



## IMAGEN DEL SECTOR

Javier López López.

Zaragoza, 27 de septiembre



Organización Interprofesional de la Carne de Vacuno

# ESTUDIO DE OPINIÓN SOBRE LA IMAGEN Y LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LA CARNE DE VACUNO

## Algunos resultados interesantes

# SIGMADOS

Análisis e Investigación S.L.

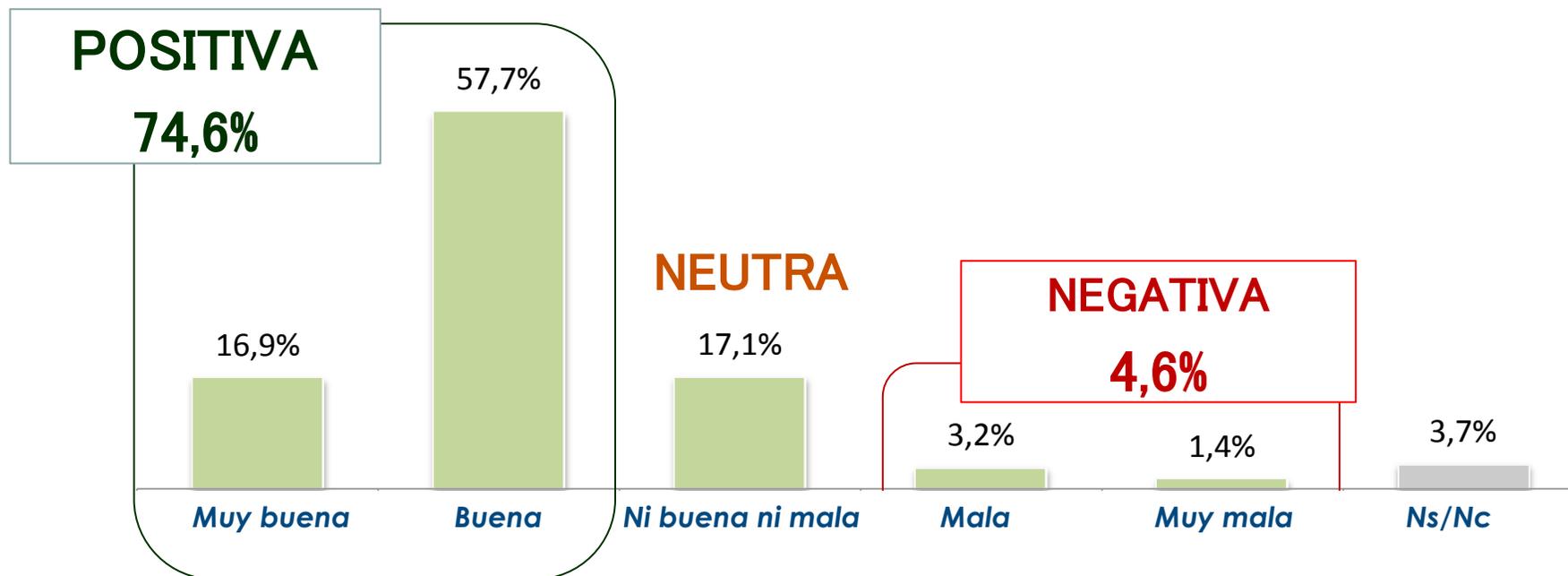


## **OBJETIVO:**

**Conocer el estado de opinión y las actitudes de la población española respecto a la carne de vacuno y su consumo.