



SECRETARÍA GENERAL DE MEDIO RURAL

**DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIA Y
MERCADOS ALIMENTARIOS**

**SUB. GRAL DE ESTRUCTURA DE LA CADENA
ALIMENTARIA**

**M^a del Carmen FUENTES BOL
Jefe de Área de Análisis de Consumo**

***La Comercialización
en España: Situación Actual
y Perspectivas***

**III CONGRESO NACIONAL DE
CARNE DE VACUNO**

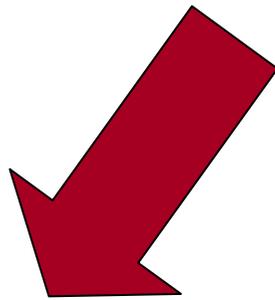
AVILA 19-21 NOVIEMBRE 2008

ÍNDICE

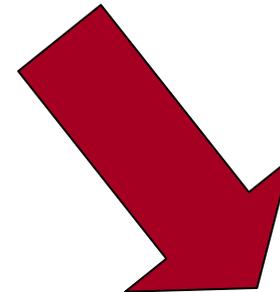
- 1 Estudios sobre el consumo y comercialización de la Carne**
- 2 Consumo de Carne de Vacuno y su evolución**
- 3 Precios de la Carne de Vacuno**
- 4 Comercialización de la Carne de Vacuno**
- 5 Precepciones obre la Compra y Consumo de Carne**
- 6 Percepciones sobre la Compra de Productos Elaborados con Carne**
- 7 Valoración de las Marcas de Carne**
- 8 Retos y Perspectivas de Futuro**



**Dos Tipos de Estudios Realizados en
el M.A.P.A. (ahora M.A.M.R.M.)**



**Panel de Consumo
Alimentario**



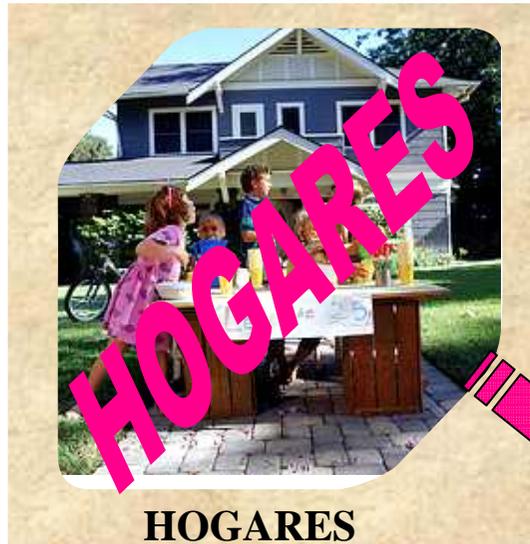
**Observatorio del
Consumo y la Distribución
Agroalimentaria**



Panel de Consumo Alimentario



METODOLOGÍA



PANEL DE ALIMENTACIÓN DEL M.A.R.M.

ESTABLECIMIENTOS DE HOSTELERÍA-RESTAURACIÓN



CENTROS INSTITUCIONALES

Variables recogidas

- Producto comprado
- Cantidad comprada
- Precio unitario
- Gasto total
- Lugar donde realizan la compra los Hogares y la Hostel./Restaur.



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Panel de Consumo Alimentario

◆ MUESTRA:

Panelizada de 6.000 Hogares entre 2000-05
de 8.000 Hogares desde 2006

◆ SISTEMA DE COLABORACIÓN:

Apunte diario del consumo mediante lector
óptico

◆ NÚMERO DE SEMANAS CONTROLADAS ANUALMENTE

312.000 de 2000 al 2005

416.000 desde 2006



Ficha Técnica: Muestra

- **1.500 establecimientos HORECA + 300 establecimientos de restauración social.**
- **Recogida de la información por un agente encuestador**
- **Distribuidos por áreas geográficas los establecimientos de Hostelería Restauración Comercial.**



Ficha Técnica: Universo

- **Tipología de establecimientos que forman parte del Universo:**
 - **Restauración Organizada/moderna**
 - **Hoteles**
 - **Restaurantes**
 - **Consumo nocturno**
 - **Cafeterías y Bares**
 - **Restauración social/colectiva**



*Observatorio del
Consumo y
la Distribución
Agroalimentaria*



METODOLOGÍA

INVESTIGACIÓN CUALITATIVA



A. 2 Reuniones de Grupo de 8
amas de casa cada una.
Segmentadas por EDAD y
CLASE SOCIAL Septiembre
2008

INVESTIGACIÓN CUANTITATIVA



B. 1.000 Entrevistas telefónicas a
responsables de realizar
la compra de alimentación en
los Hogares.
Segmentación CCAA y
TAMAÑO DEL HABITAT.
Septiembre 2008

200 Entrevistas telefónicas a
profesionales de la distribución
de la carne. Septiembre 2008



CONSUMO DE CARNE DE VACUNO Y SU EVOLUCIÓN



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

Panel de Consumo Alimentario

Lo que nos hemos GASTADO en la compra de carne de VACUNO en el Año móvil jul'07-jun'08

3.600 Mill.€



HOGARES:
2.794 Mill € (62 €/Cápita)
(77% del gasto total en VACUNO)

HORECA:
806 Mill €

Hostelería/Restauración: 710 Mill. € (20% del gasto en VACUNO)	Instituciones: 96 Mill. € (3% del gasto en VACUNO)
---	---



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Panel de Consumo Alimentario

La CANTIDAD QUE COMPRAMOS de carne de VACUNO. Año móvil julio '07-junio'08

414 Miles de Tm (9 Kg/persona/año)

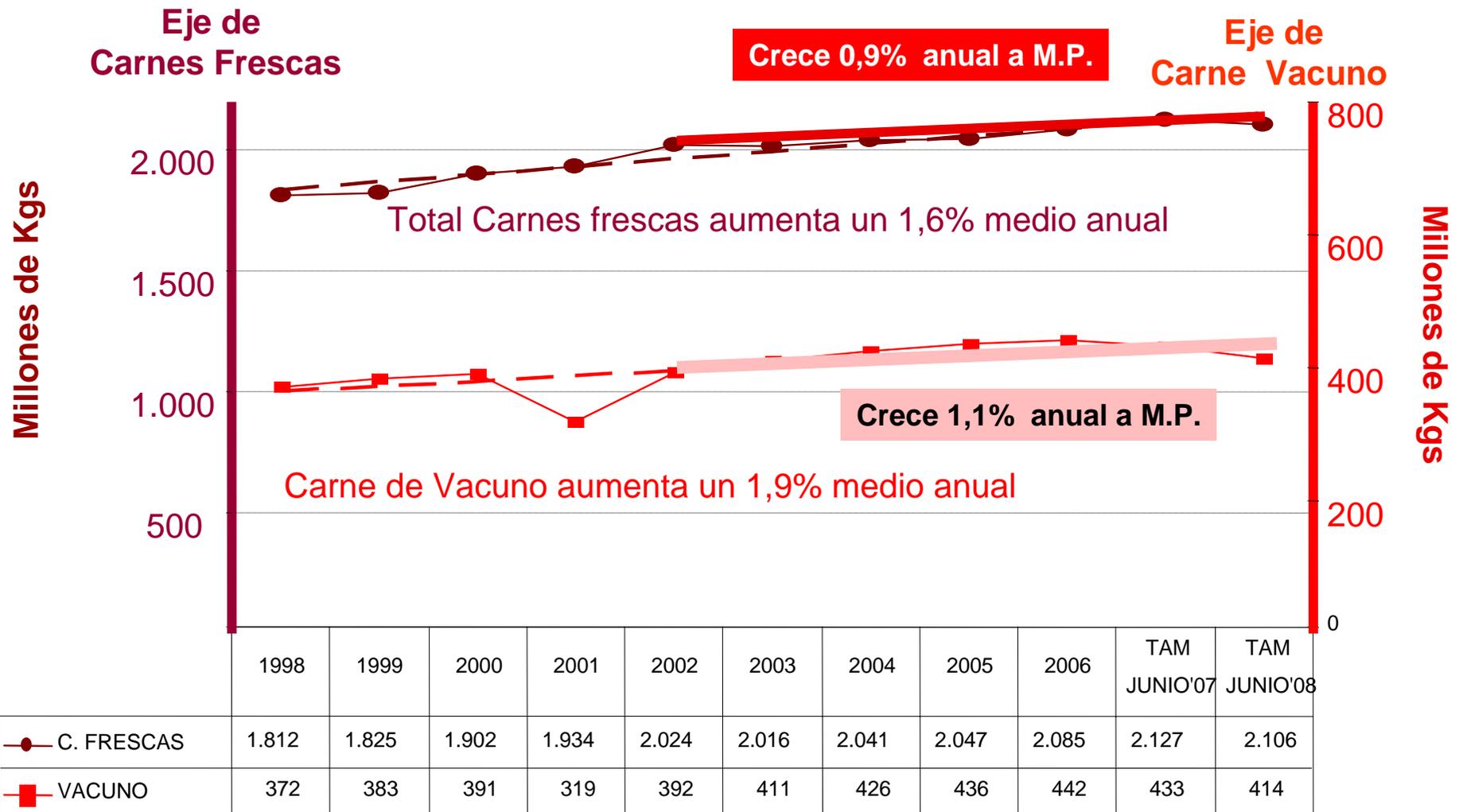


GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

Panel de Consumo Alimentario

EVOLUCIÓN DE LA CANTIDAD COMPRADA DE CARNE DE VACUNO COMPARADA CON EL TOTAL CARNES FRESCAS



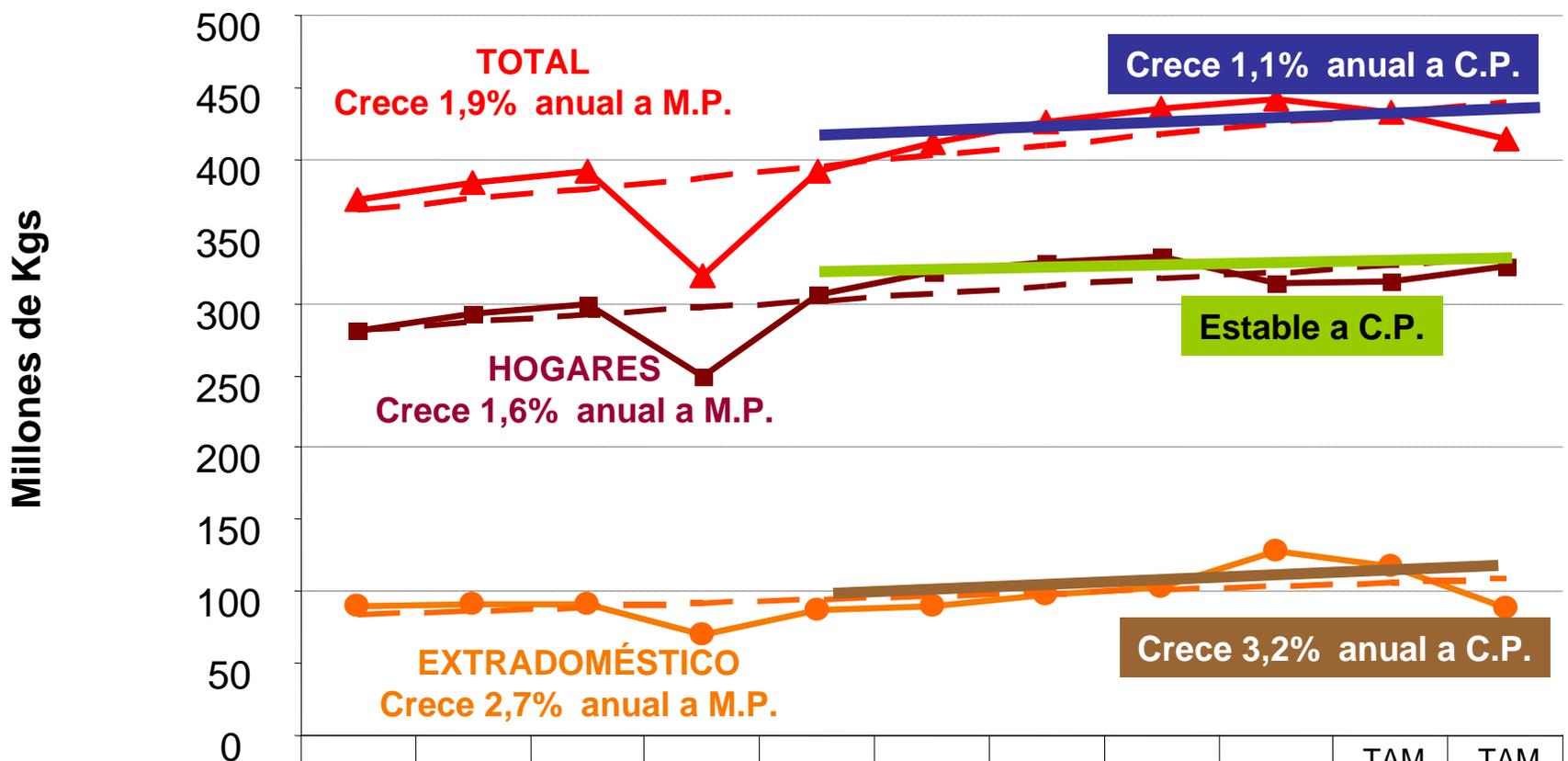
GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Panel de Consumo Alimentario

EVOLUCIÓN DE LA CANTIDAD COMPRADA DE CARNE DE VACUNO

1998-TAM JU'08 M.P.
2003-TAM JU'08 _____ C.P.



