

# Informe de resultados

de las

## Encuestas de evaluación de las jornadas de formación

### INTEROVIC - 2016



Fecha Informe: 14/12/2016  
Total páginas 37: Portada + 36

Introducción

Tratamiento de datos

Bloque 1.- Valoración individual de cada corte propuesto

Bloque 2.- Valoración del despiece propuesto de cada pieza

Bloque 3.- Valoración del conjunto de la propuesta

Bloque 4.- Valoración de la jornada y del equipo

Conclusiones

Anexos

A lo largo de 2016, INTEROVIC ha continuado con la realización de jornadas temáticas de promoción del cordero en distintas zonas de España. Estas sesiones se han dirigido a profesionales del sector cárnico, principalmente a carniceros y a dependientes de los puntos de venta asistida de establecimientos minoristas de distribución comercial.

Al finalizar las sesiones, se entregaba a los asistentes un cuestionario semiestructurado, que tal como se indicará más adelante, presentaba dos versiones distintas aunque muy similares. En ellos se solicitaba la opinión de los asistentes sobre diversos aspectos, tanto de los nuevos cortes de carne de cordero presentados como de la propia jornada. Se han recogido cuestionarios procedentes de **38 sesiones formativas distintas**, con un total de **742 encuestas**. Se han utilizado dos formularios distintos, uno igual que el utilizado en 2015 y otro en el que se han eliminado las preguntas abiertas de tipo cualitativo. Dado que la presencia de respuestas abiertas es prácticamente nula, en el análisis de los datos no se han considerado las respuestas de este tipo, centrándose únicamente el estudio en las preguntas de tipo cuantitativo.

Las preguntas se han estructurado en cuatro bloques con preguntas cerradas y puntuables con escalas Likert de 5 categorías (desde *Totalmente en desacuerdo* hasta *Totalmente de acuerdo*) y escalas dicotómicas (Si, No).

Para estructurar el presente análisis, se han establecido cuatro bloques de preguntas:

**Bloque 1: Valoración individual de cada corte propuesto.**

Consta de 5 preguntas con 10 ítems (Ít) por cada una de ellas (cuantitativa). Los ítems se agrupan en 4 grupos: Despieces propuestos para pierna (3 Ít), falda (2 Ít), cuello (2 Ít) y recortes y carne picada (3 Ít) respectivamente.

**Bloque 2: Valoración del despiece propuesto de cada pieza.**

Consta de 2 preguntas con 3 ítems en cada una (cuantitativa) más una pregunta con 10 ítems y respuestas de tipo dicotómico (Si, No)

**Bloque 3: Valoración del conjunto de la propuesta.**

Consta de 4 preguntas (cuantitativa).

**Bloque 4: Valoración de la jornada y del equipo.**

Se compone pregunta cerrada con 3 ítems para valorar el equipo que imparte y organiza la actividad.

*Área 5	
Localidad/Establecimiento	Nº Encuestas
A Coruña Alcampo	6
A Coruña Vegalsa	10
Galicia tarde alumnos	18
Gadisa mañana	20

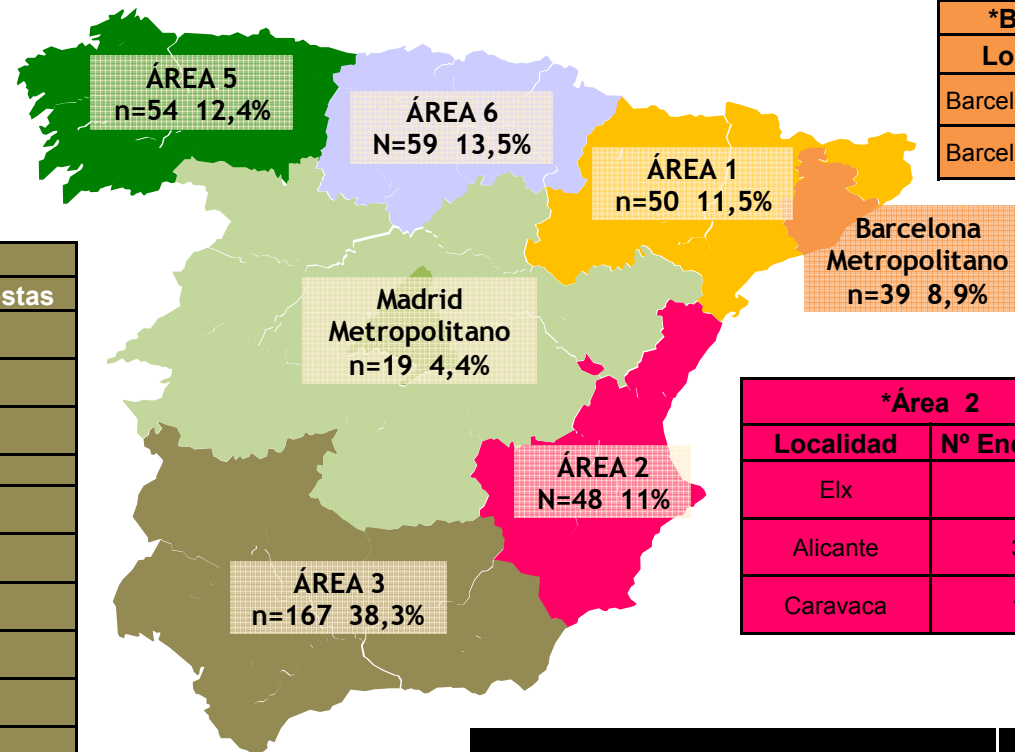
*Área 6	
Localidad/Establecimiento	Nº Encuestas
Uvesco 1	10
Uvesco 2	8
Uvesco 3	13
Irún	7
Pamplona	21

*Área 1	
Localidad/Establecimiento	Nº Encuestas
Eroski Zaragoza	10
Baleares	10
Tarragona	30

*Madrid Metropolitano	
Localidad	Nº Encuestas
Madrid	19

*Barcelona Metropolitano	
Localidad	Nº Encuestas
Barcelona 15-17 h	22
Barcelona 18-20 h	17

*Área 3	
Localidad/Establecimientos	Nº Encuestas
Sevilla n	18
Luis Piña 1	15
Luis Piña 2	16
Ruiz Galán 1	16
Ruiz Galán 2	17
Ruiz Galán 3	15
Maskom 1	4
Maskom 2	3
Motril	10
Alcampo Sevilla	12
Huelva	8
Córdoba	33



*Área 2	
Localidad	Nº Encuestas
Elx	6
Alicante	32
Caravaca	10

<b>Total encuestas analizadas</b>	<b>742</b>
*Encuestas identificadas geográficamente	436

Tras un proceso de depuración inicial del cuestionario y al igual que sucedió en 2016, aparecen gran número de preguntas sin contestar, lo que se denomina casos perdidos. En aquellas en las que el número de casos perdidos es superior al 10%, se entiende que existe alguna razón no aleatoria por la cual los encuestados no responden, por lo que se recomienda que se revise el cuestionario. Esta circunstancia se manifiesta especialmente en las preguntas de los bloques 2, 3 y 4, con un número de casos perdidos en torno al 20%. Los análisis efectuados se han realizado descartando los casos perdidos, mediante análisis univariados de distribución de frecuencias y los resultados obtenidos se presentan mediante tablas de frecuencias. Estos resultados se refieren específicamente a las preguntas adecuadamente contestadas.

También es importante destacar que en algunas sesiones se entregaron cuestionarios fotocopiados, y que estas fotocopias no reflejaban correctamente la totalidad de las preguntas. Esto ha provocado errores de interpretación de las preguntas que han provocado que el entrevistado no entendiera bien la pregunta y no contestara o contestara mal, haciendo inservible parte del cuestionario. Se recomienda que los cuestionarios se entreguen correctamente a los entrevistados, a fin de aprovechar al máximo la valiosa información a recopilar. Así mismo, es importante que el entrevistado indique la ciudad de residencia.

Hay que destacar que la muestra no es aleatoria y los resultados del análisis no son transferibles, estadísticamente, a la población española. La información refleja por tanto de las opiniones de los asistentes.

El análisis por áreas geográficas no refleja diferencias destacables, así como alguna particularidad.

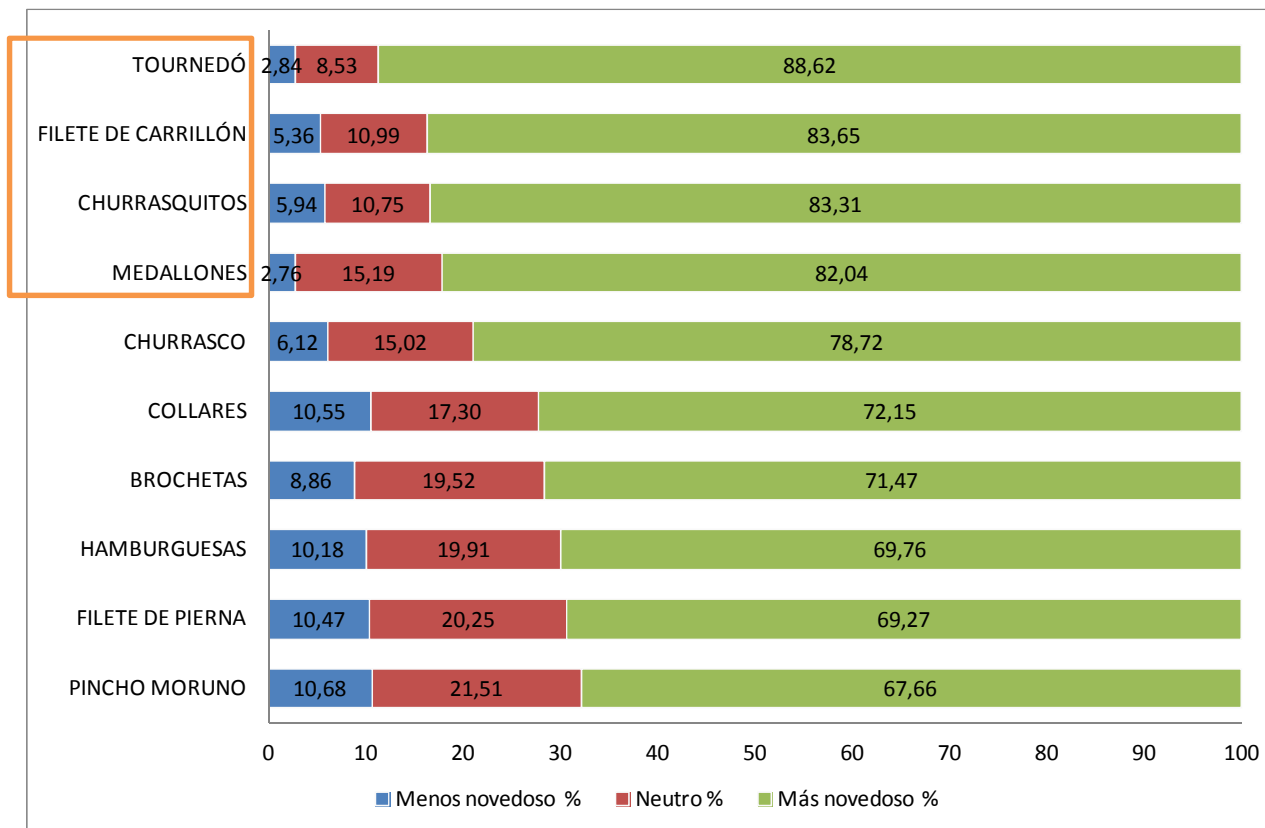
Para facilitar la comprensión de los resultados, en las preguntas puntuables con escala Likert, se han agrupado las respuestas según el criterio mostrado en la siguiente tabla:

Respuesta	Agrupamiento
Totalmente en desacuerdo	Menor valoración
En desacuerdo	
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	Neutro
De acuerdo	Mayor valoración
Totalmente de acuerdo	

# Bloque 1.- Valoración individual de cada corte propuesto

6

Pregunta 1.1.- ¿Le parece un corte novedoso?