**

**IMAGEN**

# ¿Cuál es la opinión sobre la carne de vacuno?



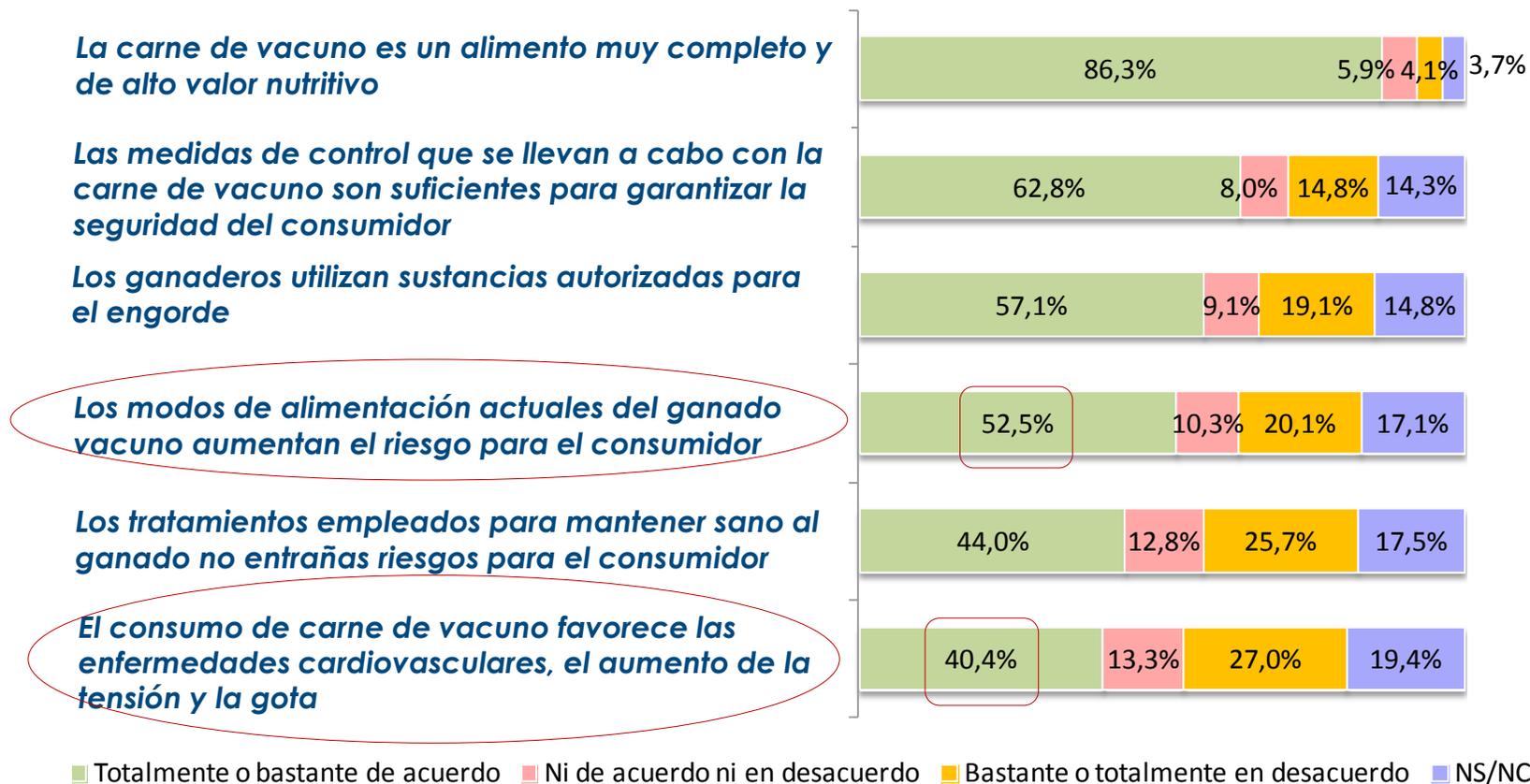
↓  
**¿Por qué?** →

CUESTIÓN DE GUSTO O SABOR	47,7%
NECESARIA PARA LA SALUD	38,8%
OTRAS RAZONES	5,5%

Base: Total de la población

# Un alimento completo, seguro... pero que conlleva algunas incertidumbres

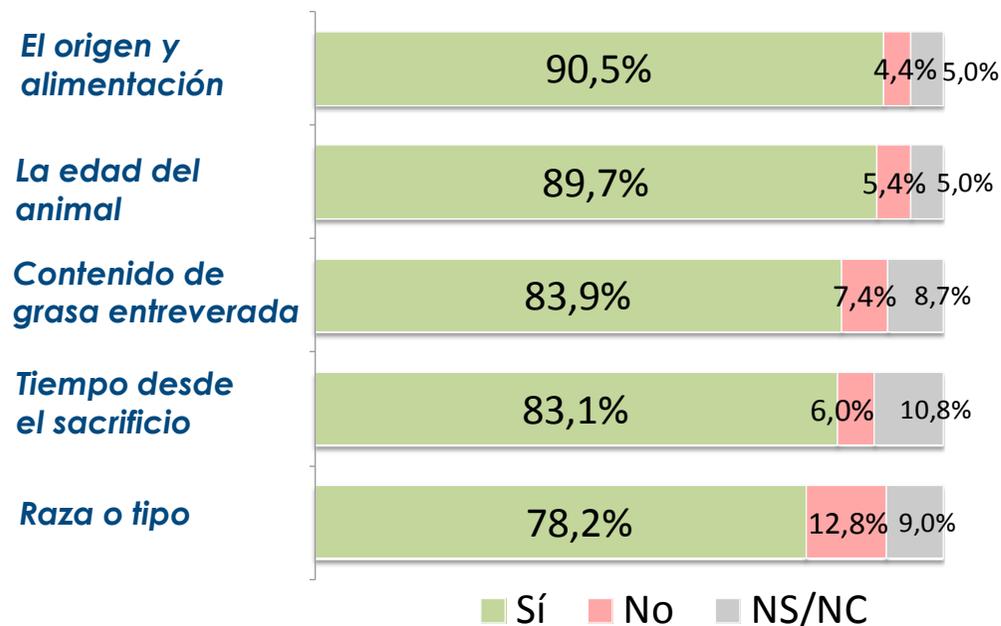
