



Alfonso Lacuesta

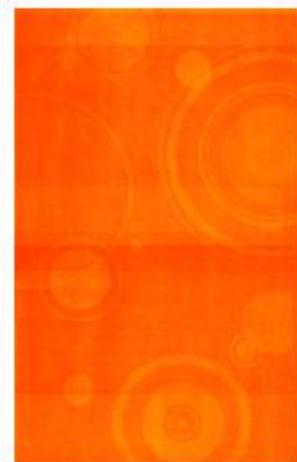
Agente de Innovación

Ing. Agrícola Industrias Agrarias y Alimentarias



Innovación en la valorización de productos agro ganaderos

Proyecto piloto IDEALimentación



Grupo Operativo:



Agente de Innovación:



Financian:



Unión Europea
Fondo Europeo Agrario
De Desarrollo Rural

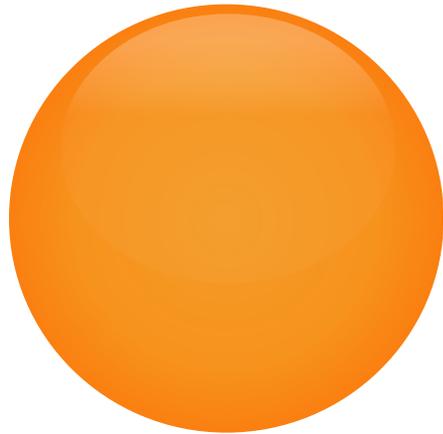




**“IDEALIMENTACIÓN; PROYECTO PILOTO PARA LA
VALORIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS AGRO-GANADEROS
LOCALES A TRAVÉS DE ESTRATEGIAS DE
COMERCIALIZACIÓN Y TRANSFORMACIÓN INNOVADORAS.**

Innovación mediante la transformación de producto local y ecológico y/o de calidad diferenciada en platos de V Gama enfocados a la dieta mediterránea para su comercialización a través de circuitos cortos de comercialización (ccc).





INDICE

- **OBJETIVOS**
- **DATOS ENCUESTAS**
 - **CONSUMIDORES**
 - **PRODUCTORES/TRANSFORMADORES**
- **METODOLOGÍA**
- **CONCLUSIONES**



Antecedentes

Nuevos hábitos de consumo.

Los consumidores buscan:

- calidad,
- productos saludables,
- de producción y elaboración cercana,
- sostenibles y
- adaptados a los modelos de vida de la inmediatez
- todo ello a buen precio y justo para el productor

Estudio diagnóstico-Objetivo (pto partida)

- Identificar a los productores/transformadores de ecológico y de calidad diferenciada existentes en la zona de actuación (Rioja Occidental)
- Realizar una serie de encuestas a productores/transformadores y a consumidores.



Estudio diagnóstico (Identificación de productores/transformadores)

Se contabilizaron un total de

102

productores/transformadores de producto ecológico y/o calidad diferenciada en la zona de Rioja Occidental.



Estudio diagnóstico-Objetivo (Encuestas)

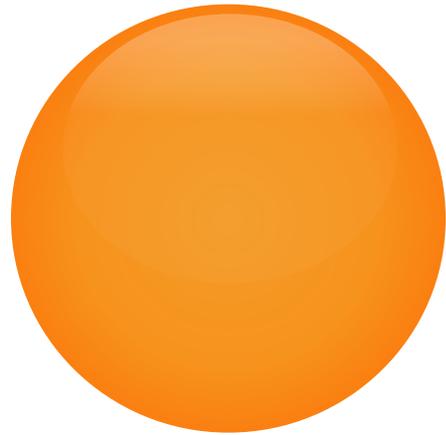
PRODUCTORES/TRANSFORMADORES

- Conocer qué saben/opinan sobre las alternativas de comercialización como son los circuitos cortos
- Conocer qué saben/opinan sobre productos de V Gama
- Conocer el interés en la posible participación en estas iniciativas innovadoras.
- Relación de materias primas disponibles para la elaboración de los platos de V Gama.

Estudio diagnóstico-Objetivo (Encuestas)

CONSUMIDORES

- Encuesta para evaluar el conocimiento y el interés de los posibles consumidores sobre los productos de V Gama y la comercialización en circuitos cortos.



RESULTADOS

Consumidores 

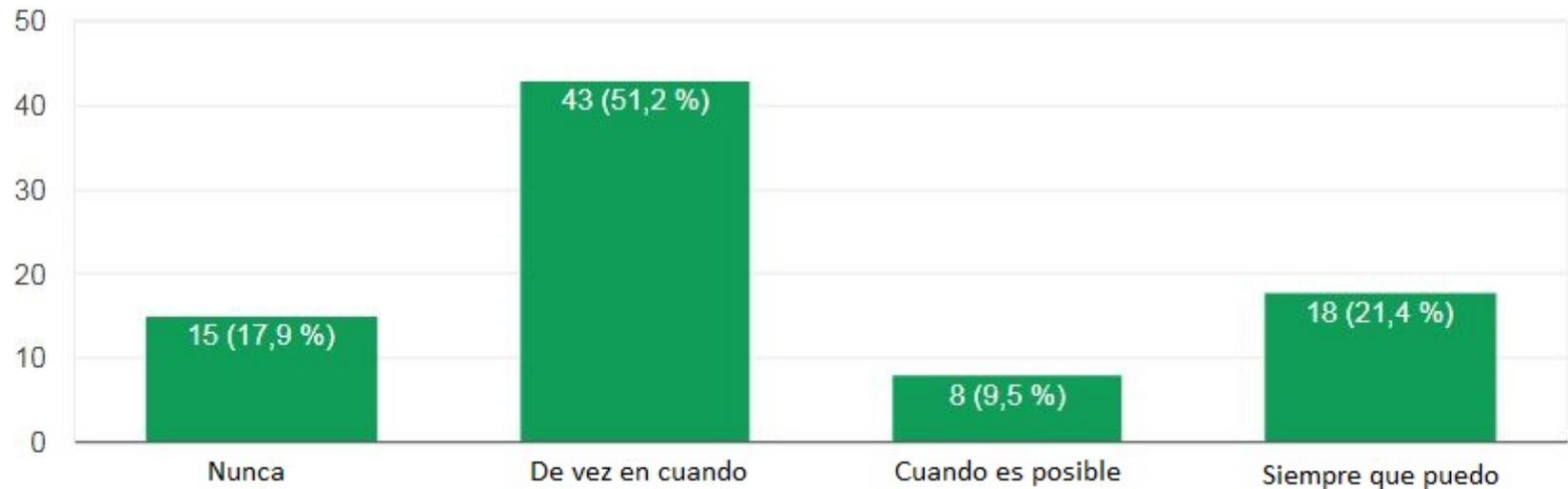


Encuesta Consumidores

1. ¿Compra y consume productos ecológicos?, ¿con qué frecuencia?



84 respuestas



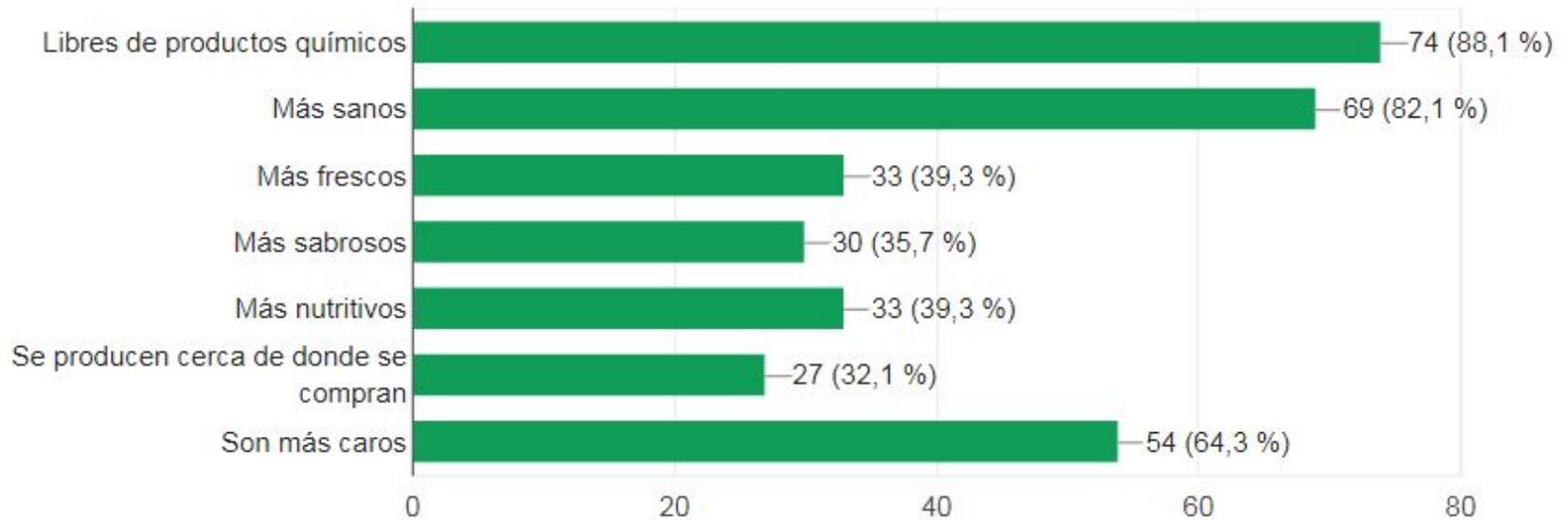
La compra de productos ecológicos va calando en la sociedad. Sólo hay un 17,9% que no ha comprado nunca