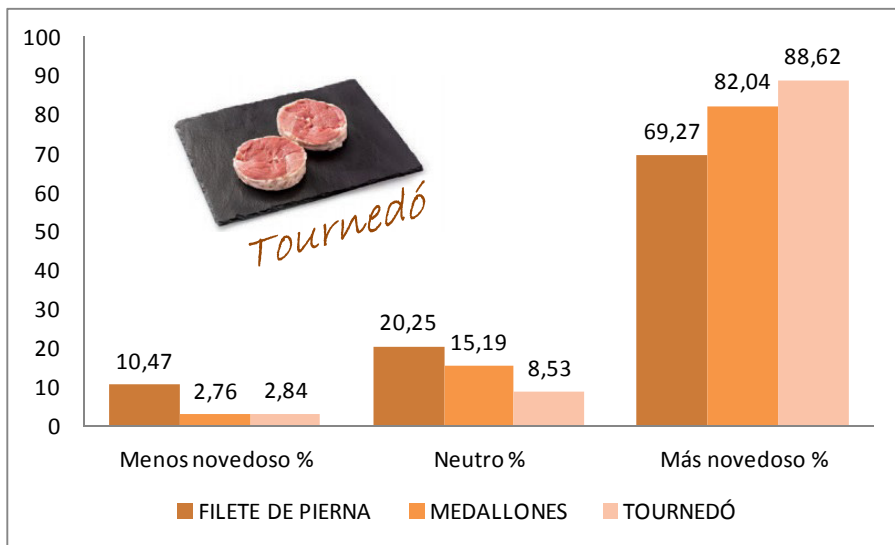


Valoraciones de cortes 2015	Más novedoso %
CHURRASQUITOS	86,12
TOURNEDÓ	85,31
FILETE DE CARRILLÓN	80,18
CHURRASCO	78,77
MEDALLONES	77,30
HAMBURGUESAS	75
BROCHETAS	68,6
COLLARES	68,36
PINCHO MORUNO	66,97
FILETE DE PIERNA	56,64

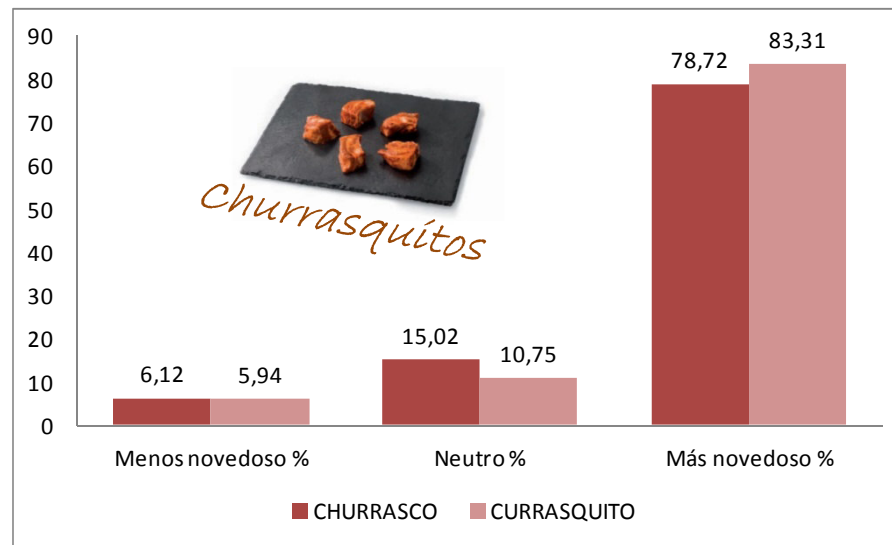
# Bloque 1.- Valoración individual de cada corte propuesto

Pregunta 1.1.- ¿Le parece un corte novedoso? Valoración por despiece

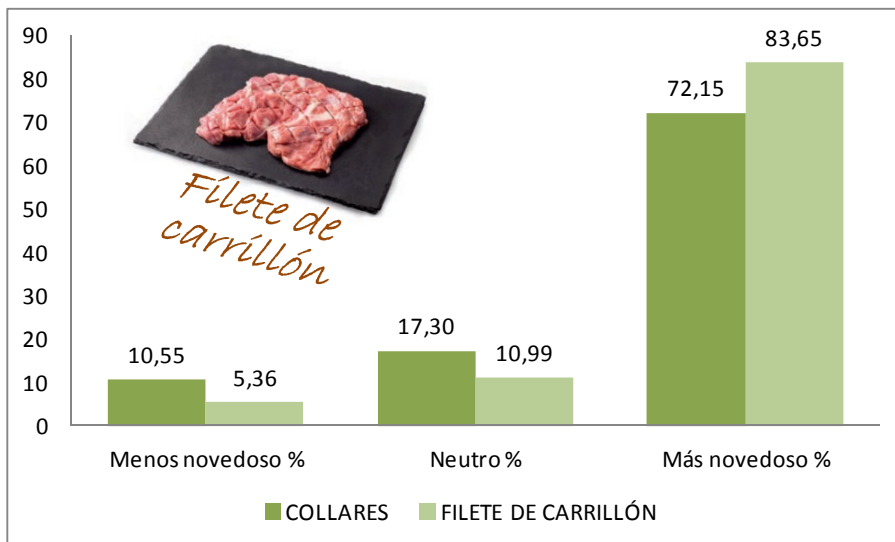
## Despiece pierna



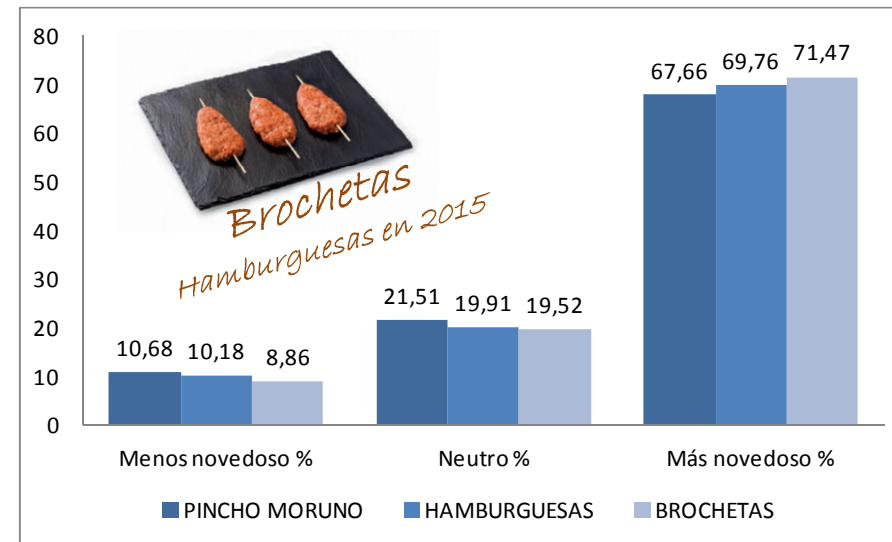
## Despiece falda



## Despiece cuello



## Recortes y carne picada



# Bloque 1.- Valoración individual de cada corte propuesto

8

Valoraciones según áreas geográficas

Pregunta 1.1.- ¿Le parece un corte novedoso?



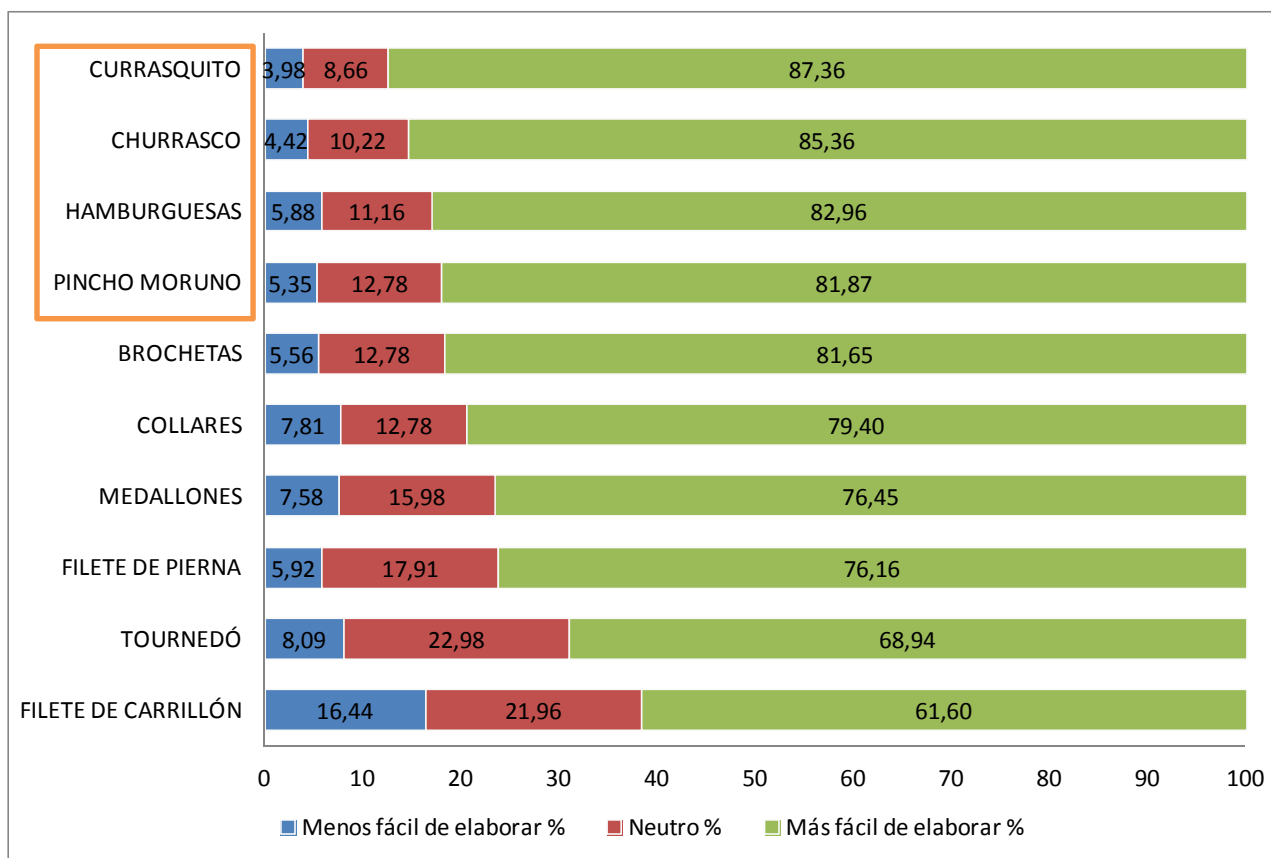
Corte	Área 1	Área 2	Área 3	Área 5	Área 6	Madrid M	Barcelona M
Medallones		+		-		+↑ -	-↑
*Filete de pierna		+↑	+		-		-↑
Tournedó		+↑	+			-↑	-
Churrasco		+			-	-↑	+↑
Churrasquito		+			-↑	-	+
*Filete de carrillón	-↑	+↑		+	-	-	
*Collares	-	+	+↑			-↑	
Pincho		+↑		-	+		-↑
Brochetas		-↑ +	+↑				-
Hamburguesas		+↑	+	-			-↑

\*Diferencia significativa del 10%



# Bloque 1.- Valoración individual de cada corte propuesto

## Pregunta 1.2.- ¿Lo ve fácil de elaborar?

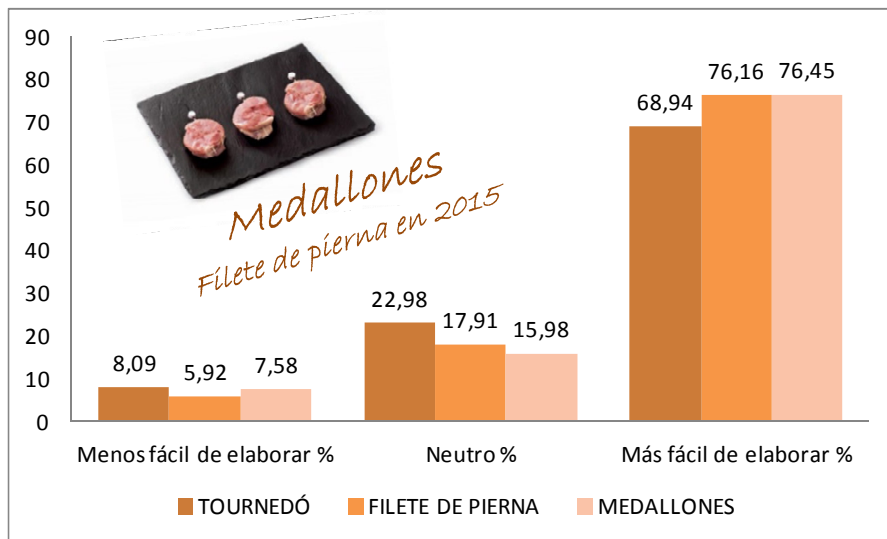


Valoraciones de cortes 2015	Más fácil de elaborar %
CHURRASQUITO	85,44
CHURRASCO	83,02
HAMBURGUESAS	81,47
BROCHETAS	79,00
PINCHO MORUNO	78,97
COLLARES	78,54
FILETE DE PIERNA	76,65
MEDALLONES	73,80
TOURNEDÓ	69,69
FILETE DE CARRILLÓN	67,05

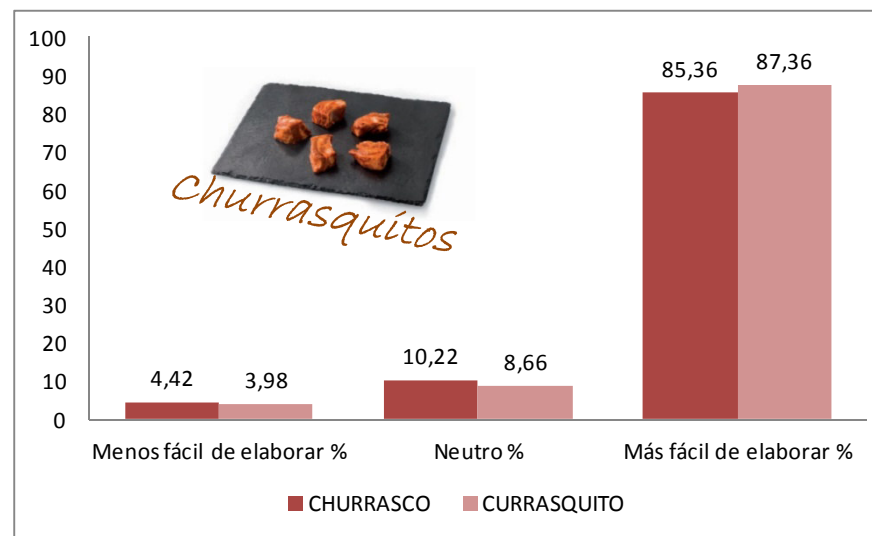
# Bloque 1.- Valoración individual de cada corte propuesto

