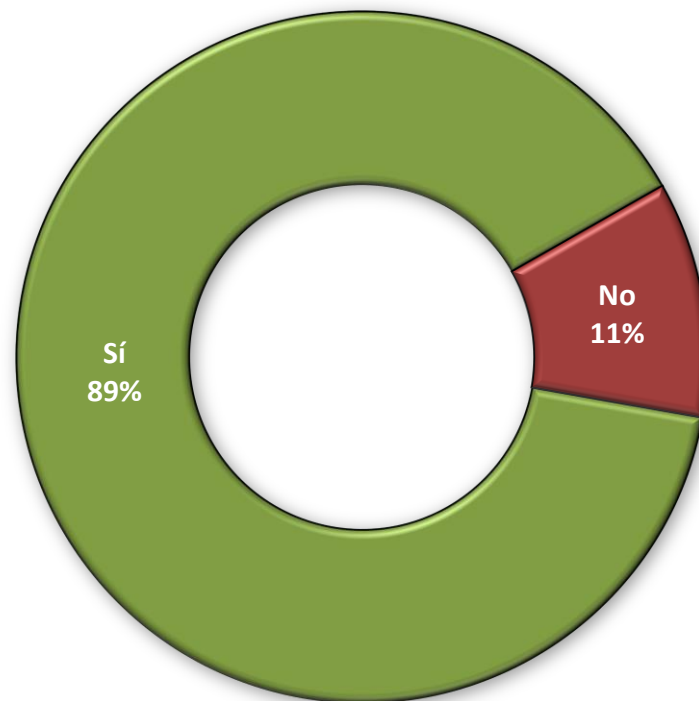
	CONSUMIDORES
Porque es beneficiario(a) de Liconsa	68%
Por alguien que es beneficiario(a) de Liconsa	11%
Porque un conocido(a) se la recomendó	9%
Porque un familiar se la recomendó	7%
Otro	5%
No sabe	0%

	CONSUMIDORES POTENCIALES
Porque es beneficiario(a) de Liconsa	24%
Por alguien que es beneficiario(a) de Liconsa	19%
Porque un conocido(a) se la recomendó	25%
Porque un familiar se la recomendó	13%
Otro	6%
No sabe	13%

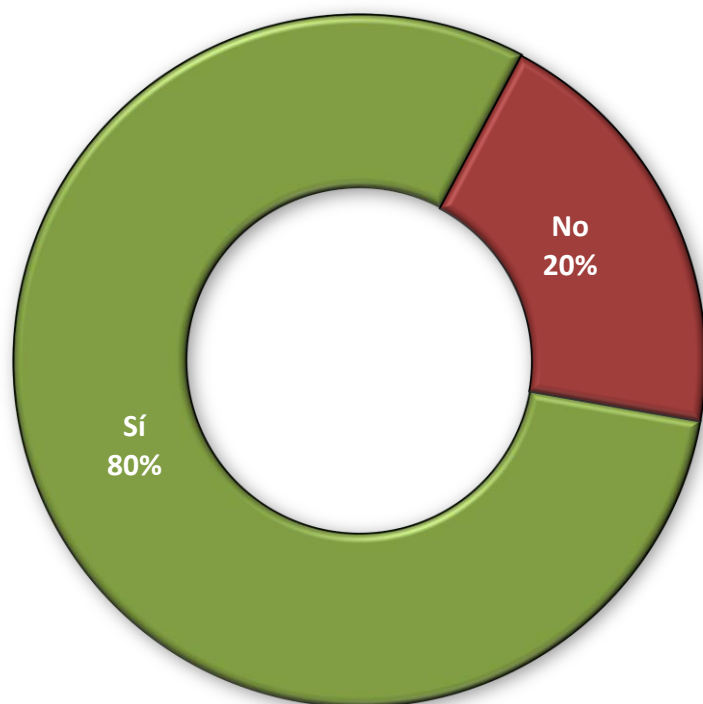
CONSUMIDORES



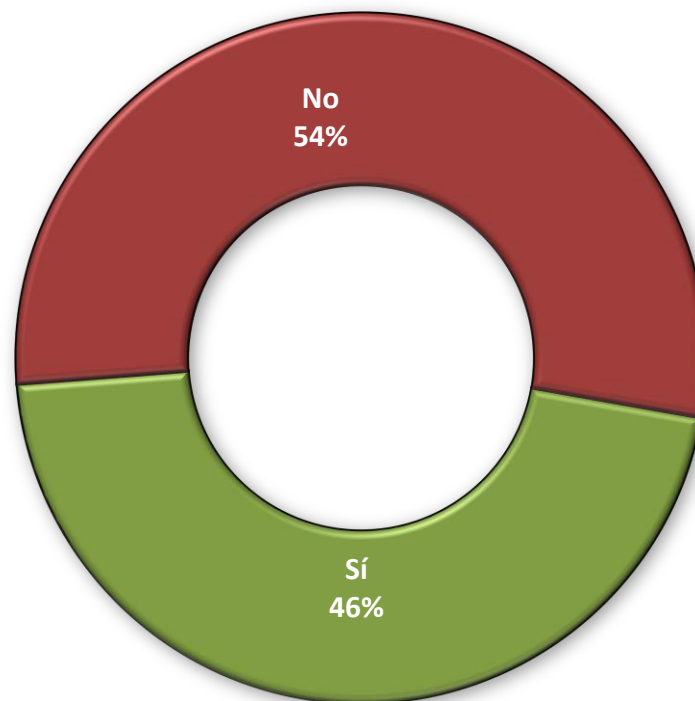
CONSUMIDORES POTENCIALES



CONSUMIDORES



CONSUMIDORES POTENCIALES





Sólo personas que adquieran leche Liconsa

CONSUMIDORES

	No mencionó	Sí mencionó
Ama de casa	14%	86%
Jefe de Familia	66%	34%
Otro miembro de la familia	75%	25%
Otra persona que vive en el hogar	95%	5%
Otro	99%	1%

CONSUMIDORES POTENCIALES

	No mencionó	Sí mencionó
Ama de casa	4%	96%
Jefe de Familia	67%	33%
Otro miembro de la familia	70%	30%
Otra persona que vive en el hogar	96%	4%
Otro	99%	1%



Sólo personas que adquieran leches Liconsa

CONSUMIDORES

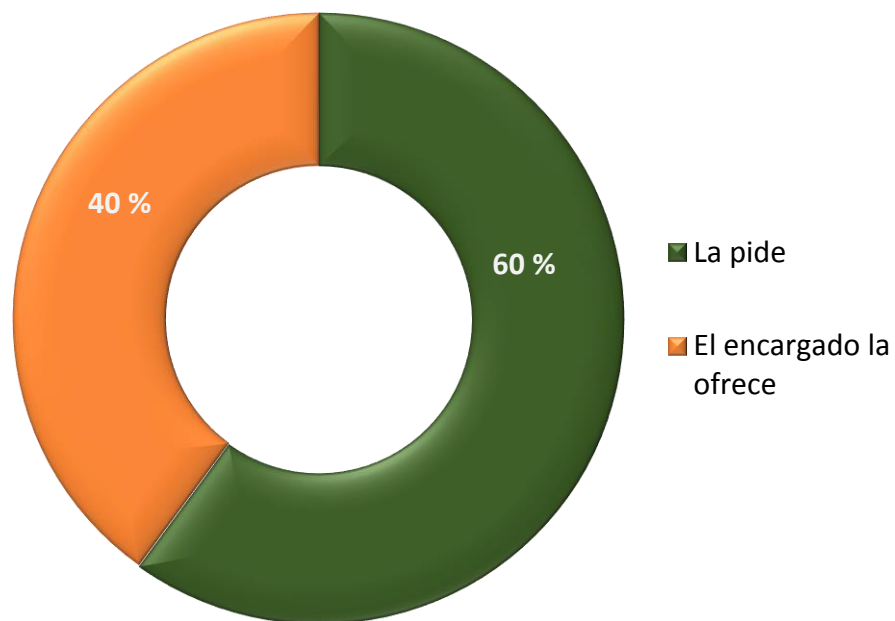
	CONSUMIDORES
Caminando	93%
En bicicleta	3%
En transporte público	2%
No sabe	2%