Encuesta Consumidores

2. Según su opinión, ¿qué características diferencian un producto ecológico de otro convencional?

84 respuestas

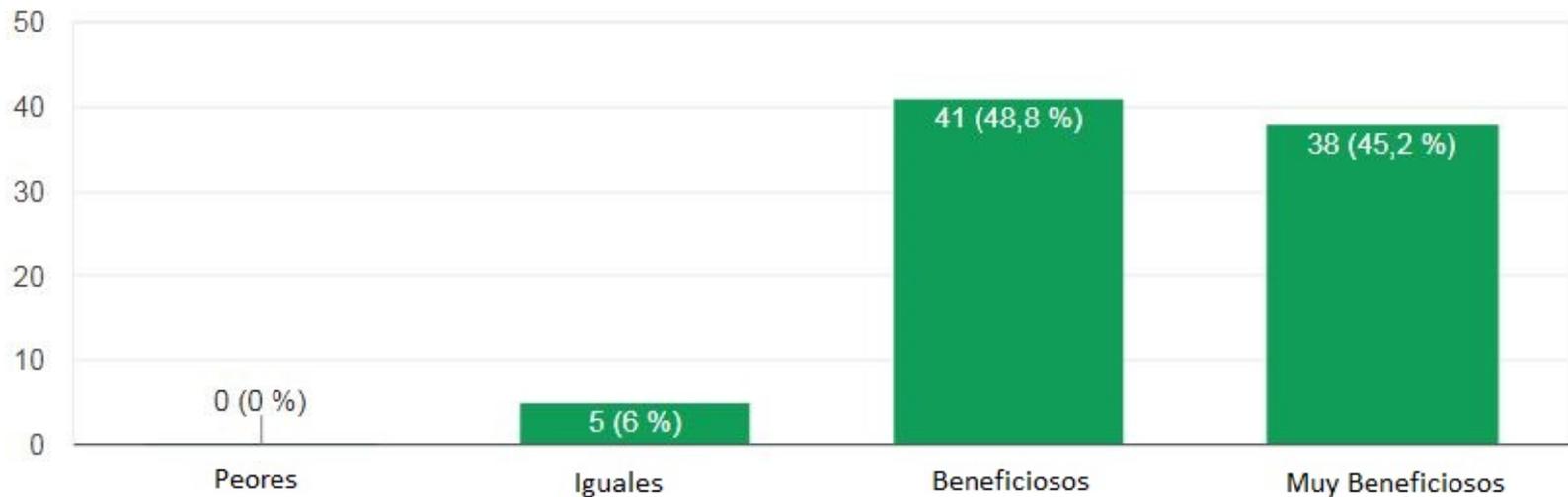


¿Realmente el consumidor conoce qué son los productos ecológicos?

Encuesta Consumidores

3. Según su opinión, ¿en qué escala considera más beneficiosos los productos ecológicos que los convencionales?

84 respuestas

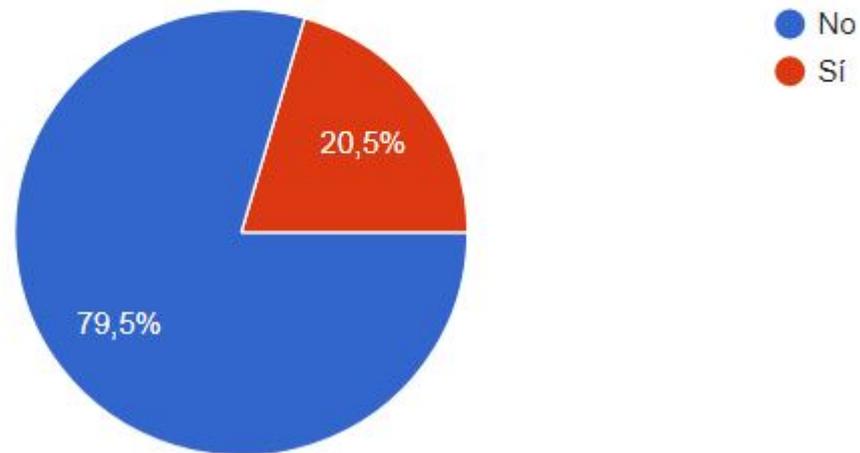


Un **94%** considera que los productos **ecológicos** son **más beneficiosos** que los **convencionales**

Encuesta Consumidores

4. ¿Conoce qué son los “productos de calidad diferenciada”?

83 respuestas



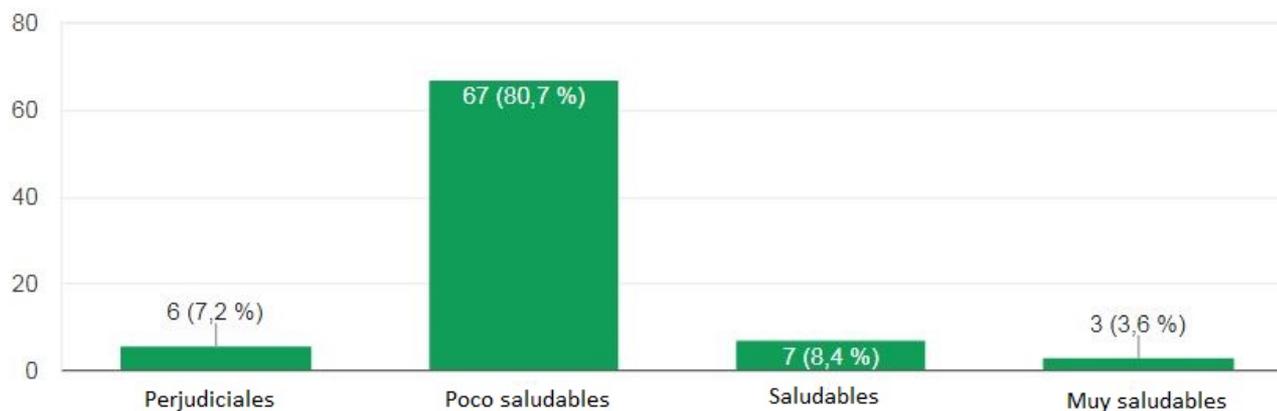
Hay un desconocimiento de los productos de calidad diferenciada. Sólo algunos identifican al vino , el aceite, el champiñon y las peras.

Encuesta Consumidores

6. ¿Qué opinión tiene sobre los “productos ya cocinados y listos para comer”?

SALUD

83 respuestas



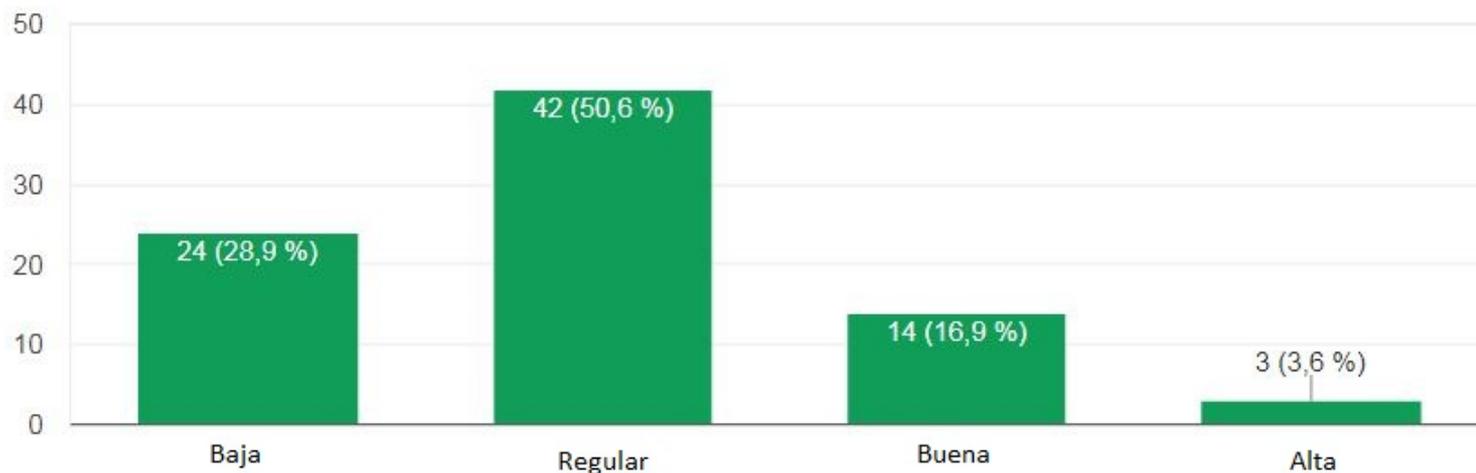
El **87,9%** considera a estos productos como poco saludables e incluso perjudiciales

Encuesta Consumidores

6. ¿Qué opinión tiene sobre los “productos ya cocinados y listos para comer”?