## Pregunta 1.2.- ¿Lo ve fácil de elaborar? Valoración por despiece

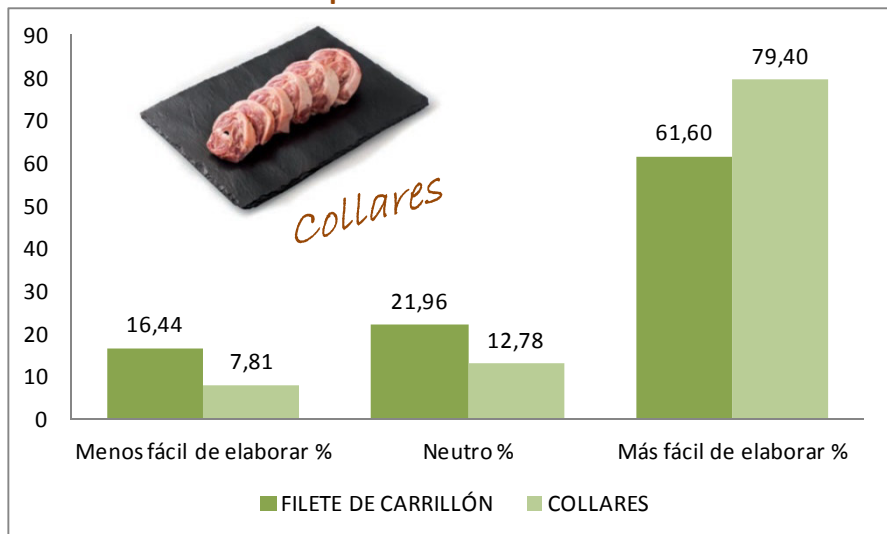
### Despiece pierna



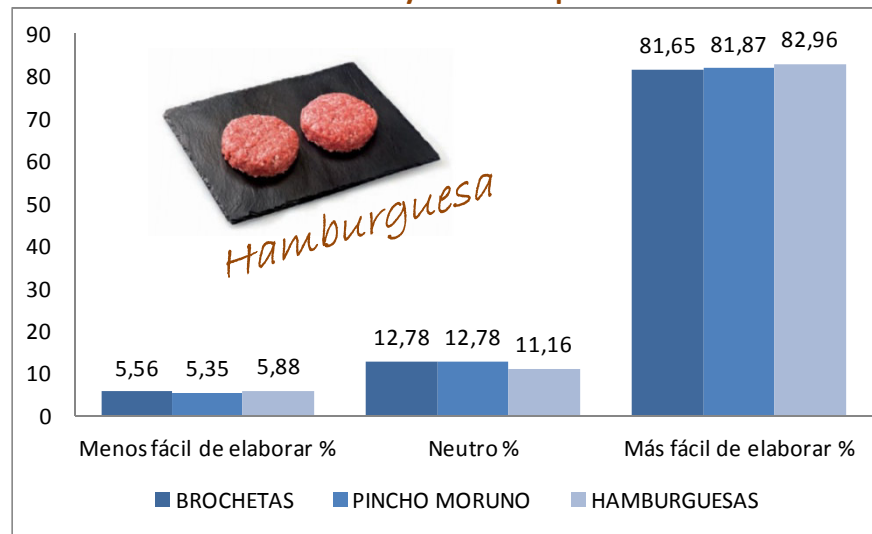
### Despiece falda



### Despiece cuello



### Recortes y carne picada



# Bloque 1.- Valoración individual de cada corte propuesto

Valoraciones según áreas geográficas

Pregunta 1.2.- ¿Lo ve fácil de elaborar?

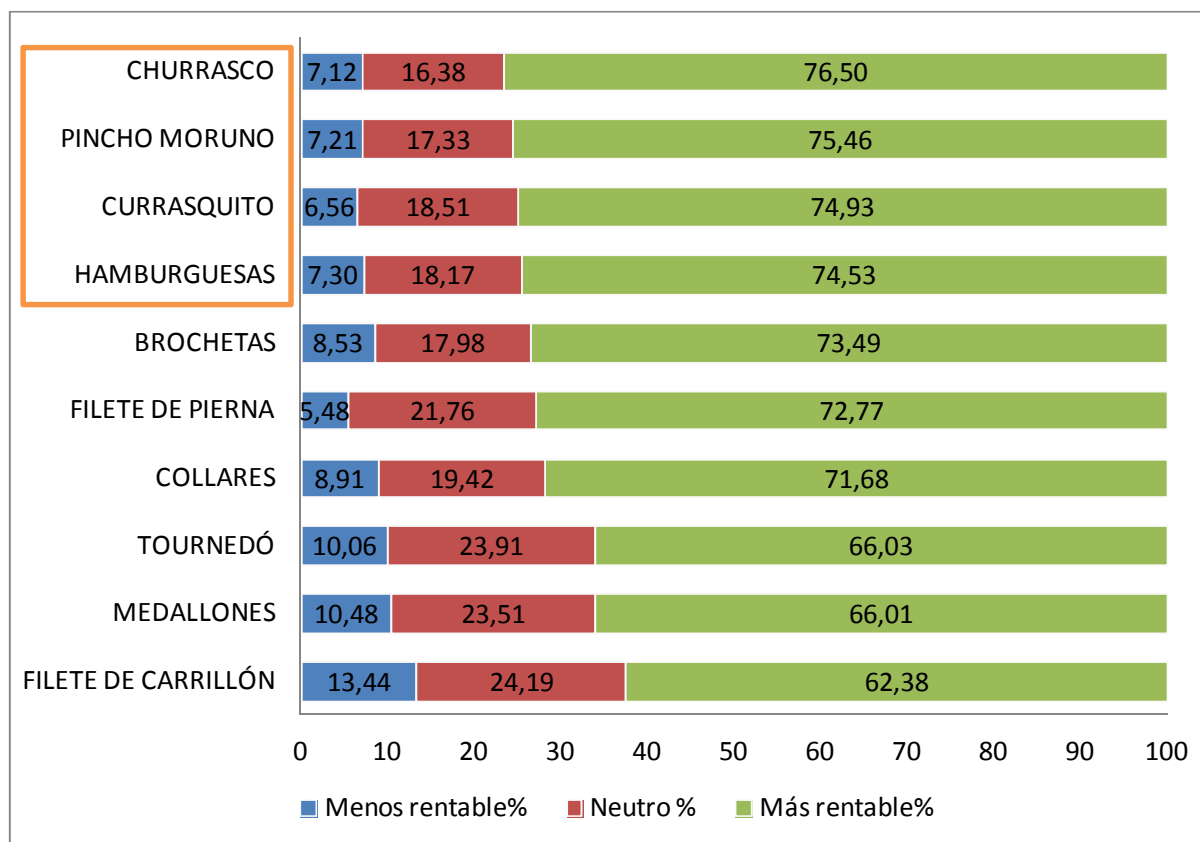


Corte	Área 1	Área 2	Área 3	Área 5	Área 6	Madrid M	Barcelona M
Medallones		+	-↑	-		+↑	
*Filete de pierna		+		-	+↑		-↑
Tournedó			-↑ +			+↑	-
Churrasco		+↑	+		-	-↑	
Churrasquito		+↑			+ -	-↑	
*Filete de carrillón		+	-↑	-		+↑	
Collares		+↑	+			-↑	-
*Pincho		+↑	-↑	-			+
*Brochetas		+↑	-↑			-	+
*Hamburguesas		+↑	-↑			-	+

\*Diferencia significativa del 10%

# Bloque 1.- Valoración individual de cada corte propuesto

Pregunta 1.3.- ¿Considera que el corte sería rentable para su negocio?



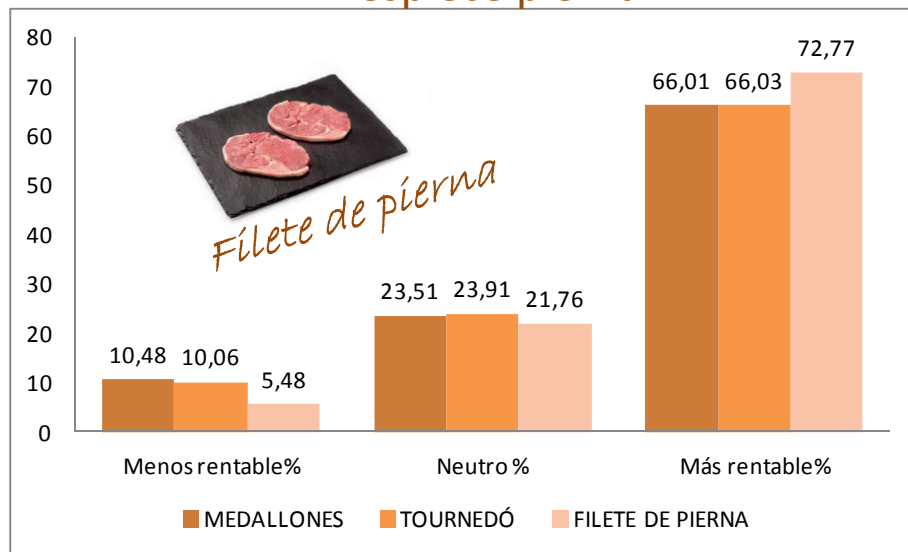
Valoraciones de cortes 2015	Más rentable %
CHURRASQUITO	77,09
HAMBURGUESAS	76,40
BROCHETAS	74,15
FILETE DE PIERNA	74,03
CHURRASCO	73,40
PINCHO MORUNO	73,10
COLLARES	70,87
TOURNEDÓ	66,83
FILETE DE CARRILLÓN	65,80
MEDALLONES	62,65

# Bloque 1.- Valoración individual de cada corte propuesto

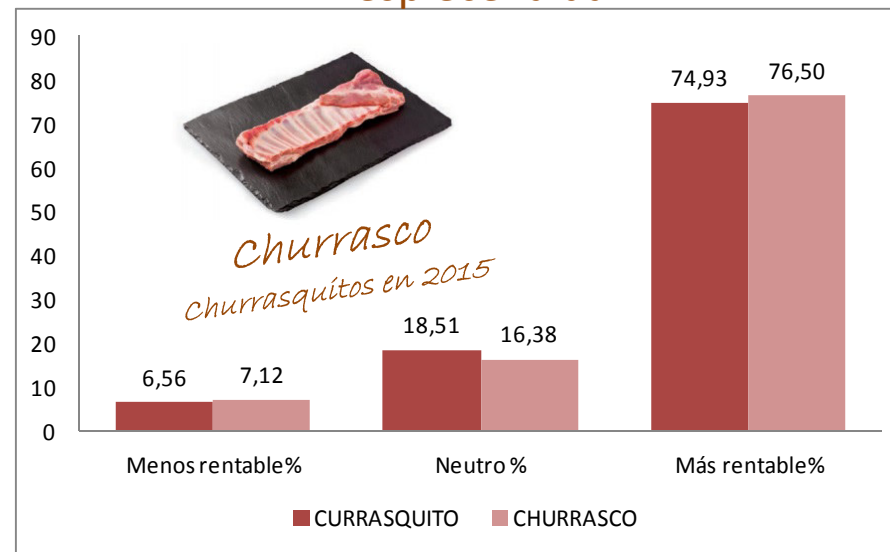
13

Pregunta 1.3.- ¿Considera que el corte sería rentable para su negocio? Valoración según despiece

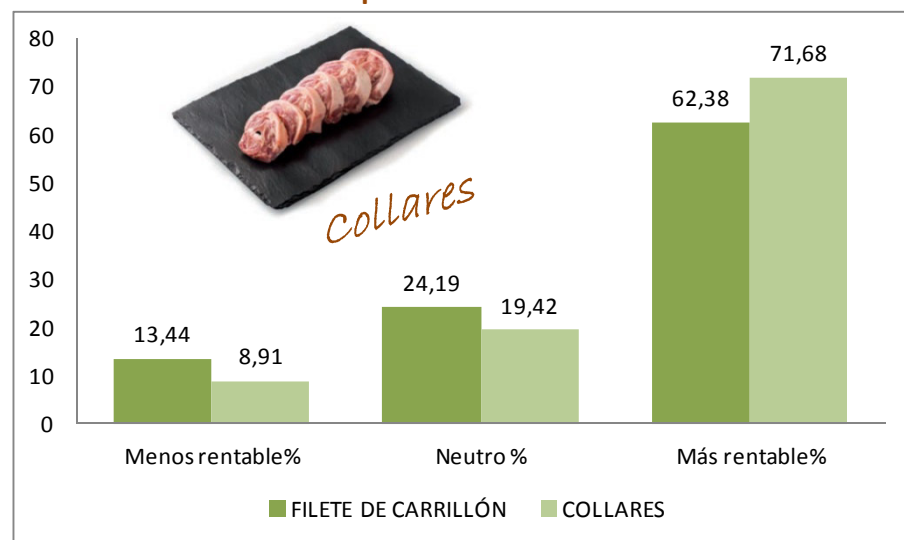
### Despiece pierna



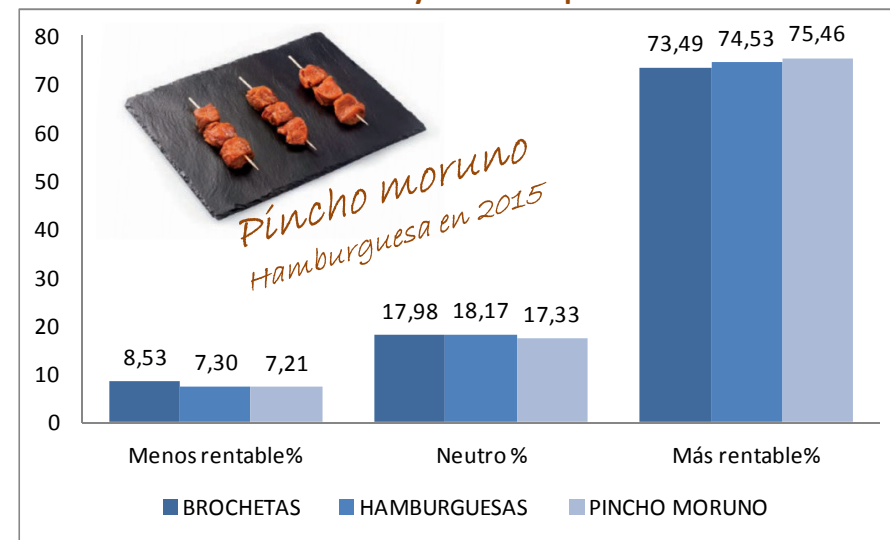
### Despiece falda



### Despiece cuello



### Recortes y carne picada



## Valoraciones según áreas geográficas

Pregunta 1.3.- ¿Considera que el corte sería rentable para su negocio?