Dígame en qué medida está usted de acuerdo o en desacuerdo con cada una de las siguientes afirmaciones



Base: Total de la población

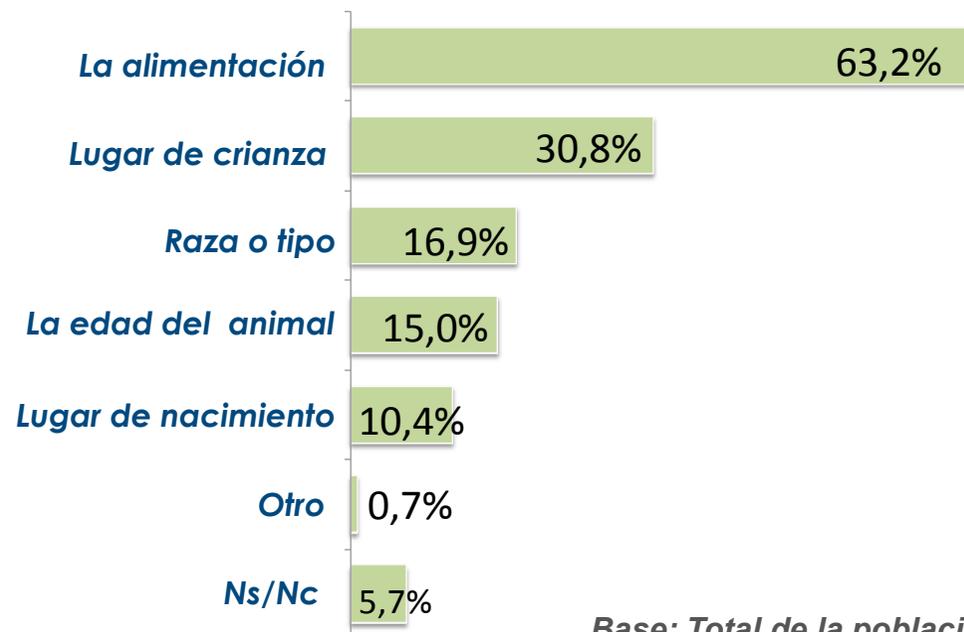
# Todo influye en que la carne sea tierna y jugosa

En su opinión, ¿que la carne sea más o menos jugosa depende de...?



## Pero la alimentación es lo más importante para la calidad

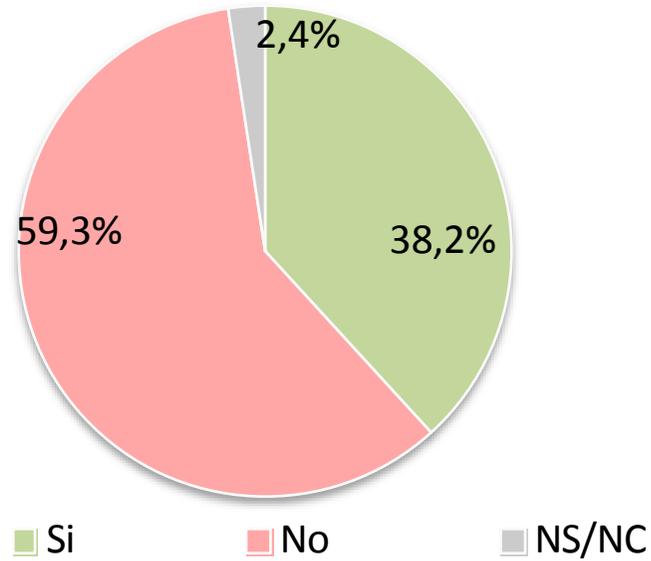
¿De qué cree usted que depende más la calidad de la carne de vacuno