CALIDAD

83 respuestas



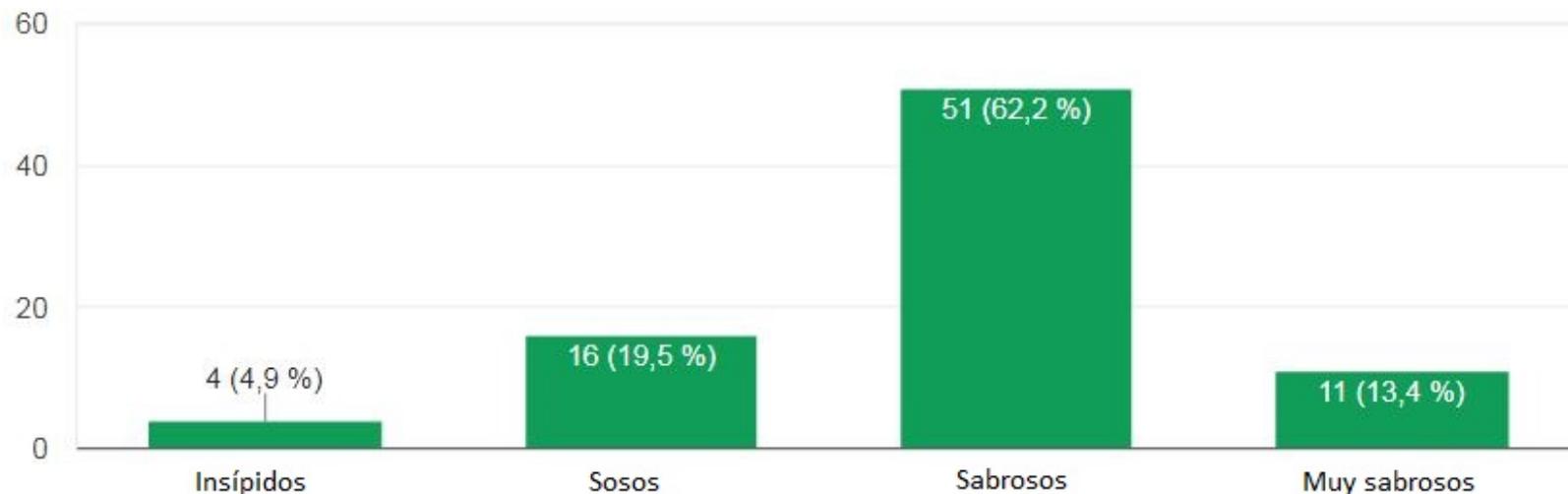
El **79,5%** considera a estos productos de regular o baja calidad

Encuesta Consumidores

6. ¿Qué opinión tiene sobre los “productos ya cocinados y listos para comer”?

SABOR

82 respuestas



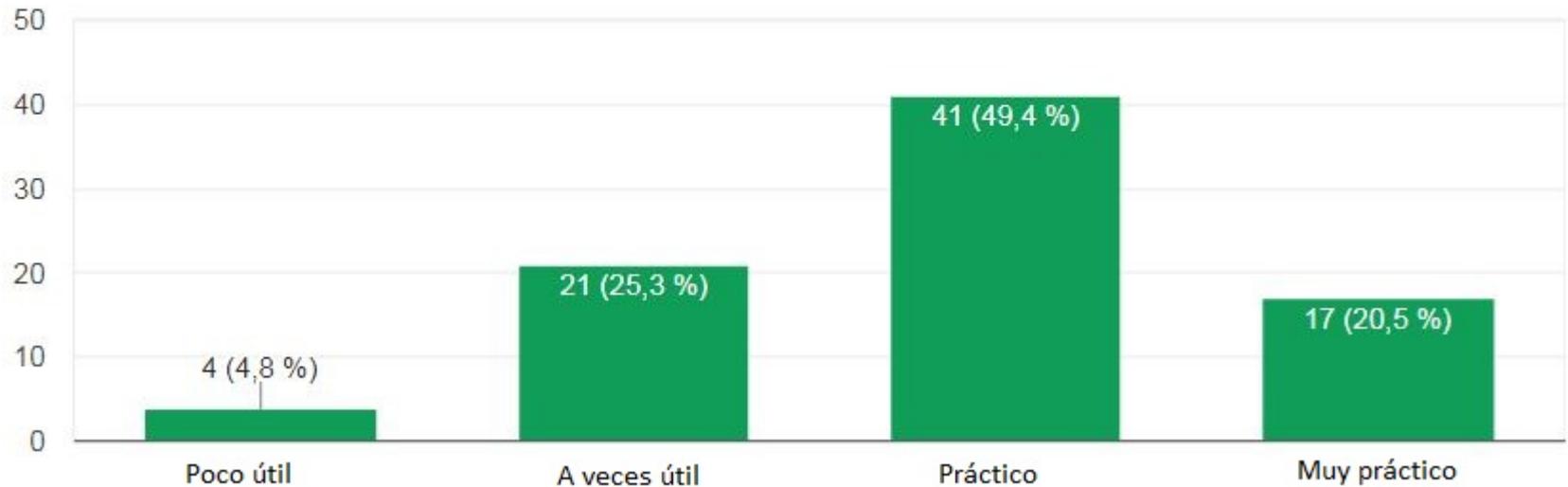
El **75,6%** considera a estos productos como sabrosos o muy sabrosos

Encuesta Consumidores

6. ¿Qué opinión tiene sobre los “productos ya cocinados y listos para comer”?

UTILIDAD/CONVENIENCIA

83 respuestas



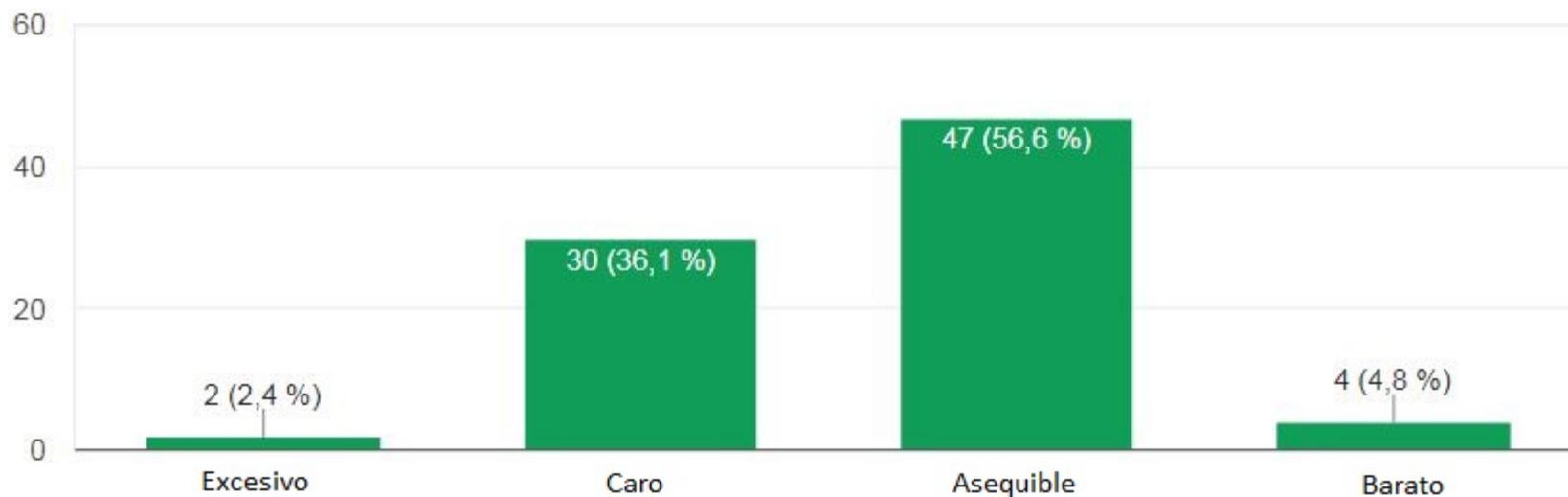
El **69,9%** considera a estos productos como sabrosos o muy sabrosos

Encuesta Consumidores

6. ¿Qué opinión tiene sobre los “productos ya cocinados y listos para comer”?

PRECIO

83 respuestas

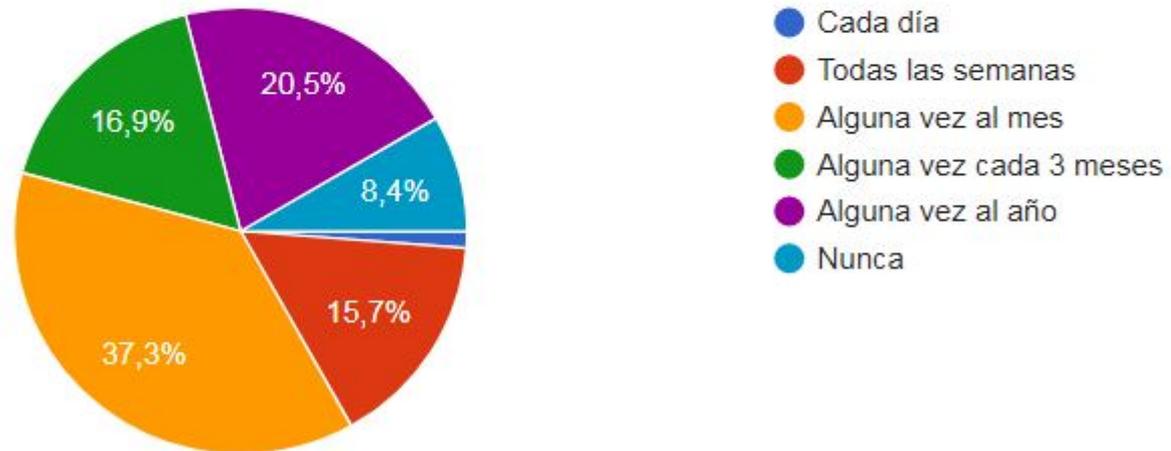


El **56,6%** considera a estos productos asequibles

Encuesta Consumidores

7. ¿Con qué frecuencia compra y consume “productos ya cocinados listos para comer”?

83 respuestas



A pesar de mostrar opiniones desfavorables en algunos aspectos sobre los productos V Gama, sólo un 8,4% responde que nunca compra este tipo de productos.