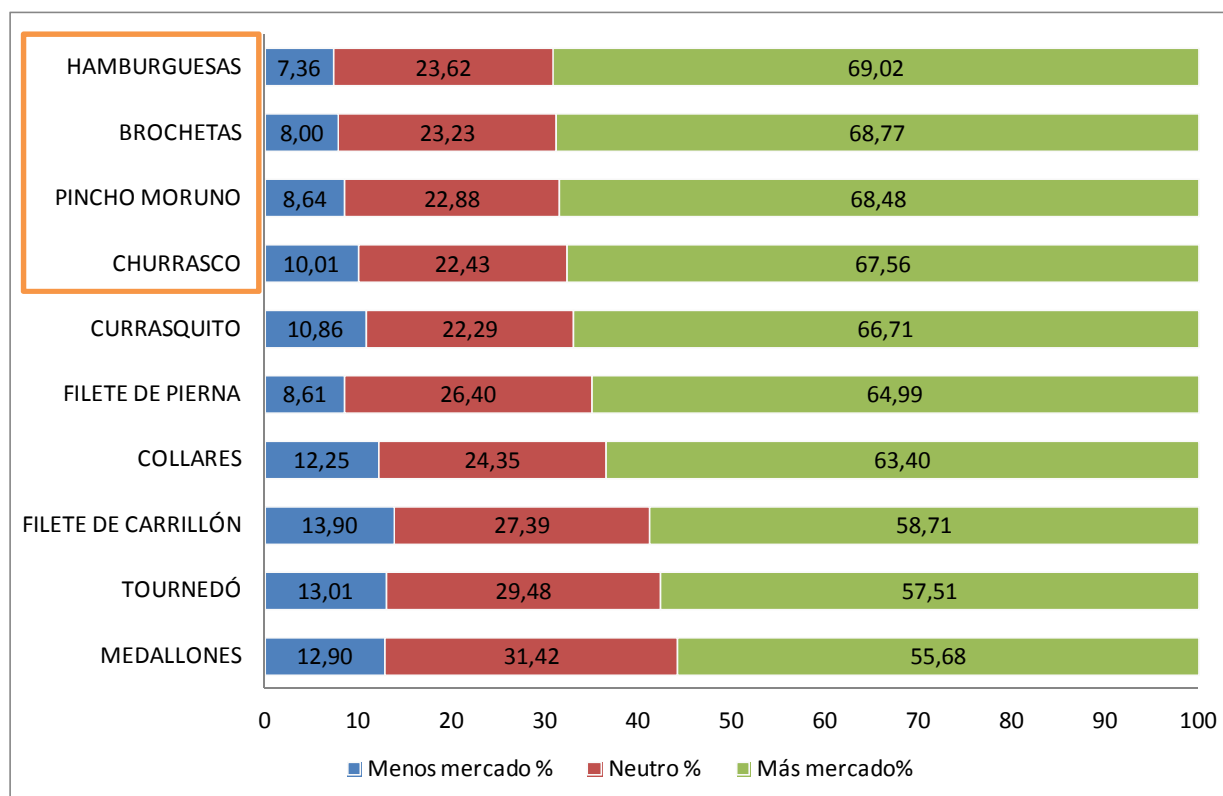
Corte	Área 1	Área 2	Área 3	Área 5	Área 6	Madrid M	Barcelona M
Medallones	-	+↑	-↑	+			
*Filete de pierna	-	+↑	-↑		+		
Tournedó		+↑	-			-↑	+
Churrasco		+↑	+			-	-↑
Churrasquito		+↑	-		-↑	+	
*Filete de carrillón	-↑	+↑	-	+			
Collares	-↑	+↑	- +				
*Pincho	- +		-↑	+↑			-
*Brochetas	+	+↑	-↑				
*Hamburguesas		+↑	-↑	-			-

\*Diferencia significativa del 5%

# Bloque 1.- Valoración individual de cada corte propuesto

15

Pregunta 1.4.- ¿Tendría mercado entre los consumidores de su zona de venta?



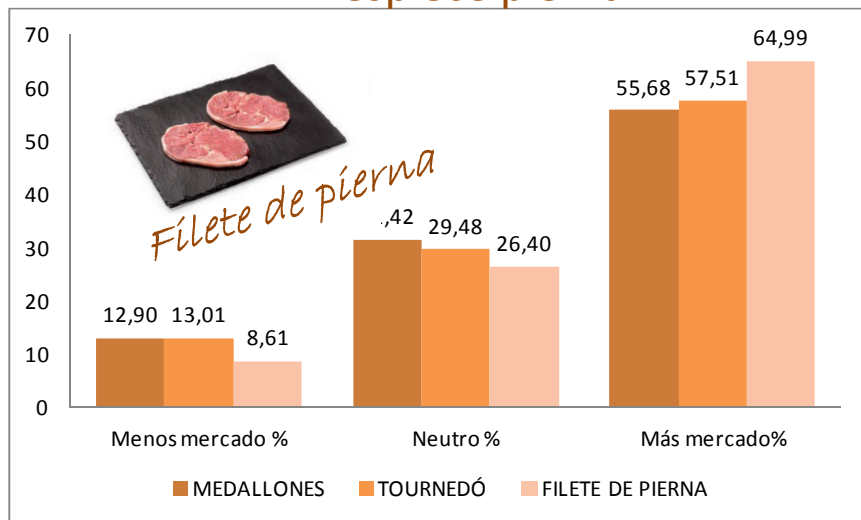
Valoraciones de cortes 2015	Más mercado %
HAMBURGUESAS	72,53
BROCHETAS	70,36
PINCHO MORUNO	69,60
FILETE DE PIERNA	66,59
CURRASQUITO	64,04
CHURRASCO	63,66
COLLARES	60,72
FILETE DE CARRILLÓN	58,45
TOURNEDÓ	54,05
MEDALLONES	53,90

# Bloque 1.- Valoración individual de cada corte propuesto

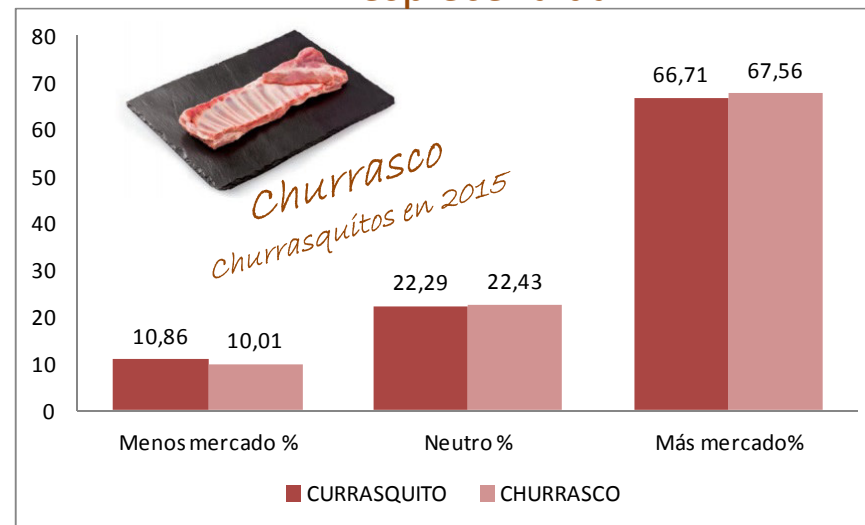
16

Pregunta 1.4.- ¿Tendría mercado entre los consumidores de su zona de venta? Valoración según despiece

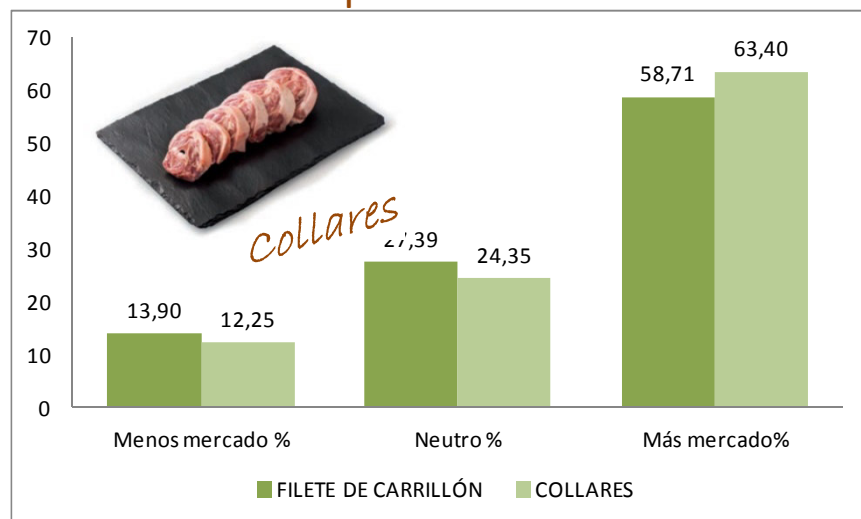
### Despiece pierna



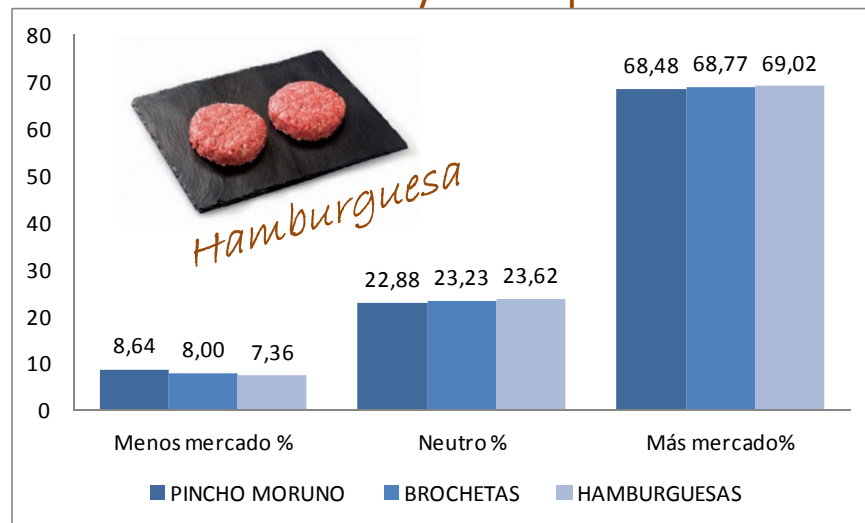
### Despiece falda



### Despiece cuello



### Recortes y carne picada





# Bloque 1.- Valoración individual de cada corte propuesto

Valoraciones según áreas geográficas

Pregunta 1.4.- ¿Tendría mercado entre los consumidores de su zona de venta?