	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	TAM JUNIO'07	TAM JUNIO'08
■ HOGARES	282	293	300	250	305	321	329	333	314	315	326
● Extradoméstico	90	91	91	70	87	90	98	103	128	118	88
▲ TOTAL	372	383	391	319	392	411	426	436	442	433	414



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Panel de Consumo Alimentario

CONSUMO DE CARNE DE VACUNO EN LOS HOGARES



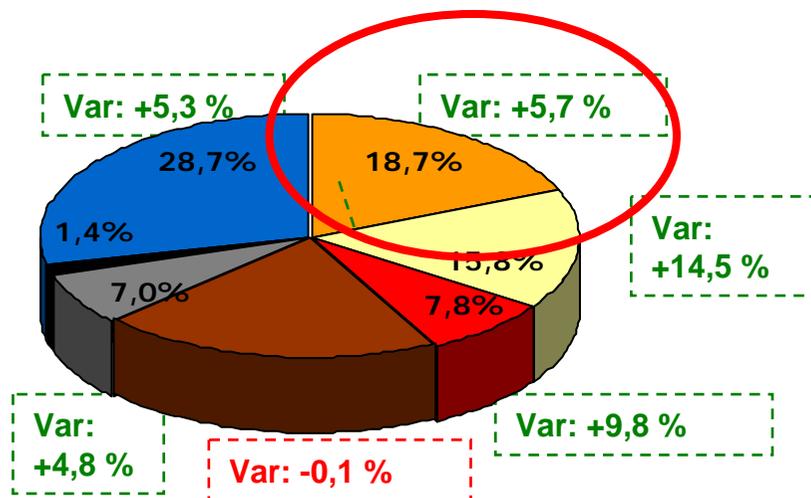
GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

Panel de Consumo Alimentario

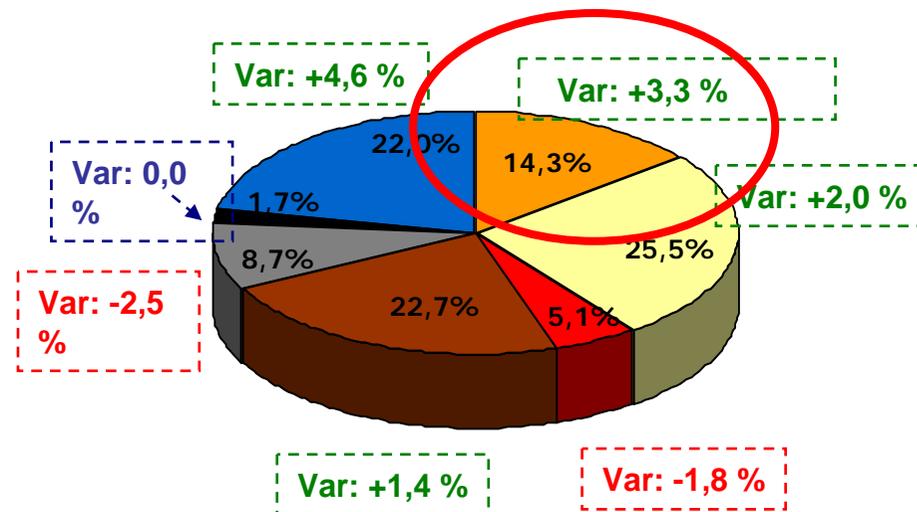
IMPORTANCIA DE LOS TIPOS DE CARNE (TAM JUN 08)

VALOR



HOGARES

VOLUMEN



- Total Vacuno
- Pollo
- Ovino y Caprino
- Cerdo
- Otras carnes frescas **
- Total carnes congeladas
- Carne transformada

% VACUNO /CARNES FRESCAS EN VOLUMEN = 18%

% VACUNO /CARNES FRESCAS EN VALOR = 27%

* Nota Total Carnes frescas = Vacuno + Pollo + Ovino y Caprino + Cerdo + Otras C. Frescas

** Nota Otras Carnes frescas = Conejo + Despojos + Avestruz + Pavo + Otras Aves.

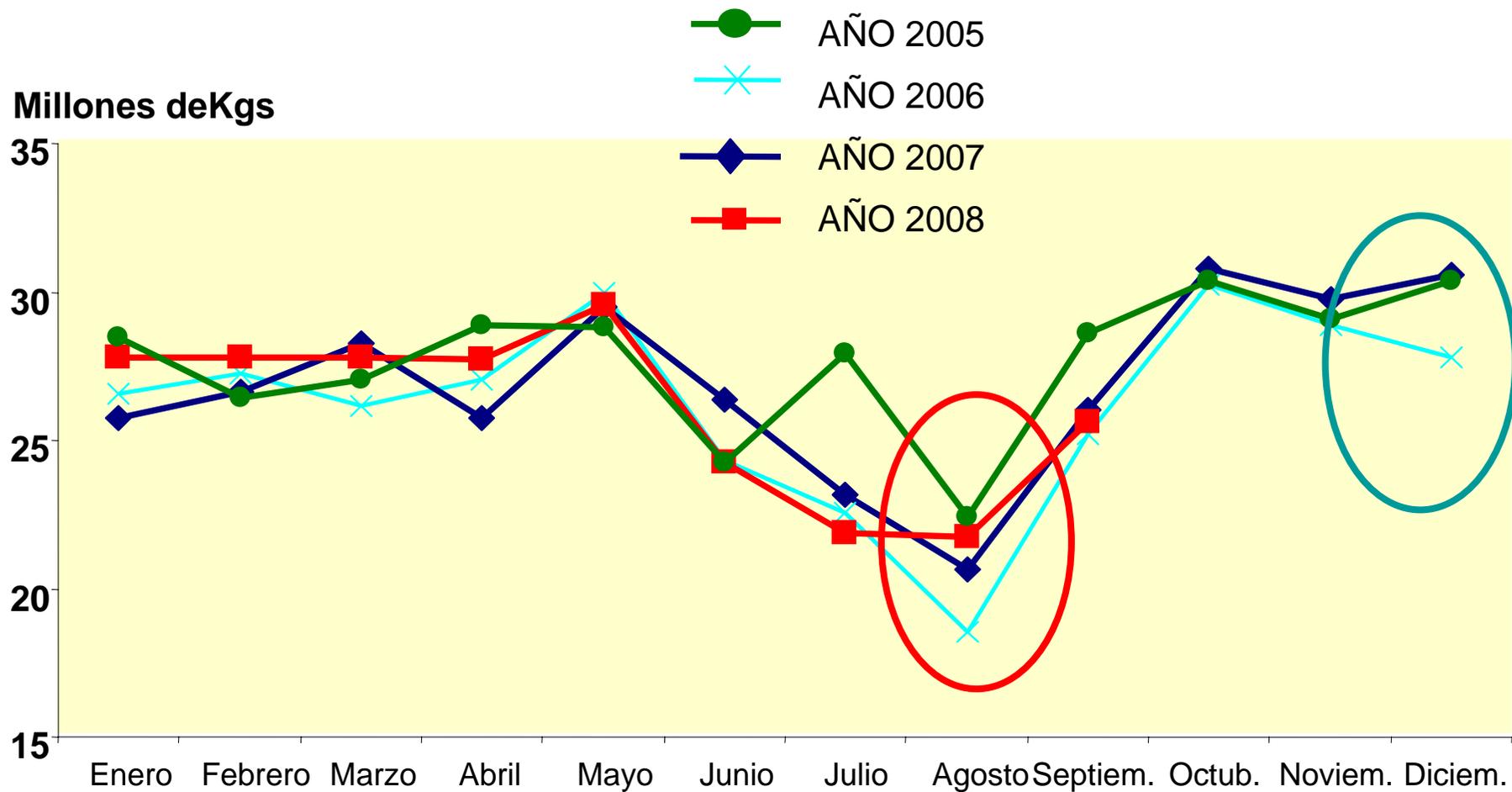


GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Panel de Consumo Alimentario

EVOLUCION MENSUAL DEL CONSUMO DE VACUNO (Hogares) Millones de kgs



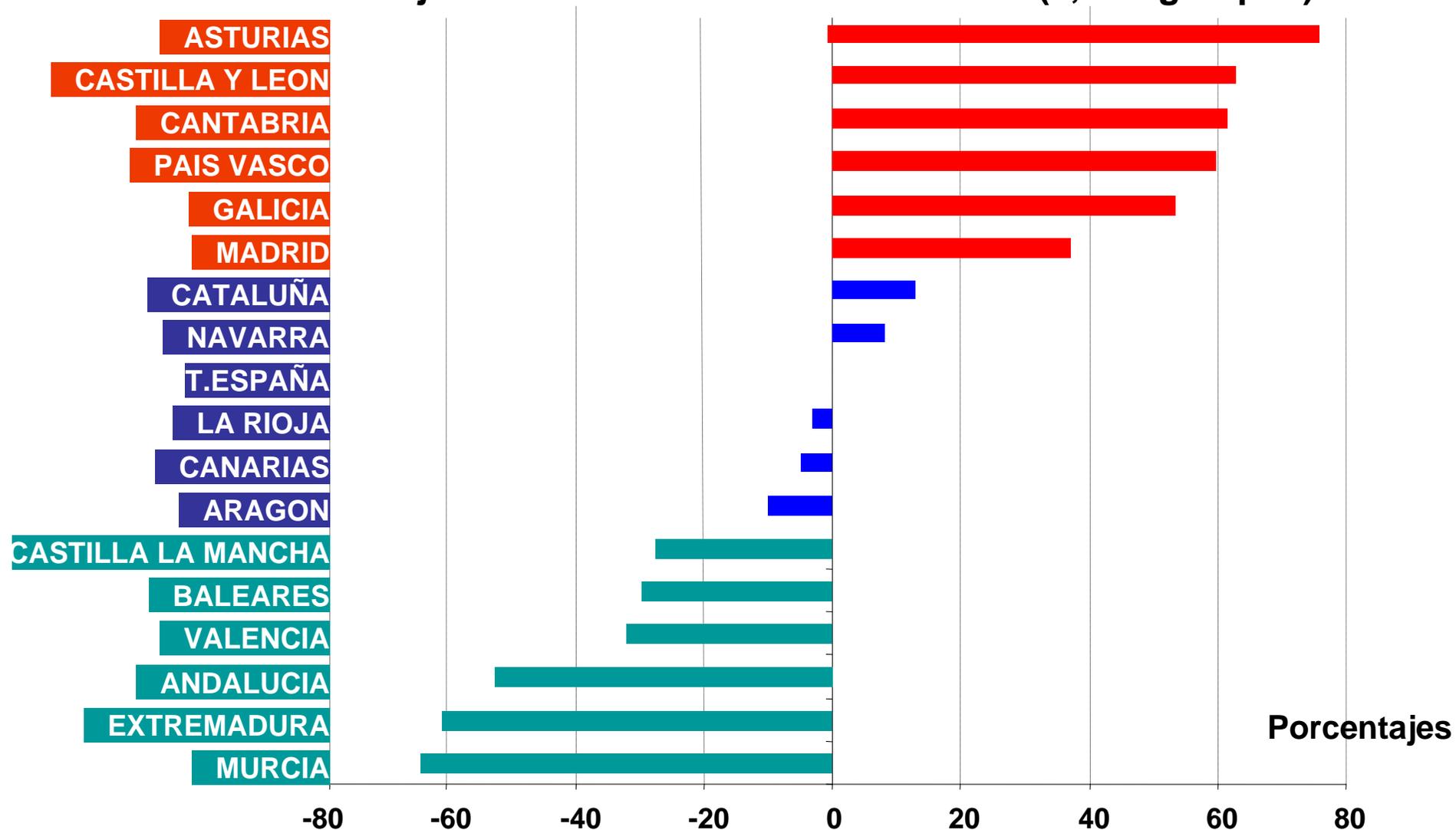
GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