Las cinco razones principales que se repiten:

- Rapidez/Tiempo
- Comodidad
- Económicos
- Sabrosos
- Prácticos



Encuesta Consumidores

Algunas otras que se indicaron:

- Espacio
 - Marca
 - Falta de conocimientos culinarios
 - Variedad
 - Pereza/Cansancio
 - Poca imaginación
 - Almacenaje y conservación
 - Limpieza/Higiene
 - Exigencias de los niños Publicidad
 - Por curiosidad
 - Probar algo que precisa mucha elaboración
 - Probar algo nuevo
 - Comer cosas que no son de temporada
 - Previsión
- 

Las principales razones por las NO consumen este tipo de productos:

- No saludables/Perjudiciales/Insanos
- Calidad
- Sabor
- Precio



Cabe reseñar que se está viendo una mayor preocupación por el tema de los embalajes y los materiales plásticos



Encuesta Consumidores

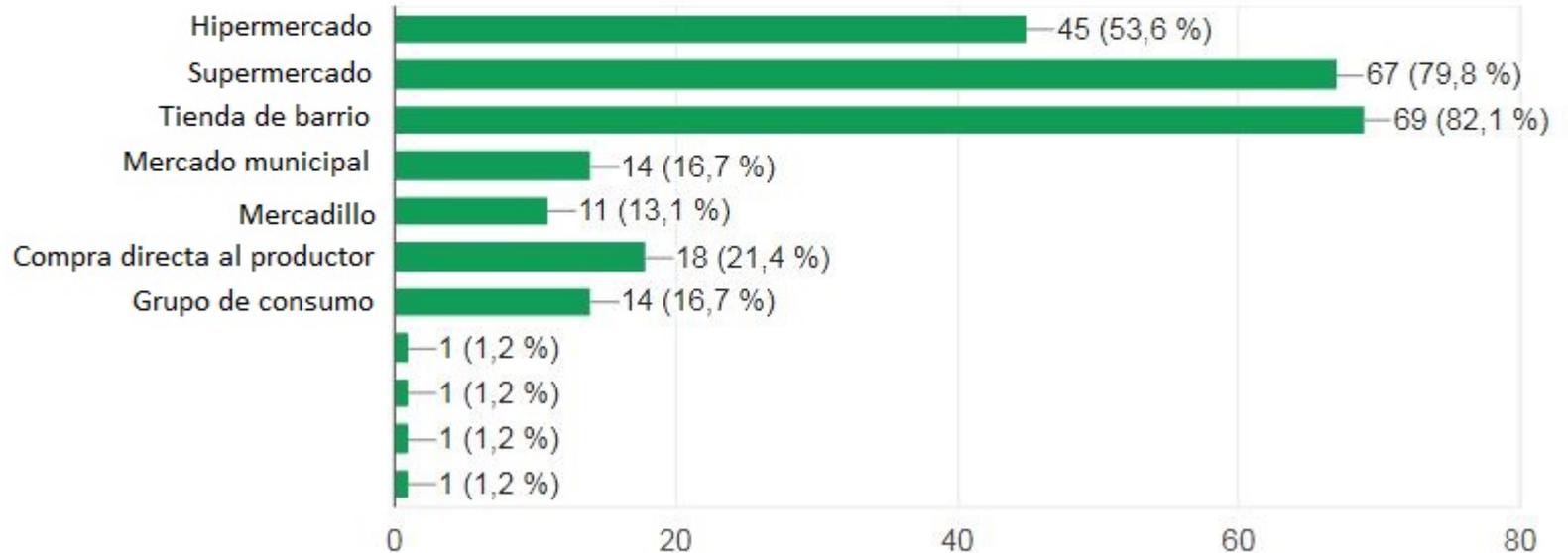
Algunas otras que se indicaron:

- Desconfianza
- Químicos/Aditivos
- Poco valor nutricional/Muy calóricos
- Grasas/Azúcares/Sal
- Pertenecen a multinacionales
- No es mi estilo de vida
- No son frescos
- Ingredientes no ecológicos
- Malos para el planeta
- Prefiero cocinar yo
- No son locales
-

Encuesta Consumidores

12. ¿Dónde realiza la compra de los productos alimenticios que consume?

84 respuestas

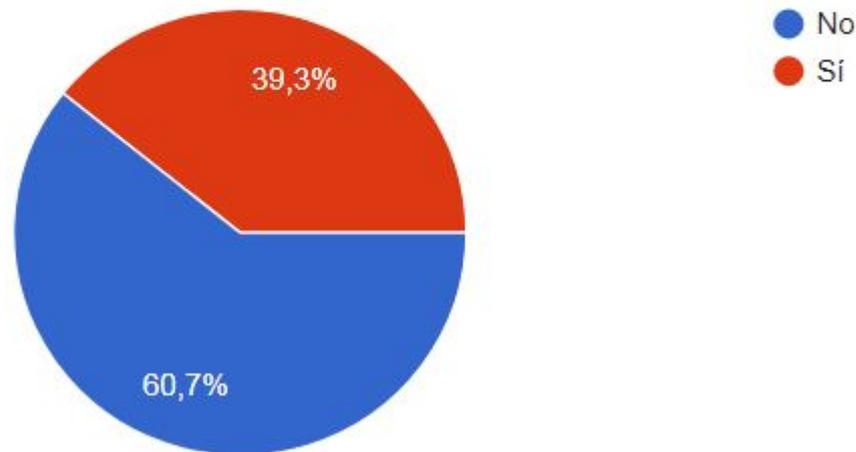


Los principales establecimiento de compra son Tiendas de barrio, Supermercados e hipermercados

Encuesta Consumidores

13. ¿Conoce qué son los circuitos cortos de comercialización?

84 respuestas

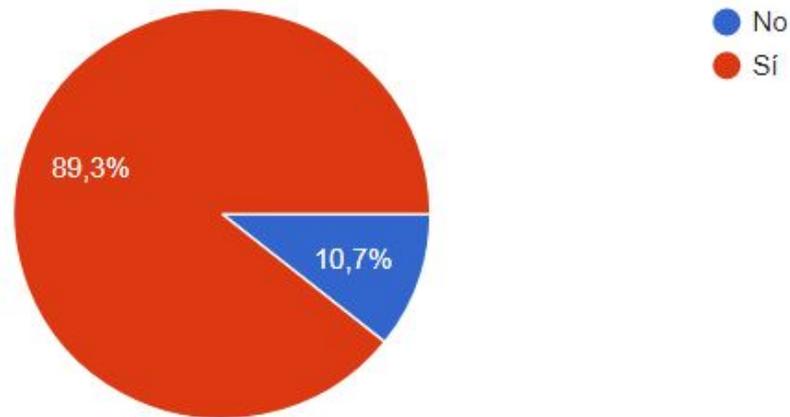


Muchos consumidores los utilizan pero desconocen los conceptos

Encuesta Consumidores

14. ¿Le preocupa e interesa comprar productos de su zona a pequeños productores?

84 respuestas

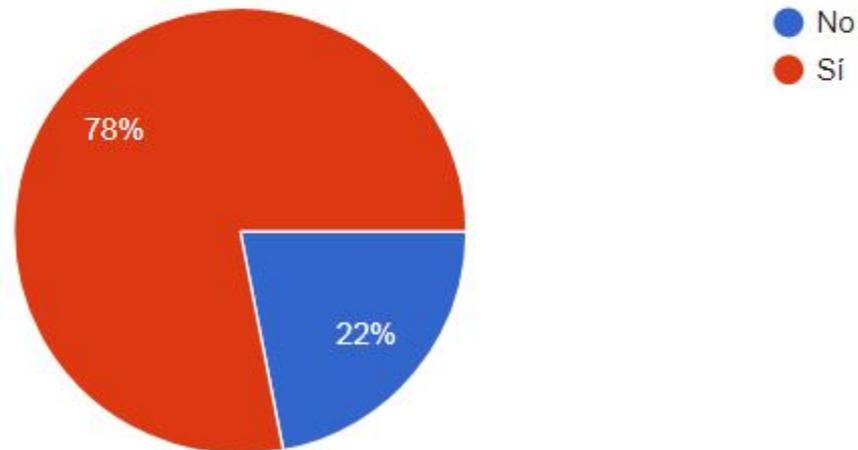


Existe una sensibilización a los productos de cercanía y de confianza

Encuesta Consumidores

16. ¿Compraría “productos ya cocinados listos para comer” de su zona a pequeños productores en mercados, tiendas de barrio...?

82 respuestas



Existe una intención de compra de estos productos en ccc si cumplen ciertas expectativas del consumidor

Encuesta Consumidores- Platos preparados (sugerencias)

Verduras (Borraja, Espinacas, Alubia verde, Cardo, Alcachofas...)