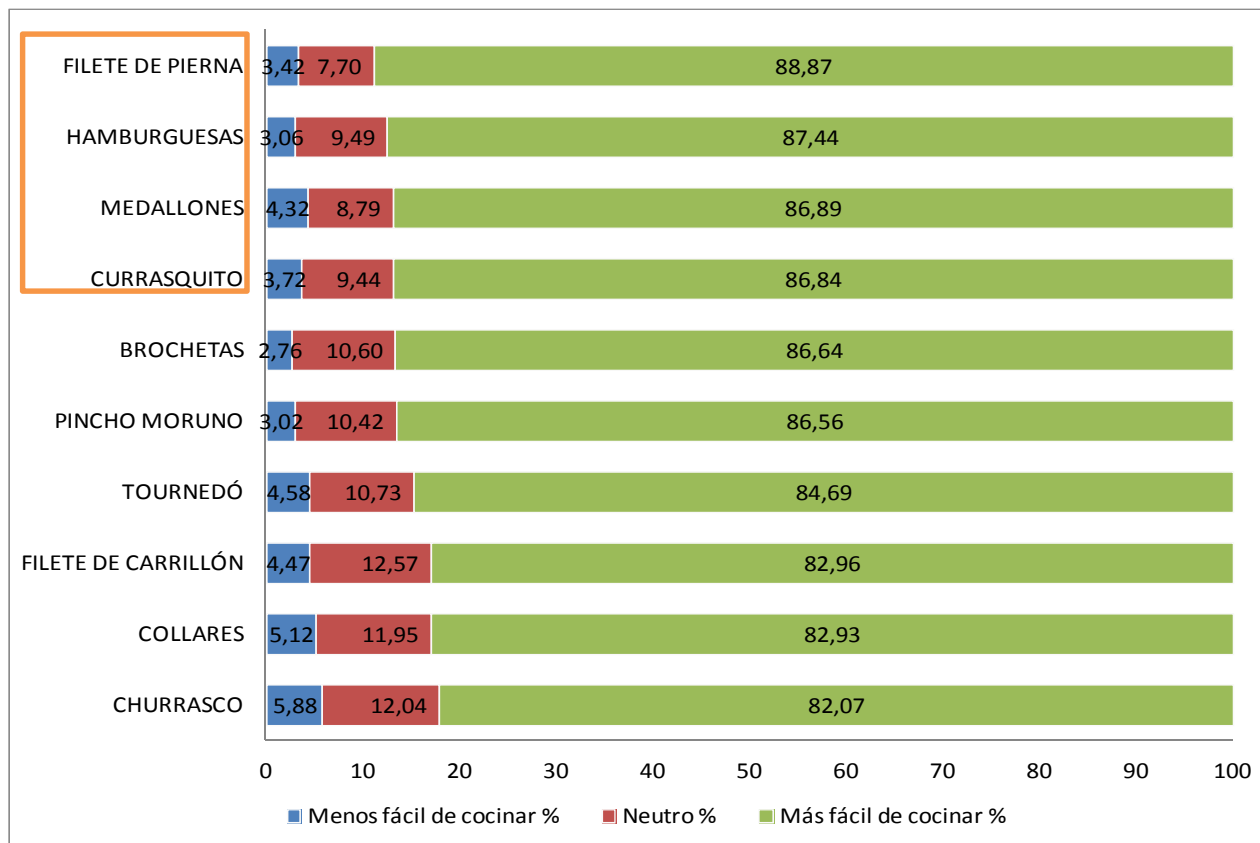


Corte	Área 1	Área 2	Área 3	Área 5	Área 6	Madrid M	Barcelona M
*Medallones	-↑	+↑		+			-
Filete de pierna	-↑		- +				+↑
Tournedó	-↑	+↑	-				+
*Churrasco		+	+↑		-		-↑
Churrasquito		+↑	+		-		-↑
*Filete de carrillón	-	+↑	+				-
*Collares	-↑		+↑			+	-
*Pincho		-	-↑ +			+↑	
*Brochetas		+↑		-↑	-	+	
*Hamburguesas		+↑	-		-	+	

\*Diferencia significativa del 10%

# Bloque 1.- Valoración individual de cada corte propuesto

Pregunta 1.5.- ¿Considera que el corte propuesto es fácil de cocinar para el consumidor actual?

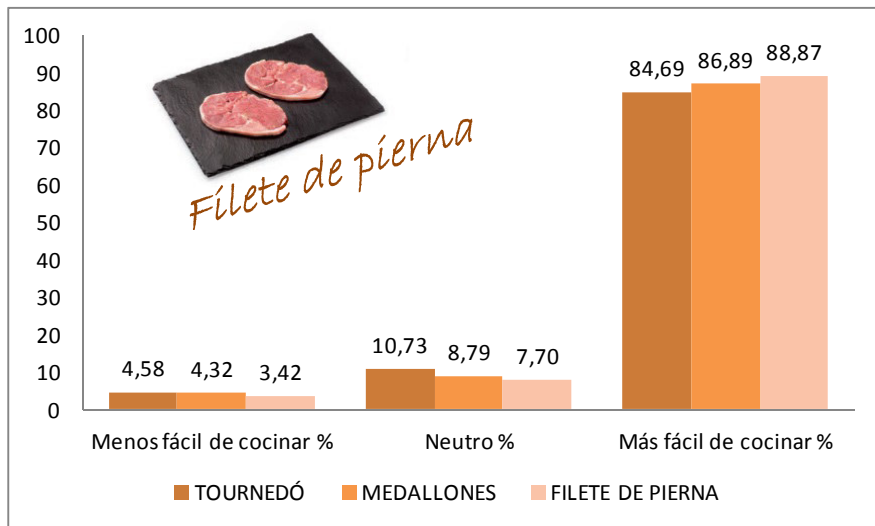


Valoraciones de cortes 2015	Más mercado %
HAMBURGUESAS	89,74
FILETE DE PIERNA	89,05
BROCHETAS	88,12
PINCHO MORUNO	87,62
MEDALLONES	86,51
TOURNEDÓ	83,13
CHURRASQUITO	82,54
FILETE DE CARRILLÓN	81,90
COLLARES	81,75
CHURRASCO	79,21

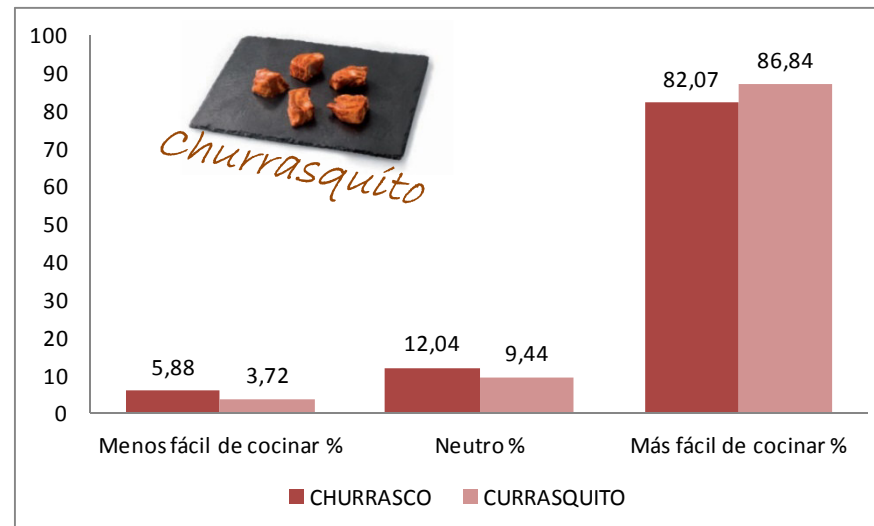
# Bloque 1.- Valoración individual de cada corte propuesto

Pregunta 1.5.- ¿Considera que el corte propuesto es fácil de cocinar para el consumidor actual? Valoración según despiece

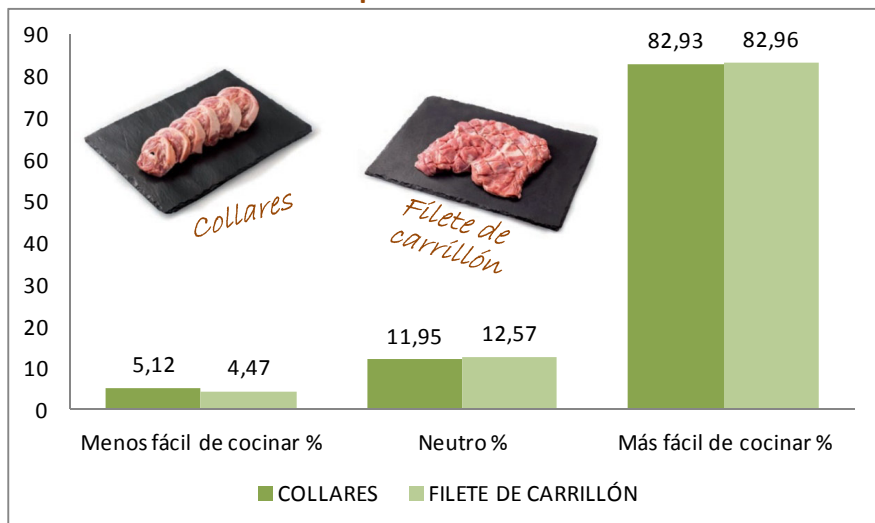
## Despiece pierna



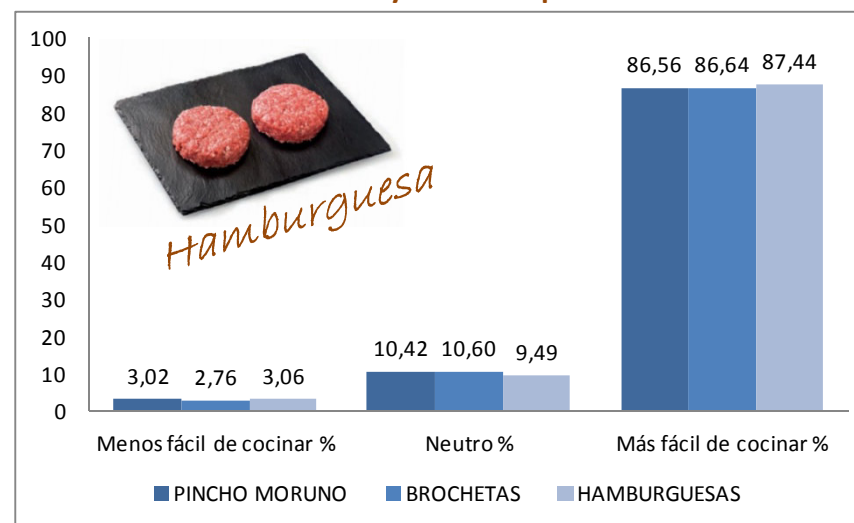
## Despiece falda



## Despiece cuello



## Recortes y carne picada



# Bloque 1.- Valoración individual de cada corte propuesto

Valoraciones según áreas geográficas

Pregunta 1.5.- ¿Considera que el corte propuesto es fácil de cocinar para el consumidor?



Corte	Área 1	Área 2	Área 3	Área 5	Área 6	Madrid M	Barcelona M
Medallones	-↑	+↑	+			-	
Filete de pierna				-↑	+↑		- +
Tournedó		+	+↑	-		-↑	
*Churrasco	-	+↑	+			-↑	
*Churrasquito	-	+			+↑	-↑	
*Filete de carrillón	-↑			-	+↑	+	
Collares	-↑	+		-		+↑	+↑
Pincho		- +		-↑		+↑	
*Brochetas		- +		-↑		+↑	
Hamburguesas		-		-↑		+↑	+

\*Diferencia significativa del 10%

# Bloque 1.- Valoración individual de cada corte propuesto

21

## Resumen de las valoraciones individuales

Relación de los cortes más valorados, en orden de mayor a menor. \*Repiten la posición de 2015.

Perspectiva profesional (de producto)			Perspectiva comercial	
Más novedoso	Más fácil de elaborar	Más rentable	Más mercado	Más fácil de cocinar por el consumidor actual
Tournedó	*Churrasquito	Churrasco	*Hamburguesa	Filete de pierna
Filete de carrillón	*Churrasco	Pincho	*Brocheta	Hamburguesa
Churrasquito	*Hamburguesas	Churrasquito	*Pincho	Medallones
Medallones	Pincho	Hamburguesas	Churrasco	Churrasquito
Churrasco	Brochetas	Brochetas	*Churrasquito	Brochetas
Collares	*Collares	Filete de pierna	Filete de pierna	Pincho
*Brochetas	Medallones	*Collares	*Collares	Tournedó
Hamburguesas	Filete de pierna	*Tournedó	*Filete de carrillón	*Filete de carrillón
*Pincho	*Tournedó	Medallones	*Tournedó	*Collares
*Filete de pierna	*Filete de carrillón	Filete de carrillón	*Medallones	*Churrasco

Desde una **perspectiva profesional (de producto)** y recordando que el que el churrasquito fue el corte más valorado en 2015, se observa que en 2016 sigue siendo el corte considerado como más fácil de elaborar, aunque se considera más novedoso el tournedó y más rentable el churrasco.

Desde una **perspectiva comercial** y al igual que en 2015, el profesional considera con más mercado la hamburguesa, pero pierde la primera posición respecto al Filete de pierna en la facilidad de cocinado para el consumidor. Hay que destacar que la hamburguesa ya no se considera un corte tan novedoso como el año pasado, quizás porque este elaborado ha ido incorporándose poco a poco al mercado.

Relación de los cortes más valorados, según despiece. \*Repiten la posición de 2015.