CONSUMIDORES POTENCIALES

	CONSUMIDORES POTENCIALES
Caminando	96%
No sabe	4%

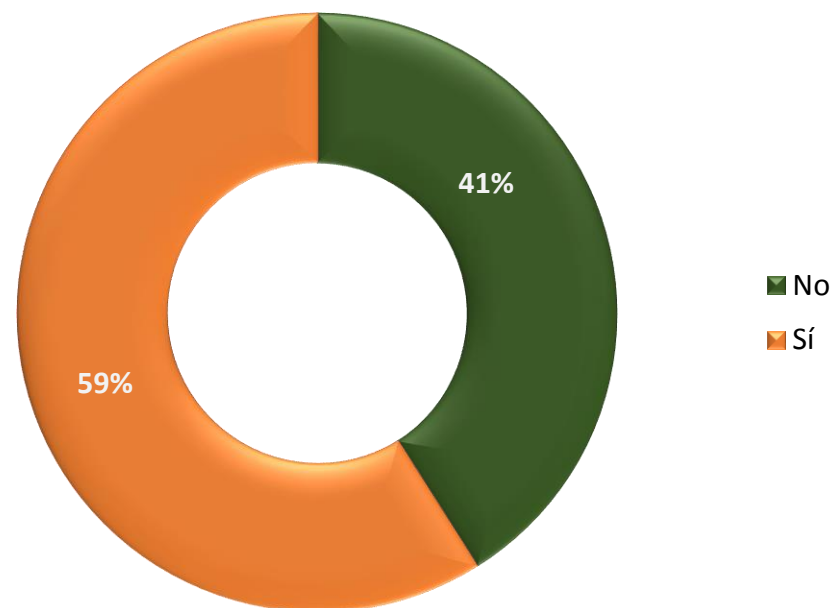
Normalmente, ¿el encargado de la lechería le ofrece la leche Frisia o usted la pide?

CONSUMIDORES



¿El encargado de la lechería le ha ofrecido alguna vez la leche Frisia?

CONSUMIDORES POTENCIALES

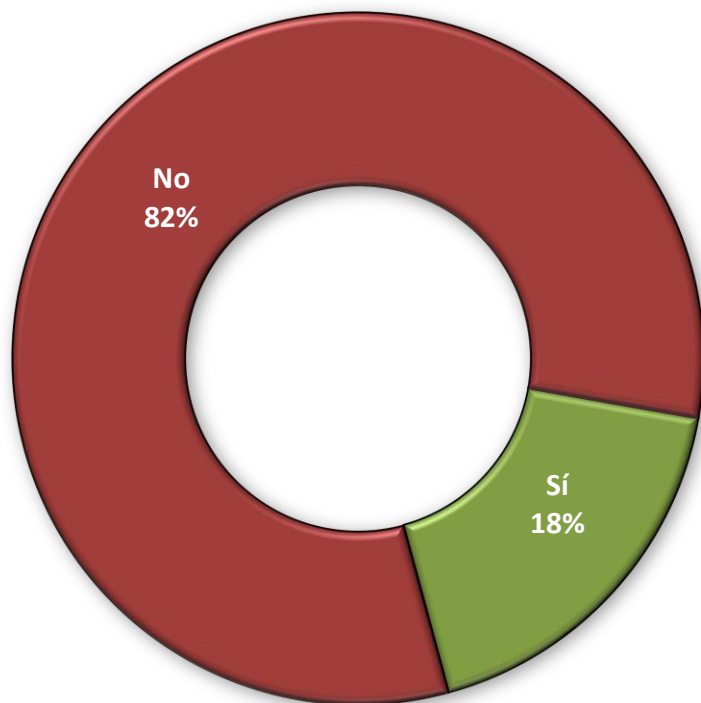


¿Alguna vez el encargado de la lechería le ha condicionado venta de su dotación de leche por la compra de leche Frisia?

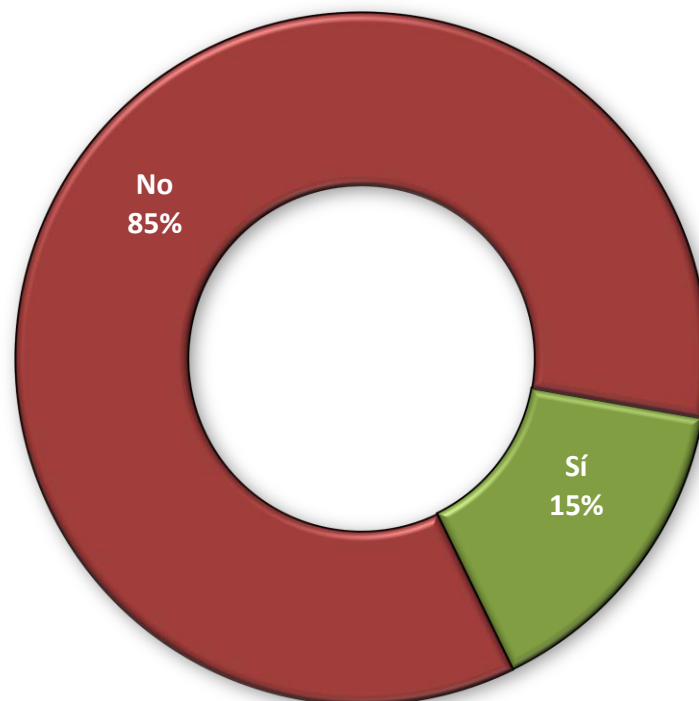


Sólo Liconsa

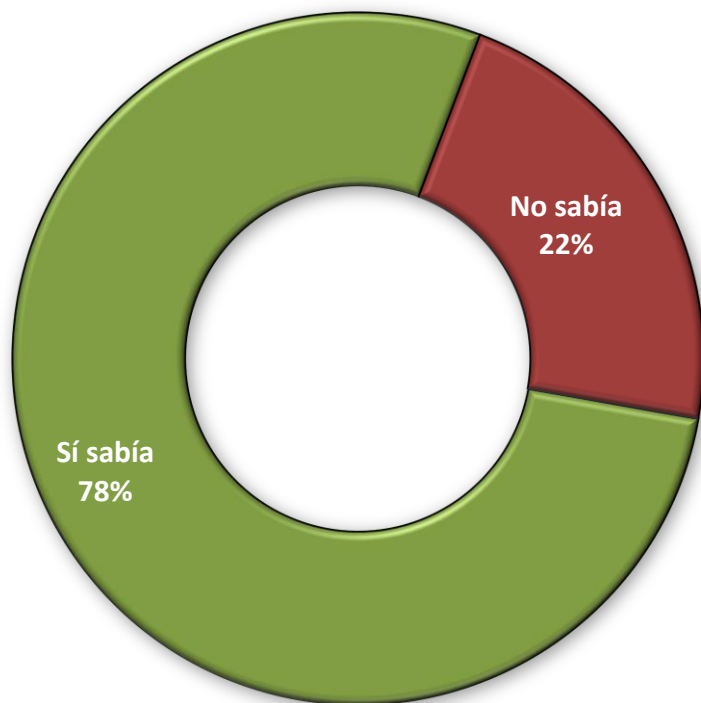
CONSUMIDORES



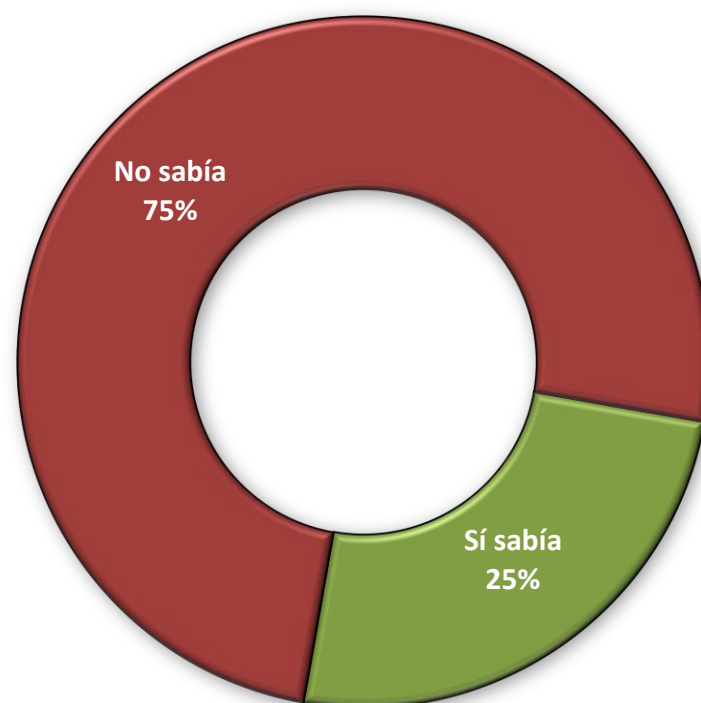
CONSUMIDORES POTENCIALES



CONSUMIDORES



CONSUMIDORES POTENCIALES



¿Por qué no consume o compra leche Frisia?