Legumbres (caparrones, garbanzos

Patatas a la riojana

Pimientos rellenos

Menestra

Macedonia

Setas

Pisto de verduras

Alcachofas con jamón

Legumbres con verduras

Pastel de verduras

Cremas de verduras

Gazpacho

Humus

Tortilla de patatas

Arroz

Paella

Arroz con setas

Pizzas vegetales

Ensaladilla

Hamburguesas vegetarianas

Platos típicos riojanos

Pollo Asado

Albóndigas

Pollo al ajillo

Carne Guisada

Pescado en salsa

Nuggets

Croquetas

Huevo rellenos

Pastas

Lasaña

Repostería

Batidos de frutas

Motivos por los que compraría esos productos:

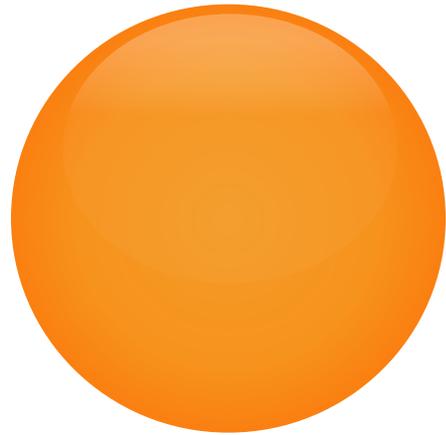
- Sanos
- Relación calidad-precio
- Calidad
- Sabor
- Contenido de aditivos



Algunas otras que se indicaron:

- Ecológicos
- Confianza
- Caducidad
- Cercanía
- Packaging
- Valor nutricional
- Cocina tradicional





RESULTADOS

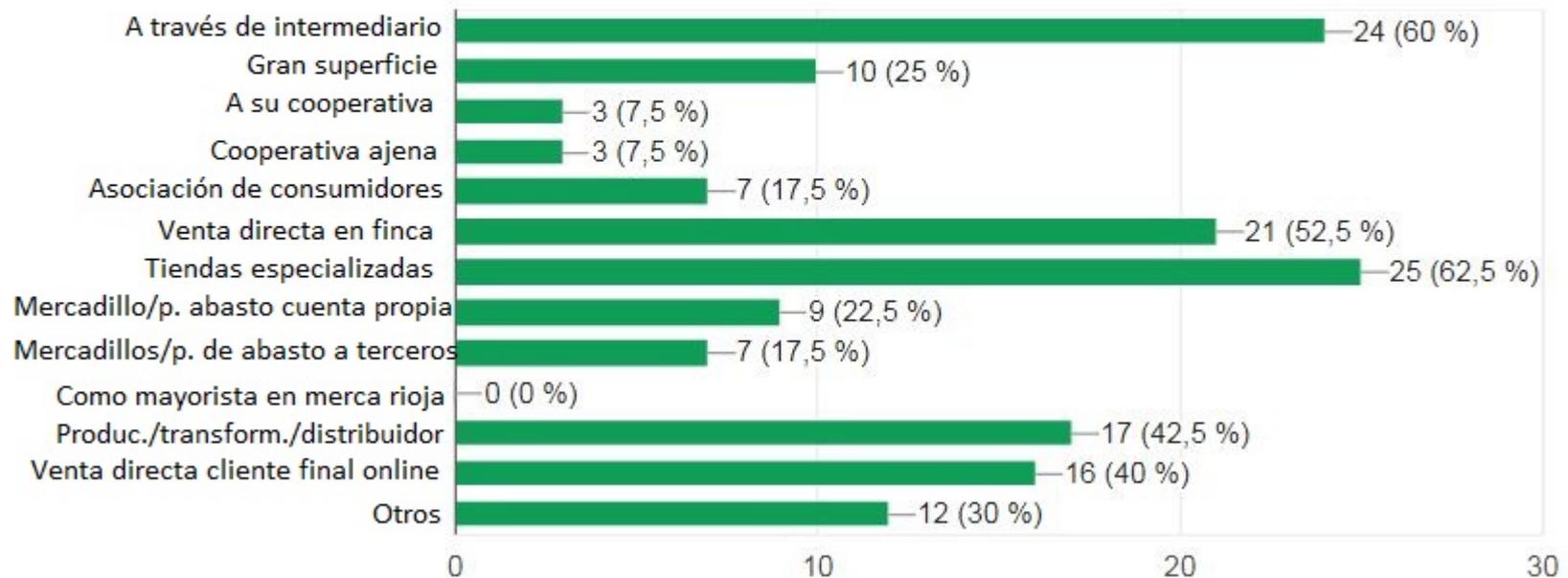
Productores/Transformadores



Encuesta Productores/Transformadores

3. ¿Cómo distribuye sus productos?

40 respuestas



Tiendas especializadas e intermediarios, cabe destacar la venta directa en finca y la variedad de sistemas empleados en la distribución.

Encuesta Productores/Transformadores

Los productos ecológicos principales de la zona Rioja Occidental (según encuestas):

- Hortaliza al aire libre
- Hortaliza bajo invernadero
- Legumbres
- Fruta
- Vino
- Embutidos
- Aceite de Oliva Virgen Extra
- Almendra
- Miel
- Carne de Cerdo
- Huevos
- Azafrán
-



Encuesta Productores/Transformadores

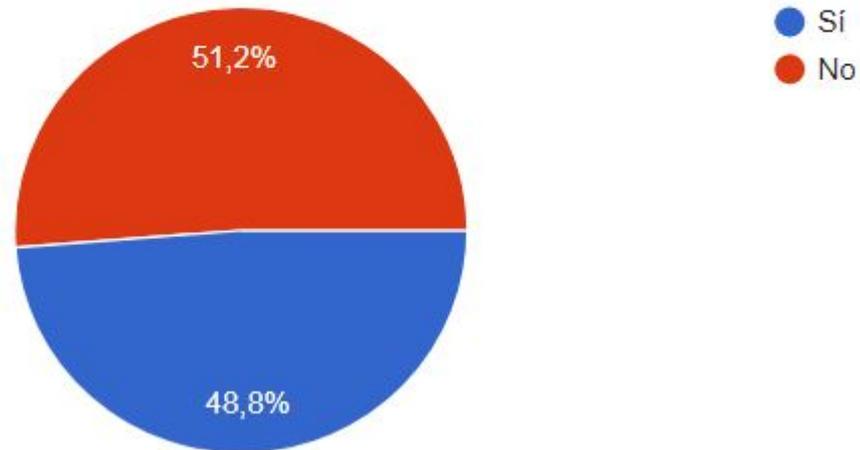
Los productos de calidad diferenciada principales de la zona Rioja Occidental (según encuestas):

- Vino
- Aceite de Oliva Virgen Extra
- Fruta
- Legumbre
- Embutidos y jamones
- Pan, repostería
- Conservas vegetales
- Conservas cárnicas
- Productos lácteos
- Ternera
- Mermeladas
- Nuez
-

Encuesta Productores/Transformadores

4. ¿Conoce el concepto de circuitos cortos de comercialización?

41 respuestas

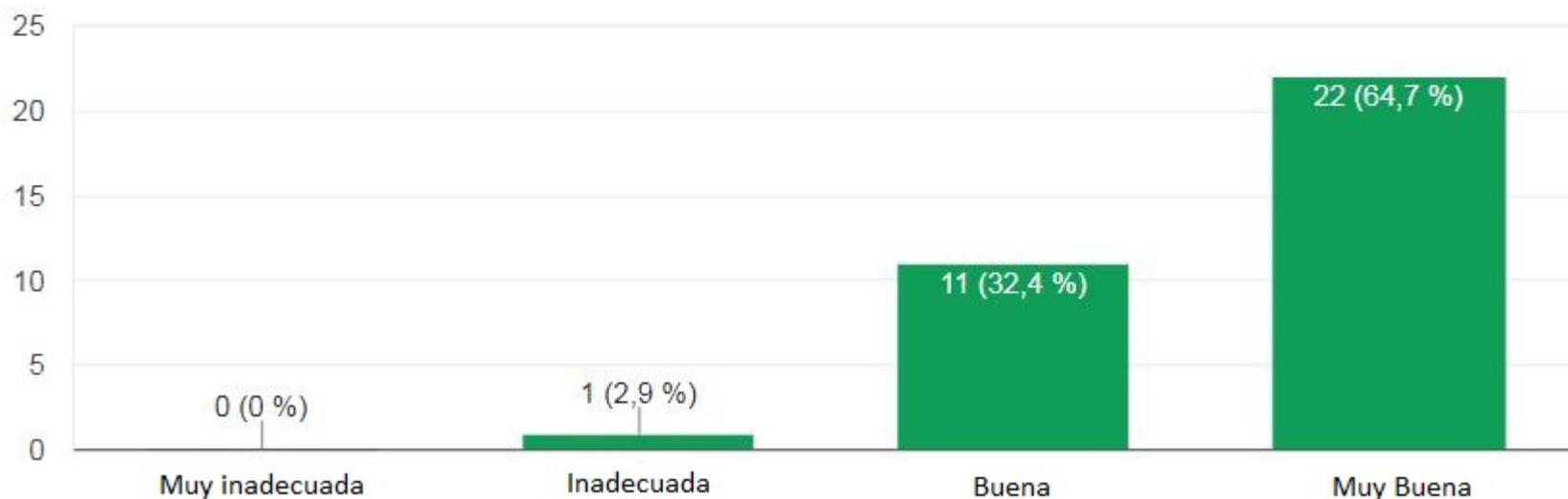


En muchos casos se practica pero no se conoce el concepto de esta práctica de comercialización

Encuesta Productores/Transformadores

5. En caso afirmativo, ¿Qué opinión le merecen?

34 respuestas

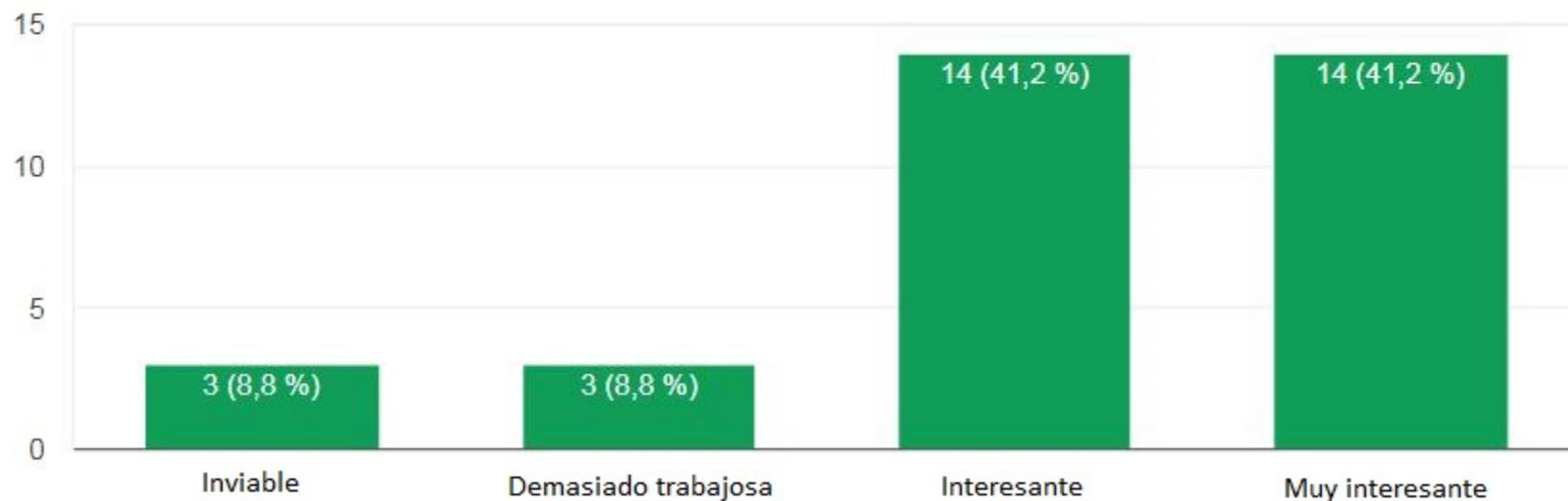


Una vez explicado el concepto, se ve como una opción muy valiosa a la hora de comercialización 97,1%