Panel de Consumo Alimentario

CONSUMO DE VACUNO (HOGARES). TAM JUNIO '08

Porcentajes desviados de la media nacional (7,22 Kg/Cápita)



Porcentajes

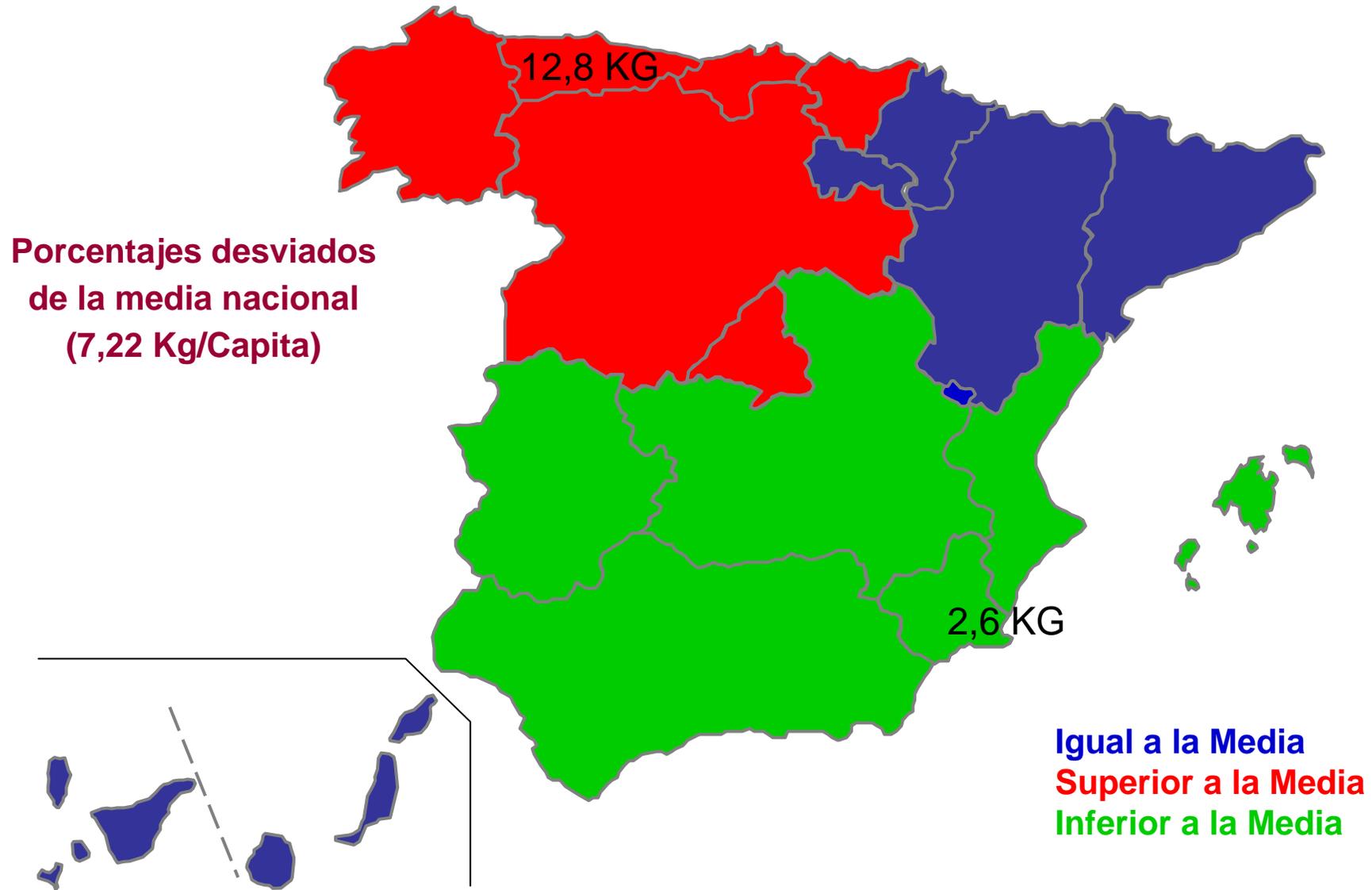


GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

Panel de Consumo Alimentario

CONSUMO EN HOGARES DE LA CARNE DE VACUNO



GOBIERNO DE ESPAÑA

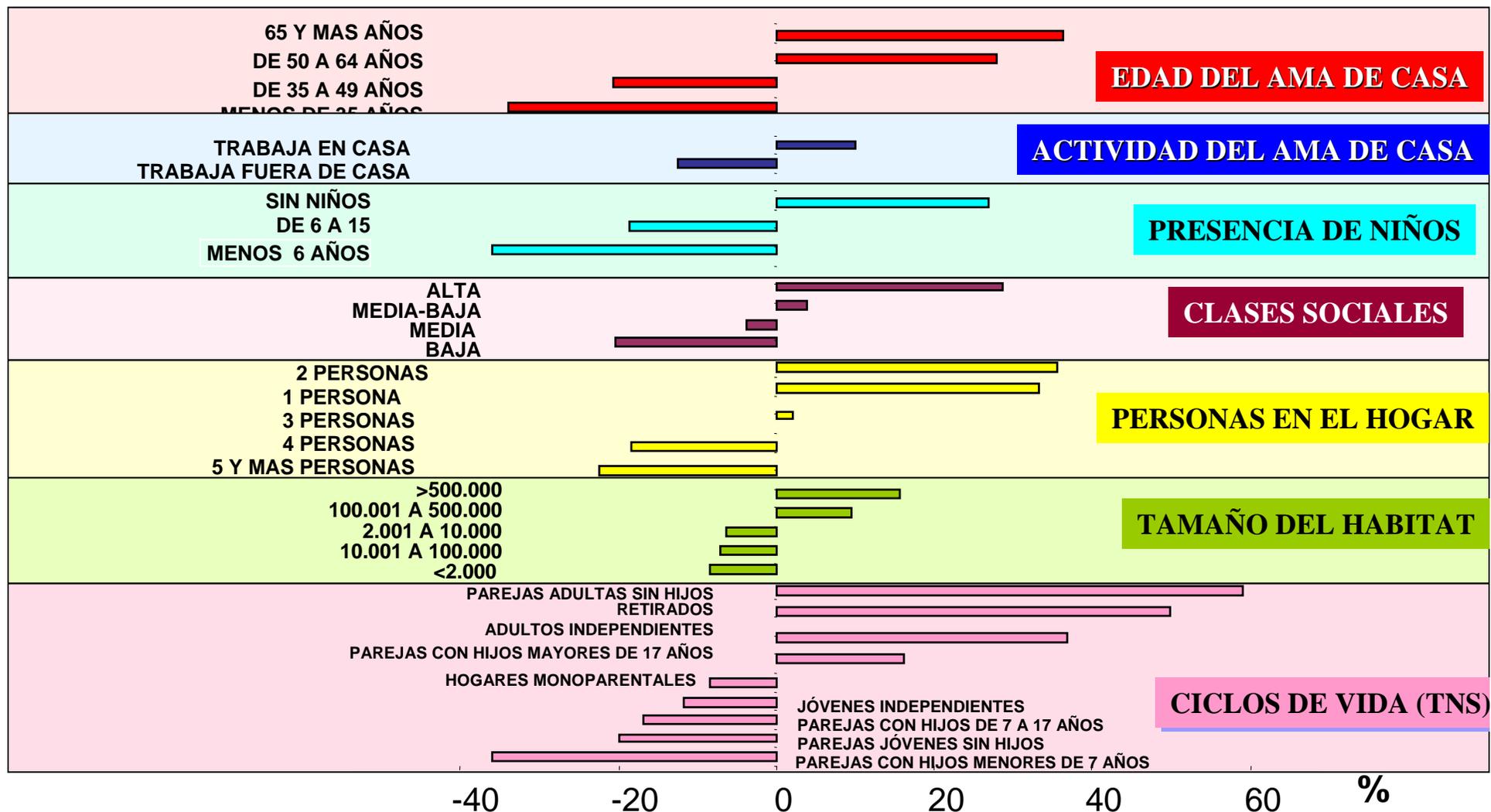
MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Panel de Consumo Alimentario