	CONSUMIDORES POTENCIALES
No la conoce	58%
No le gusta	11%
Nunca ha comprado	6%
Es cara	6%
No soy beneficiario	5%
No la venden en tiendas comerciales	2%
Toma poca leche	2%
Se acaba muy pronto donde la venden	2%
Me alcanza la que me dan	2%
No tiene la necesidad	1%
No sabe	5%

¿Con qué frecuencia le sucede que cuando va a comprar leche Frisia no tienen o ya se acabó?



	CONSUMIDORES
Siempre	9%
Casi siempre	22%
Rara vez	40%
Nunca	24%
No sabe	5%

¿Qué le aconsejaría a Liconsa para que pudiera vender más leche Frisia?



	CONSUMIDORES
Más publicidad / Darla a conocer	22%
Tenga más producto	22%
Que la dieran a mejor precio	19%
Presentación de más litros	8%
Vender a todo público	8%
Que la den a probar	5%
Mejorar la presentación del empaque	3%
Que venda en tiendas comerciales	2%
Mejoraran el sabor	2%
Horario más accesible	2%
Mas información nutricional	1%
Mejoraran la calidad	1%
Poner más lecherías	1%
Otro	1%
No sabe	3%

¿Cuánto paga por la bolsa de leche Frisia?



	CONSUMIDORES
1 peso	1%
5 pesos	1%
8 pesos	1%
9 pesos	42%
10 pesos	34%
11 pesos	8%
12 pesos	1%
18 pesos	1%
19 pesos	6%
20 pesos	4%
No sabe	1%

El precio de la leche Frisia,
¿le parece alto, justo o
barato?

	CONSUMIDORES
Alto	23%
Justo	58%
Barato	18%
No sabe	1%

El precio de la leche Frisia es
de 9 pesos por litro, ¿este
precio le parece alto, justo o
barato?

	CONSUMIDORES POTENCIALES
Alto	18%
Justo	37%
Barato	36%
No sabe	9%

¿Cerca de su casa hay (...)?

	No	Si
Tienda de abarrotes	4%	96%
Tiendas de conveniencia como Oxxo, Seven Eleven, Extra, etc	63%	37%

Si la leche Frisia se vendiera en (...) cercana a su casa, ¿usted la compraría más, igual o la compraría menos?

	La compraría más	La compraría igual	La compraría menos	Ns / Nc
Tienda de abarrotes	66%	28%	2%	4%
Tiendas de conveniencia como Oxxo, Seven Eleven, Extra, etc	55%	34%	9%	2%

¿Cerca de su casa hay (...)?

	No	Sí
Tienda de abarrotes	3%	97%
Tiendas de conveniencia como Oxxo, Seven Eleven, Extra, etc	63%	37%

Si la leche Frisia se vendiera en (...) cercana a su casa, ¿usted la compraría o no?

	Si la compraría	No la compraría	Ns / Nc
Tienda de abarrotes	60%	13%	27%
Tiendas de conveniencia como Oxxo, Seven Eleven, Extra, etc	56%	14%	30%

Por lo que usted sabe o ha escuchado, ¿la leche Frisia es sólo para personas participantes de algún programa de Liconsa o es para cualquier persona?



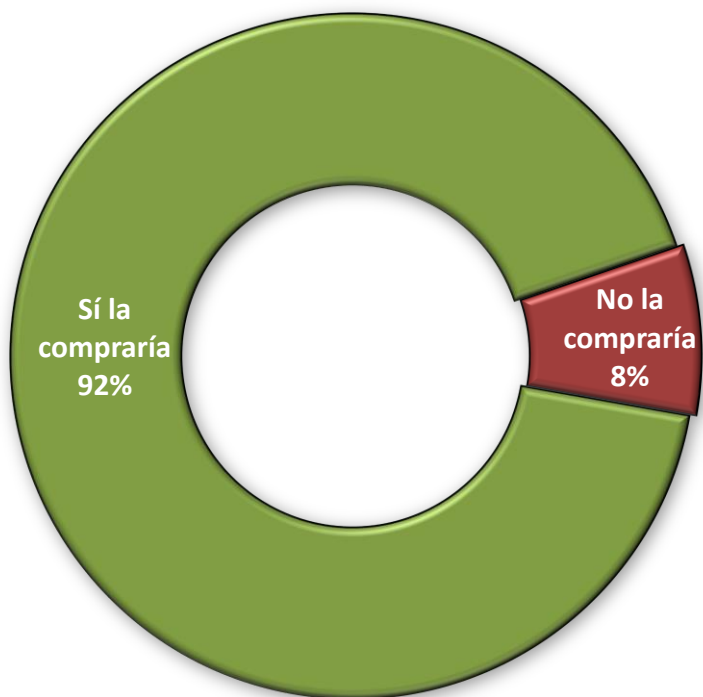
	CONSUMIDORES
Es sólo para beneficiarios(as)	25%
Es para cualquier persona	71%
No sabe	4%

	CONSUMIDORES POTENCIALES
Es sólo para beneficiarios(as)	30%
Es para cualquier persona	34%
No sabe	36%

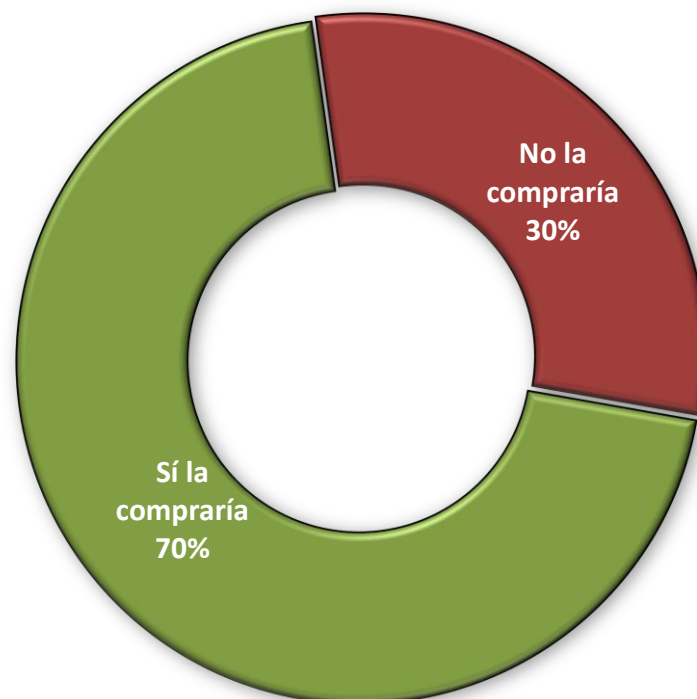
Quiero que sea honesto(a) conmigo, ¿si usted tuviera dinero suficiente compraría o no la leche Frisia?