Encuesta Productores/Transformadores

6. ¿Cree que podrían ser una buena opción para Ud. a la hora de comercializar sus productos?

34 respuestas

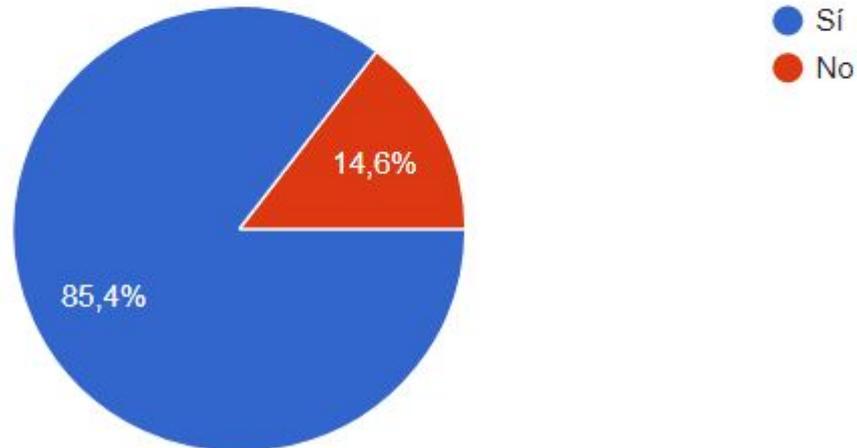


Un 82,4% lo ve como una opción Interesante y muy interesante para comercializar sus productos

Encuesta Productores/Transformadores

7. ¿Estaría interesado en participar en relación a estos temas de comercialización?

41 respuestas



La amplia mayoría de productores/transformadores, el 85,4% estaría interesado en explorar estas vías de comercialización

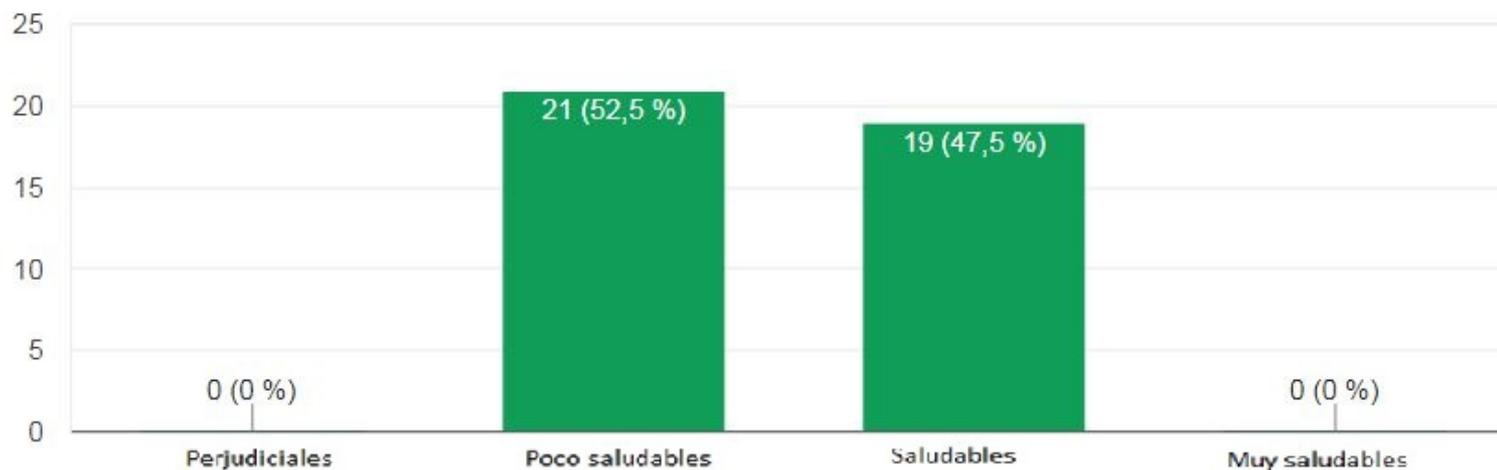
Encuesta Productores/Transformadores- Prod. V Gama

8. ¿Qué opinión tiene sobre ellos?

40 respuestas

SALUD

40 respuestas



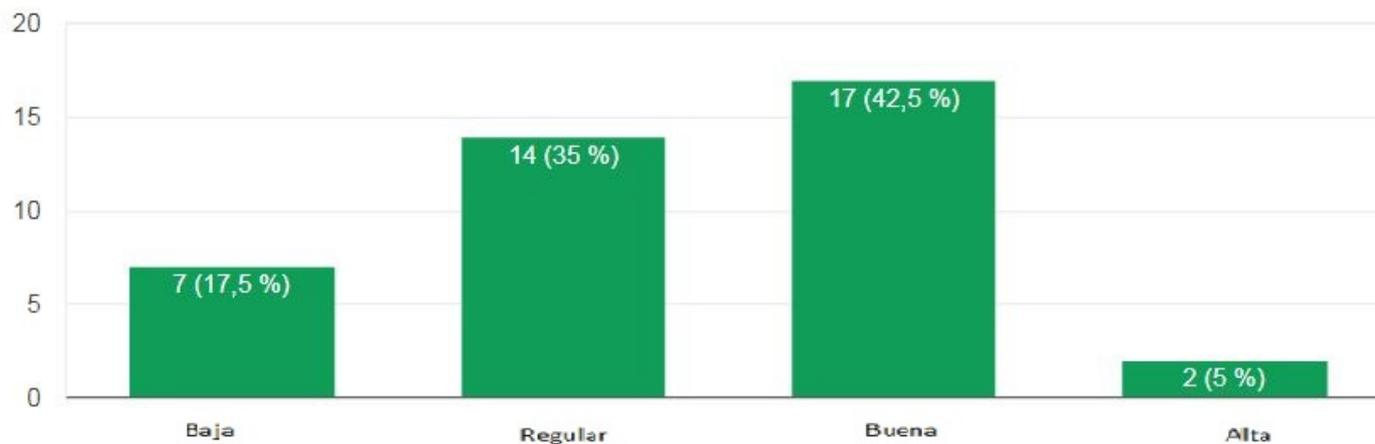
Hay una polaridad entre considerarlos “poco saludables” y “saludables”

Encuesta Productores/Transformadores- Prod. V Gama

8. ¿Qué opinión tiene sobre ellos?

CALIDAD

40 respuestas



Vuelve la polarización entre “buena” y “mala” calidad

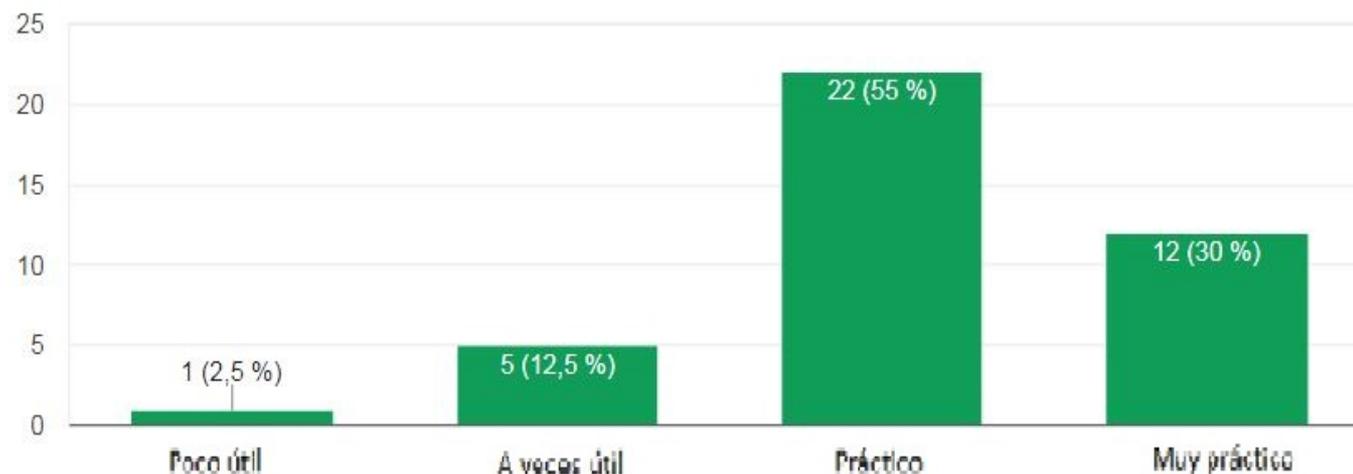
Encuesta Productores/Transformadores- Prod. V Gama

8. ¿Qué opinión tiene sobre ellos?