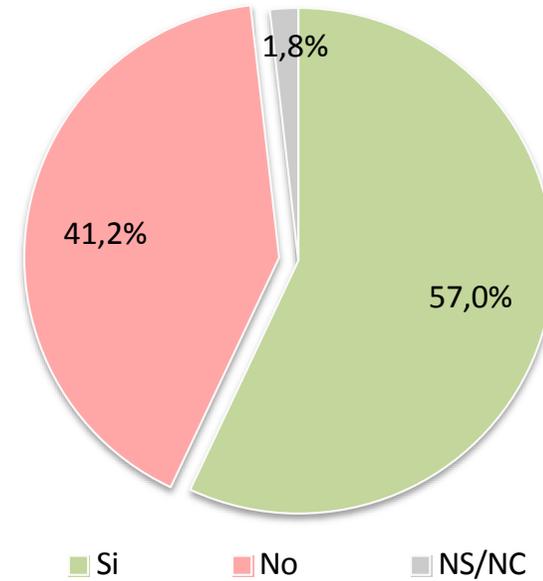
Base: Total de la población

# Un espacio para la información

¿Sabe usted qué es la maduración de la carne?

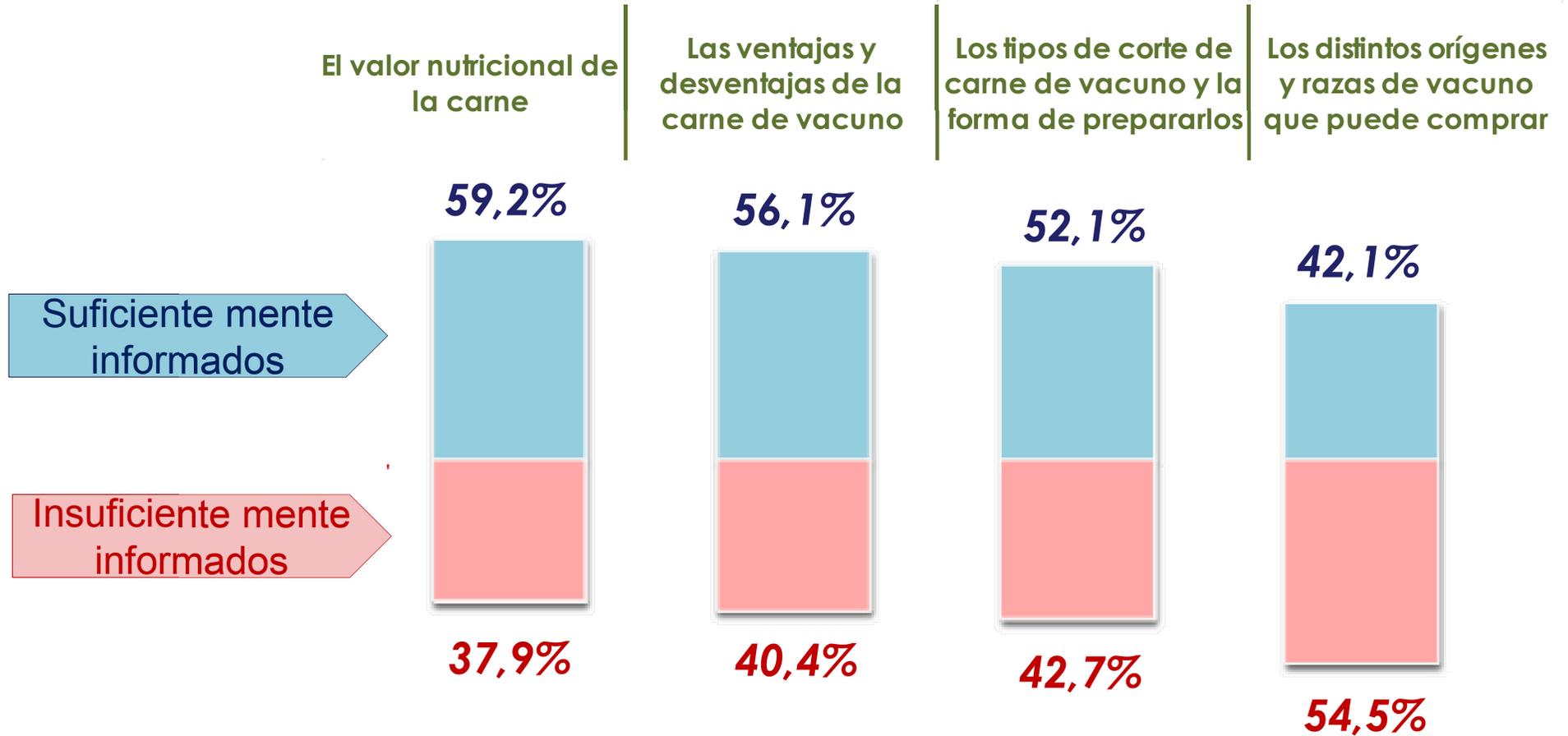


¿Sabe usted que en el caso de la carne de vacuno se puede saber trazabilidad?