CONSUMO PER CÁPITA EN HOGARES

CARNE DE VACUNO

Porcentaje desviado de la Media Nacional (7,22 Kg/Cápita).
TAM JUN'08



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

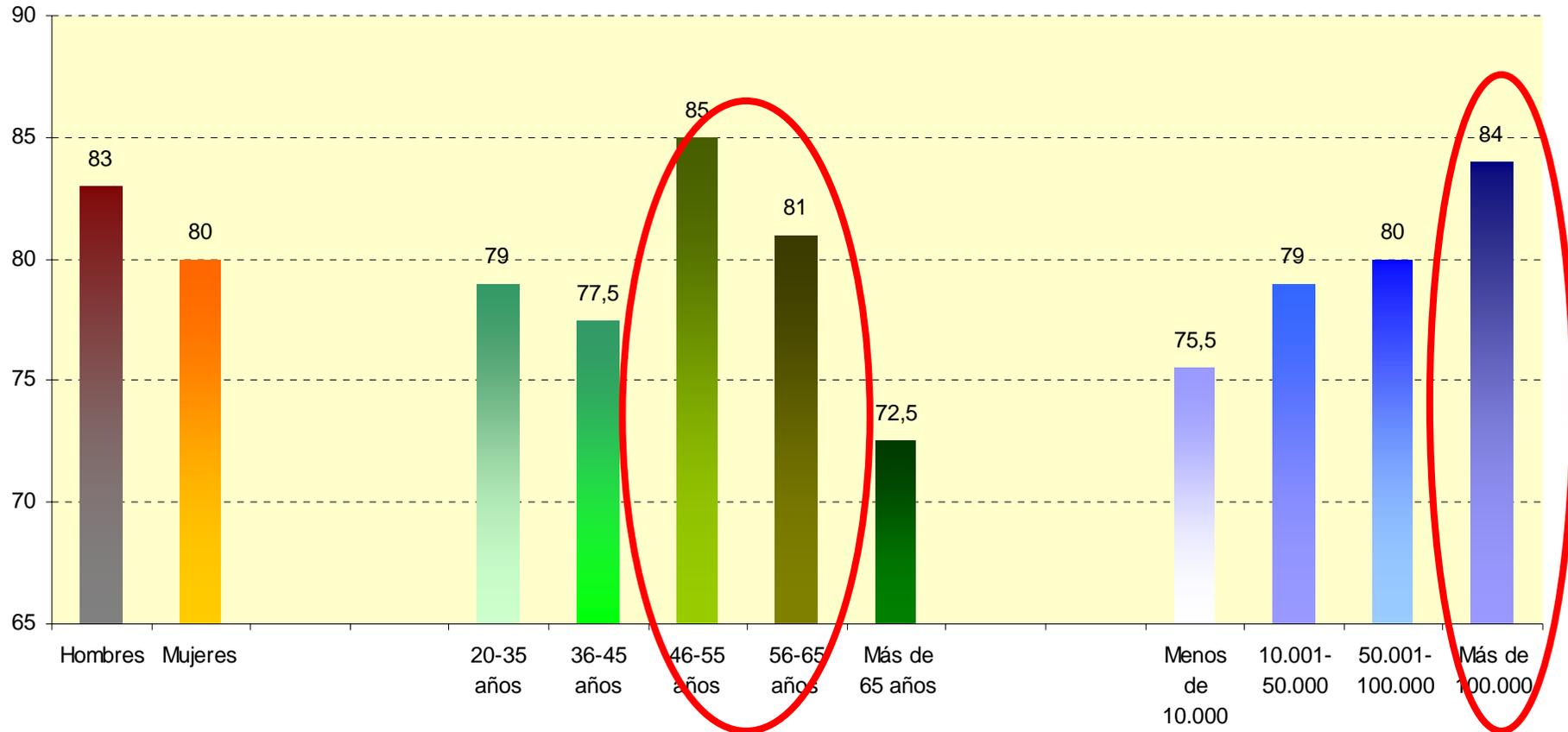
Panel de Consumo Alimentario

CONSUMO DE CARNE

¿Habitualmente consume carne de vacuno?

Consumidores

Base: 1.000



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

Hogares más consumidores de carne de vacuno (11,5 kg. TAM junio'08)



Hogares menos consumidores de carne de Vacuno (4,6 kg. TAM junio'08)



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Panel de Consumo Alimentario

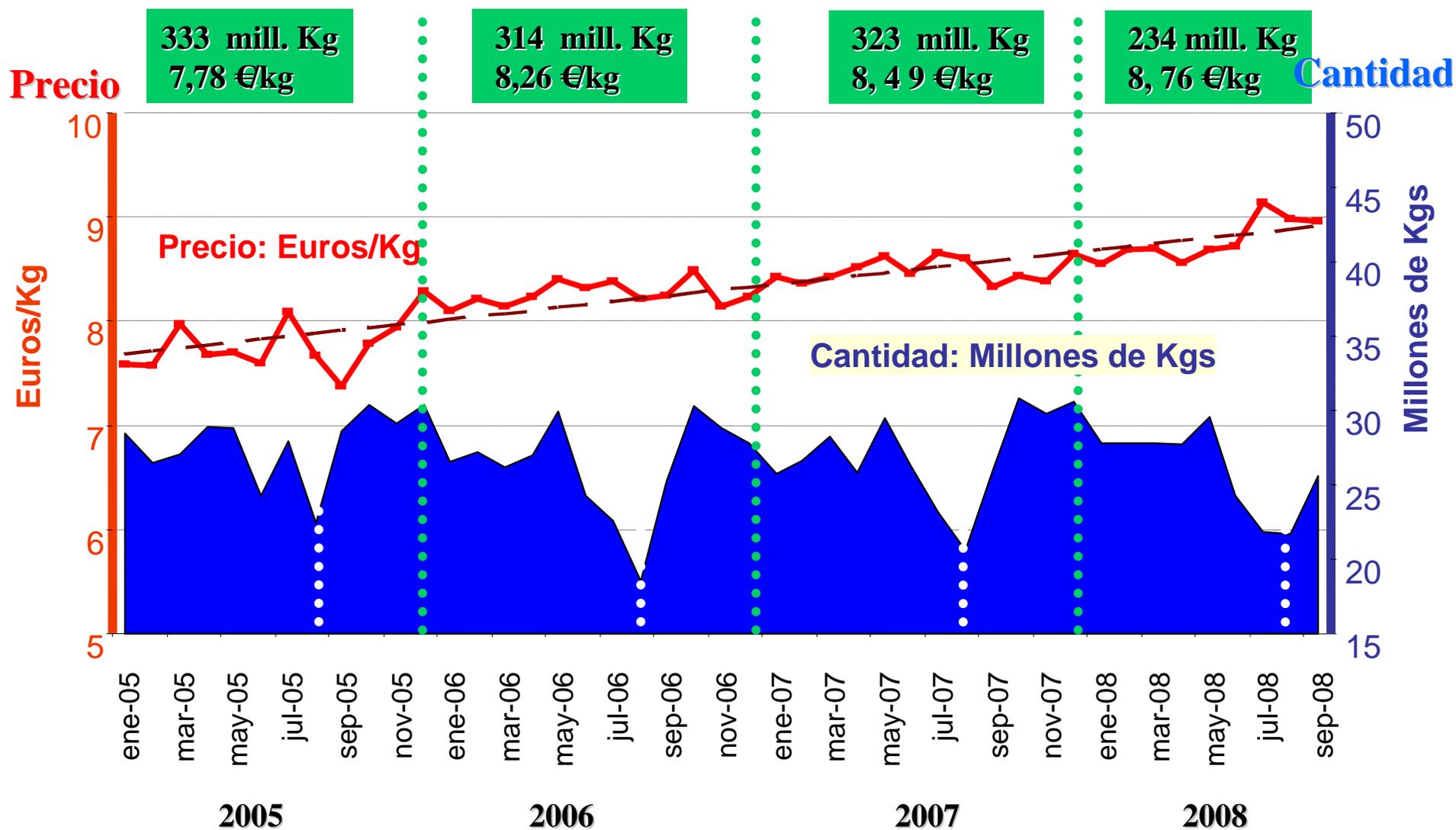
Precios de la Carne de Vacuno



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

EVOLUCIÓN DEL CONSUMO Y PRECIO DE LA CARNE DE VACUNO (HOGARES)



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

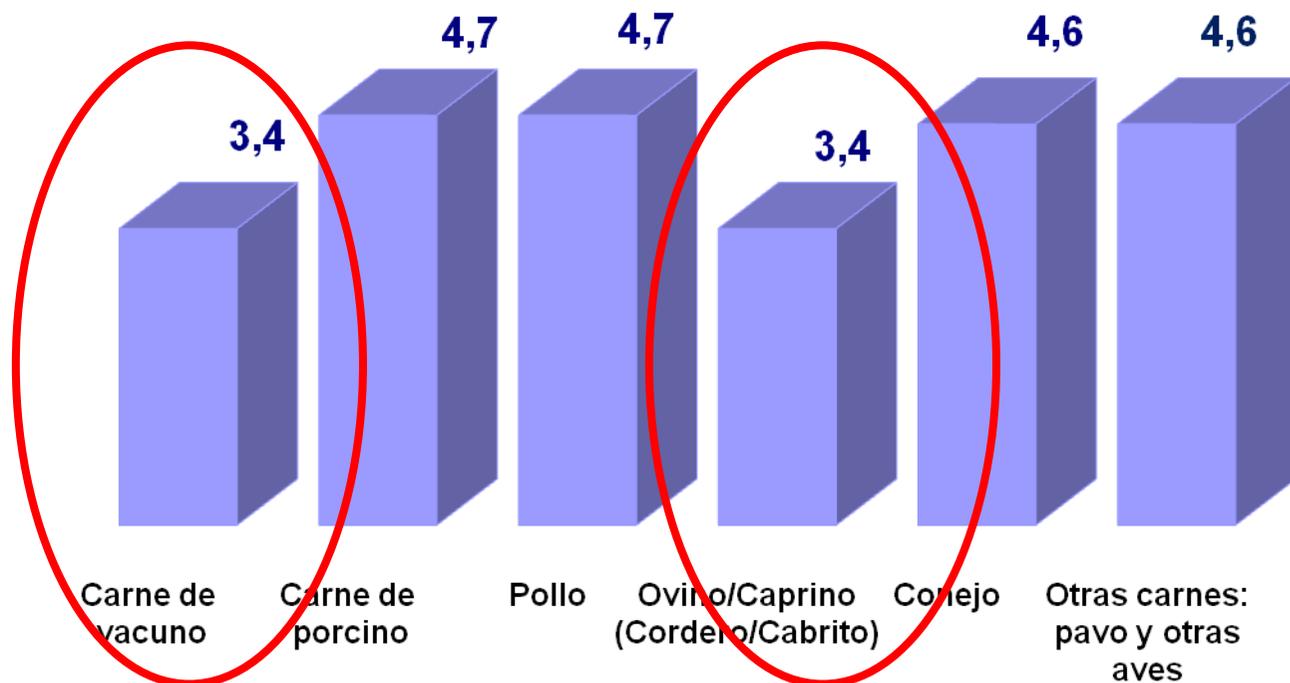
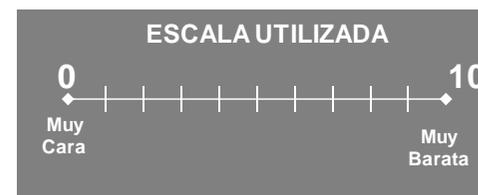
Panel de Consumo Alimentario

EVALUACIÓN DE LOS PRECIOS DE LA CARNE

Utilizando una escala de 0 a 10 donde 0 significa la encuentra muy cara y 10 que la encuentra muy barata, dígame como ve, en general, los precios de la carne