UTILIDAD/CONVENIENCIA



40 respuestas



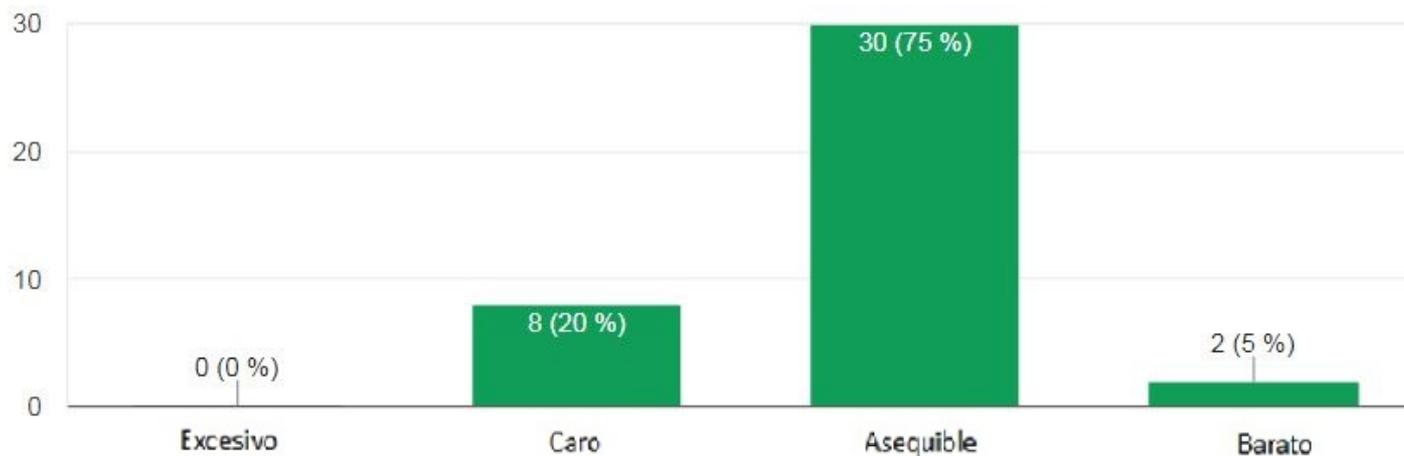
En un 80% se considera un producto práctico o muy práctico. La característica más destacada siempre en este tipo de productos.

Encuesta Productores/Transformadores- Prod. V Gama

8. ¿Qué opinión tiene sobre ellos?

PRECIO

40 respuestas



Un 80% considera a estos productos como asequibles e incluso baratos

Encuesta Productores/Transformadores- Prod. V Gama

9. ¿Cree que sería una forma de darle valor añadido a sus productos?

39 respuestas

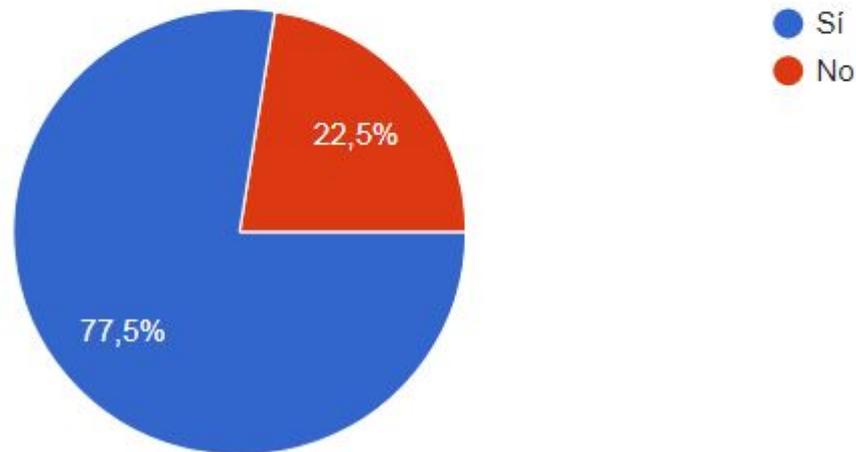


Un 56,4% consideran que la transformación de sus productos le aportaría un valor añadido a sus productos (este % es mucho mayor en los productores primarios que en los de calidad diferenciada)

Encuesta Productores/Transformadores- Prod. V Gama

10. ¿Estaría interesado en colaborar y participar en estas oportunidades de transformación de productos?

40 respuestas

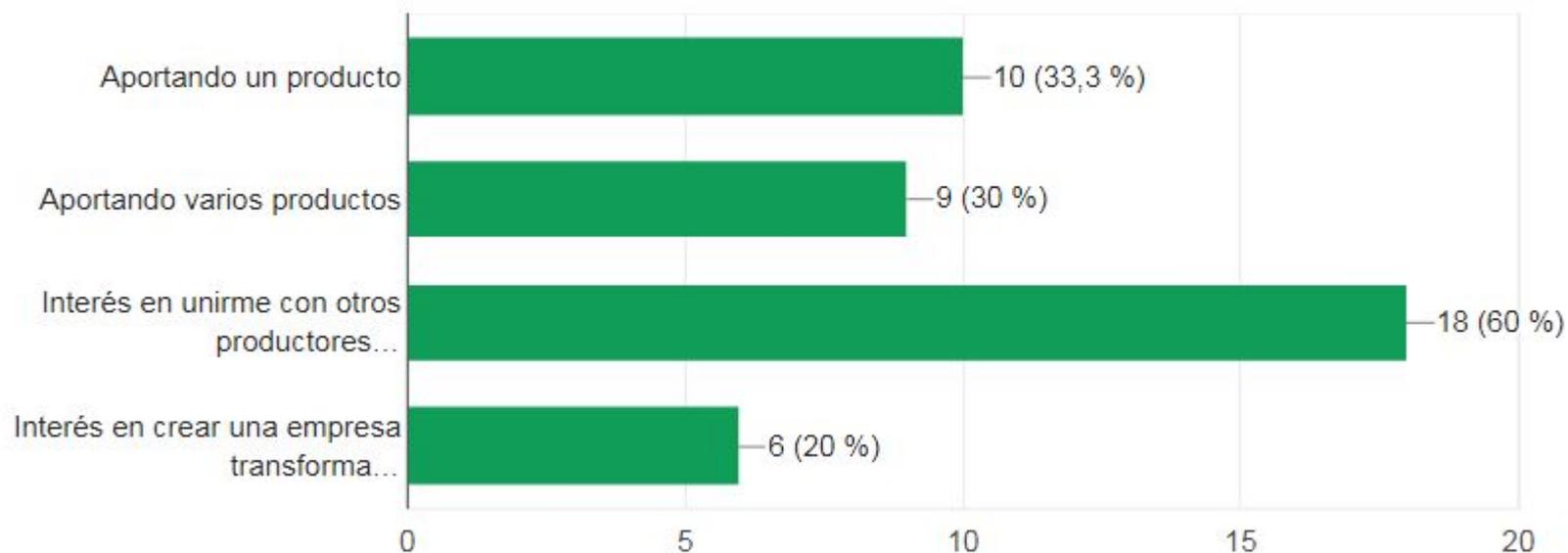


Un 77.5% estaría interesado en involucrarse en este tipo de iniciativas

Encuesta Productores/Transformadores- Prod. V Gama

10.b. En caso afirmativo elija una o varias opciones

30 respuestas



Cabe destacar el 60% que estaría dispuesto a interactuar con otros operadores para aunar esfuerzos.

Encuesta Productores/Transformadores

11. Lugar donde está localizada su explotación o campo de cultivo

41 respuestas

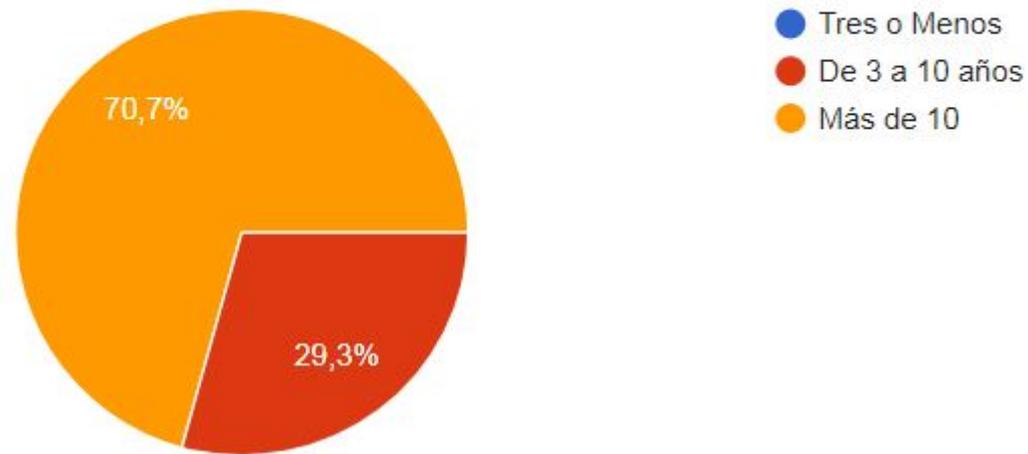


Carácter eminentemente rural de las explotaciones y empresas

Encuesta Productores/Transformadores

12. ¿Años trabajados en el sector agro/ganadero y alimentario?