*Base: Total de la población*

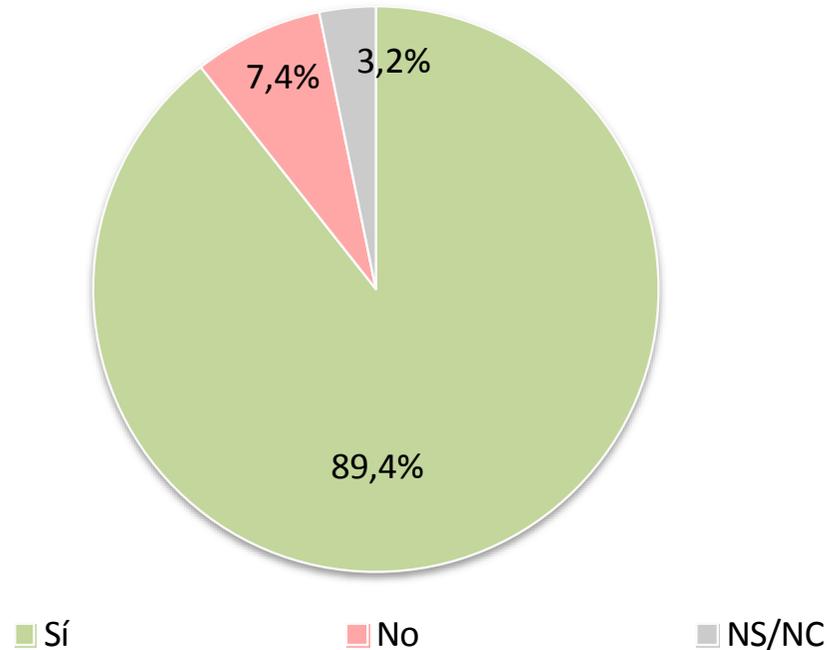
# Un espacio para la información



Base: Total de la población

# Un espacio para la información

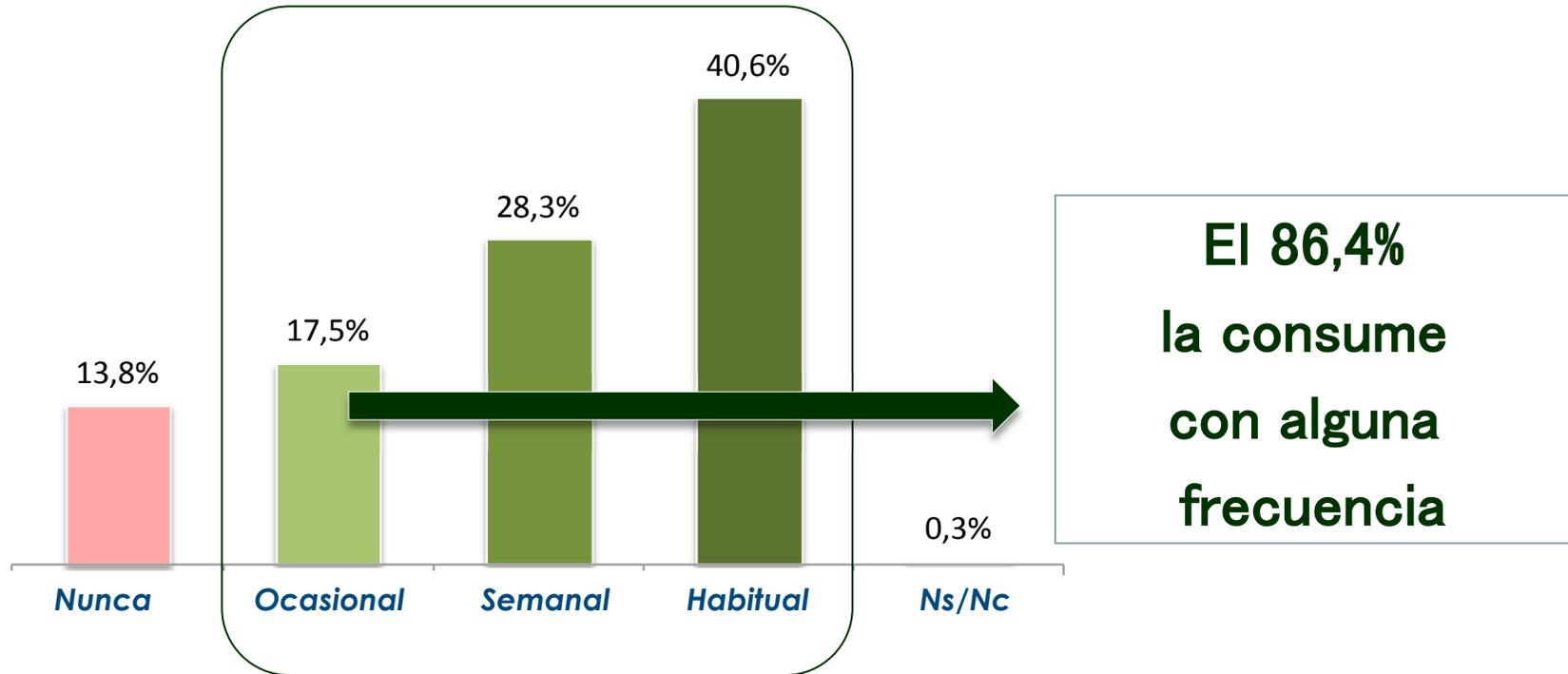
**¿Le parece a usted necesario que hubiera campañas informativas sobre la carne de vacuno?**



*Base: Total de la población*