Despiece	Más novedoso	Más fácil de elaborar	Más rentable	Más mercado	Más fácil de cocinar por el consumidor actual
Pierna	*Tournedó	Tournedó	*Filete de pierna = Medallón	*Filete de pierna	*Filete de pierna
Falda	*Churrasquito	*Churrasquito	*Churrasquito	Churrasco	*Churrasquito
Cuello	*Filete de carrillón	Filete de carrillón	*Collares	*Collares	*Collares = *Filete de carrillón
Recortes	Brochetas	Brochetas	*Hamburguesa	Pincho	*Hamburguesa

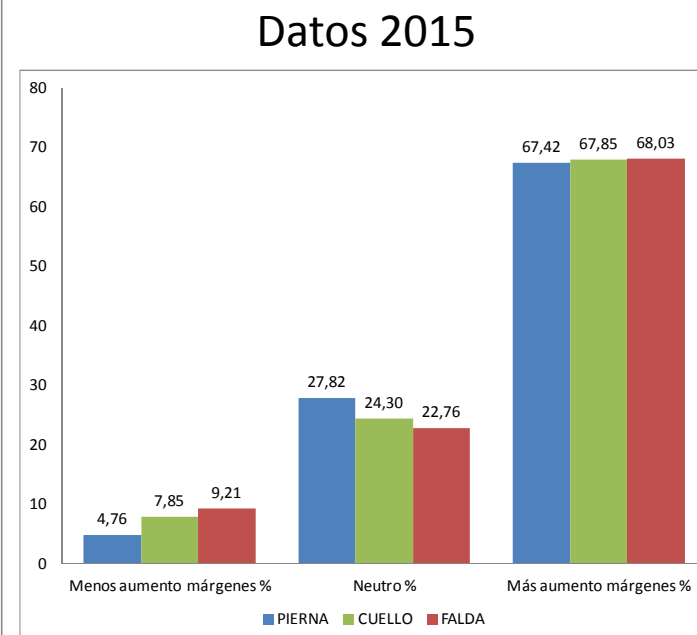
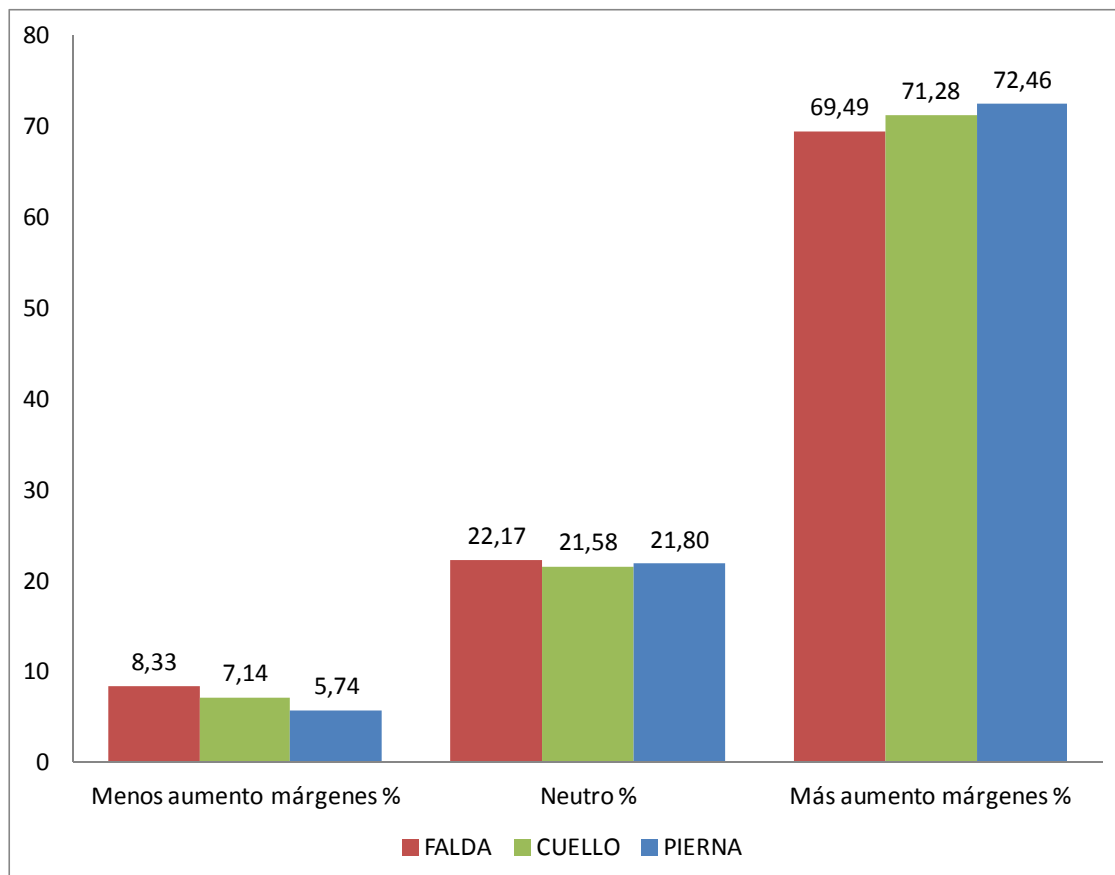
Según despiece, los cortes que han recibido las mayores puntuaciones en 2016 son:

- Filete de pierna
- Churrasquito
- Collares = Filete de carrillón
- Hamburguesa = Brochetas

## Bloque 2.- Valoración del despiece propuesto de cada pieza

23

Pregunta 2.1.- Los cortes propuestos ¿le permitirán aumentar los márgenes de estas piezas, bajando los de los costillares?



En 2016 se han acentuado las diferencias respecto a 2015, año en el que se consideraba que todos los cortes aumentaban los márgenes de forma similar. No obstante, las valoraciones que puntúan el menor aumento de márgenes han mantenido el orden del año pasado.

En 2016, los cortes de pierna destacan como los que más márgenes podrán aportar, mientras que los de falda se considera que aportarán menos márgenes.

## Bloque 2.- Valoración del despiece propuesto de cada pieza

24

Pregunta 2.1.- Los cortes propuestos ¿le permitirán aumentar los márgenes de estas piezas, bajando los de los costillares? Según áreas.



\*Diferencia significativa del 5%

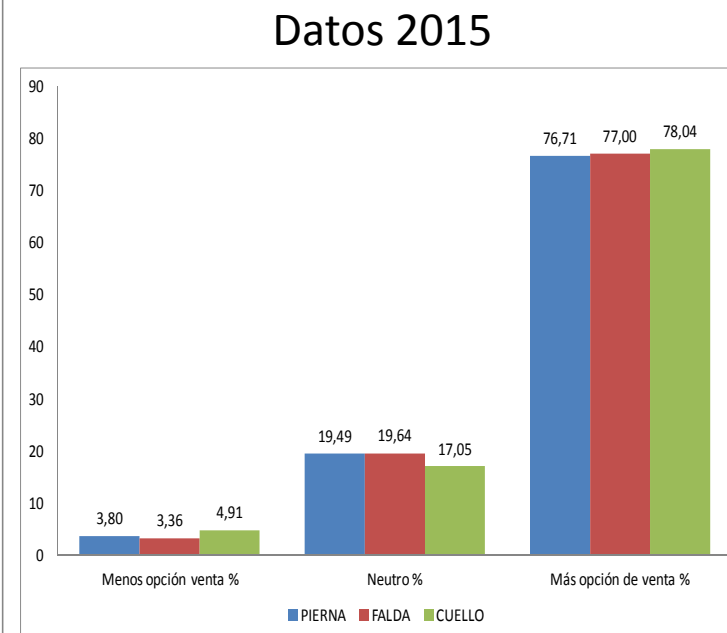
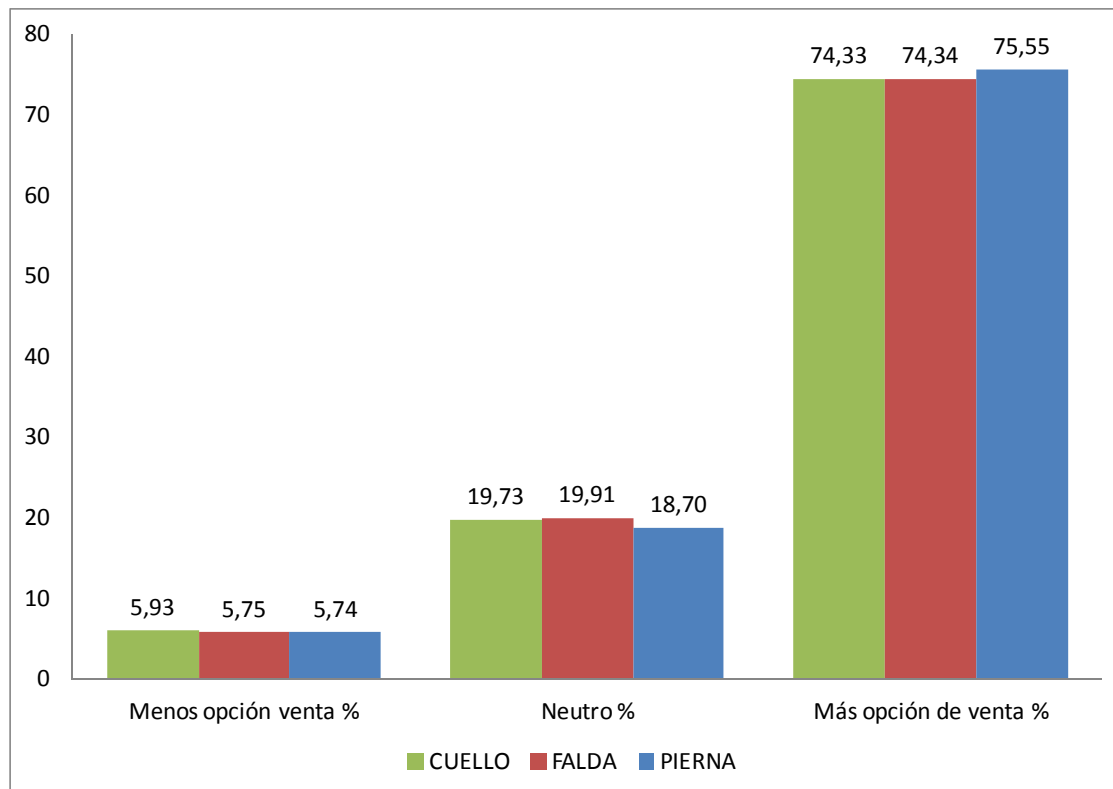
		% Area_1	% Area_2	% Area_3	% Area_5	% Area_6	Madrid M	Barcelona M	% Media
*Pierna	Menos aumento de márgenes	6,3%	0,0%	5,0%	5,8%	10,7%	0,0%	8,6%	5,7%
	Neutro	25,0%	11,1%	17,5%	23,1%	28,6%	41,2%	34,3%	22,5%
	Más aumento de márgenes	68,8%	88,9%	77,5%	71,2%	60,7%	58,8%	57,1%	71,8%
*Falda	Menos aumento de márgenes	26,1%	0,0%	8,8%	9,8%	7,1%	5,6%	19,4%	10,7%
	Neutro	17,4%	27,8%	17,6%	19,6%	26,8%	38,9%	33,3%	22,4%
	Más aumento de márgenes	56,5%	72,2%	73,6%	70,6%	66,1%	55,6%	47,2%	66,9%
*Cuello	Menos aumento de márgenes	19,1%	2,8%	7,0%	7,7%	7,3%	5,9%	11,1%	8,5%
	Neutro	23,4%	19,4%	16,5%	21,2%	23,6%	35,3%	33,3%	21,4%
	Más aumento de márgenes	57,4%	77,8%	76,6%	71,2%	69,1%	58,8%	55,6%	70,1%



## Bloque 2.- Valoración del despiece propuesto de cada pieza

25

Pregunta 2.2.- Los cortes propuestos ¿le permitirán vender las piezas sobrantes?



En 2016 ha aumentado la percepción de que los cortes propuestos ofrecerán menos opción de venta de las piezas sobrantes, respecto a los datos de 2015. En cualquier caso, alrededor del 75% de las respuestas apuntan a que los cortes propuestos permitirán al profesional vender las piezas sobrantes, siendo los cortes de cuello, al igual que en 2015, los que se han valorado como los de menor opción de venta respecto a los otros dos cortes propuestos, mientras que los de pierna son los percibidos como de mayor opción de venta.

## Bloque 2.- Valoración del despiece propuesto de cada pieza

26

Pregunta 2.2.- Los cortes propuestos ¿le permitirán vender las piezas sobrantes?