Consumidores

Base: 1.000



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

Comercialización de la Carne de Vacuno

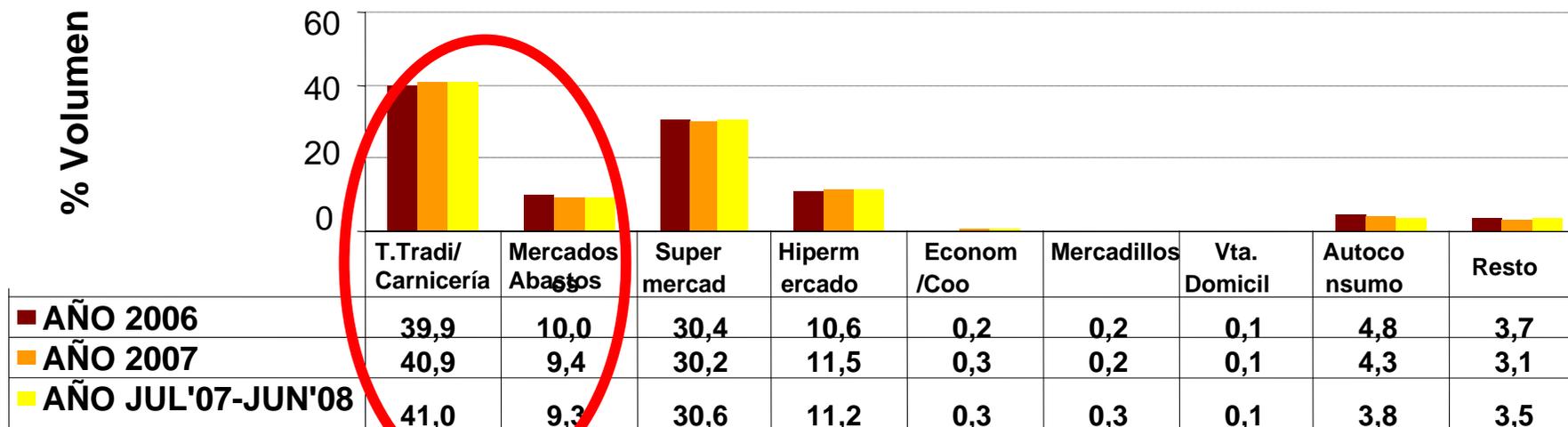


GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

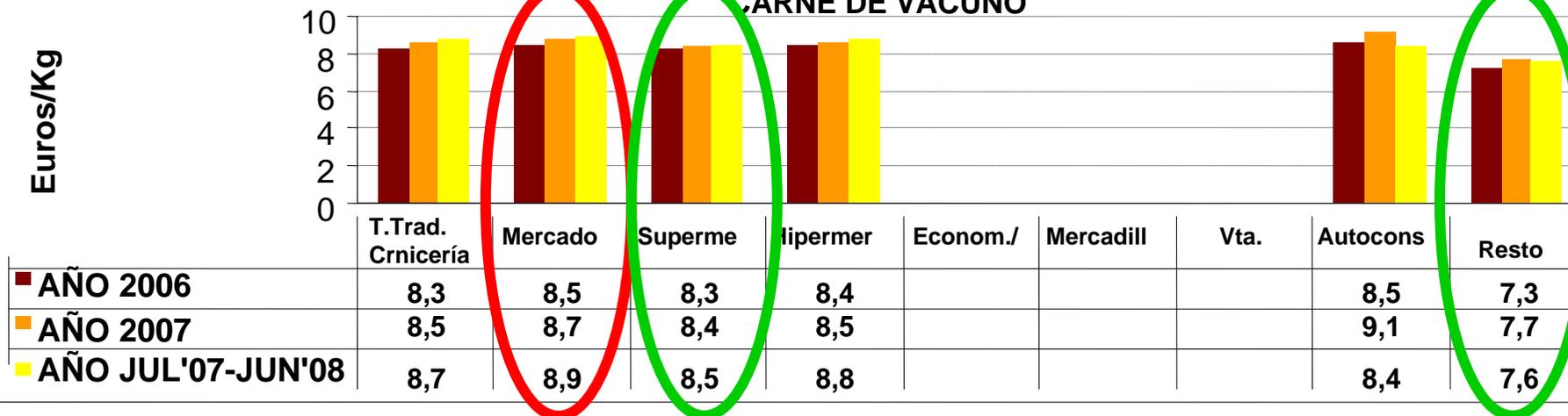
¿DÓNDE COMPRAN LOS HOGARES LA CARNE DE VACUNO?

Cuota de mercado en volumen (%)



PRECIO POR UNIDAD DE PRODUCTO (HOGARES)

CARNE DE VACUNO



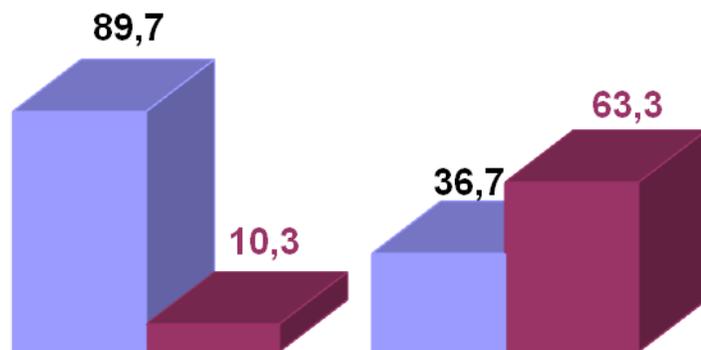
FORMATO EN QUE ADQUIERE LA CARNE

Consumidores

Base: 1.000

%

¿Ud compra carne?



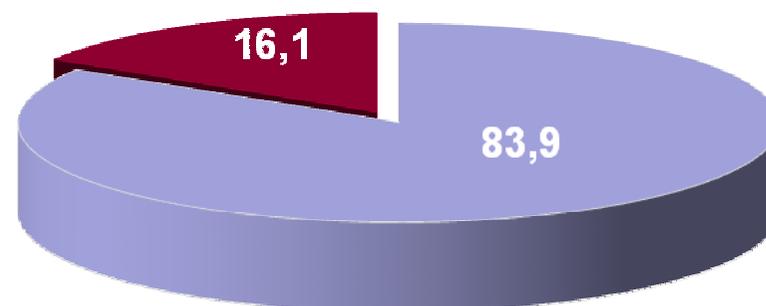
Al corte, en mostrador

Embarquetada

■ Si

■ No

¿Y habitualmente cómo acostumbra a comprar la carne?



■ Al corte, en mostrador ■ Embarquetada



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

MOTIVOS POR LOS QUE PREFIERE ESE FORMATO

¿Por qué prefiere ese formato?

%

Consumidores

Motivos principales por los que prefiere la carne al corte

Me da más confianza 49,3%

Ve el producto que me llevo 32,2%

Me gusta que me la prepare el carnicero/pollero 27,3%

Elijo yo la cantidad exacta 26,5%

Tiene más calidad 24,6%

Elijo yo la pieza exacta 21,3%

Base: 839

Motivos principales por los que prefiere el embarquetado

Me ahorra tiempo/colas 50,9%

Es más cómodo 44,1%

Me da más confianza 18,0%

Base: 161

(*) Pregunta de respuesta múltiple



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

FORMATOS/TIPOLOGÍAS EN QUE COMERCIALIZA LA CARNE

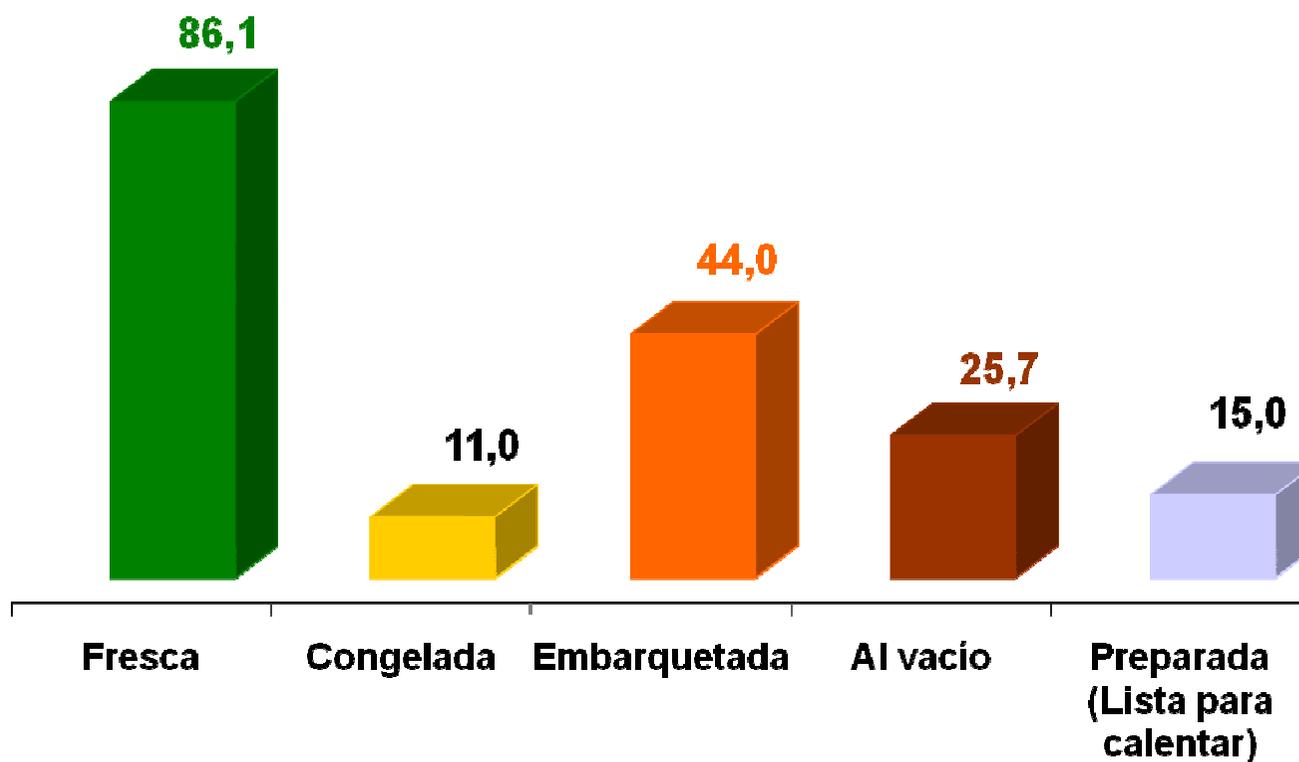
Distribuidores

Base: 200

(*) Pregunta de respuesta múltiple

¿En qué formatos/tipologías comercializa la carne en su establecimiento?

%



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

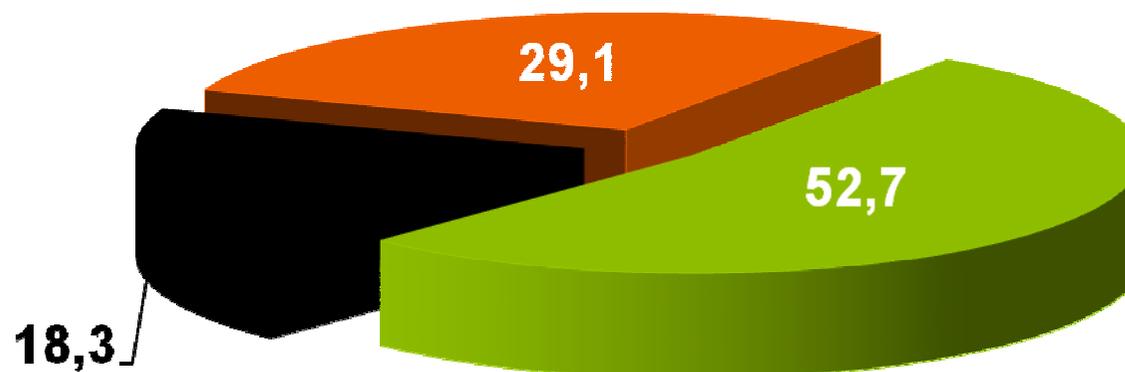
INCREMENTO DE VENTA DE CARNE

Distribuidores

%

Base: 200

¿Considera que el tema de venta de productos empaquetados disminuye o incrementa el volumen de ventas?



- Disminuye el volumen de ventas
- Incrementa el volumen de ventas
- Ns/Nc



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

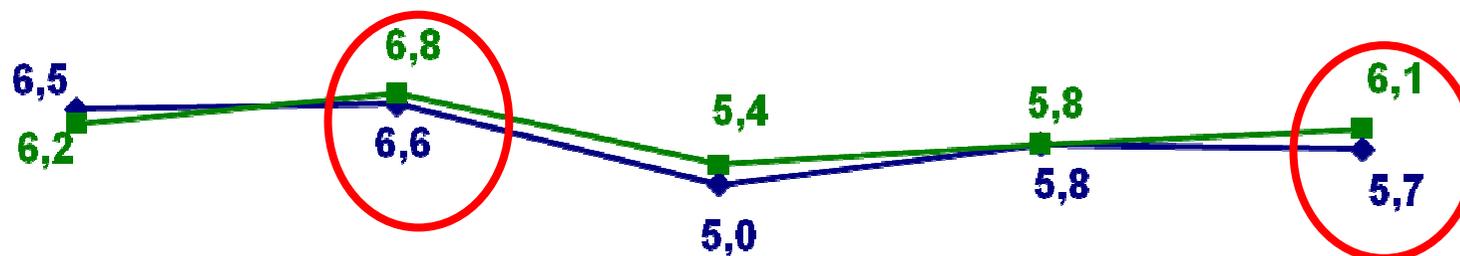
EVOLUCIÓN DEL CONSUMO DE CARNE EN LOS DIFERENTES FORMATOS

En los últimos 2 años ¿cómo cree que ha evolucionado el consumo de carne en los diferentes formatos? Utilice una escala de 0 a 10 donde 0 significa que ha disminuido mucho y 10 que ha aumentado mucho. El 5 significaría que no ha variado

Base: 200



¿Y cómo cree que evolucionará en los próximos 2 años? Utilice una escala de 0 a 10, donde 0 significa que disminuirá mucho y 10 que aumentará mucho. El 5 significaría que no variará



Fresca en venta asistida

Embarquetada

Congelada

Al Vacío

Preparada (Lista para calentar)

◆ Evolución últimos 2 años ■ Evolución próximos 2 años



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

Percepciones sobre la Compra y el Consumo de la Carne



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

FACTORES QUE DETERMINAN LA ELECCIÓN FINAL DEL ESTABLECIMIENTO

¿Qué factores determinan la elección final del establecimiento de compra de carne?