CONSUMIDORES



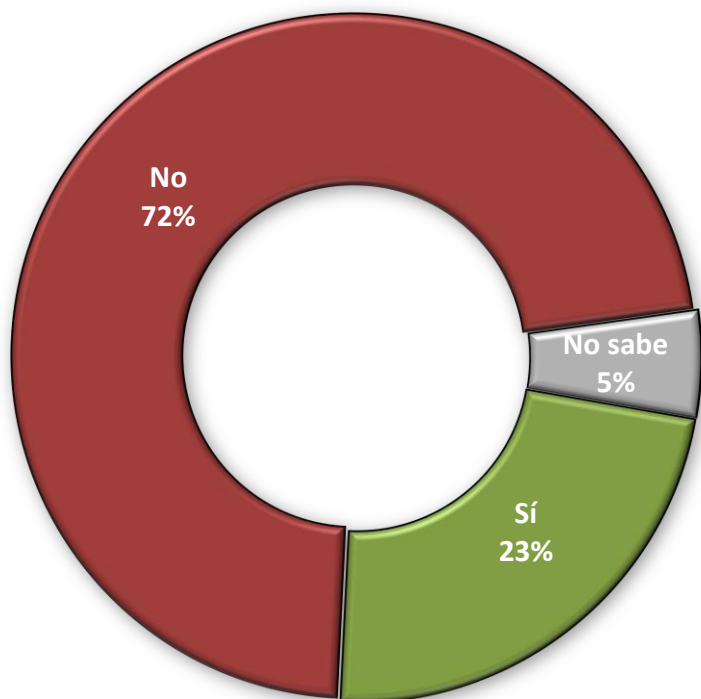
CONSUMIDORES POTENCIALES



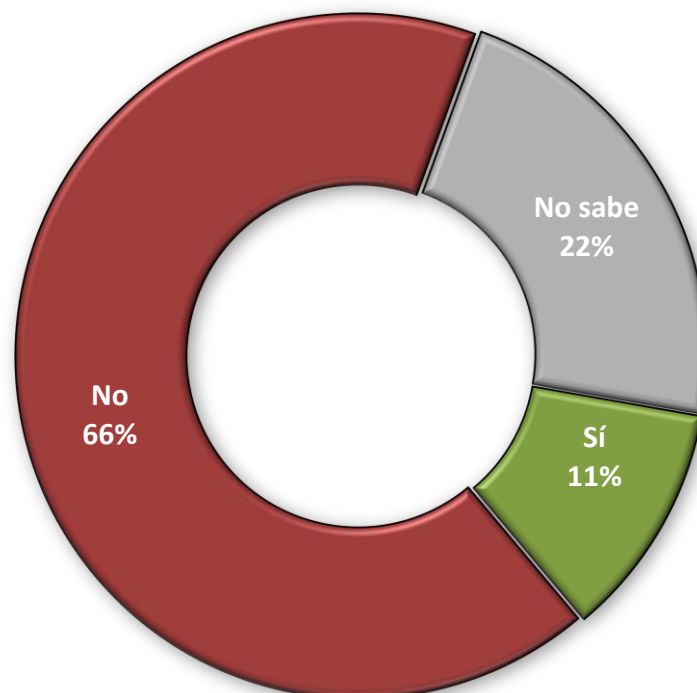
¿Usted considera que la leche Frisia es sólo para la gente de escasos recursos?



CONSUMIDORES



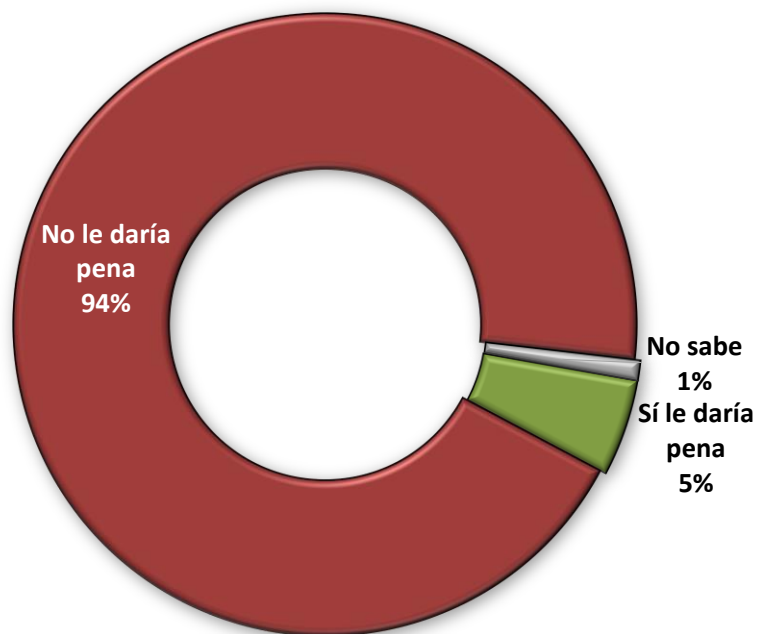
CONSUMIDORES POTENCIALES



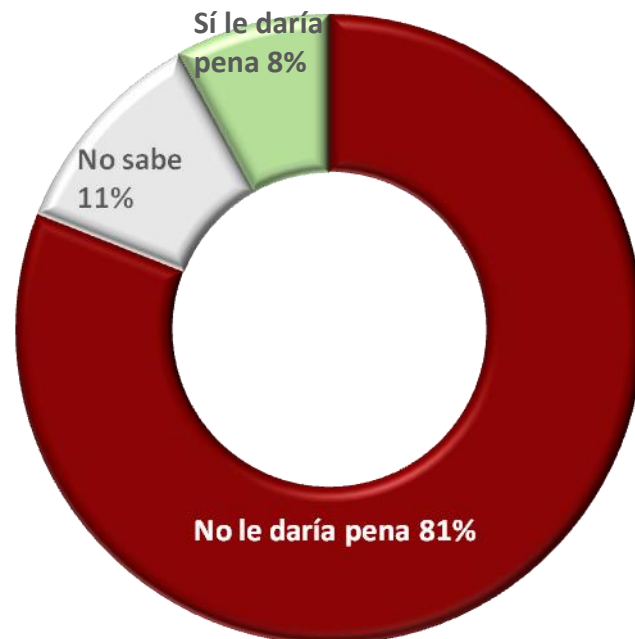
Si usted tuviera dinero suficiente y comprara leche Frisia, ¿a usted le daría pena si la demás gente se entera que compró leche Frisia?



CONSUMIDORES



CONSUMIDORES POTENCIALES





CARACTERÍSTICAS DE LA LECHE FRISIA

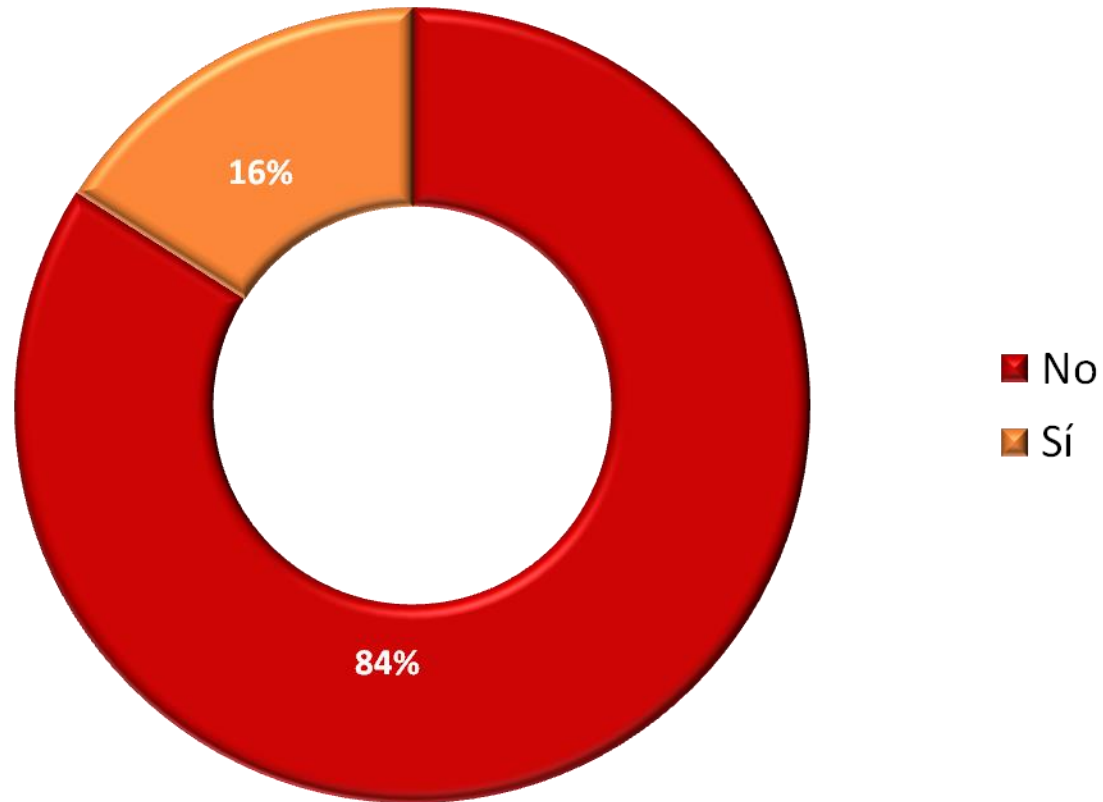
En su opinión, ¿la leche Frisia es de buena o mala calidad?