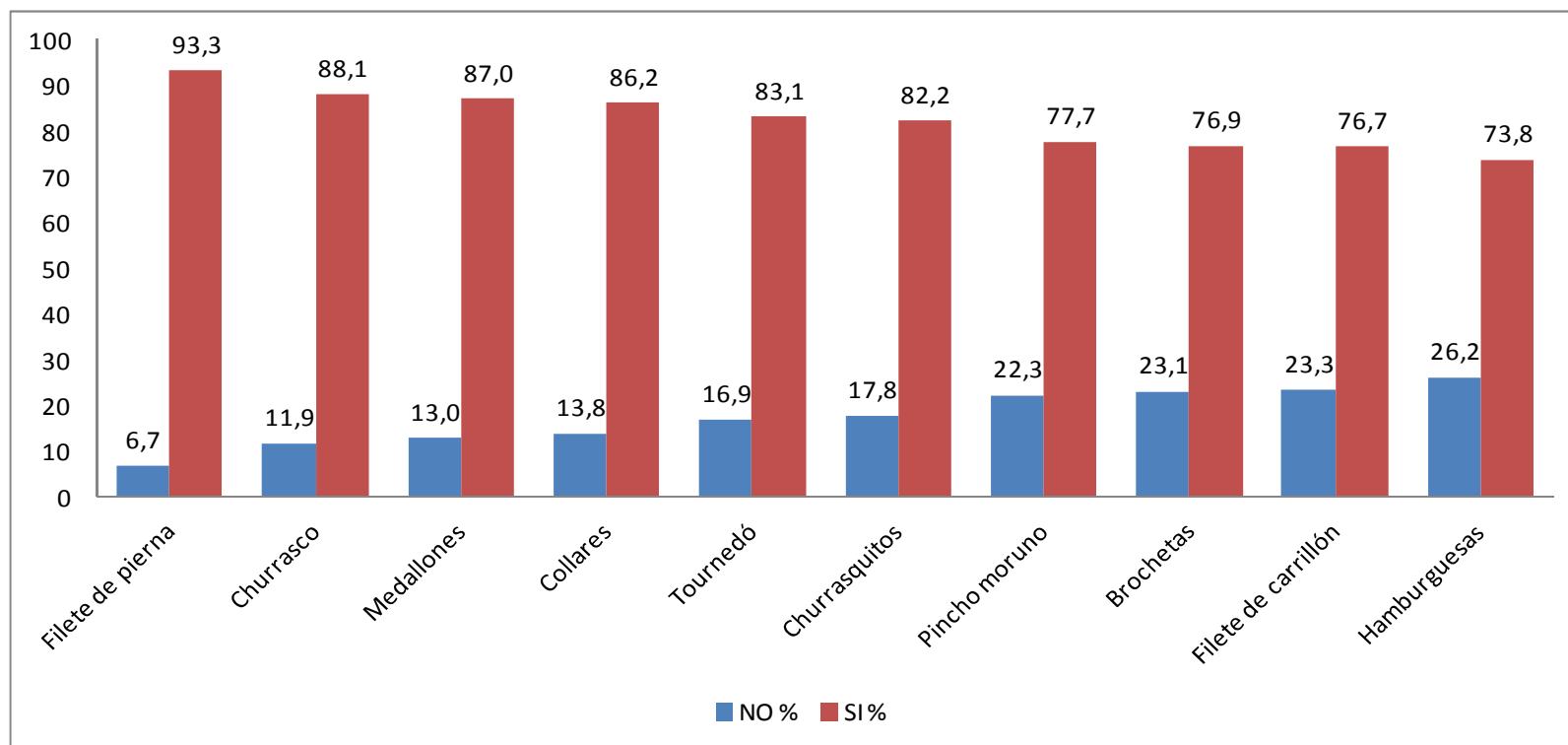
Sin diferencia significativas

		% Area_1	% Area_2	% Area_3	% Area_5	% Area_6	Madrid M	Barcelona M	% Media
Pierna	Menos aumento de márgenes	4,1%	0,0%	8,2%	5,8%	10,7%	5,9%	8,6%	6,9%
	Neutro	14,3%	11,1%	17,1%	25,0%	17,9%	35,3%	17,1%	18,1%
	Más aumento de márgenes	81,6%	88,9%	74,7%	69,2%	71,4%	58,8%	74,3%	74,9%
Falda	Menos aumento de márgenes	6,1%	0,0%	7,6%	5,7%	3,6%	0,0%	17,1%	6,4%
	Neutro	20,4%	19,4%	19,6%	22,6%	23,6%	38,9%	20,0%	21,5%
	Más aumento de márgenes	73,5%	80,6%	72,8%	71,7%	72,7%	61,1%	62,9%	72,0%
Cuello	Menos aumento de márgenes	8,2%	0,0%	7,7%	3,8%	3,6%	11,8%	11,4%	6,5%
	Neutro	22,4%	16,7%	18,7%	18,9%	23,2%	29,4%	20,0%	20,2%
	Más aumento de márgenes	69,4%	83,3%	73,5%	77,4%	73,2%	58,8%	68,6%	73,3%

## Bloque 2.- Valoración del despiece propuesto de cada pieza

27

Pregunta 2.3.- ¿Considera que va a poner a disposición del consumidor estas propuestas?



Mayor disposición	Menor disposición
Filete de pierna	Hamburguesa
Churrasco	Filete de carrillón
Medallones	Brochetas
Collares	Pincho moruno

Hay que destacar que los resultados obtenidos presentan un grado de distorsión importante, ya que el número de encuestas sin respuesta a esta pregunta es superior al 10%, alcanzando el 19% en las preguntas referentes a las hamburguesas, brochetas y pincho moruno.

Como se ha comprobado al revisar los cuestionarios, en muchas plantillas no se podía contestar bien a esta pregunta porque se había fotocopiado mal.

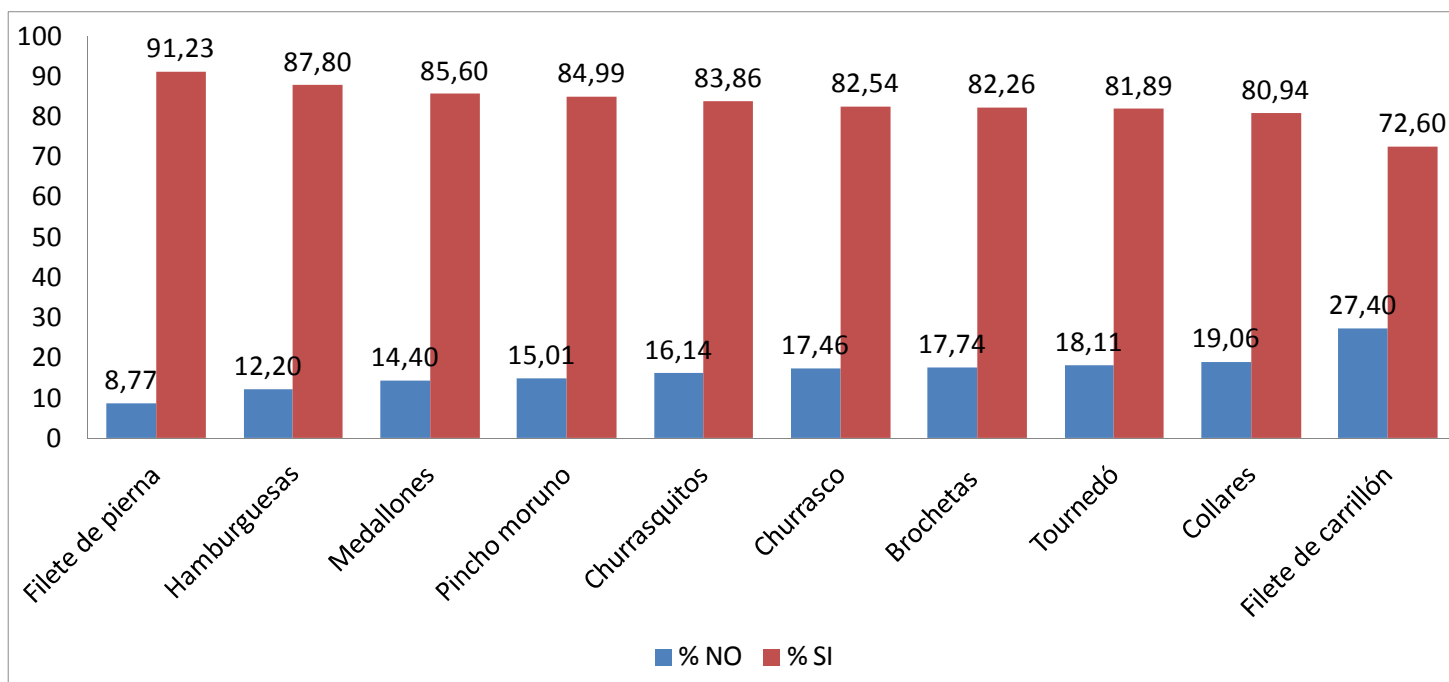
## Bloque 2.- Valoración del despiece propuesto de cada pieza

28

Pregunta 2.3.- ¿Considera que va a poner a disposición del consumidor estas propuestas?  
Datos de 2015

Se adjuntan los datos de 2015 para facilitar la comparación con los resultados de 2016 mostrados anteriormente.

### Datos de 2015



## Bloque 2.- Valoración del despiece propuesto de cada pieza

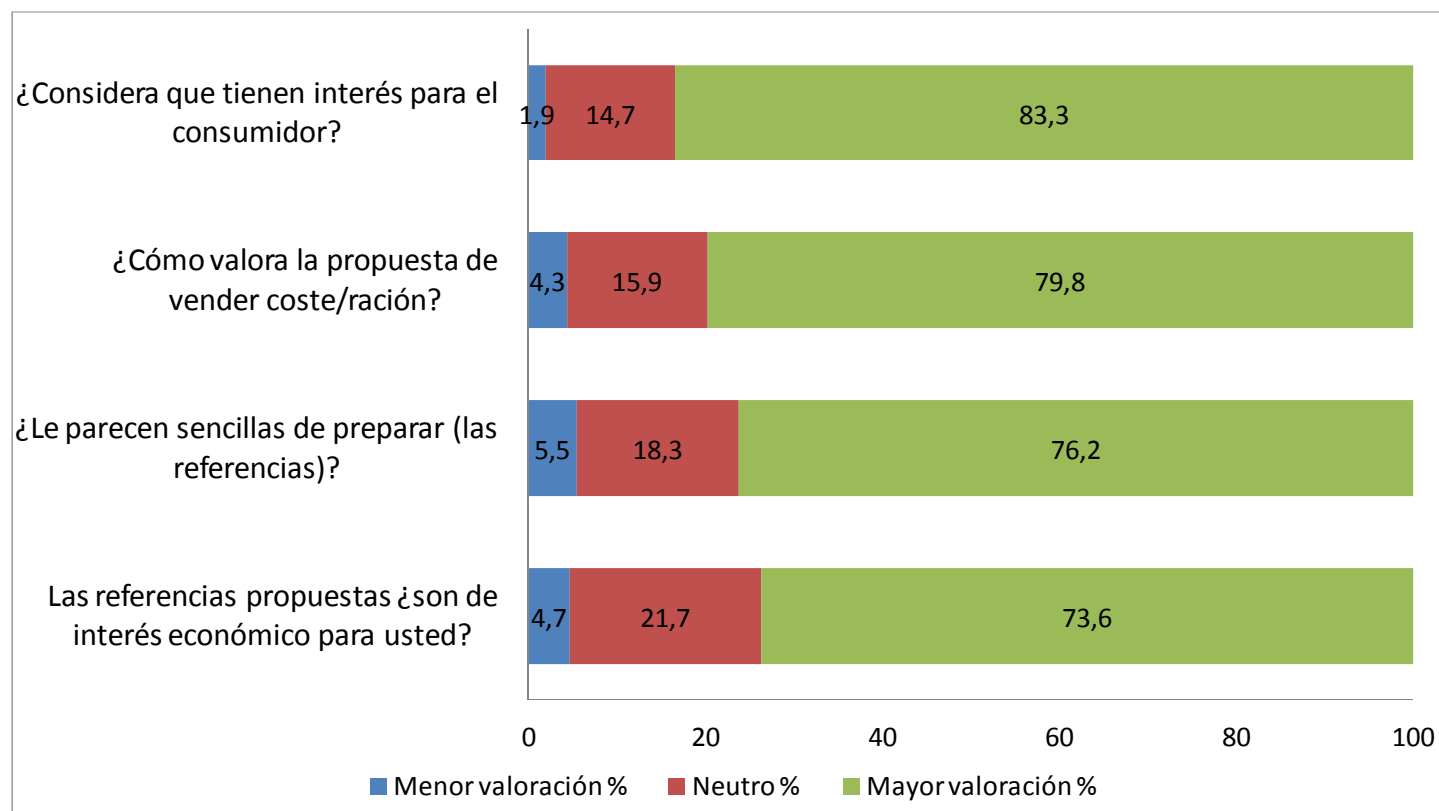
29

Pregunta 2.3.- ¿Considera que va a poner a disposición del consumidor estas propuestas?



		% Area_1	% Area_2	% Area_3	% Area_5	% Area_6	Madrid M	Barcelona M	% Media
<b>*MEDALLONES</b>	Si	78,3%	94,4%	87,2%	88,2%	84,9%	58,8%	97,1%	86,3%
<b>FILETE DE PIERNA</b>	Si	97,9%	88,6%	89,9%	92,2%	94,4%	88,2%	100,0%	92,5%
<b>*TOURNEDÓ</b>	Si	80,4%	97,1%	82,9%	76,0%	68,1%	43,8%	88,2%	80,1%
<b>CHURRASCO</b>	Si	80,9%	97,1%	86,3%	92,2%	84,9%	83,3%	88,2%	87,2%
<b>CHURRASQUITOS</b>	Si	80,4%	88,6%	73,1%	80,4%	80,4%	72,2%	94,1%	79,0%
<b>*FILETE DE CARRILLÓN</b>	Si	57,4%	80,0%	77,3%	82,0%	71,2%	70,6%	91,4%	75,9%
<b>COLLARES</b>	Si	80,9%	80,0%	88,2%	89,8%	86,3%	83,3%	85,7%	86,1%
<b>*PINCHO MORUNO</b>	Si	87,0%	85,7%	73,0%	80,9%	61,9%	43,8%	97,1%	76,6%
<b>*BROCHETAS</b>	Si	91,5%	88,9%	71,4%	76,6%	62,5%	31,3%	94,3%	75,8%
<b>*HAMBURGUESAS</b>	Si	93,6%	88,6%	62,3%	86,7%	59,0%	26,7%	86,1%	72,5%

\*Diferencia significativa del 5%



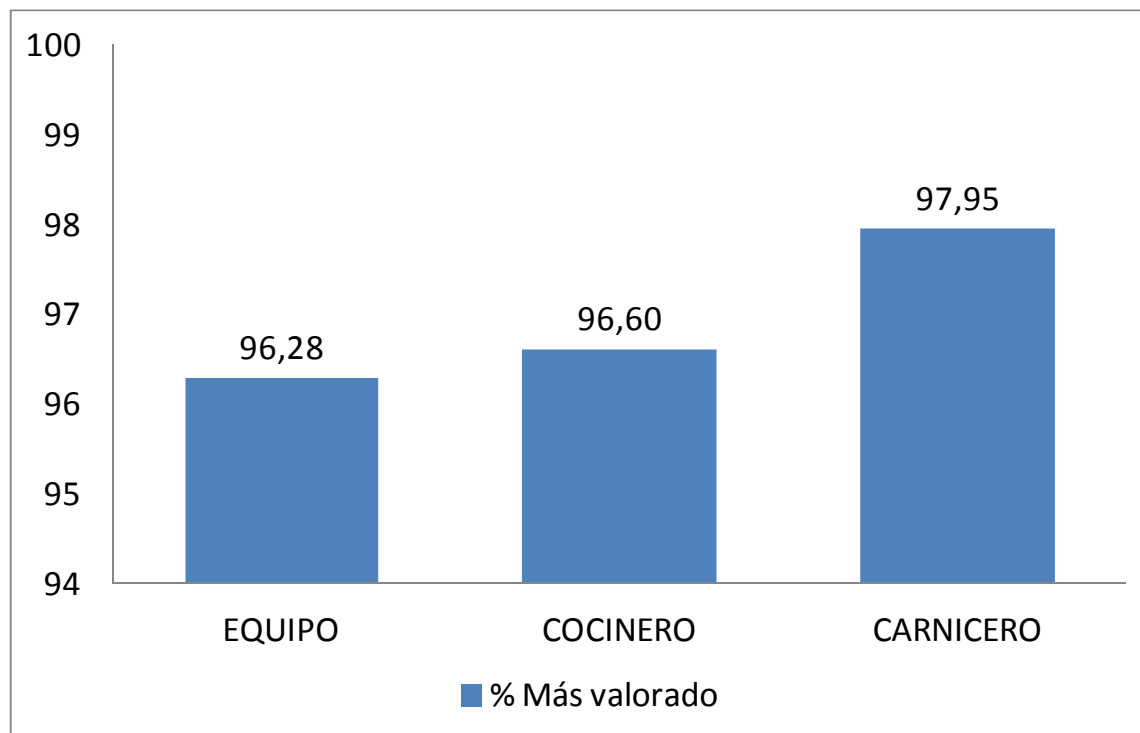
La valoración en general muestra una opinión favorable a las nuevas propuestas. No obstante, los encuestado presentan más dudas en cuanto su interés económico (21,7%), siendo ligeramente superior al dato de 2015 (20%). Esta opinión quizás se pueda deber a que aún no se dispone de suficiente información sobre la comercialización de estos nuevos cortes, al estar todavía en fase de presentación.



Comparativa entre áreas

		% Area_1	% Area_2	% Area_3	% Area_5	% Area_6	Madrid M	Barcelona M	% Total
*Las referencias propuestas ¿son de interés económico para usted?	Menor valoración %	2,2%	5,1%	5,2%	9,6%	0,0%	35,3%	6,3%	6,0%
	Neutro	21,7%	15,4%	18,7%	21,2%	32,1%	41,2%	25,0%	22,4%
	Mayor valoración %	76,1%	79,5%	76,1%	69,2%	67,9%	23,5%	68,8%	71,5%
*¿Le parecen sencillas de preparar (las referencias)?	Menor valoración %	6,3%	2,5%	8,1%	3,8%	6,9%	11,8%	6,3%	6,6%
	Neutro	22,9%	17,5%	15,6%	21,2%	25,9%	41,2%	15,6%	19,9%
	Mayor valoración %	70,8%	80,0%	76,3%	75,0%	67,2%	47,1%	78,1%	73,5%
¿Considera que tienen interés para el consumidor?	Menor valoración %	2,1%	0,0%	2,5%	3,9%	0,0%	0,0%	9,4%	2,5%
	Neutro	12,8%	10,0%	13,8%	17,6%	28,1%	23,5%	21,9%	16,8%
	Mayor valoración %	85,1%	90,0%	83,8%	78,4%	71,9%	76,5%	68,8%	80,7%
*¿Cómo valora la propuesta de vender coste/ración?	Menor valoración %	6,3%	0,0%	7,0%	7,7%	0,0%	6,3%	3,1%	5,0%
	Neutro	12,5%	8,1%	22,9%	13,5%	26,8%	12,5%	12,5%	18,3%
	Mayor valoración %	81,3%	91,9%	70,1%	78,8%	73,2%	81,3%	84,4%	76,6%

\*Diferencia significativa del 10%



Perfil valorado	Número de respuestas	% respecto al total (n=742)
Equipo	672	90,6
Carnicero	682	91,9
Cocinero	589	79,4

En 2016 se ha detectado una mayor variabilidad en las respuestas al bloque de valoraciones., que han puesto de manifiesto una actitud ligeramente más crítica respecto a 2015. De hecho, se da el caso que un mismo encuestado no ha respondido a todas las preguntas, por lo que el número de respuestas para cada perfil valorado no es el mismo. En cualquier caso, las valoraciones positivas han superado el 96%.

Un dato importante es que mientras en 2015 el número de respuestas a este apartado supuso solamente el 34,26% del total, en 2016 se ha superado el 79%, llegando al 91,9% en el caso de las respuestas que han valorado al carnicero.





Comparativa entre áreas

		% Area_1	% Area_2	% Area_3	% Area_5	% Area_6	Madrid M	Barcelona M	% Total
Valoración equipo	Menor valoración %	0,00%	0,00%	0,63%	3,92%	0,00%	0,00%	0,00%	0,75%
	Neutro	0,00%	0,00%	3,13%	5,88%	1,79%	0,00%	3,23%	2,49%
	Mayor valoración %	100,00%	100,00%	96,25%	90,20%	98,21%	100,00%	96,77%	96,77%
Valoración carnicero	Menor valoración %	2,04%	0,00%	0,61%	3,92%	0,00%	0,00%	0,00%	0,98%
	Neutro	0,00%	0,00%	1,23%	1,96%	1,69%	0,00%	3,23%	1,22%
	Mayor valoración %	97,96%	100,00%	98,16%	94,12%	98,31%	100,00%	96,77%	97,80%
Valoración cocinero	Menor valoración %	0,00%	0,00%	5,38%	3,92%	0,00%	0,00%	0,00%	2,20%
	Neutro	0,00%	0,00%	3,23%	1,96%	0,00%	0,00%	3,23%	1,57%
	Mayor valoración %	100,00%	100,00%	91,40%	94,12%	100,00%	100,00%	96,77%	96,23%

Sin diferencia significativas

- Se han analizado **742 encuestas** procedentes de **38 sesiones formativas**.
- En general, la **valoración** de las sesiones y de los equipos que han participado ha sido **positiva**, aunque se percibe una actitud más crítica entre los encuestados que la mostrada en 2015.
- Al igual que en 2015, se recomienda la **revisión del cuestionario** pues el número de preguntas sin respuesta es importante, y además, en los casos en los que se han utilizado fotocopias, éstas presentaban zonas defectuosas o invisibles que han impedido la obtención de datos. Es necesario indicar o incluir en los nuevos cuestionarios una pregunta que permita la identificación del encuestado según área geográfica, ya que este dato es importante para segmentar.
- El **Tournedó** es el corte considerado como más novedoso.
- Se considera al corte **Churrasquito** como el más fácil de elaborar.
- El **Churrasco** es el corte considerado como más rentable.
- La **Hamburguesa** ha recibido las mayores valoraciones **en oportunidad de mercado**.
- El **Filete de pierna** se ha considerado como el corte más fácil de cocinar por el consumidor actual.
- Según despiece, los cortes que han recibido las mayores puntuaciones son:

<b>Pierna</b>	→	<b>Filete de pierna</b>
<b>Falda</b>	→	<b>Churrasquito</b>
<b>Cuello</b>	→	<b>Collares ≈ Filete de carrillón</b>
<b>Recortes y carne picada</b>	→	<b>Hamburguesa ≈ Brochetas</b>

- Al igual que en 2015, **todos los cortes pueden aumentar los márgenes**, pero en menor medida los de falda, cuello y pierna respectivamente.
- Alrededor del 75% apuntan a que los cortes propuestos **permitirán vender las piezas sobrantes**, una cifra ligeramente inferior a la de 2015. Los cortes de cuello se han valorado como los de menor opción de venta, al igual que el año pasado.
- Los cortes que se van a poner a **mayor disposición del consumidor** son el Filete de pierna, el Churrasco, los Medallones y los collares respectivamente. Los cortes con **menor puesta a disposición del consumidor** son la Hamburguesa, el Filete de carrillón, las Brochetas, el Pincho moruno y los Churrasquitos respectivamente. A diferencia de los resultados de 2015, sorprende que en éste apartado algunos de los cortes menos valorados son los que se considera que pueden ser más fáciles de cocinar para el consumidor actual (Hamburguesa y Brochetas). Como se ha indicado, sería necesario conocer más sobre el perfil del encuestado para intentar entender estos resultados.
- Los profesionales opinan que las propuestas presentadas pueden ser de interés para el consumidor, pero no tienen claro que puedan resultar económicamente interesantes para su negocio. En éste sentido, las mayores valoraciones han sufrido un ligero descenso respecto a las de 2015. A medida que se vaya implantando el proyecto quizás mejore esta última percepción, aspecto que deberá considerarse en los siguientes análisis.
- Es importante destacar que el **Área 2** ha sido la que más ha valorado positivamente la mayoría de las preguntas. No obstante, del total de encuestas (742), solamente ha sido posible identificar el área geográfica del encuestado en 436, aspecto a reconsiderar en las próximas actividades de evaluación.

## ➤ Valoraciones por áreas geográficas

- Se recuerda que la valoración por áreas geográficas no es extrapolable a la población, no obstante se recogen las siguientes apreciaciones de los encuestados, según su área.
- Es importante considerar que solamente se ha identificado el área geográfica en 436 encuestas.
- El Área 2 otorga altas puntuaciones a la mayoría de cortes en lo que respecta a la novedad, facilidad de elaboración, rentabilidad, mercado y facilidad de cocinar por el consumidor actual.
- El Área Metropolitana de Madrid es la que menos ha valorado la novedad de los cortes presentados.
- El Área 5 es la más crítica en cuanto a la facilidad de elaboración de los cortes.
- Los cortes se han considerado en general menos rentables para el negocio en el Área 3.
- El Área 1 es la más crítica en cuanto a las posibilidades de mercado de los nuevos cortes.
- Para el Área 1 y el Área 5, casi todos los cortes han recibido las puntuaciones más bajas en cuanto a ser considerados como fáciles de cocinar por el consumidor actual.
- En el Área Metropolitana de Madrid los cortes de falda ha sido los menos valorados en cuanto a facilidad de cocinado. Por otra parte, los cortes de cuello y recortes han sido los que han recibido mayores puntuaciones en éste aspecto.
- Cortes más rentables:

- Áreas 1: Pincho y Brochetas
- Área 3: Churrasco y collares
- Área 5: Pincho, Medallones y Filete de carrillón.
- Área 6: Filete de pierna.
- Madrid Metropolitano: Churrasquito.
- Barcelona Metropolitano: Tournedó.



Sesión / Localización de la jornada formativa	Nº de personas que ha respondido la encuesta
Sevilla n	18
Luis Piña 1	15
Luis Piña 2	16
Ruiz Galán 1	16
Ruiz Galán 2	17
Ruiz Galán 3	15
Maskom 1	4
Maskom 2	3
Eroski Zarag	10
Uvesco 1	10
Uvesco 2	8
Uvesco 3	13
Carpeta 2A	34
Carpeta 2B	32
Carpeta 3A	53
Baleares	11
Carpeta 3B	41
Carpeta 3C	50
Elx	7

Sesión / Localización de la jornada formativa	Nº de personas que ha respondido la encuesta
Carpeta 4	94
Alicante Mañana	32
Motril 2 Sesión	4
Barcelona 18-20h	17
Irún	7
Caravaca tarde	10
Barcelona 15-17h	22
Madrid	19
Tarragona	30
Motril 1 Sesión	6
Alcampo 1 Sesión Sevilla	12
Huelva Tarde	8
Cordoba tarde	19
Cordoba mañana cordobapta	14
A Coruña Alcampo	6
A Coruña Vegalsa	10
Galicia tarde alumnos	18
Galicia mañana gadisa	20
Pamplona	21

Total jornadas formativas: 38  
 Total encuestas analizadas: 742