# HÁBITOS DE CONSUMO

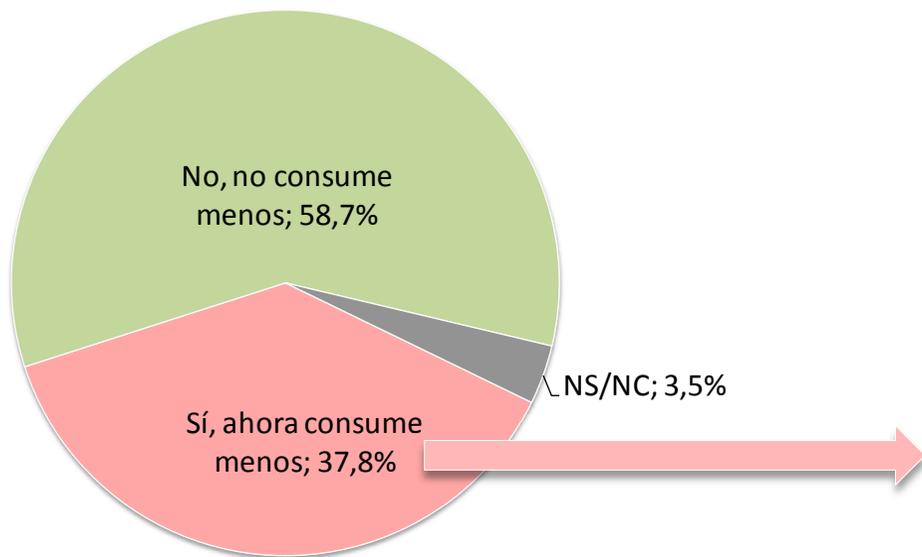
# ¿Cómo es su frecuencia de consumo?



*Base: Total de la población*

# Motivos han llevado a reducir el consumo de vacuno

Comparando su consumo de carne de vacuno actual con el de hace un par de años ¿consume ahora menos?