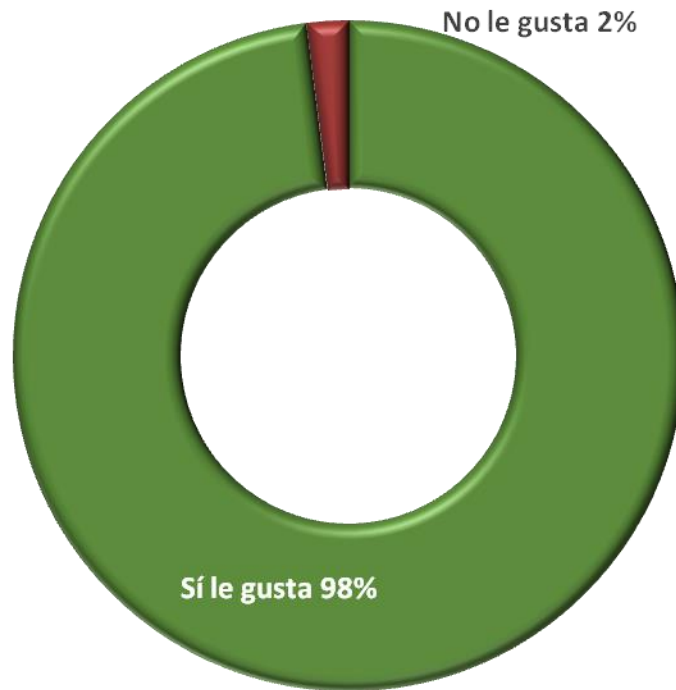
	CONSUMIDORES
Buena calidad	90%
Mala calidad	2%
Regular calidad	6%
No sabe	2%

	CONSUMIDORES POTENCIALES
Buena calidad	40%
Mala calidad	5%
Regular calidad	13%
No sabe	42%

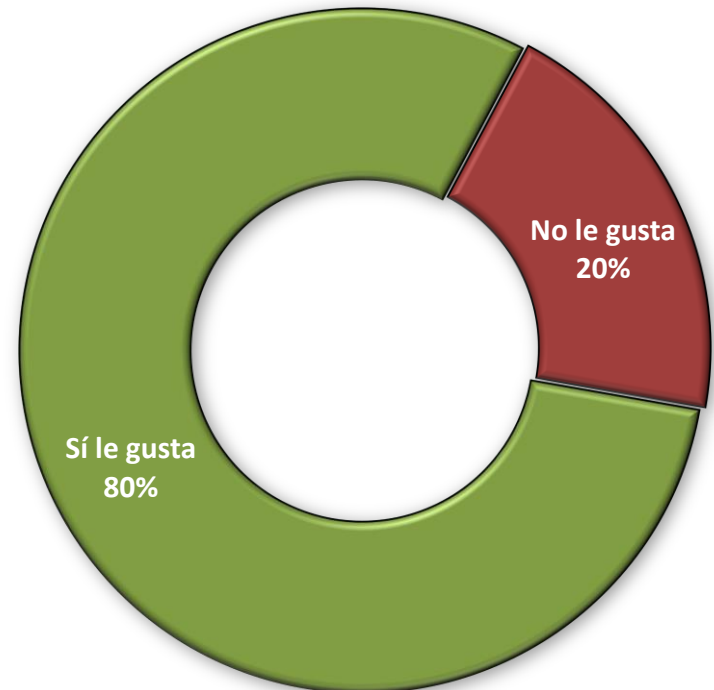
CONSUMIDORES POTENCIALES



CONSUMIDORES



CONSUMIDORES POTENCIALES



	CONSUMIDORES
Es insípida	33%
Es amarga	17%
Es cremosa	17%
Esta muy simple	17%
Es igual a todas	16%

	CONSUMIDORES POTENCIALES
No le gusta	25%
Muy simple	25%
Salada	13%
Sabe mucho a leche	13%
Su aspecto	12%
Grasosa	12%

¿Cuánto tiempo dura en buenas condiciones la leche Frisia?



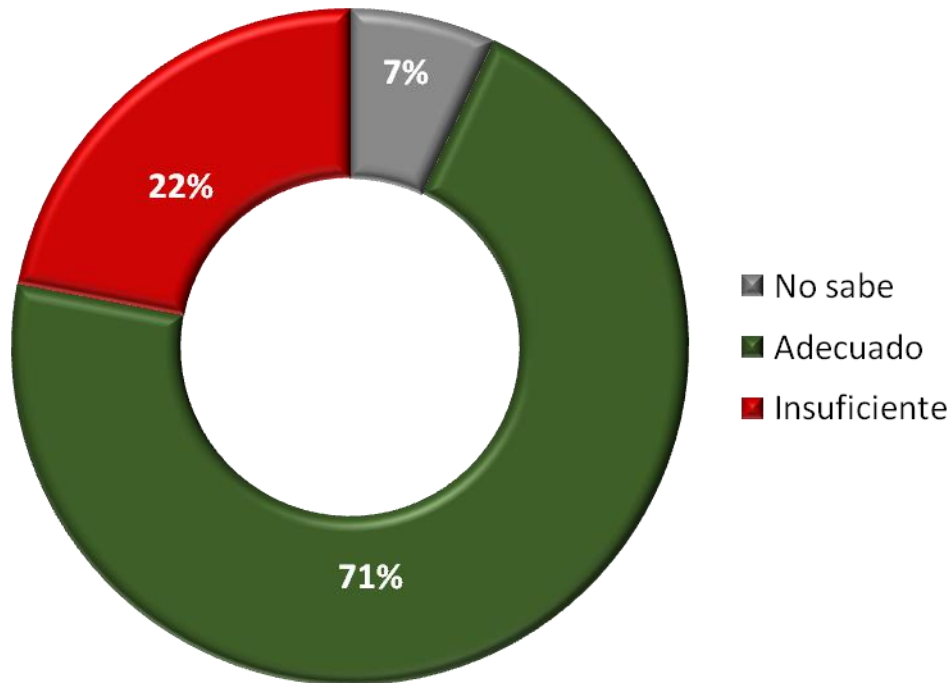
	CONSUMIDORES
Un Día	4%
Dos Días	17%
Tres Días	27%
Cuatro Días	14%
Cinco Días	9%
Seis Días	2%
Siete Días	9%
Ocho Días	2%
Catorce Días	1%
Igual que la Liconsa	1%
La consumen de inmediato	2%
Varios Días	1%
No sabe	5%

	CONSUMIDORES POTENCIALES
Un Día	2%
Dos Días	7%
Tres Días	6%
Cuatro Días	2%
Cinco Días	2%
Siete Días	5%
Ocho Días	2%
Poco	3%
Varios Días	1%
No sabe	64%

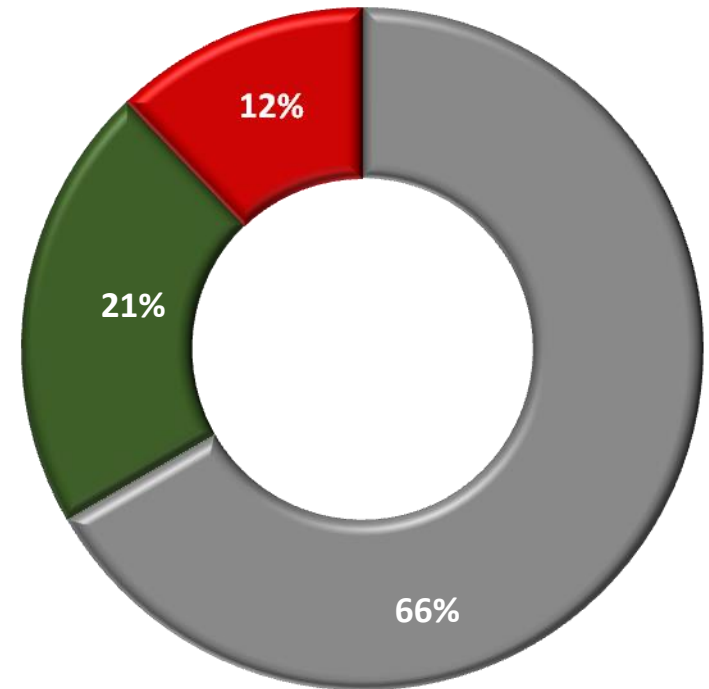
¿El tiempo que dura en buenas condiciones la leche Frisia le parece adecuado o es insuficiente?