%

Confianza en el vendedor

56,5%

Calidad de los productos

49,6%

Buenos precios

21,5%

Variedad de productos

11,7%

Resultados homogéneos por sexo, edad y hábitat

Consumidores

Base: 1.000



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

FACTORES QUE DECIDEN LA ELECCIÓN FINAL DEL PRODUCTO

Consumidores

Base: 1.000

DISTRIBUIDORES

Base: 200

A la hora de comprar carne ¿qué factores influyen en la elección final del producto?

A la hora de comprar carne ¿qué valor tienen los siguientes factores para el Distribuidor?

Precio

55,7%

7,6

Calidad

51,5%

8,7

Aspecto del producto

24,8%

8,7

Aspectos nutricionales

13,3%

7,4

Procedencia

9,3%

7,8

Sellos de Calidad Diferenciada

5,6%

8,0

(*) Pregunta de respuesta múltiple

ESCALA UTILIZADA



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

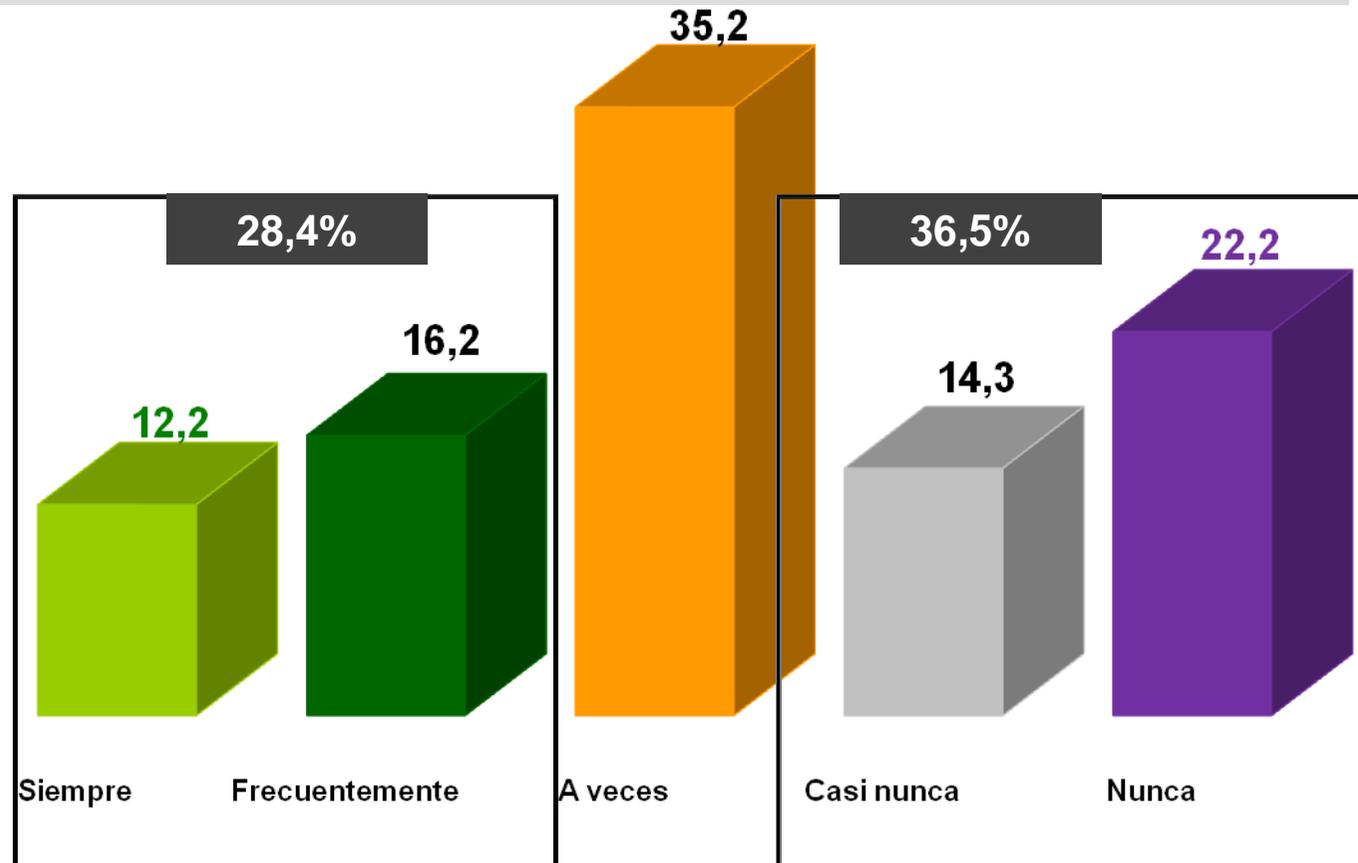
ASESORAMIENTO DEL CARNICERO

Consumidores

Base: 897

%

¿Pide ayuda/asesoramiento al carnicero a la hora de elegir el producto?



- Los hombres piden más asesoramiento que las mujeres
- Los más jóvenes más que los mayores de 65 años



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

CONSUMO DE CARNE

Consumidores

Base: 1.000

¿Por qué motivos consumen carne?

%

Nos gusta el sabor

64,7%

Para tener una dieta equilibrada

39,7%

Por sus propiedades nutricionales

24,3%

Resultados homogéneos por sexo, edad y hábitat

(*) Pregunta de respuesta múltiple



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

DECISIÓN DE COMPRA

Consumidores

Base: 1.000

%

¿La compra de carne es para Ud ...?

Una compra PLANIFICADA: decido lo que necesito antes de salir de casa

62,3%

IMPULSIVA: decido en el establecimiento una vez que he visto los productos

13,7%

Unas veces lo decido en casa y otras improviso según lo que encuentro en el establecimiento

24,0%

“La mayoría de las veces, en mi caso, desde luego es impulsiva. Pongo en la nota: carne y ahí entra todo”.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

CONSUMO DE CARNE

Consumidores

Base: 1.000

¿Qué tipos de carne consumen habitualmente?

%

Pollo

86,5

Carne de Vacuno

80,4

Carne de Porcino

60,0

Ovino/Caprino (Cordero/Cabrito)

36,1

Conejo

31,2

Otras carnes: pavo y otras aves

24,4

Por sexo, los hombres consumen más vacuno y las mujeres más pollo

(*) Pregunta de respuesta múltiple



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

CONSUMO DE CARNE FRESCA

¿Con qué frecuencia consumen carne en su hogar?

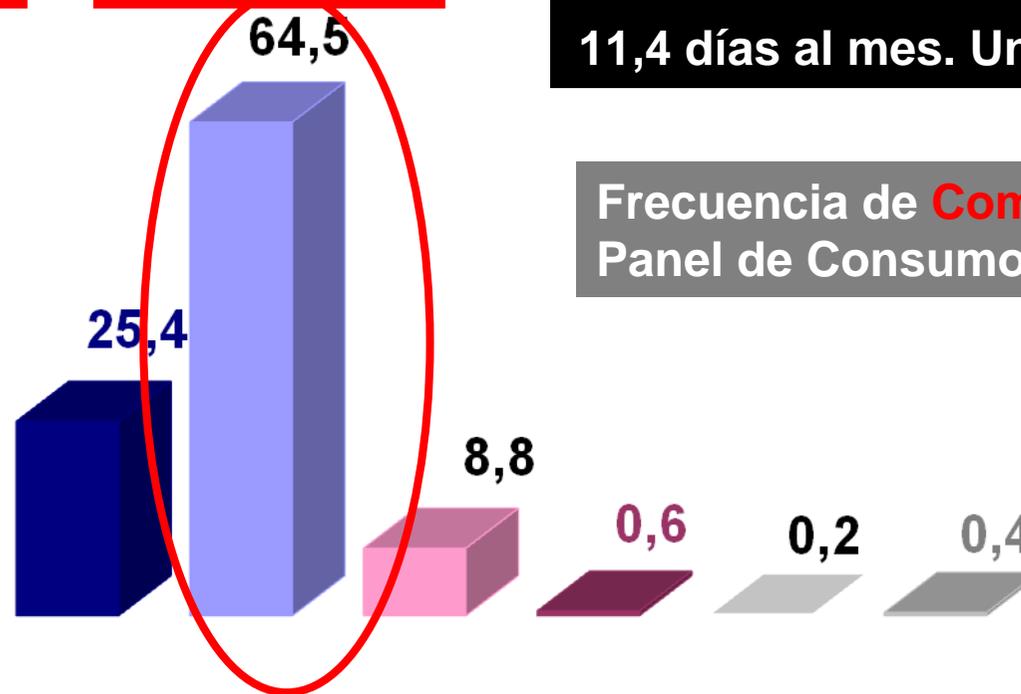
%

Consumidores

Base: 1.000

Frecuencia Media de **Consumo** =
11,4 días al mes. Una vez cada 3 días

Frecuencia de **Compra** según el
Panel de Consumo es de 4 veces al mes



■ Casi todos los días

■ 2/3 veces a la semana

■ Una vez a la semana

■ Una vez cada quince días

■ Una vez al mes

■ Muy esporádicamente



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

MOMENTO EN QUE CONSUME LA CARNE

Consumidores

Base: 1.000

%

Quando compra carne fresca ...

La consume **INMEDIATAMENTE** (en el mismo día)

24,8%

La consume **EN LOS 2/3 DÍAS SIGUIENTES**

14,5%

La **CONGELA**

13,7%

CONSUME UNA PARTE y otra LA CONGELA

45,2%

39,3%

58,9%

"Yo dejo un poquito para consumir fresco y el resto lo congelo".

LA COCINA Y LA GUARDA PARA CONSUMIRLA

1,8%



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

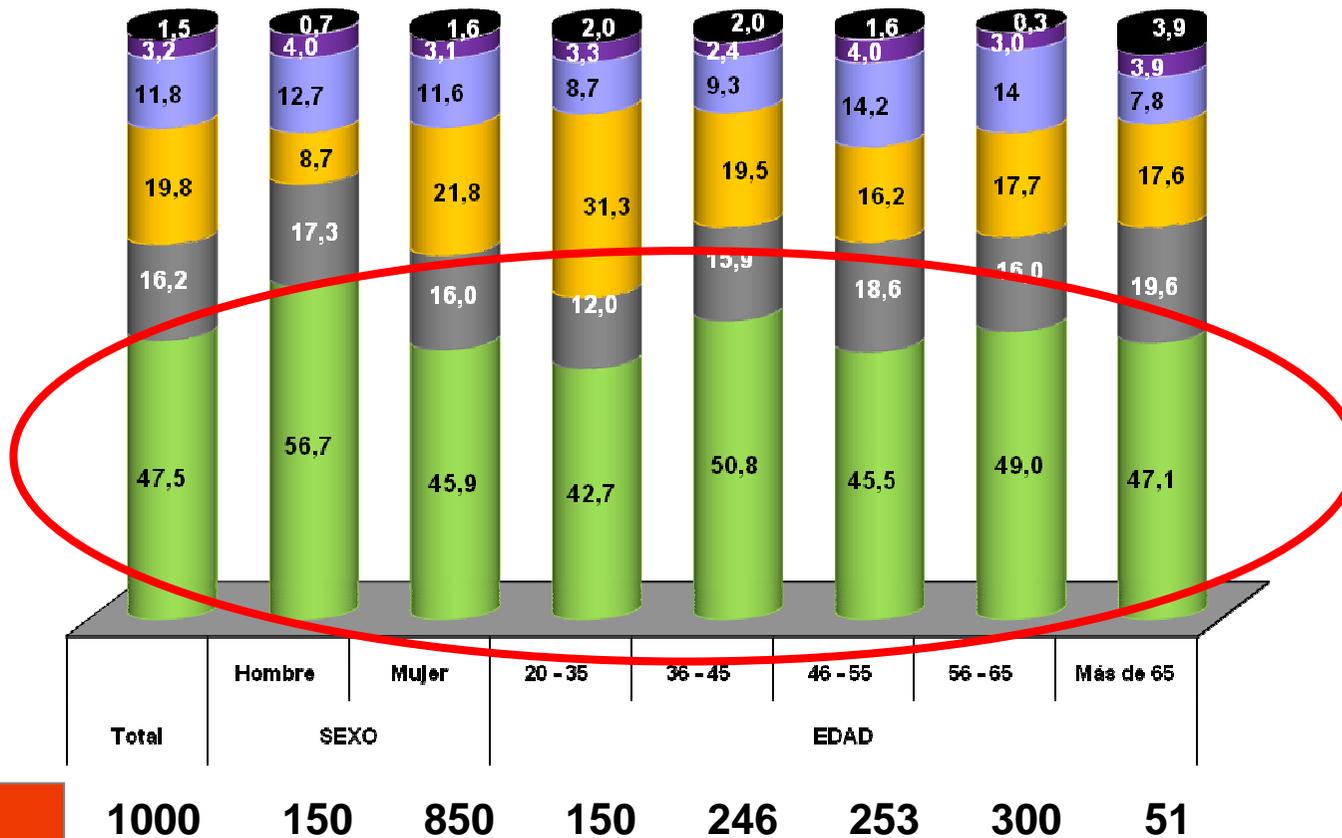
Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