41 respuestas

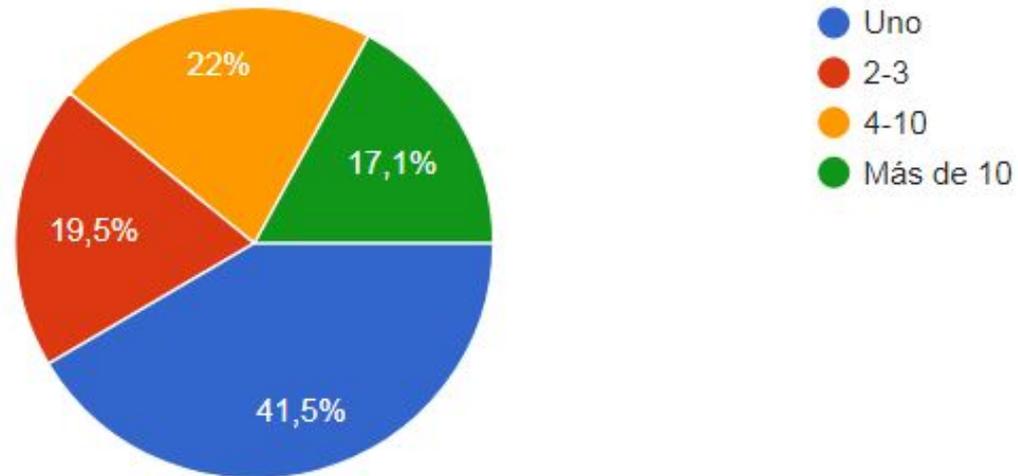


Amplia experiencia del sector. Sector maduro

Encuesta Productores/Transformadores

13. ¿Nº de trabajadores fijos?

41 respuestas

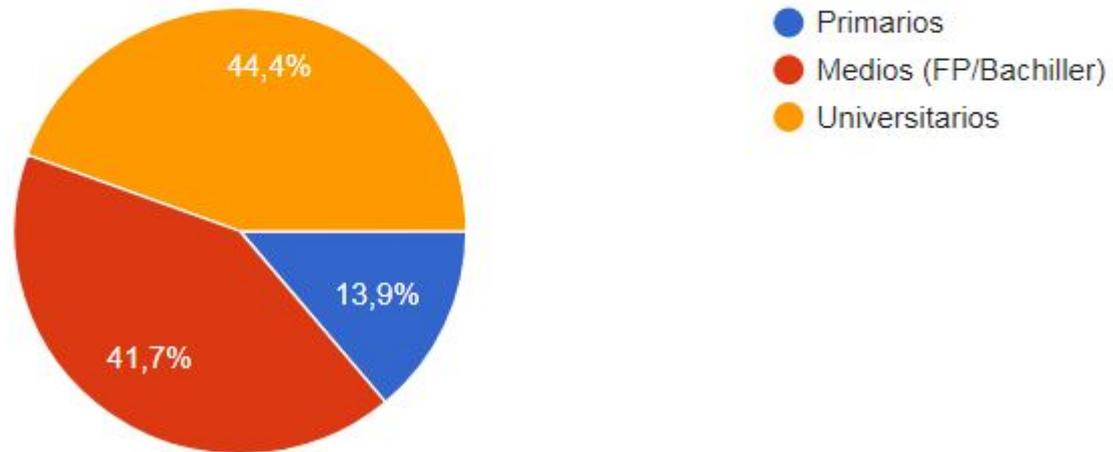


Mayoritariamente pequeñas explotaciones y empresas de autónomos

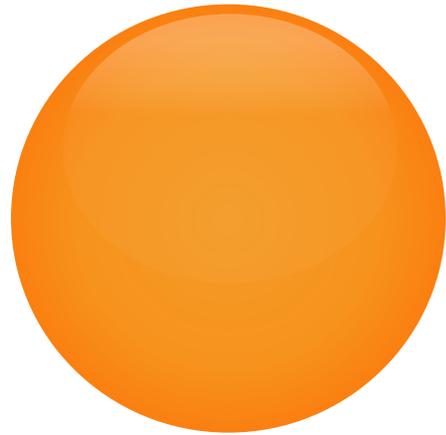
Encuesta Productores/Transformadores

16. Nivel de Estudios

36 respuestas



Gran número de universitarios en el sector



METODOLOGÍA

Estudio Diagnóstico-Encuestas





Se seleccionaron una serie de grupos para realizar las encuestas:

- Asociaciones de consumidores Universidad de La Rioja (aula de Universidad saludable)
 - Mercado Agroecológico de Logroño
 - Mercadillo de Nájera
 - Tienda de productores y grupo de consumo
- 

IDEALimentación. Encuesta a Consumidores sobre productos Ecológicos y de Calidad Diferenciada

Estimado consumidor. Le presentamos este cuestionario con el que deseamos conocer su conocimiento e intereses sobre productos ecológicos y de calidad diferenciada que disponemos en la zona de La Rioja. El fin del estudio es conocer el interés de los consumidores por los "productos ya cocinados listos para comer", llamados V Gama y su venta a través de circuitos cortos de comercialización.

Grupo Operativo:



Agente de Innovación:



SIGUIENTE

Página 1 de 4

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Cuestionario online.

Distribuido por correo electrónico principalmente a las distintas asociaciones de consumidores

IDEALimentación

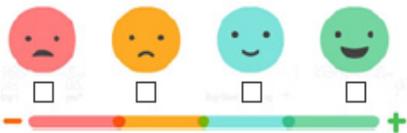
Encuesta a Consumidores sobre productos ecológicos y de Calidad Diferenciada

Estimado consumidor. Le presentamos este cuestionario con el que deseamos conocer su conocimiento e intereses sobre productos ecológicos y de calidad diferenciada que disponemos en la zona de La Rioja. El fin del estudio es conocer el interés de los consumidores por los "productos ya cocinados listos para comer", llamados V Gama y su venta a través de circuitos cortos de comercialización.

Sección I >>>> Productos y su comercialización

1 ¿Compra y consume productos ecológicos?, ¿con qué frecuencia?

Nunca De vez en cuando Cuando es posible Siempre que puedo



Cuestionario físico en papel

Distribuido donde había dificultades de emplear el cuestionario online



La encuesta era anónima y estaba distribuida en 2 apartados con un total de 24 preguntas:

- Productos y su comercialización
- Datos demográficos

Nota: En las preguntas se buscó que no hubiera respuestas neutras.



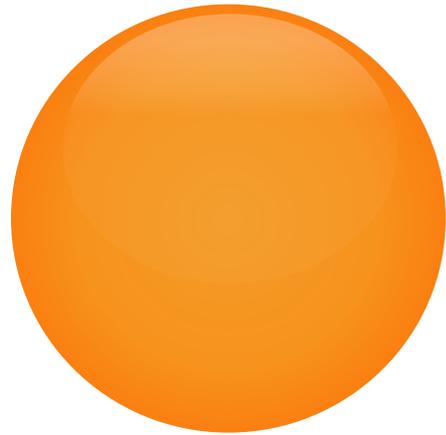


Una vez pasado el plazo para completar las encuestas se recogieron todos los resultados.

Las encuestas físicas se incluyeron en las de formato online para poder analizar los resultados.

Se obtuvieron un total de **84 encuestas**





CONCLUSIONES

Estudio diagnóstico



Conclusiones

Desconocimiento que se tiene tanto por parte de los consumidores como de los productores/transformadores sobre los temas como los circuitos cortos de comercialización, los productos ecológicos, de calidad diferenciada y los productos V Gama.

Consumidores:

- No sabe qué son los circuitos cortos → 60.7%
- No sabe qué son los productos de calidad diferenciada → 79,5%
- Se le atribuye a los productos ecológicos características subjetivas relacionadas mayoritariamente con la salud
- Se tiene un concepto subjetivo negativo de los productos de V Gama

Productores/transformadores:

- No sabe qué son los circuitos cortos → 51,2%
 - Se tiene un concepto subjetivo negativo de los productos de V Gama
- 

Conclusiones

Medidas:

- Labor informativa y formativa
- Aprovechar ese valor de los productos ecológicos para transferirlos a los productos de V Gama

Conclusiones

Consumidores cada vez más concienciados hacia la salud, el cuidado del medio ambiente, la sostenibilidad, el entorno físico y social.

- Un 82,7% de consumidores compra con mayor o menor frecuencia productos ecológicos.
 - El consumidor tiene una apreciación muy positiva de los productos ecológicos aunque a veces no se decante por ellos por el hándicap del precio.
 - A un 89,7% le preocupa e interesa poder comprar y consumir de proximidad por la relación que percibe de calidad, confianza y empatía con el eslabón más débil de la cadena alimentaria.
 - A pesar de la imagen negativa de los productos de V Gama, por los motivos anteriores un 78% tendría intención de compra de estos productos.
- 

Conclusiones

Los productos de V Gama se van imponiendo principalmente por la característica más valorada:

- Utilidad/Conveniencia → 69,9%

Seguido estaría la apariencia de tener un producto asequible e incluso barato con un → 56,6%.

- Hay todavía un gran margen para la venta de productos ecológicos ya que su consumo, aunque va calando, no es ni mucho menos de consumo diario.



Conclusiones

Impulsar la información y formación tanto a Consumidores como a Productores/transformadores.

Por los hábitos actuales de vida, los productos de conveniencia están aquí para quedarse por lo que es un nicho que hay que estudiar y trabajar para cubrir esa necesidad y añadir valor a nuestros productos.

Aprovechar las características de la materia prima y la comercialización basada en la proximidad y la confianza para trasladarlas al producto final transformado de V Gama.

Volver a incidir:

Información y FORMACIÓN, FORMACIÓN, FORMACIÓN....



**¡Gracias por su
atención!**

Correo: idealimentacion@gmail.com
info@alfonsolacuesta.com