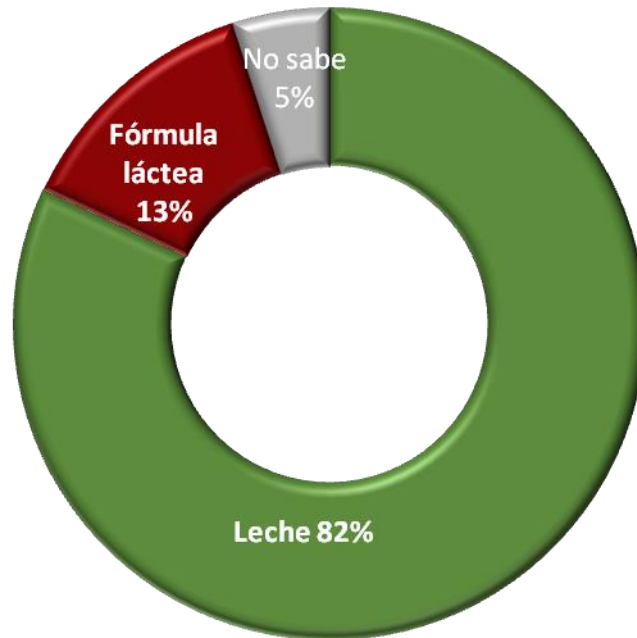
CONSUMIDORES



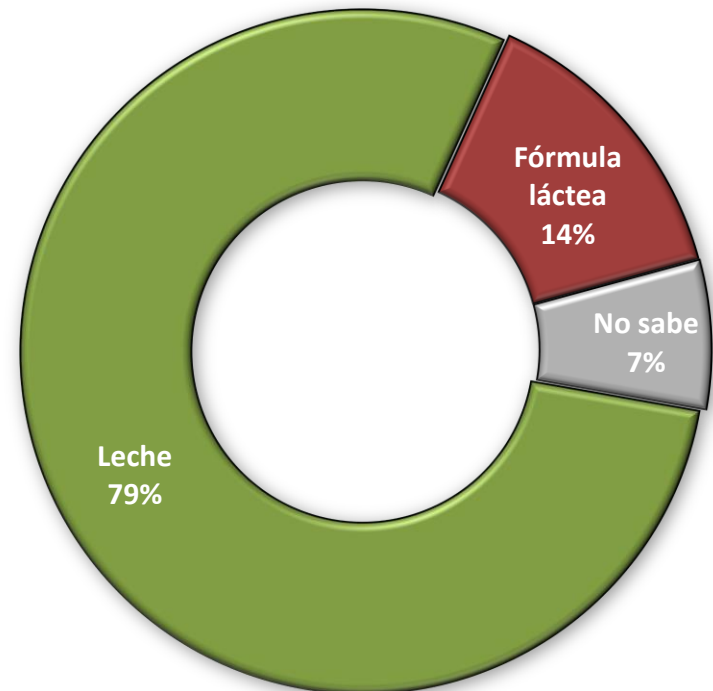
CONSUMIDORES POTENCIALES



CONSUMIDORES



CONSUMIDORES POTENCIALES





ESTRATEGIAS PARA PROMOCIONAR LECHE FRISIA

¿Usted compraría más leche Frisia, la misma cantidad o menos si (...)?

CONSUMIDORES

	Más	La misma cantidad	Menos
Estuviera disponible cuando va por ella	48%	49%	2%
Tuviera más tipos o presentaciones	34%	58%	4%
Mejorara su empaque	35%	59%	2%
Mejorara su información en la etiqueta	35%	57%	3%
La pudiera comprar en cualquier horario	50%	42%	3%
No caducara tan rápido	41%	48%	3%
La llamarán sólo Frisia y quitaran la etiqueta y publicidad de Liconsa	24%	58%	6%
Si supiera que cuando compra leche Frisia usted está ayudando a entregar leche a las personas más necesitadas a través del programa de abasto social de leche Liconsa	44%	43%	4%

¿Usted compraría la leche Frisia si (...)?

CONSUMIDORES POTENCIALES

	No la compraría	Sí la compraría
Estuviera disponible cuando va por ella	22%	55%
Tuviera más tipos o presentaciones	31%	45%
Mejorara su empaque	31%	42%
Mejorara su información en la etiqueta	31%	43%
La pudiera comprar en cualquier horario	28%	47%
No caducara tan rápido	36%	38%
La llamarán sólo Frisia y quitaran la etiqueta y publicidad de Liconsa	34%	34%
Si supiera que cuando compra leche Frisia usted está ayudando a entregar leche a las personas más necesitadas a través del programa de abasto social de leche Liconsa	28%	48%

¿Cómo promocionaría usted la Leche Frisia?



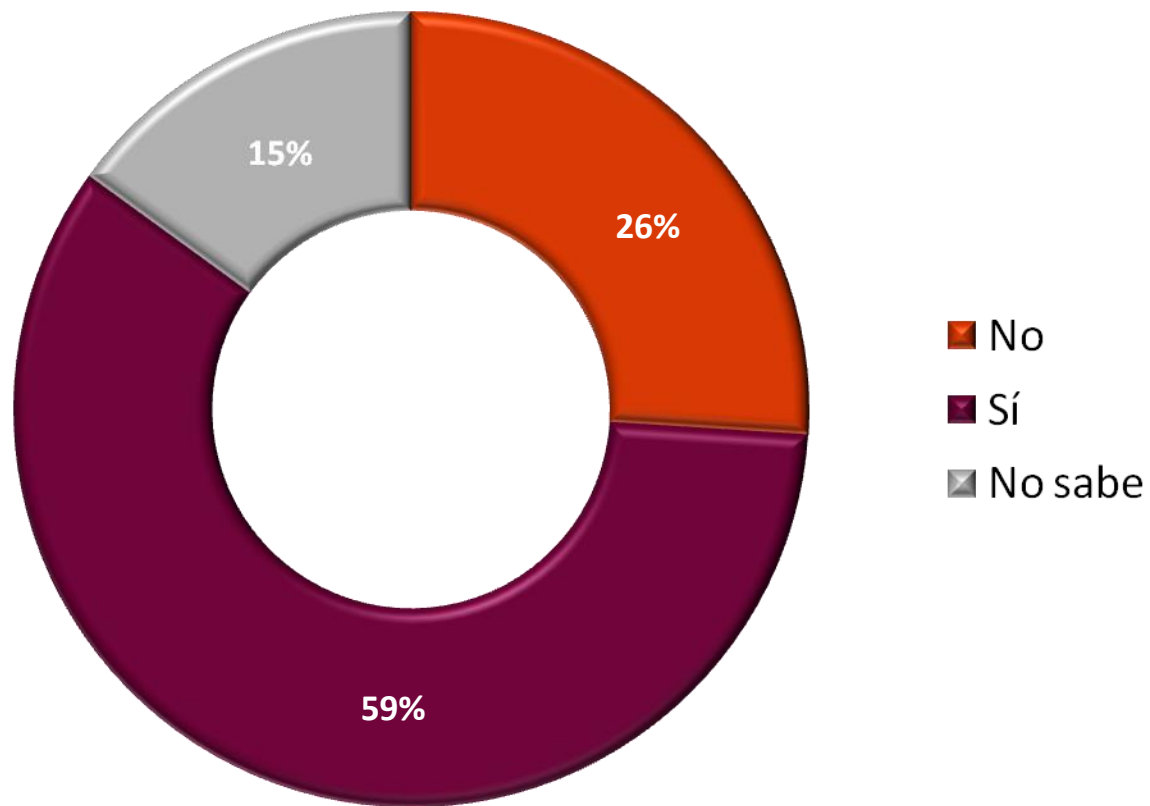
	CONSUMIDORES
Degustación en punto de venta	24%
Degustación en escuelas	18%
Mostrando como ahorra dinero con su consumo	13%
Informar cómo se ayuda a los más necesitados a través del programa Liconsa	8%
Videos educativos sobre cómo se hace la leche	8%
Informar cómo se apoya a los productores agrícolas mexicanos	6%
Que le mostraran como hace crecer saludable a los niños	6%
Que se lo recomiende un médico	6%
Que tuviera empaque y publicidad con caricaturas que le gusten a los niños	4%
Que le mostraran cómo le gusta que se le prepare a los niños	4%
Que me den recetas de cómo prepararla	2%
No sabe	1%

	CONSUMIDORES POTENCIALES
Degustación en punto de venta	29%
Degustación en escuelas	17%
Mostrando como ahorra dinero con su consumo	12%
Informar cómo se ayuda a los más necesitados a través del programa Liconsa	9%
Videos educativos sobre cómo se hace la leche	7%
Informar cómo se apoya a los productores agrícolas mexicanos	5%
Que se lo recomiende un médico	5%
Que le mostraran como hace crecer saludable a los niños	5%
Que tuviera empaque y publicidad con caricaturas que le gusten a los niños	4%
Que le mostraran cómo le gusta que se le prepare a los niños	3%
Que me den recetas de cómo prepararla	2%
No sabe	2%

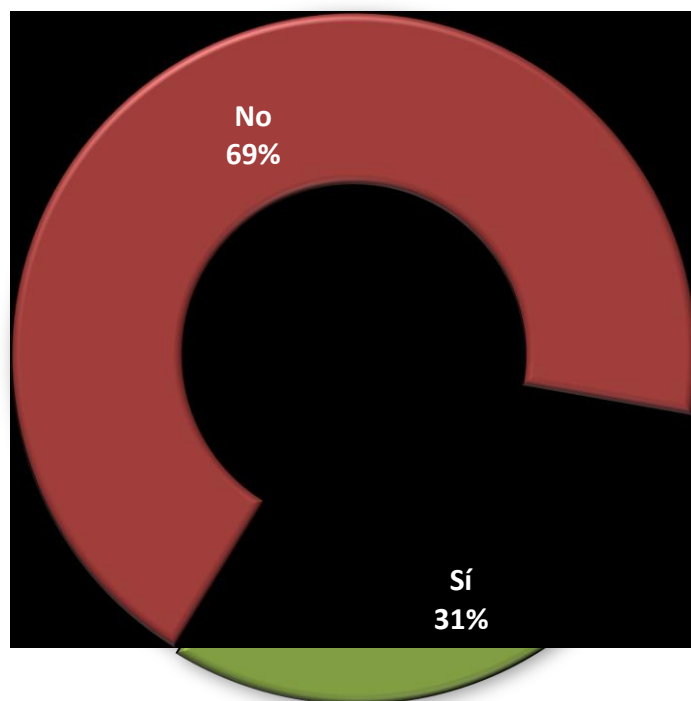
¿Usted estaría dispuesto a promocionar la leche Frisia a cambio de que le regalaran más leche Frisia?



