LITORALPRESS

Fecha: 17-07-2025
Medio: La Tribuna
Supl. : La Tribuna
Tipo: Noticia general
Título: Productores intensifican estrategias para aumentar el consumo de leche en Chile

Pág. : 9
Cm2: 655,0
VPE: $ 1.105.591

Tiraje: 3.600
Lectoría: 14.800
Favorabilidad: No Definida

Productores intensifican estrategias para aumentar el consumo de leche en Chile

Desde 2002, la Sociedad Promotora de Productos Lácteos ha liderado campañas para posicionar la leche como un alimento clave para la salud. Hoy, con nuevos enfoques y plataformas, los productores buscan adaptarse a los cambios de consumo y reforzar su presencia en la mesa de los chilenos.

Jorge Guzmán B.
prensa@latribuna.cl

En el marco del Mes de la Leche, productores lecheros de las regiones de Los Ríos, Osorno y Llanquihue participaron en una serie de encuentros gremiales donde se presentó un análisis detallado sobre la evolución de las campañas de promoción de productos lácteos en Chile.

La actividad fue liderada por la Sociedad Promotora de Productos Lácteos (Promolac), integrada por Fedeleche y Fenaleche, con el objetivo de fortalecer el consumo interno de leche y sus derivados.

De acuerdo con el Centro de Información Láctea (CIL), el consumo per cápita fue de 139 litros equivalentes por persona al año. Aunque aún está por debajo de la recomendación de la FAO, ha mostrado una recuperación sostenida, con un crecimiento basado en las oportunidades de productos con valor agregado y lácteos funcionales.

"El desafío es seguir promoviendo el consumo de leche chilena, adaptándonos a los cambios económicos y culturales, y comunicando efectivamente sus beneficios para la salud", señaló José Luis Lobato, representante de Promolac.

En efecto, se destacó que el consumo per cápita ha aumentado en los últimos años: en 2015 era de 108,3 litros por habitante, mientras que en 2023 alcanzó los 119,1 litros, una tendencia que ha crecido de forma paulatina.

ESTRATEGIAS RENOVADAS PARA UN CONSUMO SALUDABLE

Desde el año 2002, Promolac ha desarrollado campañas orientadas a posicionar la leche como un alimento esencial para el desarrollo humano. En sus inicios, las acciones se enfocaron en adolescentes, con una imagen renovada del producto y énfasis en sus beneficios nutricionales.

Más adelante, se incorporaron derivados como el yogur y el queso, ampliando el alcance a nuevos segmentos de consumidores.

Con el avance tecnológico, entre 2010 y 2015, se sumaron redes sociales e internet como canales clave para difundir mensajes adaptados a públicos específicos como niños, jóvenes y madres.

"Actualmente, la campaña 'Yo Tomo Leche' continúa siendo un pilar en la promoción, reforzada por actividades en puntos de venta, eventos deportivos, talleres con nutricionistas y visitas educativas a colegios y predios productivos", detalló Lobato.

COMPROMISO CON LA SUSTENTABILIDAD Y LA CALIDAD

Además de fomentar el consumo, los productores de leche en Chile han incorporado prácticas sustentables, como el uso de energías renovables y el cuidado del medio ambiente, garantizando productos frescos y de calidad elaborados con leche chilena.

La campaña también destaca el valor de la producción local y su vínculo con las comunidades rurales.

PRESENCIA DIGITAL Y CONEXIÓN CON EL CONSUMIDOR

Con más de 13.000 seguidores en redes sociales, Promolac mantiene una comunicación activa a través de recetas, concursos y contenidos científicos que respaldan los beneficios nutricionales de los lácteos.

Esta estrategia ha permitido consolidar el posicionamiento de los productos lácteos como alimentos saludables e imprescindibles para la población chilena.

Tras la cita, Lobato aseguró: "Como Promolac, nos alegra haber podido mostrar cómo la promoción estratégica, el trabajo en terreno y el uso de plataformas digitales han evolucionado para responder a los nuevos hábitos de consumo y realzar el orgullo por la leche chilena".

"Agradecemos la interacción con los productores, cuyas ideas y experiencias son clave para seguir construyendo campañas más representativas y efectivas", concluyó.