Base: consumidores de vacuno (86,4% del total)

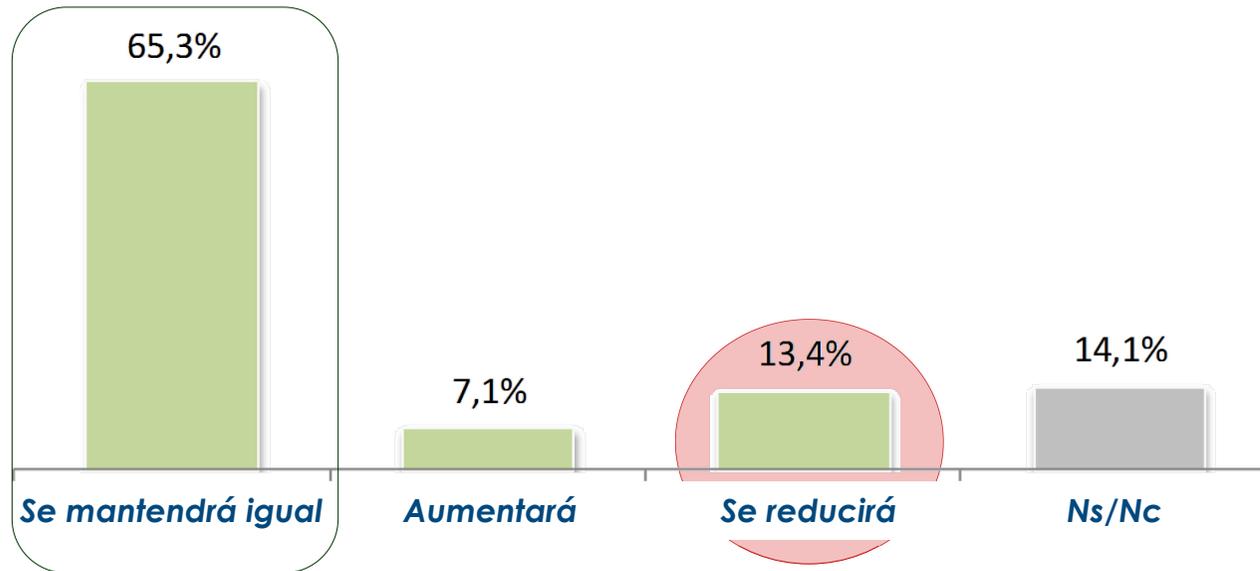
## Motivos

SALUD	26,9%
CAMBIO DE HÁBITOS ALIMENTARIOS	23,3%
PRECIO	17,1%
NO LE GUSTA	15,4%
DIETAS	6,9%
CAMBIOS POR LA EDAD	4,9%
CAMBIOS EN LA ESTRUCTURA FAMILIAR	3,5%
SEGURIDAD Y CONFIANZA	3,0%
CAMBIOS EN EL PRODUCTO	1,4%
COMODIDAD	0,7%
IDEOLOGÍA	0,2%

Base: Consumidores de vacuno que han reducido el consumo de vacuno en los dos últimos años (32,7% del total)

# ¿Y en los próximos años aumentará la compra?

¿A lo largo de los próximos años cree usted que su compra de carne de vacuno se mantendrá igual, se incrementará o se reducirá?



*Base: responsables de compra de alimentación del hogar*

# ELEMENTOS PARA EL DEBATE

- **APERTURA DE NUESTRO SECTOR A LA SOCIEDAD.**

**Transmitir nuestra realidad:**

- **Controles**
- **Trazabilidad**
- **Alimentación**
- **Sistemas de producción (Bienestar, tratamientos veterinarios, etc.).**

- **SOMOS LA PERCEPCIÓN QUE TENGA NUESTRO COMPRADOR DE NOSOTROS O DE NUESTRO PRODUCTO.**

- **INFORMACIÓN/FORMACIÓN**
  - **Publico general**
  - **Prescriptores: médicos/nutricionistas**
  - **Periodistas**
  - **Medios comunicación**
  - **Propio sector**
- **Desterrar las falsas ideas o mitos sobre la carne de vacuno**
- **Dificultad de posicionar o crear una marca en un mundo de graneles**

- **IMAGEN EXTERIOR DE NUESTRO PRODUCTO**
  - Asociado a la **Marca España** (que vende y mucho)
  - Aspectos a tener en cuenta.
    - En la UE, precio
    - Otros factores en mercados internacionales (terceros países). Búsqueda de posicionamiento como carne **NATURAL Y PREMIUM.**