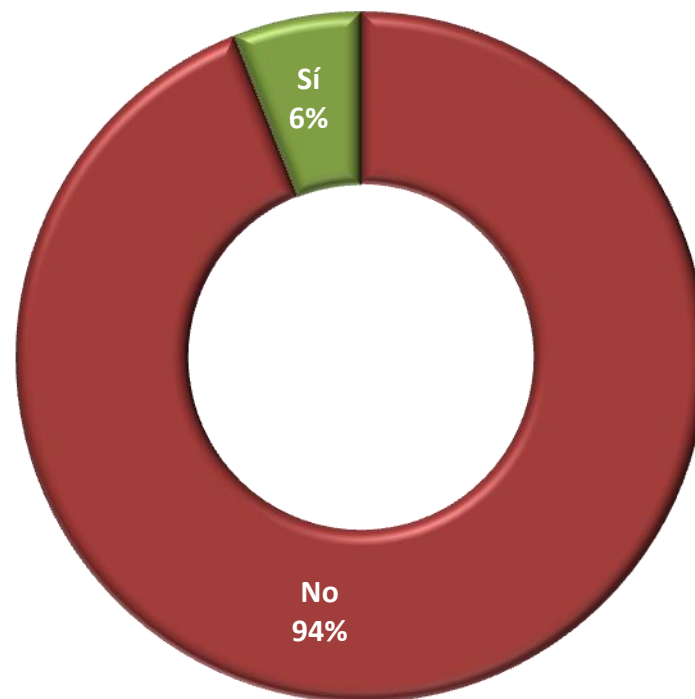
CONSUMIDORES



CONSUMIDORES



CONSUMIDORES POTENCIALES



CONSUMIDORES

	No mencionó	Sí mencionó
Folleto	83%	17%
Carteles en lechería	69%	31%
Leyenda en bolsa o empaque	66%	34%
Promotor(a) social	83%	17%
Comité de beneficiarios	99%	1%
Personal de la lechería	52%	48%
Vecinos	88%	12%
Otro	97%	3%

CONSUMIDORES POTENCIALES

	No mencionó	Sí mencionó
Folleto	75%	25%
Carteles en lechería	81%	19%
Leyenda en bolsa o empaque	62%	38%
Promotor(a) social	94%	6%
Comité de beneficiarios	99%	1%
Personal de la lechería	75%	25%
Vecinos	94%	6%
Otro	94%	6%



COMPARACIÓN LECHE FRISIA vs. LECHE COMERCIAL

Haciendo una comparación entre la leche Frisia y otras leches comerciales,
¿cuál considera que (...): Frisia o las leches comerciales?



CONSUMIDORES

	Frisia	Leches comerciales	Ninguna	Ambas	No sabe
Es más nutritiva	55%	18%	1%	24%	2%
Tiene mejor presentación del producto	29%	52%	4%	13%	2%
Es más barata	77%	12%	3%	6%	2%
Tiene mejor sabor	55%	16%	1%	26%	2%
Se conserva por más tiempo	39%	36%	1%	20%	4%
Le gusta más a los niños	43%	24%	3%	23%	7%
Tiene mejor consistencia	49%	17%	5%	23%	6%

Haciendo una comparación entre la leche Frisia y otras leches comerciales,
¿cuál considera que (...): Frisia o las leches comerciales?



CONSUMIDORES POTENCIALES

	Frisia	Leches comerciales	Ninguna	Ambas	No sabe
Es más nutritiva	25%	33%	3%	26%	13%
Tiene mejor presentación del producto	14%	56%	3%	12%	15%
Es más barata	50%	27%	4%	6%	13%
Tiene mejor sabor	16%	48%	0%	20%	16%
Se conserva por más tiempo	10%	55%	2%	19%	14%
Le gusta más a los niños	11%	42%	1%	30%	16%
Tiene mejor consistencia	11%	46%	2%	25%	16%

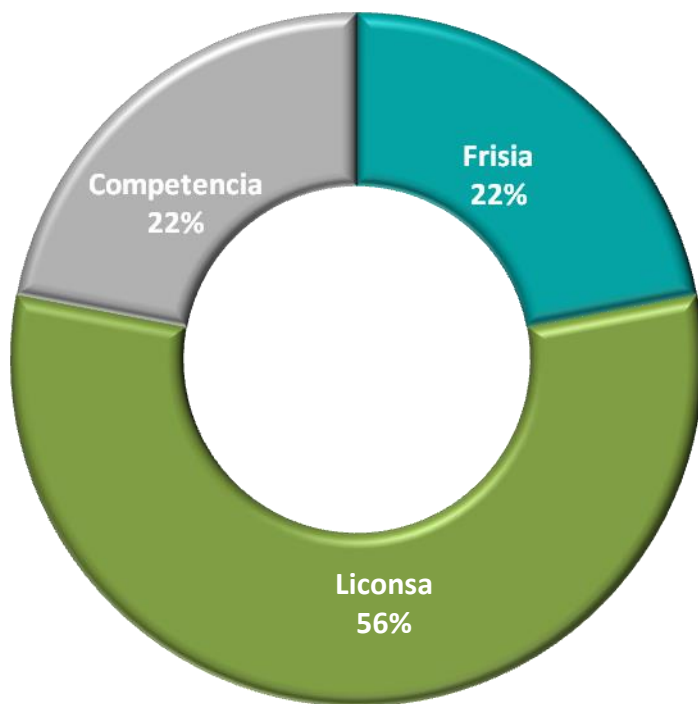


TAMAÑO Y PARTICIPACIÓN DEL MERCADO

CONSUMIDORES

TAMAÑO DEL MERCADO

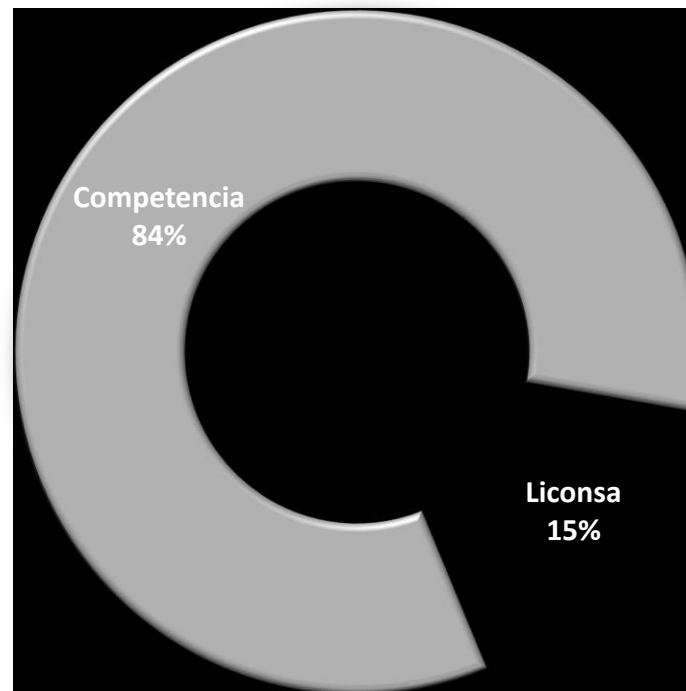
85%



CONSUMIDORES POTENCIALES

TAMAÑO DEL MERCADO

81%



1%



Principales hallazgos Diagnóstico Sugerencias



- El conocimiento de que Leche FRISIA es una marca que se ofrece en los puntos de venta diversos fue de: 62% entre sus consumidores y 8% entre los consumidores potenciales, en tanto que a la leche Lala la conocen 71% de los consumidores y 81% de los consumidores potenciales.
 - Entre las marcas con mayor recordación está FRISIA en el 22% de los consumidores asiduos y Alpura entre 28% de los consumidores potenciales.
 - La opinión efectiva, que resulta de restar los aspectos negativos a los positivos, a los comentarios de los consumidores es de 85%, en tanto que en los consumidores potenciales es de 17%.
-



- Respecto a la marca favorita de los consumidores 20% mencionaron a FRISIA y los consumidores potenciales no la mencionaron.
 - El mayor número de consumidores de FRISIA, correspondiente al 33%, están en el nivel D y en este mismo nivel se encuentran 32% de los consumidores potenciales.
 - De todos los participantes en el sondeo, solamente 49% sabe la diferencia entre leche de vaca y fórmula láctea.
 - Los dos factores principales para elegir una marca de leche en ambos grupos primero es el sabor y después el precio.
-



- 91% de los consumidores compran su leche en la Lechería Liconsa y los consumidores potenciales en la tienda de abarrotes cercana a su casa.
 - 49% de los consumidores compran FRISIA dos o tres veces por semana, asimismo, 83% de los consumidores potenciales compran la leche de su preferencia en la misma frecuencia.
 - 68% de los que saben de la existencia de FRISIA fue porque son beneficiarios de Liconsa y de los consumidores potenciales que la conocen 25% fue porque se la recomendó un conocido.
 - A 40% de los consumidores el encargado de la Lechería le ofreció a Leche FRISIA, a 59% de los consumidores potenciales se las ha ofrecido el encargado.
-



- 75% de los consumidores potenciales no sabían que FRISIA la produce LICONSA y 78% de los consumidores frecuentes sí lo sabían.
 - 58% de los consumidores potenciales no consumen FRISIA porque no la conocen y 11% por el sabor.
 - Ambos grupos comprarían la leche o en mayor cantidad si se vendiera en una tienda cercana a su casa.
 - Ambos grupos consideran a FRISIA de buena calidad.
 - Ambos grupos comprarían FRISIA en primer lugar si estuviera disponible cuando se va por ella, seguido por si tuviera más tipos o presentaciones, mejorara su empaque, se publicitara y se diera información.
-

FODA A PARTIR DE LOS HALLAZGOS PRINCIPALES



FORTALEZAS

- ✧ POR SU PRECIO ACCESIBLE PUEDE ADQUIRIRSE POR UN AMPLIO SECTOR DE LA POBLACIÓN
- ✧ ES UN PRODUCTO LICONSA DE VENTA ABIERTA A TODO EL PÚBLICO
- ✧ LOS CONSUMIDORES ACTUALES LA CONSIDERAN A LA ALTURA DE LAS OTRAS LECHES POR SABOR, VALOR NUTRICIONAL, FRESCURA Y OTRAS CARACTERÍSTICAS PROPIAS

- ✧ SE VENDE EN POCOS LUGARES Y EN HORARIOS MUY REDUCIDOS
- ✧ NO SE PROMOCIONA SUFICIENTEMENTE Y SE PIENSA QUE ES SÓLO PARA BENEFICIARIOS
- ✧ NO HAY CONFIANZA SOBRE SU CALIDAD PORQUE NO SE SABE QUE LA PRODUCE LICONSA
- ✧ SU ENVASE NO ES ATRACTIVO
- ✧ LA COMPETENCIA COMERCIAL ES MUY FUERTE

OPORTUNIDADES

- ✧ ESTA LECHE TIENE POSIBILIDADES DE AMPLIAR SU MERCADO Y LLEGAR A MÁS CONSUMIDORES
- ✧ PUEDE POSICIONARSE COMO UN PRODUCTO DE CALIDAD COMPETITIVA
- ✧ PUEDE RESOLVER EL DÉFICIT NUTRICIONAL DE MÁS FAMILIAS
- ✧ PUEDE GENERAR UNA COMPETENCIA LEAL

- ✧ QUE CREZCA LA DEMANDA Y LICONSA NO PUEDA RESPONDER A ÉSTA, NI DISTRIBUIRLA ADECUADAMENTE
- ✧ QUE SE OFREZCA EN OTROS COMERCIOS, NO SE VENDA Y, POR SER DE POCA DURACIÓN, SE DESCOMPONGA SI NO HAY REFRIGERACIÓN ADECUADA
- ✧ QUE TENGA QUE SUBIR SU COSTO SI SE DISTRIBUYE EN OTRO TIPO DE COMERCIOS
- ✧ QUE LA COMPETENCIA LA DESPRESTIGIE

DEBILIDADES

AMENAZAS



Con base en los resultados obtenidos a través de las preguntas del sondeo, se puede detectar que las respuestas se encuentran muy polarizadas, ya que por un lado están las de las personas beneficiarias y sus consumidoras/es frecuentes y en el otro extremo están las respuestas de los consumidores potenciales, y es sobre lo que opinó este último grupo que se hace énfasis en este diagnóstico:

La Leche FRISIA se encuentra en desventaja comercial porque sus puntos de venta son muy limitados y con horarios muy cortos.

Como se vende principalmente en las Lecherías Liconsa, hay la percepción de que la Leche FRISIA también es sólo de consumo propio de las personas beneficiarias de los Programas Sociales.

Los consumidores potenciales dudan sobre la empresa que la produce, al enterarse que es Liconsa la responsable de su proceso y envasado se sienten más confiados respecto a su calidad, higiene y valor nutrimental.



- El envase de la Leche FRISIA no resulta tan agradable o manipulable como el de las leches frescas comerciales.
 - Se considera que la mayoría de las personas, no beneficiarias de Liconsa, tienen un gran desconocimiento de la existencia del producto, no es identificado como una marca principal dentro del mercado y, mucho menos, que puede adquirirse libremente.
 - Al interesarse en adquirir el producto los consumidores potenciales, ya sea por precio o por calidad, se enfrentan a restricciones para hacerlo: horarios y puntos de venta.
 - Los niveles socioeconómicos C, B y AB, a pesar de sus cualidades, no están plenamente decididos a probar o volverse consumidores de Leche FRISIA.
-
-

En conclusión:

Según se observa en los resultados del sondeo, el contar con un producto comercial diseñado inicialmente para los niveles socioeconómicos bajo y medio bajo y para venta en las Lecherías Liconsa, da como resultado:

- a) Una marcada dificultad para modificar la percepción que se tiene sobre la Leche FRISIA, a fin de promover su consumo entre otros niveles socioeconómicos, como C y B.

 - b) Para ampliar el mercado, se tendría que tener mayor capacidad de producción y distribución y ser muy eficientes en éstas para, así, determinar plazas y mecanismos de venta que puedan cubrir las expectativas de los consumidores potenciales y facilitarles adquirir la Leche FRISIA.
-



- c) El desconocimiento del producto determina que se requiere de una Campaña de Publicidad y Promoción que difunda los beneficios cualitativos y cuantitativos de la Leche FRISIA y sus ventajas competitivas entre los públicos los que espera llegar.

 - d) Los trabajadores y promotores de Liconsa podrían ser un buen canal de difusión para ampliar la venta.
-
-

- Motivar y elevar el consumo de Leche FRISIA mediante las siguientes acciones:

Campaña de
Publicidad de
mediano
impacto en
medios directos

No puede ser de alto
impacto porque no
hay producción para
una alta cobertura, ni
se cuenta con
numerosos puntos de
venta

Capacitación a
trabajadores de
Liconsa que
atienden a
clientes

Darles elementos
para invitar a
adquirir Leche FRISIA
y difundir sus
ventajas y calidad

Realizar
promoción
directa con
actividades de
degustación y
entrega de
muestras

Esto contribuirá a
cambiar la
percepción de que
FRISIA no tiene buen
sabor o es poco
consistente

- Motivar y elevar el consumo de Leche FRISIA mediante las siguientes acciones:

Fortalecimiento del Programa La Ruta de la Leche

Su gran valor es que las personas no tienen que desplazarse lejos de sus hogares, esto les facilita acceder al producto y generar lealtad

Crear una tarjeta de puntos

Para premiar la fidelidad de los consumidores, por cada número de litros-puntos se les obsequiará un promocional o lechitas saborizadas UHT

- Motivar y elevar el consumo de Leche FRISIA mediante las siguientes acciones:

Surtir en los
puntos de venta
un número
mayor de litros
para subsanar las
quejas acerca de que
no hay producto en
venta cuando se le
busca

Ampliar el
horario de
venta de FRISIA
en Lecherías
A fin de que los
consumidores
puedan contar con el
producto de manera
permanente