CARNE MÁS SABROSA

Consumidores

%

¿Qué carne le resulta más sabrosa?



Bases

1000

150

850

150

246

253

300

51

■ Carne de vacuno
 ■ Carne de porcino
 ■ Pollo
 ■ Ovino/Caprino (Cordero/Cabrito)
 ■ Conejo
 ■ Otras carnes: pavo y otras aves



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

CARNE DE ORIGEN NACIONAL VS. CARNE IMPORTADA

Consumidores

Base: 1.000

%

¿Prefiere carne de origen nacional o importada?

De origen NACIONAL = 88,5%

Me da igual = 10,8%

IMPORTADA = 0,7%

Prefiere carne de origen nacional

Sabor 44,4

Seguridad/Confianza 30,3

Calidad 11,8

Sello/etiqueta 11,8

Precio 10,1

Base: 885

Prefiere carne importada

Seguridad/Confianza 28,6

Calidad 14,3

Precio 14,3

Sabor 14,3

Sello/etiqueta 14,3

Base: 7



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

(*) Pregunta de respuesta múltiple

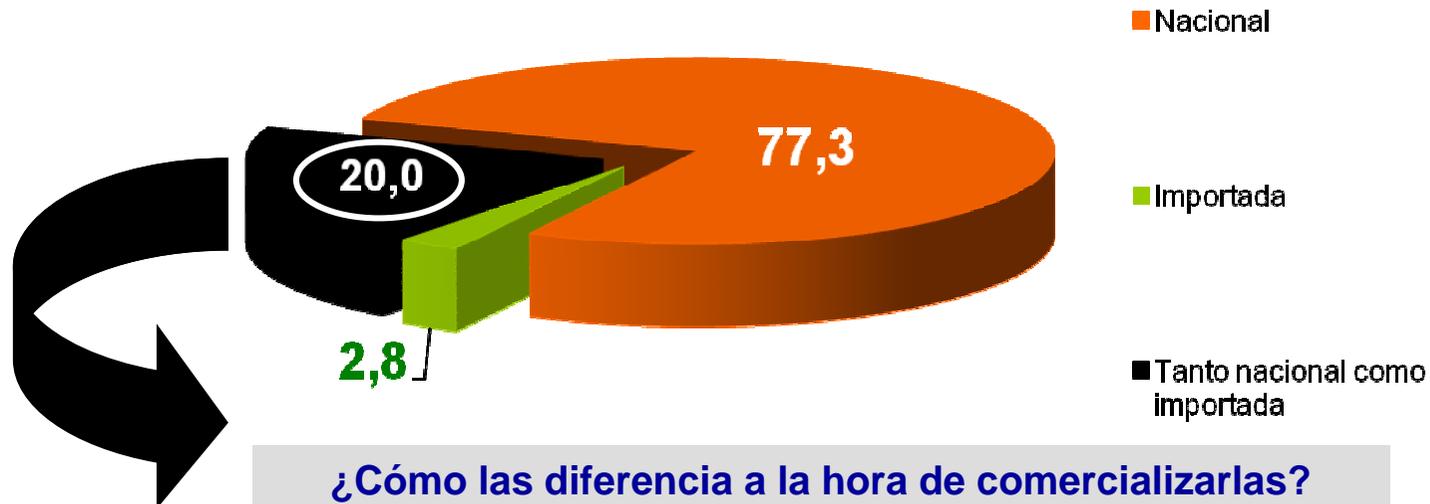
VENTA DE CARNE NACIONAL VS. IMPORTADA

Distribuidores

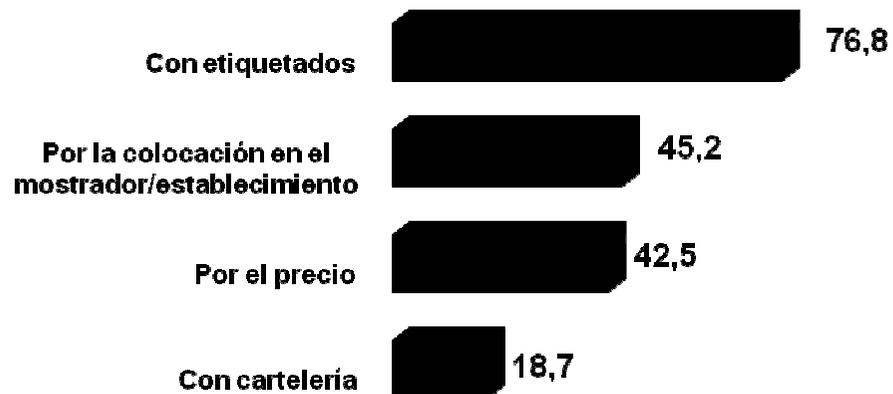
%

Base: 200

¿La carne que vende en su establecimiento es nacional o importada?



¿Cómo las diferencia a la hora de comercializarlas?



Base: 40



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

***Percepciones sobre la Compra
de Productos Elaborados con
Carne***



GOBIERNO
DE ESPAÑA

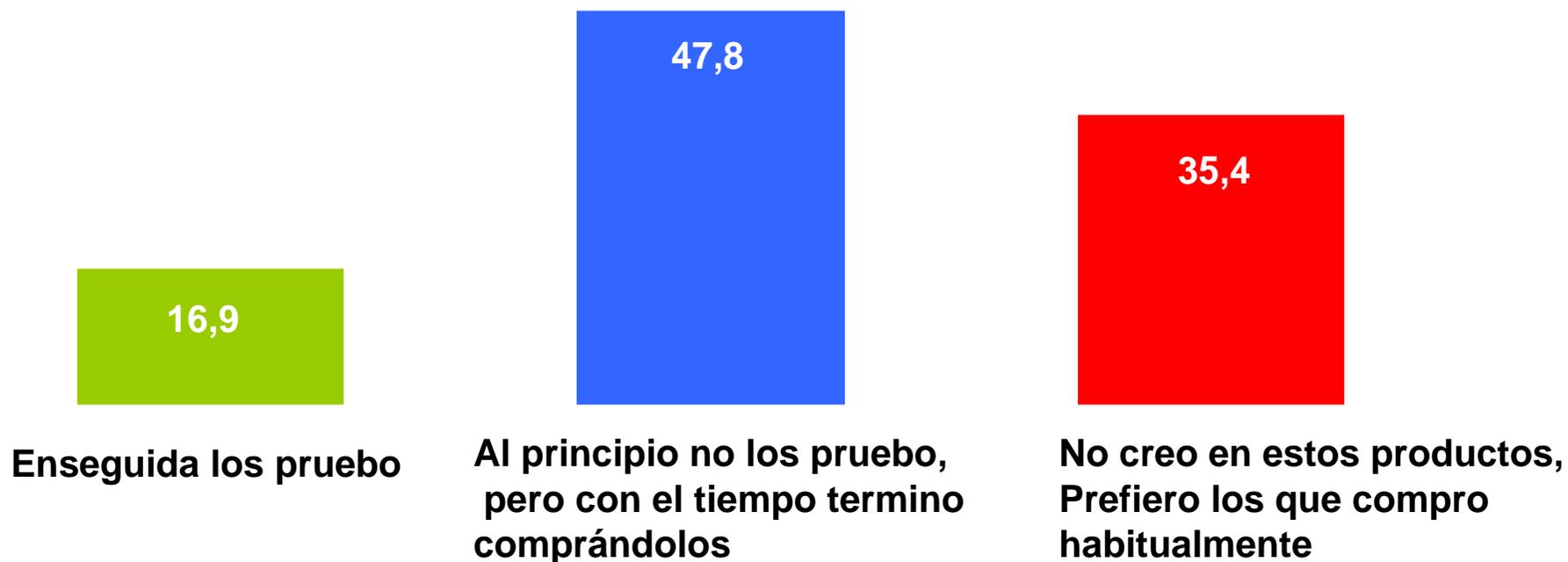
MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

HÁBITOS DE COMPRA DE PRODUCTOS NOVEDOSOS

Consumidores

Base: 2.000

De las siguientes actitudes que le voy a leer dígame con cuál se identifica más.
Habitualmente cuando aparecen productos nuevos en el mercado ...



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

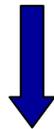
Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

CONFIANZA EN LOS PLATOS PREPARADOS A BASE DE CARNE

Consumidores

Base: 1.000

¿Qué confianza tiene Ud en los platos preparados a base de carne y envasados por la industria, ej. Lata albóndigas, perdiz escabechada, etc.?



2,3

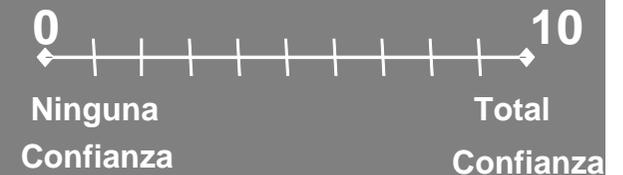
¿Qué confianza tiene Ud en los alimentos cárnicos preparados en la carnicería y listos para calentar como Pimientos Rellenos de carne, San Jacobos, Canelones, Lasaña, etc.



