



Natalia Fernández

Directora da Unidade de Negocio Lácteo de Pascual

Devolver o leite ao lugar que merece

► O LEITE É MOITO MÁIS CA UNHA MERA BEBIDA ESENCIAL, POR ISO A NOSA ESTRATEXIA DEBE SER TRANSFORMAR CADA PINGA NUN MOMENTO DE NUTRICIÓN E PRACER PARA TODO O MUNDO

conclusión de que o leite é unha categoría que lle segue ofrecendo o mesmo que hai vinte anos e cos mesmos formatos: botella de 1 litro, botella de 1,5 litros... e pouco máis; non evolucionou co consumidor coma si o fixeron o resto das categorías. Só engadimos ou quitamos ingredientes, sen achegar máis beneficios. E o leite é moito máis ca unha mera bebida esencial, por iso penso que a nosa estratexia debe ser transformar cada pinga nun momento de nutrición e pracer para todo o mundo.

O plan ha de estar enfocado en deixar de vender leite líquido para vender beneficios para o consumidor e neste sentido temos unha misión fundamental: converter este alimento nun símbolo de nutrición e de disfrute co propósito de coidar das persoas e do noso medio.

No noso caso, a estratexia co leite básico está encamiñada a defender a proposta de valor a través do que denominamos a “nutrición esencial”, co fin de proporcionar solucións que axuden na nutrición esencial do consumidor no seu día a día ao longo da súa vida.

En segundo lugar, queremos ofrecer o coidado a través da “nutrición avanzada”, con produtos que proporcionen beneficios funcionais, con novos produtos que axuden á mobilidade integral con tres beneficios: a forza, a estabilidade e a elasticidade.

Nun vaso de leite os consumidores poderán tomar a suplementación necesaria para protexer músculos, ósos e articulacións: isto é darlle valor ao leite, non desprestixialo.

Pero non só se trata de satisfacer a nutrición básica e avanzada dos consumidores: quen di que non se pode gozar dun bo lácteo? Por iso estou convencida de que se deben ofrecer solucións para elevar o consumo dos lácteos ao pracer sen deixar de coidar dos cidadáns. Se mo permiten, un bo exemplo é a bebida de leite mesturado con zume de froitas que a nosa empresa lanzou ao mercado a finais dos anos 90 e que se converteu nunha categoría icónica, unha necesidade de consumidor.

Dende a nosa empresa seguimos a traballar nesta liña, porque nos parece moi importante contribuír a impulsar a categoría láctea, porque o merece e porque é un ingrediente tan versátil que non podemos seguir banalizando.

Temos que volver darlle valor ao leite achegádollo á categoría, e iso é o que nós sempre tentamos facer desde hai máis de cincuenta anos.

O sector ten a obriga de reivindicar a súa posición no mercado con propostas de valor que devolvan o leite ao lugar que merece, coidar da hostalería e ofrecer innovación adaptada ás necesidades actuais, sen esquecer os do planeta. ■

Malia que chega ao 100 % dos fogares españois, a categoría do leite perdeu o 30 % do volume nos últimos vinte anos debido, principalmente, a dous motivos: o descenso da natalidade –os nenos son os grandes consumidores de leite– e a perda de valor continua dun ingrediente tan nobre.

Tras realizar un exercicio poñendo ao consumidor no centro, chegamos á

Ahora sí, a la

última →

Anticipa la PAC¹

y digitaliza tu negocio Agro
llevándote la suscripción al

Cuaderno de Campo Digital².



Descubre más en
bancosantander.es

Es el momento



1. Operación sujeta a previa aprobación por parte del banco. Consulta condiciones en tu oficina o en bancosantander.es.

2. Oferta válida hasta el 31.12.2025, una suscripción por cada NIF/CIF y por anticipar un mínimo de 2.500€. Suscripción válida hasta el 31.12.2025. Rendimiento de capital mobiliario sujeto a ingreso a cuenta (el coste del ingreso a cuenta es asumido por la entidad y no se le repercute al cliente).