3,4

- Los hombres tienen más confianza que las mujeres
- Los más jóvenes más que los mayores de 65 años

ESCALA UTILIZADA



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

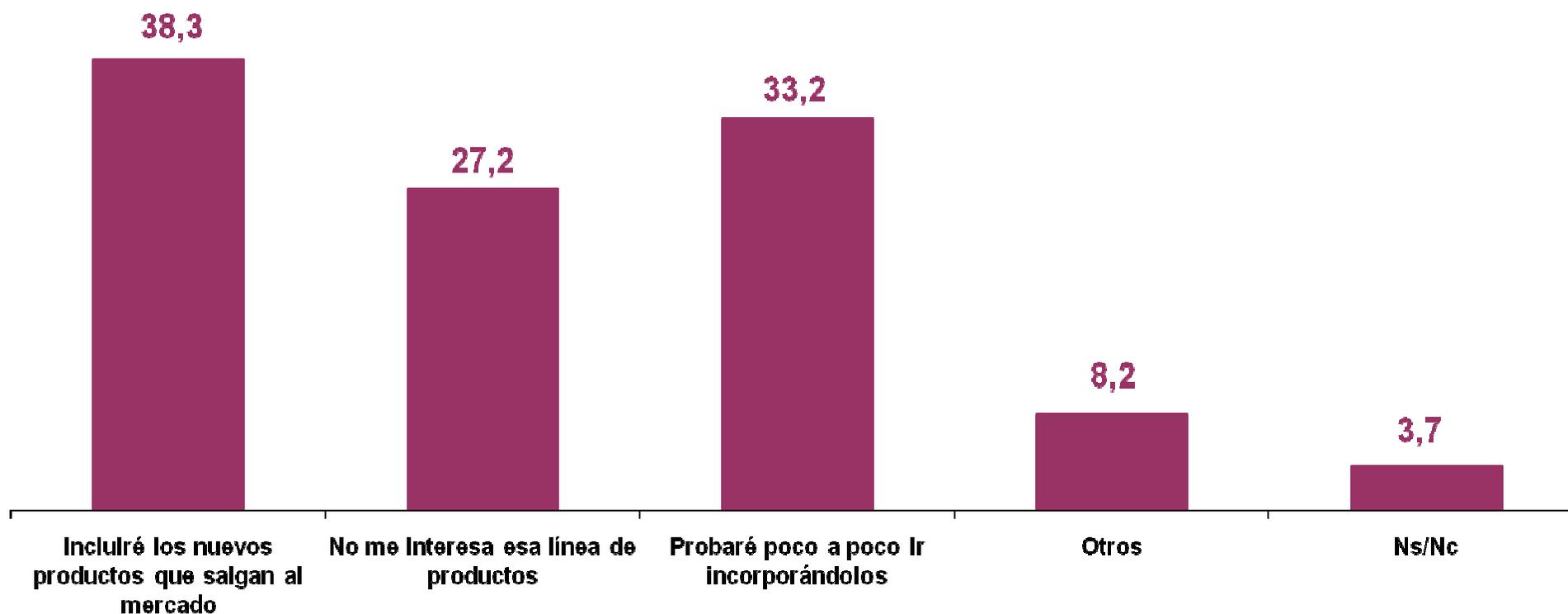
MEDIDAS PARA CUBRIR LAS EXIGENCIAS DEL CONSUMIDOR EN PRODUCTOS DE FÁCIL PREPARACIÓN Y PRECOCINADOS

Distribuidores

%

Base: 200

¿Qué medidas piensa abordar en su establecimiento para poder cubrir las exigencias del consumidor en materia de productos de fácil preparación, precocinados, etc?



(*) Otros: Ofrecer alicientes, ofertas puntuales, abrir los domingos, mejorar atención, incluir lo que demande el cliente.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

Valoración de las Marcas de Carne

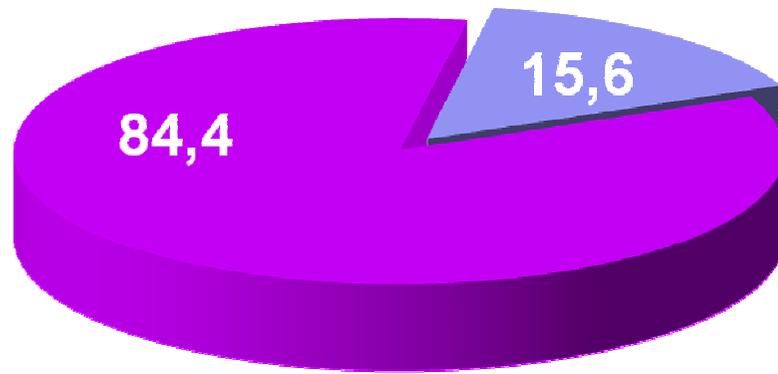


GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

CONOCIMIENTO DE MARCAS COMERCIALES

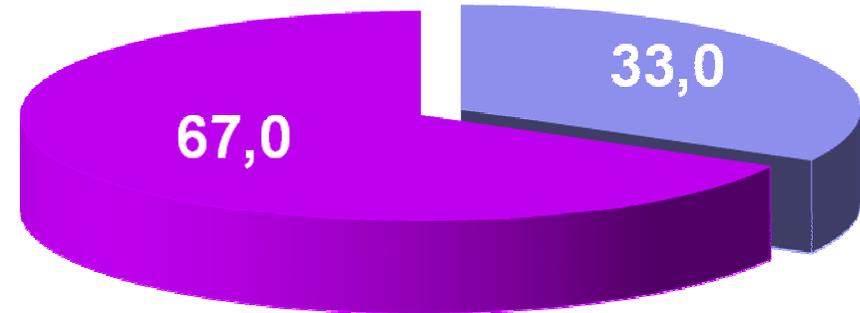
¿Conoce Ud. las marcas comerciales de carne fresca?



■ SI ■ NO

¿Sabe Ud. lo que son los sellos o marcas de calidad de la carne (Denominaciones de Origen e Indicación Geográfica Protegida)?

%



■ SI ■ NO

"Te prometo que yo no me he fijado nunca en marcas".

Consumidores

Base: 1.000



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

VENTA DE CARNE CON SELLOS DE CALIDAD

Distribuidores

%

¿Comercializa carnes con sellos de calidad diferenciada como es el sello de Indicación Geográfica Protegida?

SI = 71,6

NO = 28,4

Base: 200

¿Realiza promociones específicas de las carnes con sello de Indicación Geográfica Protegida?

SI = 69,6

NO = 30,4

Base: 143

¿Se interesa el consumidor por la procedencia de la carne?

SI = 74,4

NO = 25,6

Base: 200



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

INFORMACIÓN QUE DEMANDA EL CONSUMIDOR

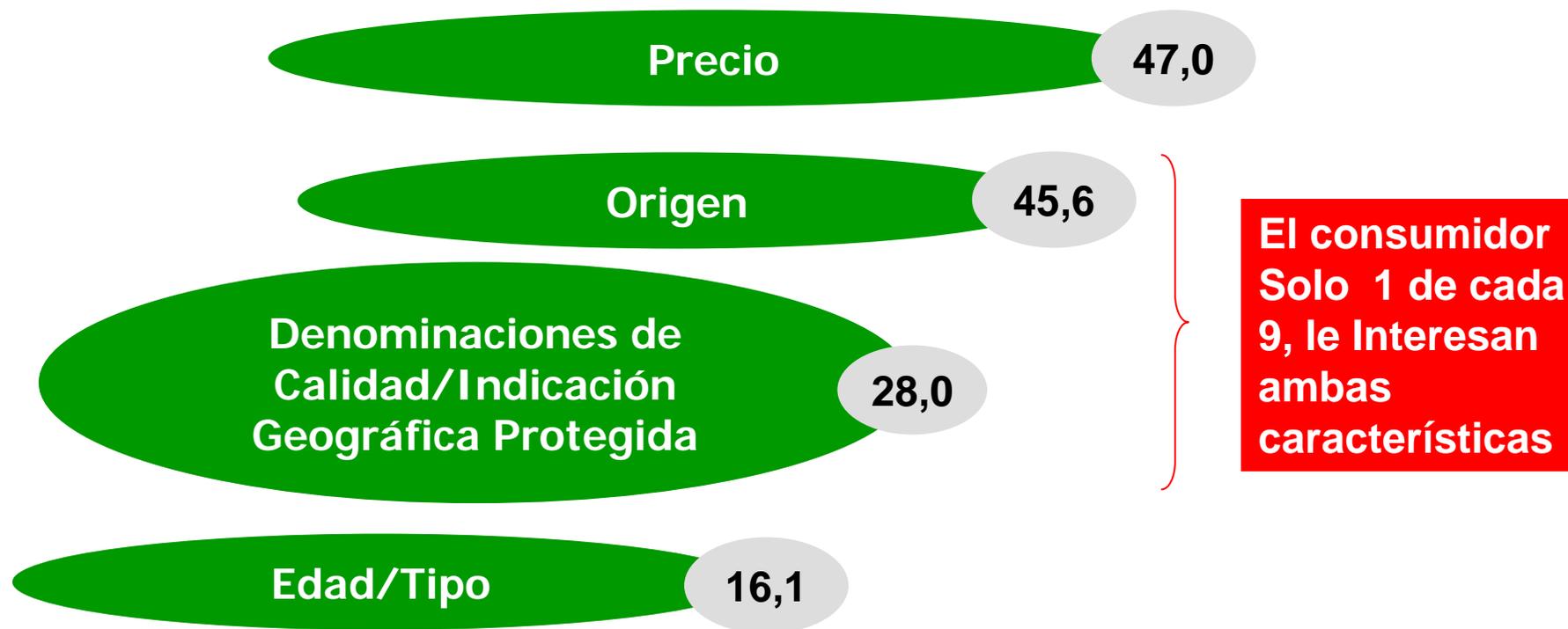
Distribuidores

%

Base: 200

(*) *Pregunta de respuesta múltiple*

¿Cuál es la principal información que demandan los consumidores?



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

CONFIANZA DEL CONSUMIDOR DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL DISTRIBUIDOR

En una escala de 0 a 10 donde 0 significa una confianza muy baja y 10 una confianza muy alta ¿cómo evaluaría el grado de confianza del consumidor respecto a la carne?

Distribuidores



Base: 200

8,1

	(%)
Valoraciones entre 0 y 4	0,7
Valoración de 5	6,4
Valoraciones entre 6 y 10	93,0



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

INCREMENTO DE VENTA DE CARNE

Distribuidores

Base: 200

¿Cómo cree que se podría mejorar/incrementar el consumo de carne?

Reduciendo los precios

Ofreciendo más información sobre el producto

Con campañas institucionales que lo promocionen

Poniendo recetas a disposición del cliente en el punto de venta



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

RETOS

NUEVAS EXIGENCIAS DEL CONSUMIDOR

- CONSUMIDOR MEJOR INFORMADO
- CONSUMIDOR MÁS EXIGENTE CON LA CALIDAD
- NUEVOS CONSUMIDORES CON NUEVOS HÁBITOS DE CONSUMO.
- NUEVAS PRESENTACIONES DE LOS PRODUCTOS CÁRNICOS
- NUEVOS PLATOS ELABORADOS CON GRAN CALIDAD NUTRICIONAL Y ORGANOLÉPTICA



PERSPECTIVAS DE FUTURO

MAYOR CONTROL DE LA SANIDAD ANIMAL

- ADELANTARSE EN LAS MEDIDAS SANITARIAS PARA PREVENIR EPIDEMIAS EN LOS ANIMALES DOMÉSTICOS DADO EL FLUJO DEL COMERCIO ACTUAL.
- MEJORAR Y CLARIFICAR LA TRAZABILIDAD DE LOS ANIMALES
- TENDER HACIA UNA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA, QUE RESPETE EL MEDIO AMBIENTE.
- INFORMAR AL CONSUMIDOR DE LOS BENEFICIOS DE UNA GANADERÍA SANA, CRIADA SIN PRODUCTOS QUÍMICOS Y CUYO PASO DESDE LA GRANJA AL CONSUMIDOR HA SIDO CUIDADO AL MÁXIMO.



PERSPECTIVAS DE FUTURO

EN LOS PRÓXIMOS AÑOS SEGUIRÁ EL INCREMENTO DE CONSUMO, DEBIDO AL AUMENTO DE POBLACIÓN Y DE LOS HOGARES DE 1 - 2 PERSONAS

PRODUCTOS FRESCOS

- EMPAQUETADO ADECUADO A LOS HOGARES DE 1 O 2 PERSONAS.
- ENVASADOS AL VACÍO Y AL SER POSIBLE CON ADICIÓN DE ESPECIES PARA TAN SÓLO SACAR Y COCINAR.
- NUEVOS PRODUCTOS PARA LA POBLACIÓN EMIGRANTE QUE ESTÁ RECIBIENDO ESPAÑA
- APLICACIÓN DE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA QUE PERMITA LA MEJOR CONSERVACIÓN DE LA CARNE FRESCA SIN PERDER CARACTERÍSTICAS ORGANOLÉPTICAS



GRACIAS POR SU ATENCIÓN



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO