



PERCEPCIONES DEL CONSUMIDOR RESPECTO DE LA CARNE DE CORDERO. 2018

- Informe general de resultados -



- o La presente investigación ha sido desarrollada por Ikerfel, Instituto de Estudios de Mercado y Marketing Estratégico, a petición de INTEROVIC.
- o Como parte del plan estratégico desarrollado conjuntamente, el objetivo principal de esta investigación es conocer la evolución de los patrones de consumo y la imagen de la carne de cordero.
- o Para llevar a cabo este objetivo, se ha desarrollado una metodología cuantitativa a través de la realización de 802 Entrevistas Telefónicas asistidas por ordenador a personas entre 25 y 74 años responsables de compra del hogar y que compren carne al menos una vez cada dos meses.
- o El trabajo de campo se ha realizado a comienzos del mes de Diciembre de 2018.



Ikerfel es uno de los Institutos de Investigación líderes en el mercado nacional debido a su amplia trayectoria en el sector así como su filosofía de trabajo. Más de 40 años de experiencia en el sector y más de 9.000 estudios ad hoc avalan a la compañía. Cercanía, trabajo en equipo, preocupación por la calidad y flexibilidad son las principales señas de identidad de Ikerfel.

La compañía y sus profesionales pertenecen desde hace años a las principales asociaciones del sector: ANEIMO (Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercados y Opinión Pública) y AEDEMO (Asociación Española de Estudios de Mercado, Marketing y Opinión). Entre sus principales clientes se encuentran compañías nacionales e internacionales de los principales sectores de actividad (Telecomunicación, Asegurador, Banca, Automoción, Alimentación, Distribución, etc.)

IKERFEL

ÍNDICE

PERCEPCIONES DEL CONSUMIDOR RESPECTO DE LA CARNE DE CORDERO. 2018

A. – PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO	4
A.1. Objetivos de la investigación	5
A.2. Ficha técnica	7
B. – RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	9
B.1. Hábitos de compra y de consumo de carne	10
B.2. Estructuración del consumo de cordero	14
B.3. Hábitos de compra y de consumo de cordero	34
B.3.1. Preferencia cordero lechal / no lechal	35
B.3.2. Recomendación médica	45
B.3.3. Criterios de compra de cordero	48
B.4. La imagen del cordero	50
B.5. Predisposición de compra	67
C. – CONSIDERACIONES FINALES	75

A. – PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO



A.1. Objetivos de la investigación

A.2. Ficha técnica





Objetivo Principal

Conocer la evolución de los hábitos de consumo y la imagen de la carne de cordero.

Objetivos específicos

- ▶ Medir la evolución en los hábitos de consumo de carne de la población.
- ▶ Definir la cuota de penetración del cordero.
- ▶ Analizar los hábitos de compra y de consumo de la carne de cordero.
- ▶ Identificar los aceleradores y frenos al consumo de cordero.
- ▶ Profundizar en la imagen que el mercado tiene acerca del cordero.
- ▶ Establecer las diferencias percibidas entre cordero lechal y no lechal.
- ▶ Explorar la incorporación de nuevos cortes/preparaciones en el consumo de carne de cordero.

A.1. Objetivos de la investigación
A.2. Ficha técnica



Tipo de estudio	Cuantitativo.
Técnica empleada	Entrevista Telefónica asistida por ordenador y mediante cuestionario estructurado.
Universo de análisis	Personas entre 25 y 74 años de edad responsables de la compra de productos de alimentación en hogares con una frecuencia mínima de compra de carne de al menos una vez cada dos meses.
Detalle de planteamiento metodológico	<p>Se han realizado 802 Entrevistas Telefónicas distribuidas en función de la edad de la persona, del área geográfica de residencia y del tamaño del hábitat de residencia.</p> <p>Posteriormente los resultados han sido ponderados otorgando a cada uno de los segmentos su peso real sobre el conjunto de la población de análisis.</p> <p>A un nivel de confianza del 95,5%, 2σ, el margen de error para los datos totales se sitúa en $\pm 3,5\%$.</p>
Trabajo de campo	Diciembre 2018.

B. – RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

- B.1. Hábitos de compra y de consumo de carne fresca
- B.2. Estructuración del consumo de cordero
- B.3. Hábitos de compra y de consumo de cordero
- B.4. La imagen del cordero
- B.5. Predisposición de compra



B.1. Hábitos de compra y de consumo de carne fresca

B.2. Estructuración del consumo de cordero

B.3. Hábitos de compra y de consumo de cordero

B.4. La imagen del cordero

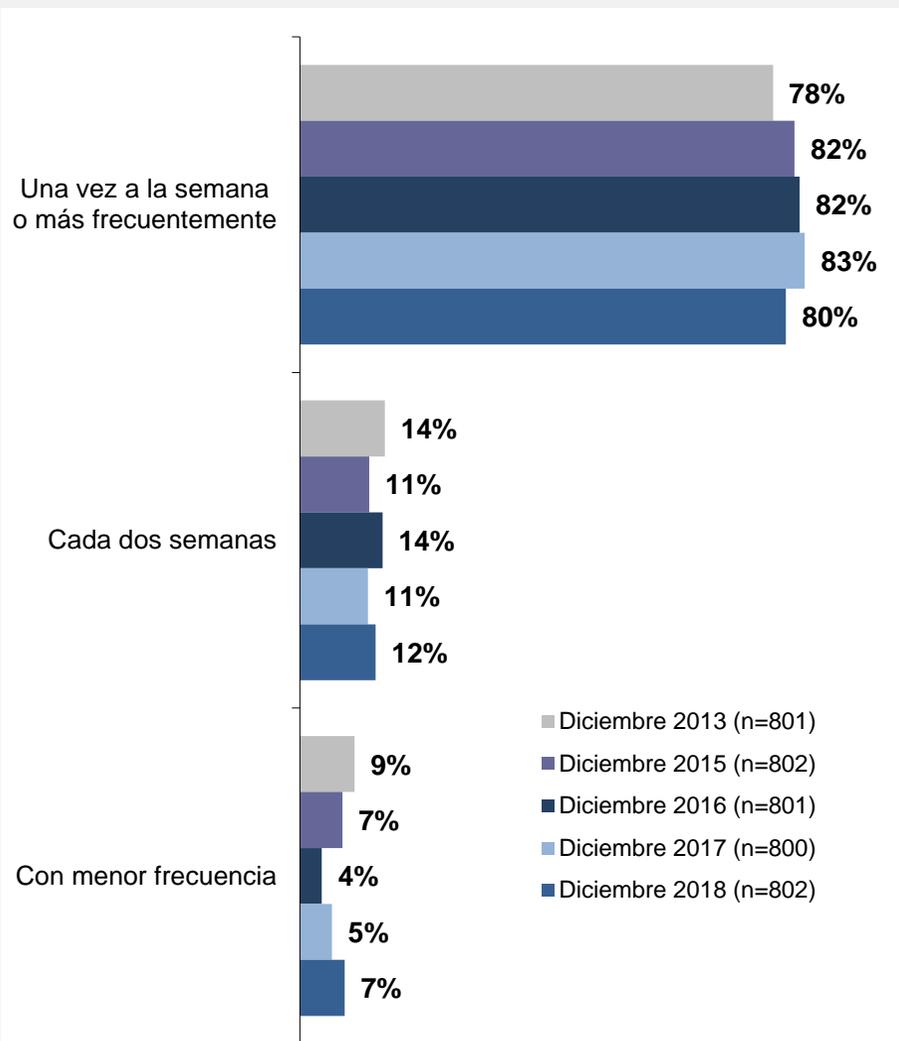
B.5. Predisposición de compra



B.1. Hábitos de compra y de consumo de productos cárnicos

FRECUENCIA DE COMPRA EN EL HOGAR DE CARNE O DE PRODUCTOS HECHOS A BASE DE CARNE (P.1)

Base: Total de las personas entrevistadas (n=802)

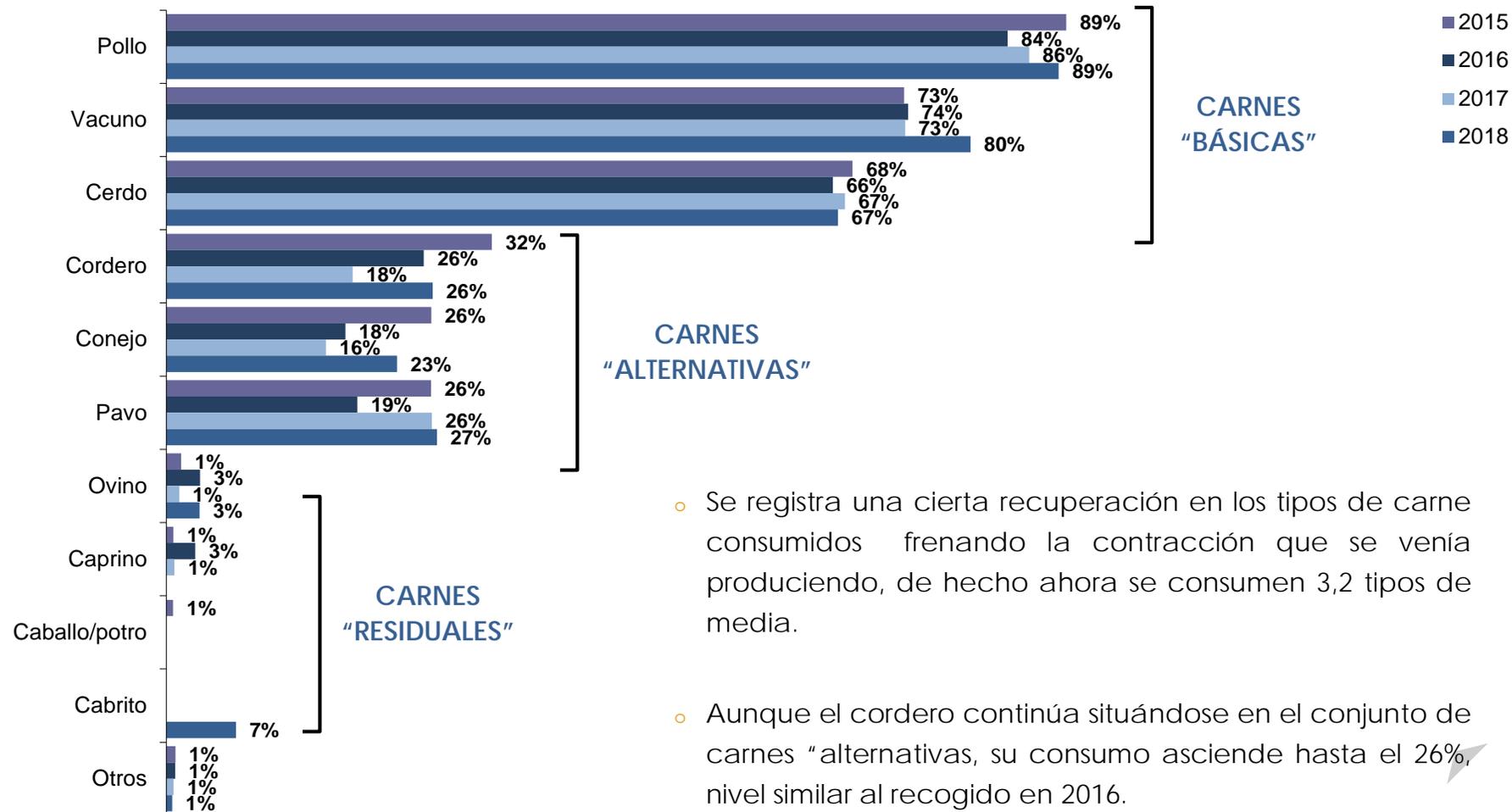


- La frecuencia de consumo de carne básicamente se mantiene estable en relación con tomas de datos precedentes.
- El consumo de carne en función de la edad vuelve a ser muy homogéneo, salvo por una frecuencia algo mayor de compra de carne en el colectivo de 35 a 44 años.

B.1. Hábitos de compra y de consumo de productos cárnicos

¿Y QUÉ TIPO DE CARNE CONSUME USTED? (P.1A)*

Base: Total de las personas entrevistadas (n=802)



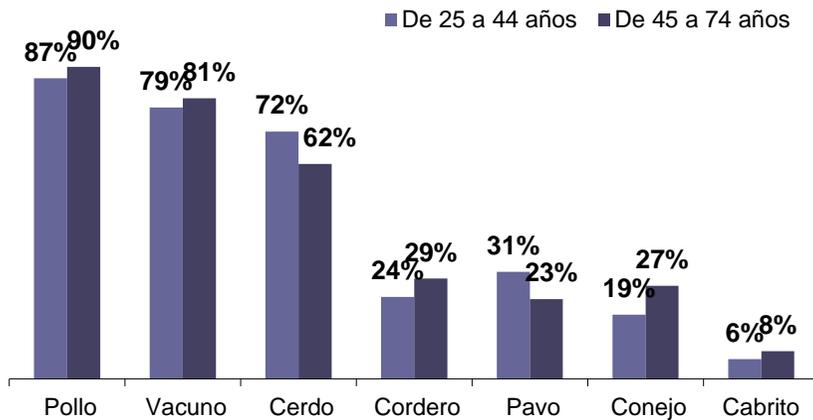
* No se les sugería a las personas entrevistadas ninguna respuesta. La respuesta podía ser múltiple.

B.1. Hábitos de compra y de consumo de productos cárnicos

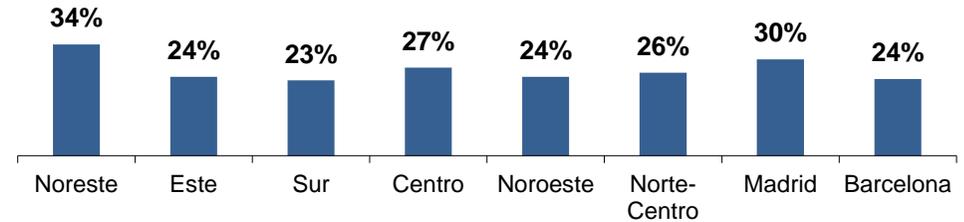
¿Y QUÉ TIPO DE CARNE CONSUME USTED? (P.1A)*

Base: Total de las personas entrevistadas (n=802)

EDAD DEL RESPONSABLE DE COMPRA



ZONA GEOGRÁFICA



CORDERO

- Las carnes se pueden dividir entre aquellas cuyo consumo disminuye con la edad y aquellas otras que experimentan la tendencia opuesta.
- El cordero y el conejo se encuentran en esta segunda categoría.
- El consumo de cordero se caracteriza por una considerable heterogeneidad geográfica.

B.1. Hábitos de compra y de consumo de carne fresca

B.2. Estructuración del consumo de cordero

B.3. Hábitos de compra y de consumo de cordero

B.4. La imagen del cordero

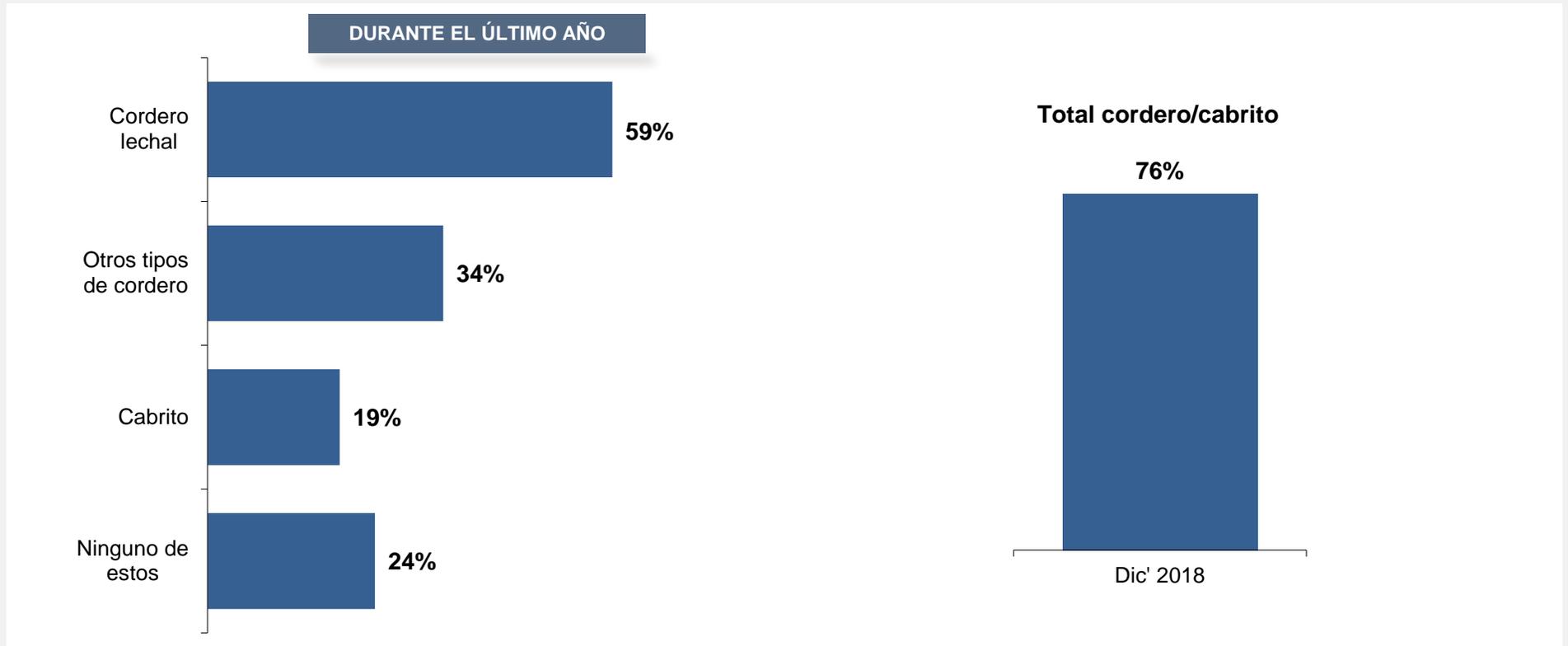
B.5. Predisposición de compra



B.3. Estructuración del consumo de cordero - Análisis del consumo durante el último año -

DÍGAME POR FAVOR, ¿CUÁLES DE ESTOS TIPOS DE CARNE HAN CONSUMIDO EN SU HOGAR DURANTE EL ÚLTIMO AÑO AUNQUE HAYA SIDO SÓLO UNA VEZ?
(P.3A/B)*

Base: Total de las personas entrevistadas (n=802)



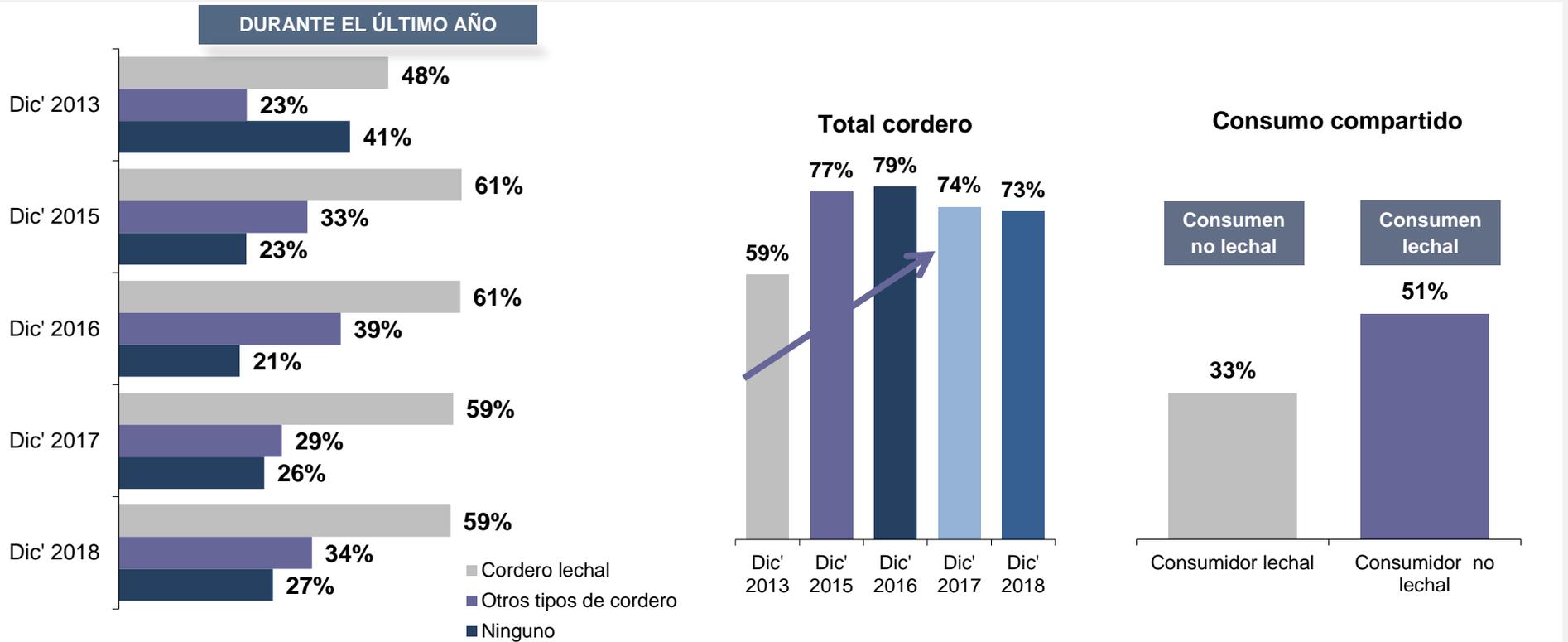
- El 59% de las personas entrevistadas afirma haber consumido cordero lechal en el último año, mientras que un 34% afirma haber consumido otros tipos de cordero, por un 19% que declara haber consumido cabrito.
- El 76% de las personas consultadas ha consumido al menos uno de esos tipos de carne.

*Se sugerían a las personas entrevistadas las distintas alternativas de respuesta. La respuesta podía ser múltiple.

B.3. Estructuración del consumo de cordero - Análisis del consumo durante el último año -

DÍGAME POR FAVOR, ¿CUÁLES DE ESTOS TIPOS DE CARNE HAN CONSUMIDO EN SU HOGAR DURANTE EL ÚLTIMO AÑO AUNQUE HAYA SIDO SÓLO UNA VEZ?
(P.3A/B)*

Base: Total de las personas entrevistadas (n=802)



- En términos generales la presencia de **consumo de cordero se mantiene estable**, afianzando el incremento que se manifestó con respecto a 2013.
- La declaración de consumo de **cordero lechal** continúa siendo cualitativamente superior a la del resto, aunque en este momento el consumo de cordero no lechal registra un incremento, acercándose a los valores de 2016.

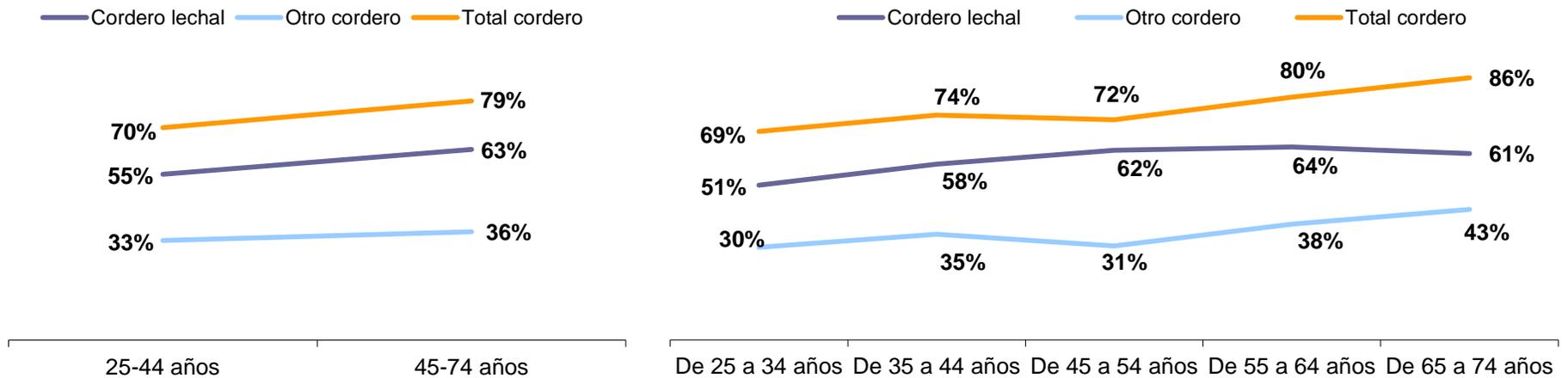
*Se sugerían a las personas entrevistadas las distintas alternativas de respuesta. La respuesta podía ser múltiple.

B.3. Estructuración del consumo de cordero - Análisis del consumo durante el último año -

¿CUÁLES DE ESTOS TIPOS DE CARNE HAN CONSUMIDO EN SU HOGAR AUNQUE HAYA SIDO SÓLO UNA VEZ EN EL ÚLTIMO AÑO? (P.3A)

Base: Total de las personas entrevistadas (n=802)

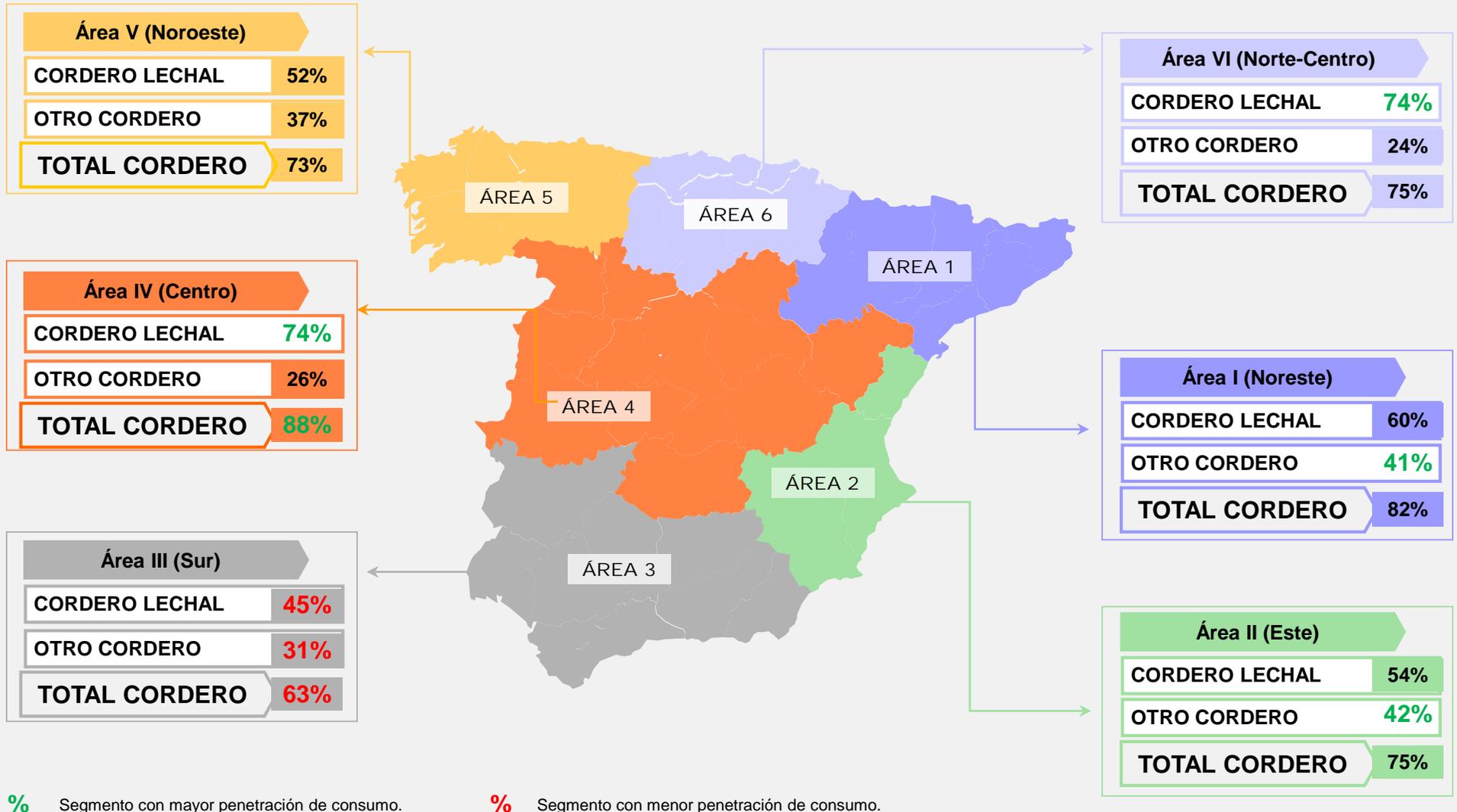
EDAD DEL RESPONSABLE DE COMPRA



- El consumo de cordero en el último año, registra una mayor presencia en el segmento de mayor edad. Al desagregar por edad se pone de relieve un incremento de la presencia de consumo a medida que aumenta la edad, especialmente a partir de los 55 años.

B.3. Estructuración del consumo de cordero - Análisis del consumo durante el último año -

HOGARES CONSUMIDORES DE CADA VARIEDAD DURANTE EL ÚLTIMO AÑO

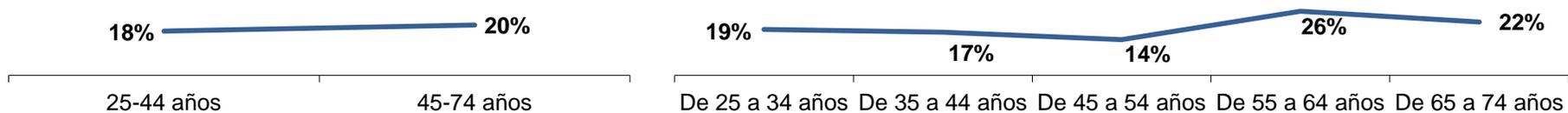


B.3. Estructuración del consumo de cordero - Análisis del consumo durante el último año -

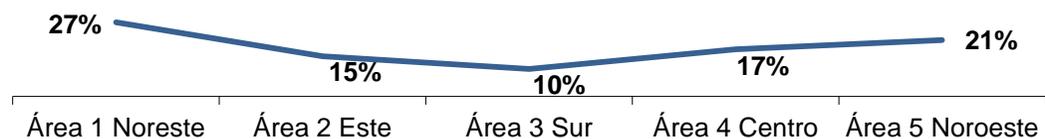
¿CUÁLES DE ESTOS TIPOS DE CARNE HAN CONSUMIDO EN SU HOGAR AUNQUE HAYA SIDO SÓLO UNA VEZ EN EL ÚLTIMO AÑO? (P.3A)

Base: Total de las personas entrevistadas (n=802)

CONSUMO DE CABRITO - POR EDAD -

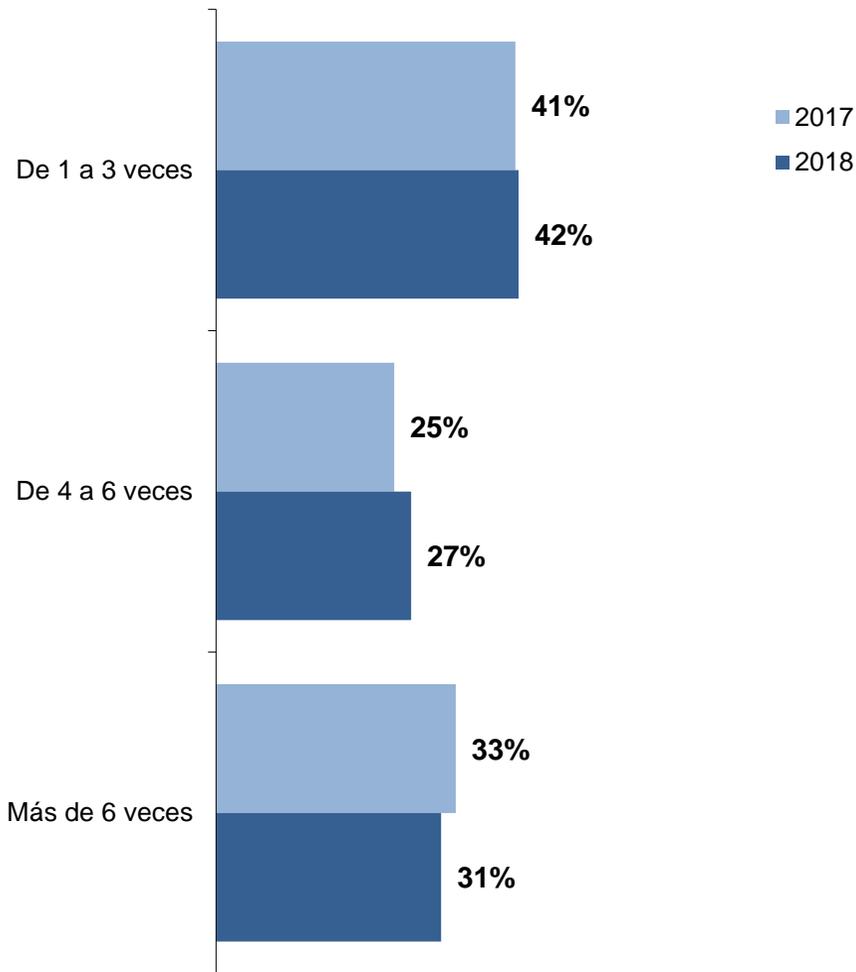


CONSUMO DE CABRITO - POR ÁREA -



¿CUÁNTAS VECES HA COMIDO CORDERO LECHAL EN EL ÚLTIMO AÑO? (P.3A1)*

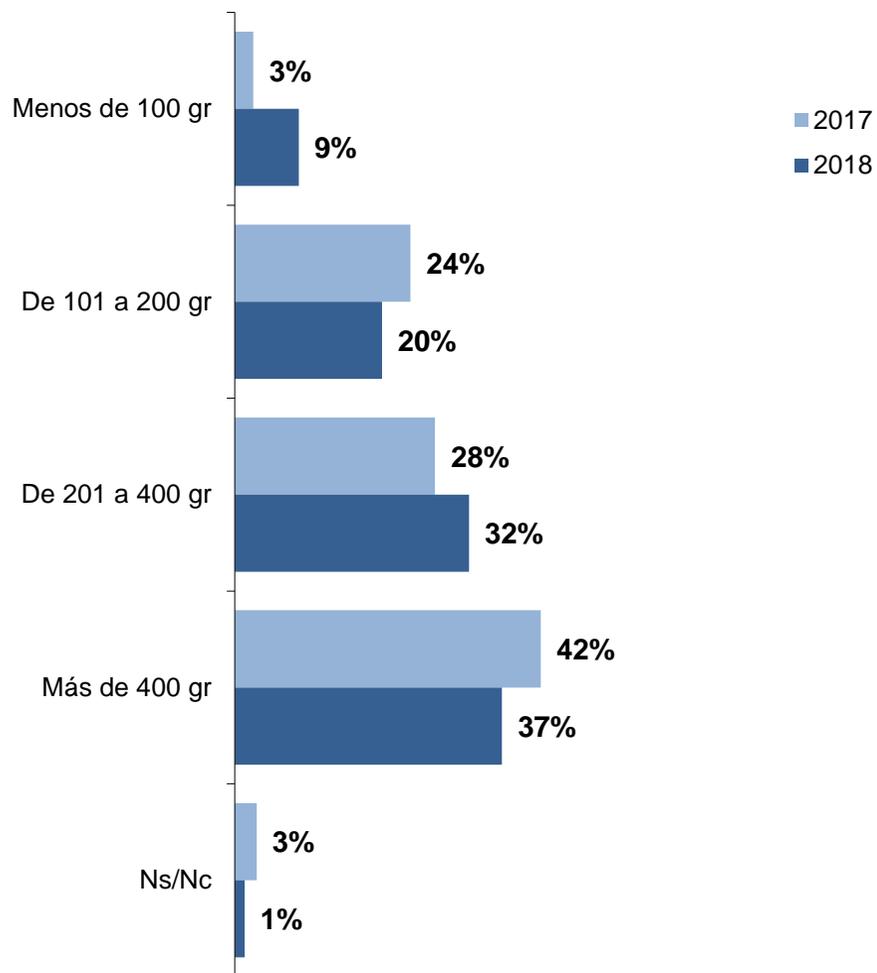
Base: Personas entrevistadas que han consumido cordero lechal (59%)



- Los consumidores de cordero lechal en el último año han indicado de forma espontánea el número de veces que han consumido ese producto.
- En este sentido, nos encontramos una frecuencia muy similar a la recogida en 2017, con un 40% más o menos de consumidores de cordero entre 1 y 3 veces al año, por otro 31% que señala haber consumido este tipo de carne más de 6 veces en el último año.

¿QUE CANTIDAD DE CORDERO LECHAL (GR) APROXIMADA QUE HA CONSUMIDO EN CADA OCASIÓN? (P.3A1.1)

Base: Personas entrevistadas que han consumido cordero lechal (59%)

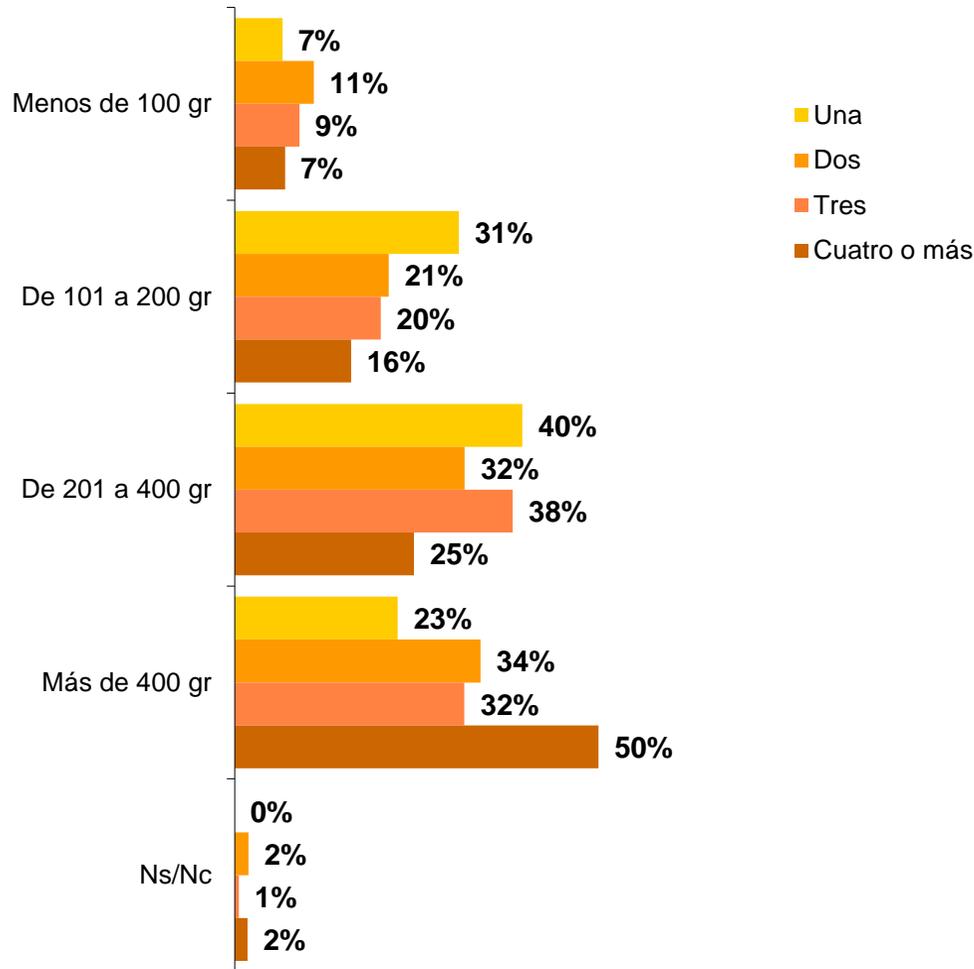


- La cantidad de consumo de cordero lechal más frecuente sigue siendo superior superior a los 400 gramos, aunque respecto a 2017 se registra un descenso en la cantidad de cordero lechal consumido en cada ocasión.

B.3. Estructuración del consumo de cordero - Análisis del consumo durante el último año -

¿QUÉ CANTIDAD DE CORDERO LECHAL (GR) APROXIMADA QUE HA CONSUMIDO EN CADA OCASIÓN? (P.3A1.1)
-POR PERSONAS EN EL HOGAR-

Base: Personas entrevistadas que han consumido cordero lechal (59%)

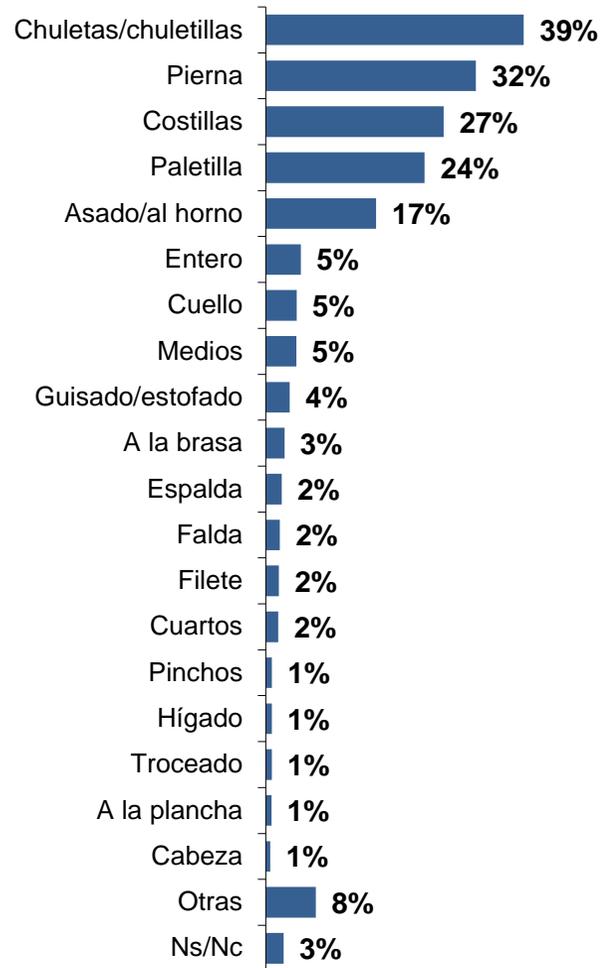


- La cantidad de cordero lechal consumida en cada ocasión tiende a incrementarse en función del número de personas en el hogar, hecho que es más destacado en los hogares donde residen cuatro personas o más.

¿Y QUÉ CORTES Y/O ELABORACIONES DE CARNE DE CORDERO LECHAL HAN CONSUMIDO? (P.3A1.2)*

Base: Personas entrevistadas que han consumido cordero lechal (59%)

2018



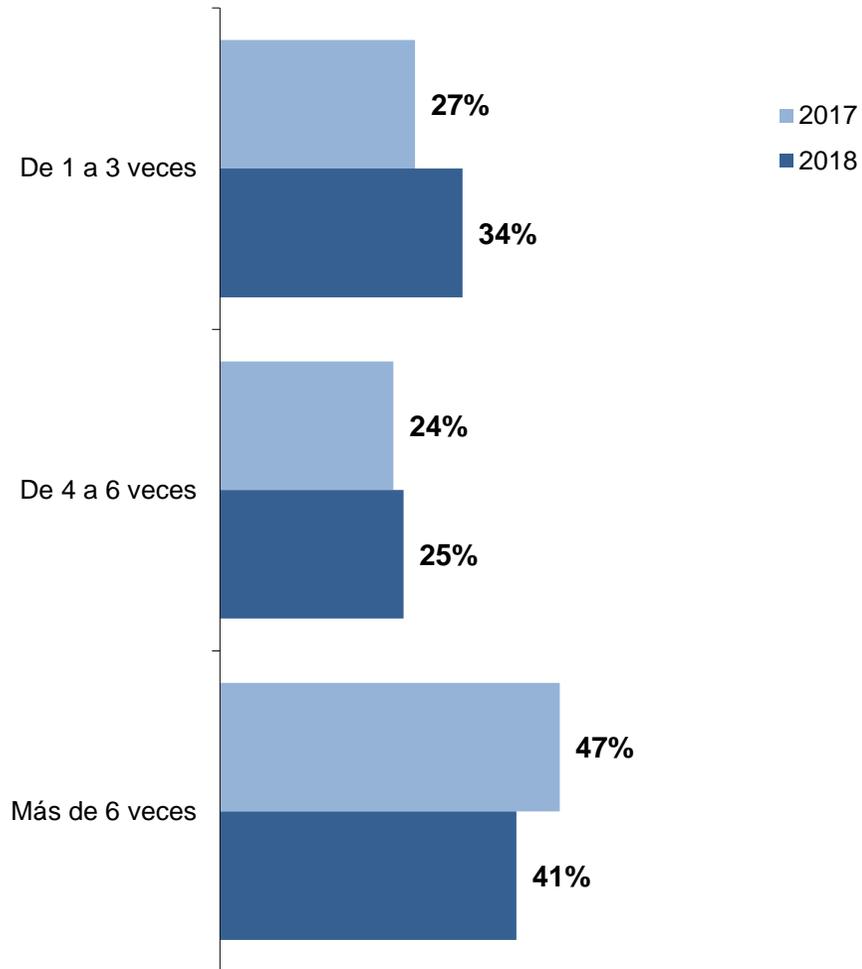
- Los consumidores de cordero lechal declaran haber consumido preferentemente:
 - Chuletas/chuletillas.
 - Pierna.
 - Costilla.
 - Paletilla.

- Apenas si aparecen referencias de consumo de los "nuevos cortes" como tales".

* Pregunta de nueva introducción

¿CUÁNTAS VECES HA COMIDO CORDERO NO LECHAL EN EL ÚLTIMO AÑO? (P.3A2)

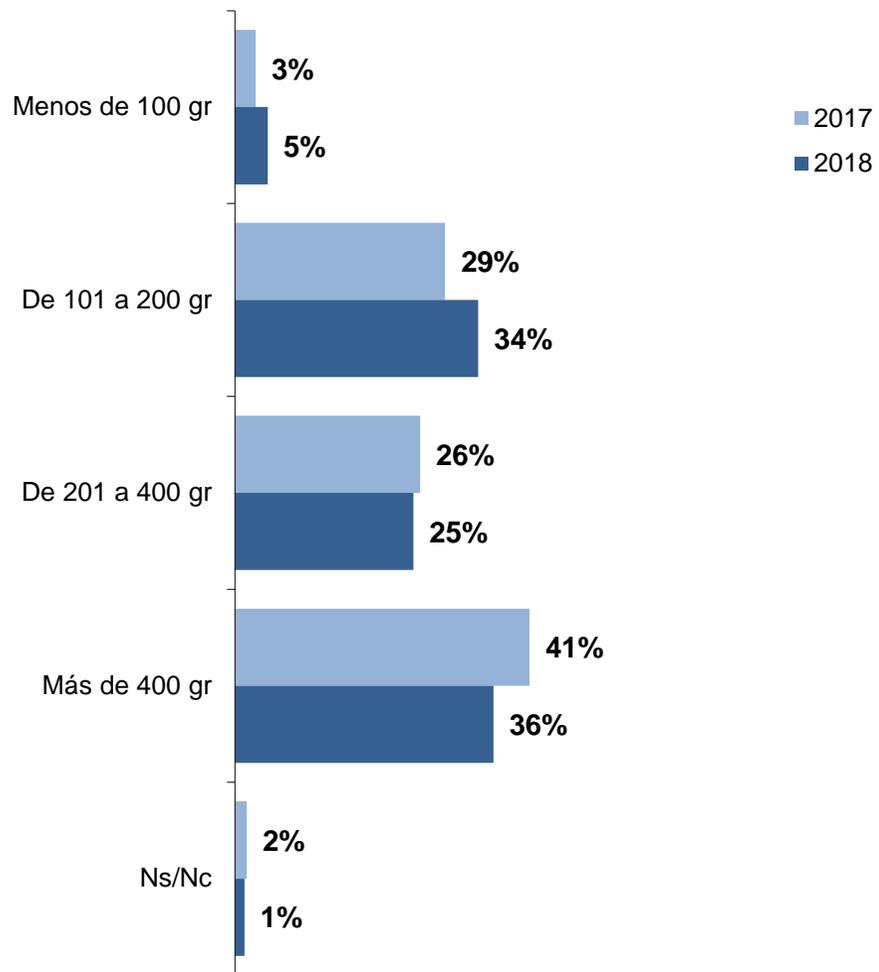
Base: Personas entrevistadas que han consumido cordero no lechal (34%)



- Cuatro de cada diez de los consumidores de cordero no lechal en el último año afirman haberlo hecho en más de 6 ocasiones.
- Se reduce el porcentaje de consumidores de cordero no lechal en el último año que lo han consumido más de 6 veces, incrementándose el de aquellos que lo han tomado de 1 a 3 veces.

¿QUÉ CANTIDAD DE CORDERO NO LECHAL (GR) APROXIMADA QUE HA CONSUMIDO EN CADA OCASIÓN? (P.3A2.1)

Base: Personas entrevistadas que han consumido cordero no lechal (34%)



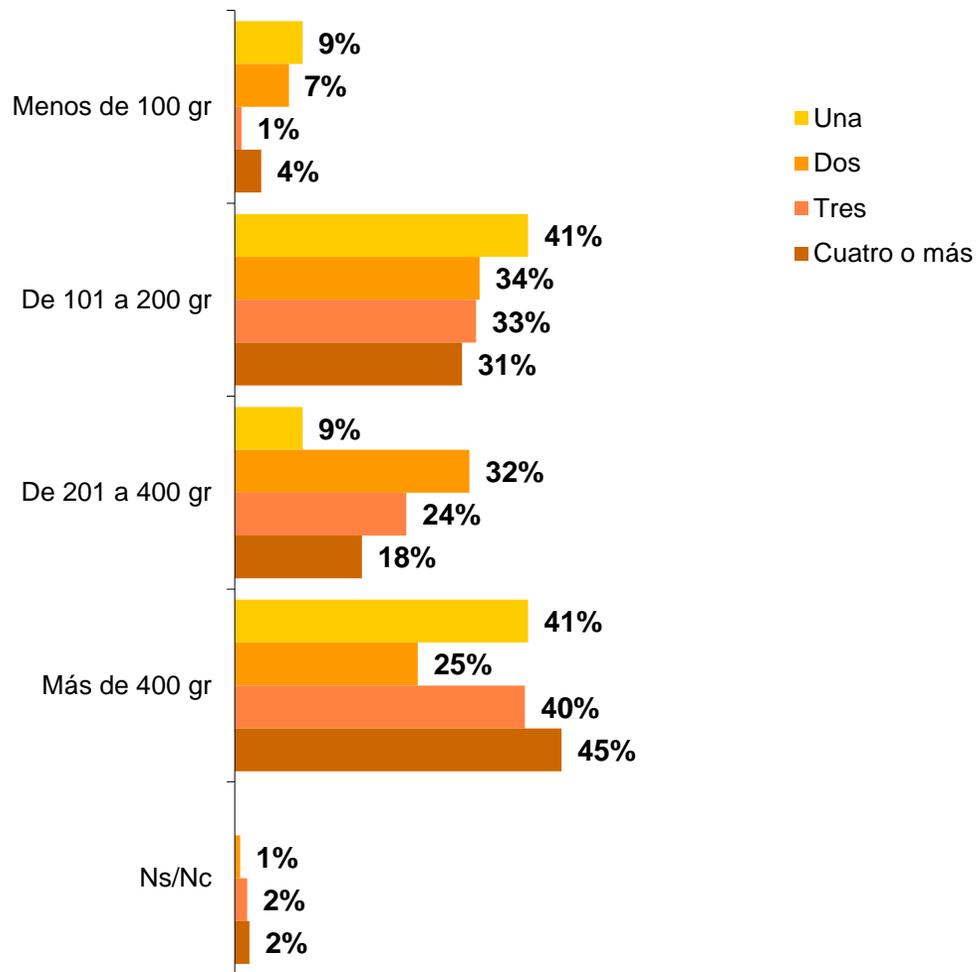
- La cantidad consumida de cordero no lechal cada vez que se consume es bastante parecida a la que se consume de cordero lechal, y también como ocurría con el cordero lechal hay una tendencia al descenso en la cantidad consumida en comparación con 2017.

* Pregunta de nueva introducción

B.3. Estructuración del consumo de cordero - Análisis del consumo durante el último año -

¿QUÉ CANTIDAD DE CORDERO NO LECHAL (GR) APROXIMADA QUE HA CONSUMIDO EN CADA OCASIÓN? (P.3A2.1)
-POR PERSONAS EN EL HOGAR-

Base: Personas entrevistadas que han consumido cordero lechal (59%)

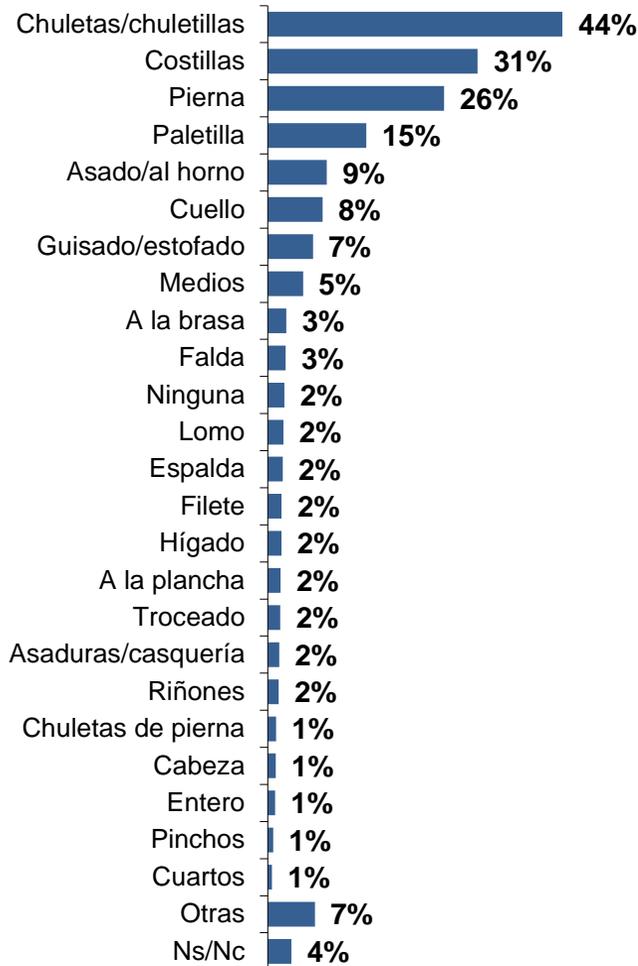


- o La cantidad de cordero no lechal consumida en cada ocasión se incrementa a medida que se incrementa el número de personas en el hogar. Aunque hay que señalar que en algunos hogares unipersonales cada vez que se consume cordero lechal se consume en una cantidad importante.

¿Y QUÉ CORTES Y/O ELABORACIONES DE CARNE DE CORDERO NO LECHAL HAN CONSUMIDO? (P.3A2.2)*

Base: Personas entrevistadas que han consumido cordero no lechal (34%)

2018



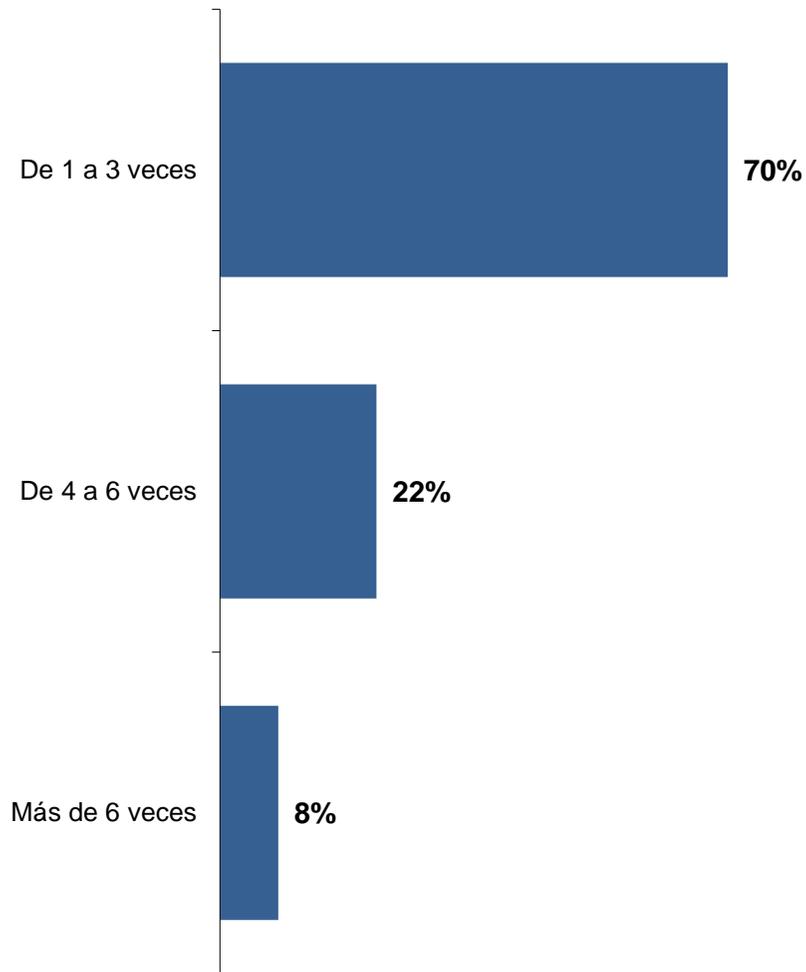
- Las personas consumidoras de cordero no lechal señalan como principales cortes consumidos:
 - Chuletas/chuletillas en mayor medida.
- En un segundo nivel aparecen:
 - Costillas
 - Pierna.
- Siendo la paletilla el corte que cerraría el grupo de los cortes más consumidos.

* Pregunta de nueva introducción

¿CUÁNTAS VECES HA COMIDO CORDERO CABRITO EN EL ÚLTIMO AÑO? (P.3C)*

Base: Personas entrevistadas que han consumido cordero cabrito (19%)

2018



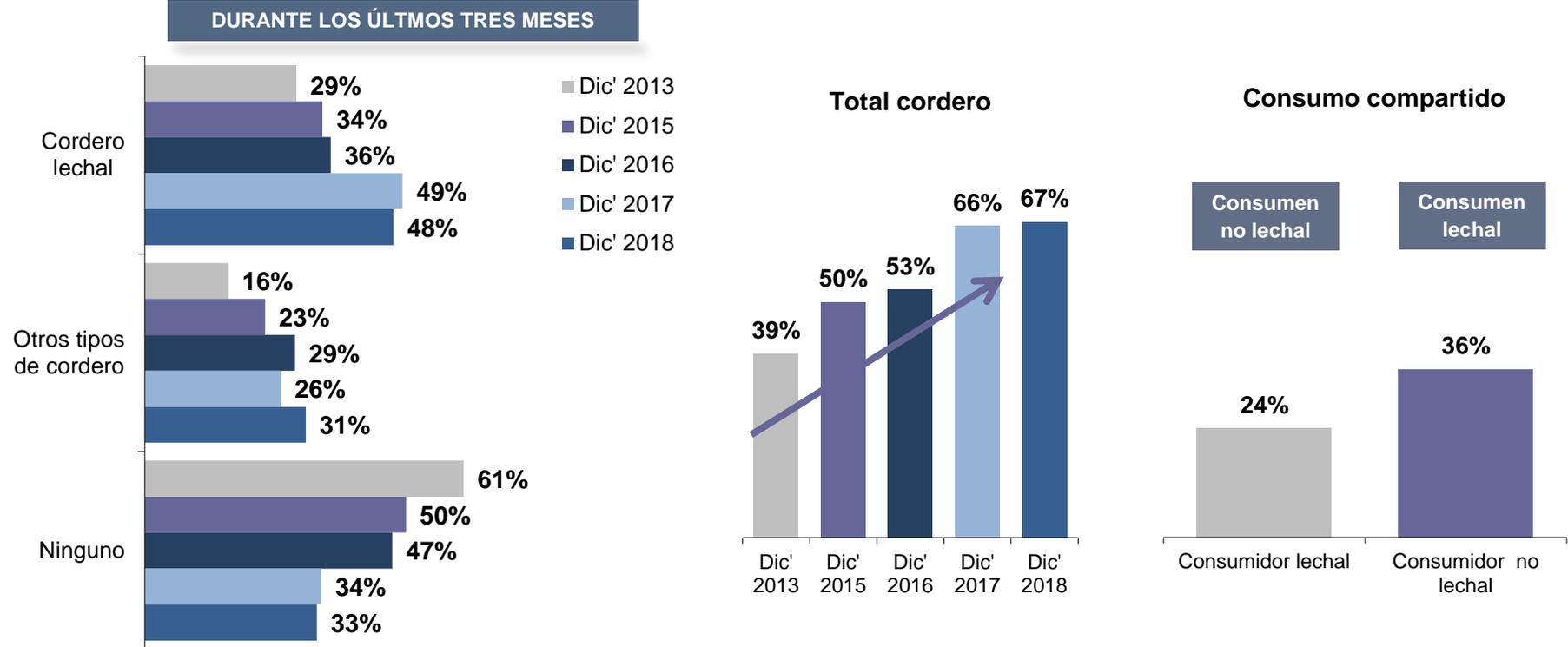
- Siete de cada diez consumidores de cabrito afirman haberlo consumido entre 1 y 3 veces en el último año.
- La frecuencia de consumo de cabrito es considerablemente menor que la frecuencia de consumo de cordero lechal y cordero no lechal, siempre atendiendo a sus respectivos consumidores.

* Pregunta de nueva introducción

B.3. Estructuración del consumo de cordero - Análisis del consumo durante los últimos tres meses -

DÍGAME POR FAVOR, ¿CUÁLES DE ESTOS TIPOS DE CARNE HAN CONSUMIDO EN SU HOGAR DURANTE LOS ÚLTIMOS TRES MESES, AUNQUE HAYA SIDO SÓLO UNA VEZ? (P.3B)

Base: Total de las personas entrevistadas (n=802)



- Se ha consolidado el importante ascenso que se produjo en 2017 en relación con el consumo de carne de cordero en los últimos tres meses.
- Cerca de algo más de siete de cada diez personas entrevistadas declaran haber consumido cordero en los últimos tres meses, con tendencia al incremento de cordero no lechal.

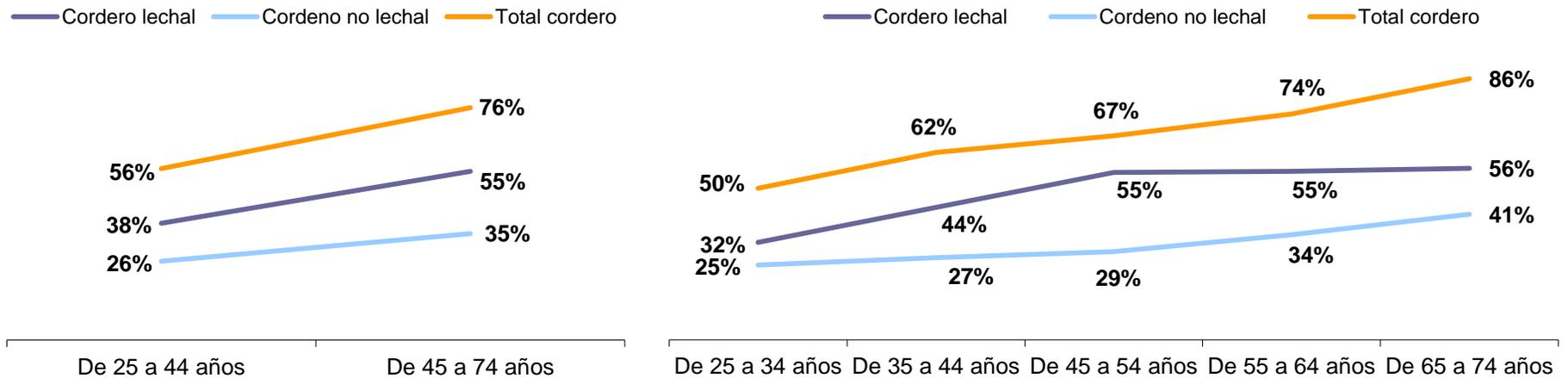
* Se sugerían a las personas entrevistadas las distintas alternativas de respuesta. La respuesta podía ser múltiple.

B.3. Estructuración del consumo de cordero - Análisis del consumo durante los últimos tres meses -

PROPORCIÓN DE HOGARES CONSUMIDORES DE CADA VARIEDAD DE CARNE DURANTE LOS TRES ÚLTIMOS MESES (P.3B)

Base: Total de las personas entrevistadas (n=802)

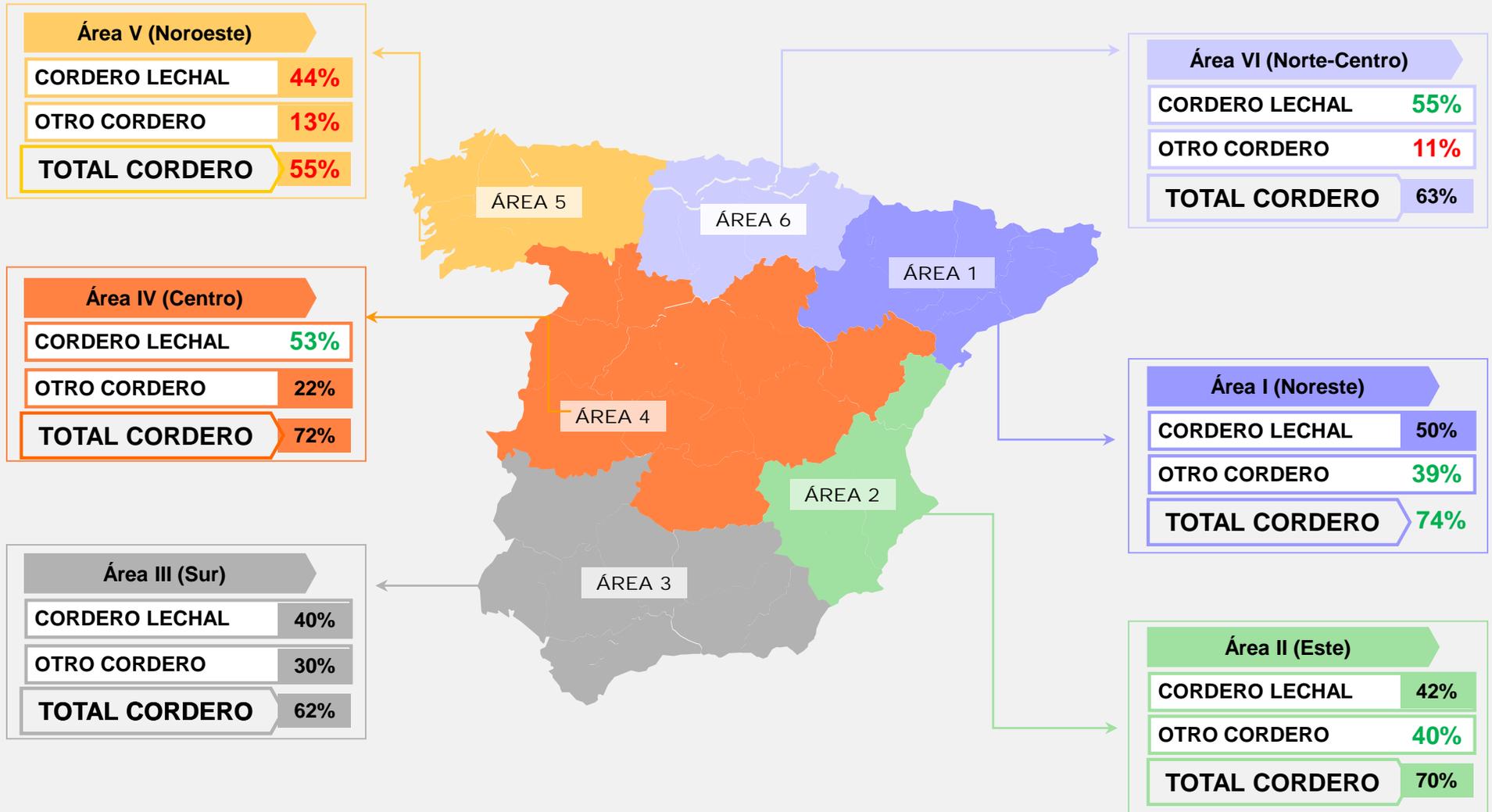
EDAD DEL RESPONSABLE DE COMPRA



- En el consumo más reciente de cordero, se observa la tendencia que ya se había puesto de relieve cuando se hace referencia al consumo anual, **el consumo aumenta a medida que se incrementa la edad de los responsables de compra en el hogar.**

B.3. Estructuración del consumo de cordero - Análisis del consumo durante los últimos tres meses -

HOGARES CONSUMIDORES DURANTE LOS TRES ÚLTIMOS MESES



% Segmento con mayor penetración de consumo.

% Segmento con menor penetración de consumo.

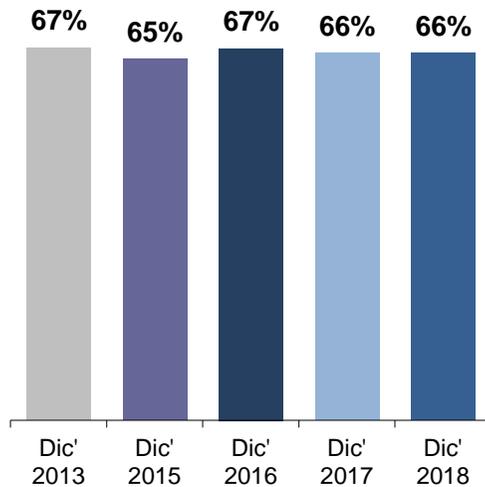
B.3. Estructuración del consumo de cordero - Análisis del consumo durante los últimos tres meses -

PROPORCIÓN DE HOGARES CONSUMIDORES EN EL ÚLTIMO AÑO QUE TAMBIÉN HAN CONSUMIDO EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE

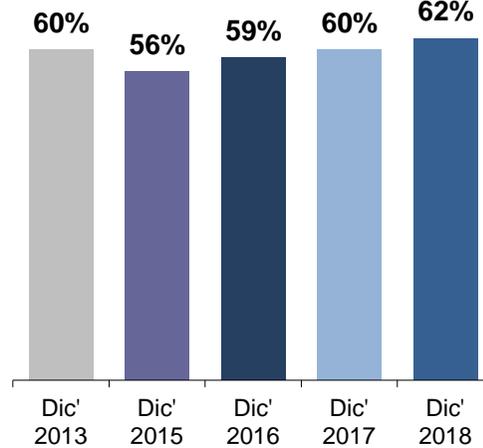
Base: Total de las personas entrevistadas (n=802)

ÍNDICE DE "FIDELIDAD"

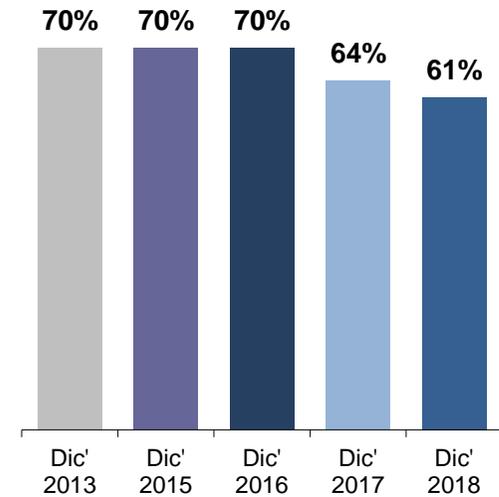
TOTAL CORDERO



LECHAL



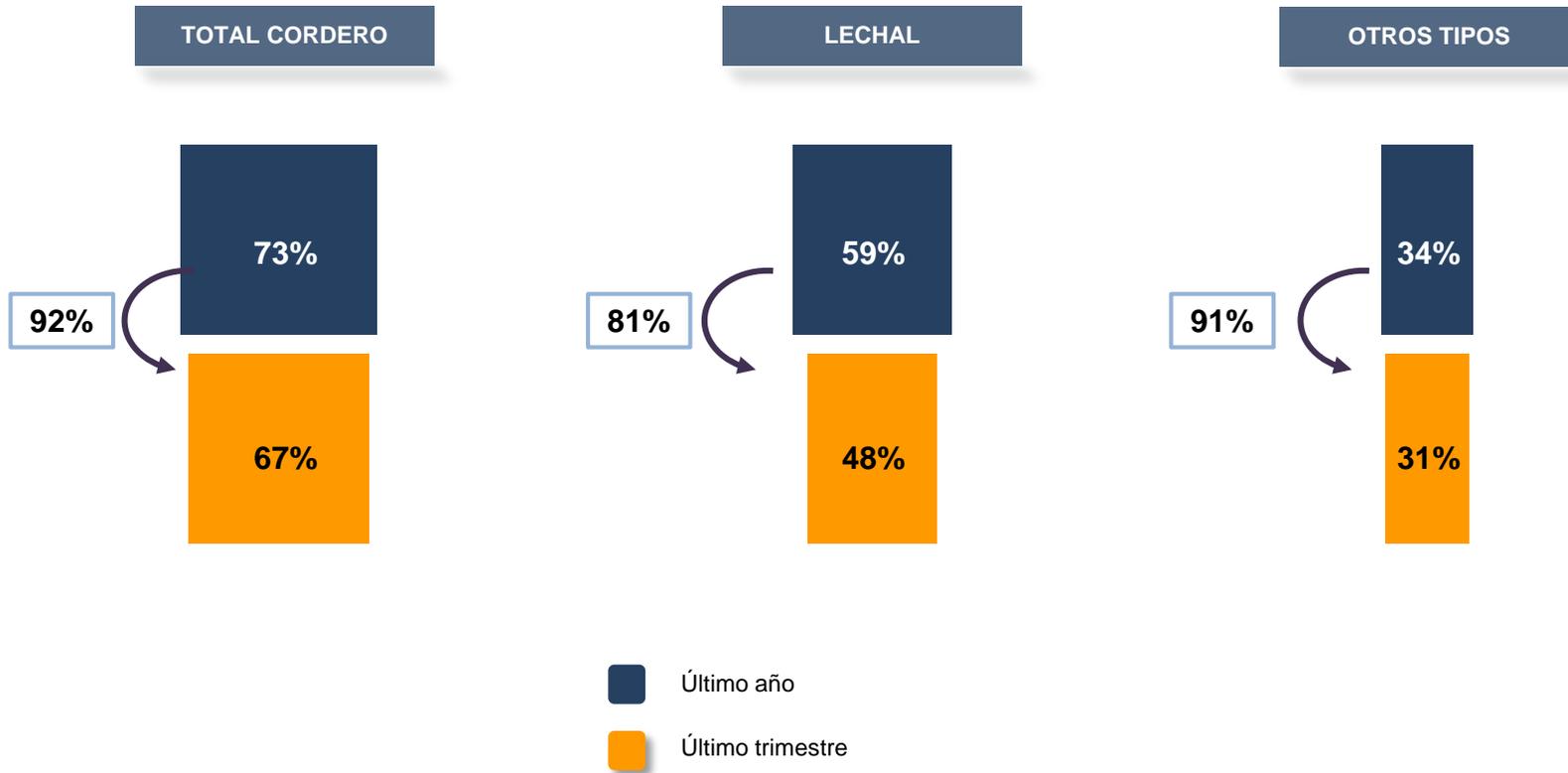
OTROS TIPOS



- La fidelidad de los consumidores de cordero lechal marca una tendencia al incremento, mientras que los consumidores de otros tipos de cordero muestran un ligero descenso.

ESTRUCTURACIÓN DEL CONSUMO DE CORDERO 2018

Base: Total de las personas entrevistadas (n=802)



B.1. Hábitos de compra y de consumo de carne fresca

B.2. Estructuración del consumo de cordero

B.3. Hábitos de compra y de consumo de cordero

B.4. La imagen del cordero

B.5. Predisposición de compra



B.3. Hábitos de compra y de consumo de cordero

B.3.1. Preferencia cordero lechal / no lechal

B.3.2. Recomendación médica

B.3.3. Criterios de compra de cordero

ASPECTOS DESTACADOS DEL CORDERO LECHAL/CORDERO NO LECHAL AGRUPACIÓN DE ASPECTOS DESTACADOS*

Base: Consumidores de cordero lechal/Consumidores de cordero no lechal

- Recogemos de forma agrupada los aspectos destacados tanto del cordero lechal como del cordero no lechal entre sus respectivos consumidores

CORDERO LECHAL				
% menciones relativas a:	2015	2016	2017	2018
Organolepsia	81%	72%	77%	71%
Características de la carne	32%	44%	18%	33%
Versatilidad	12%	19%	9%	9%
Costumbres	12%	5%	14%	8%
Salud	10%	8%	6%	7%
Precio	1%	3%	2%	3%

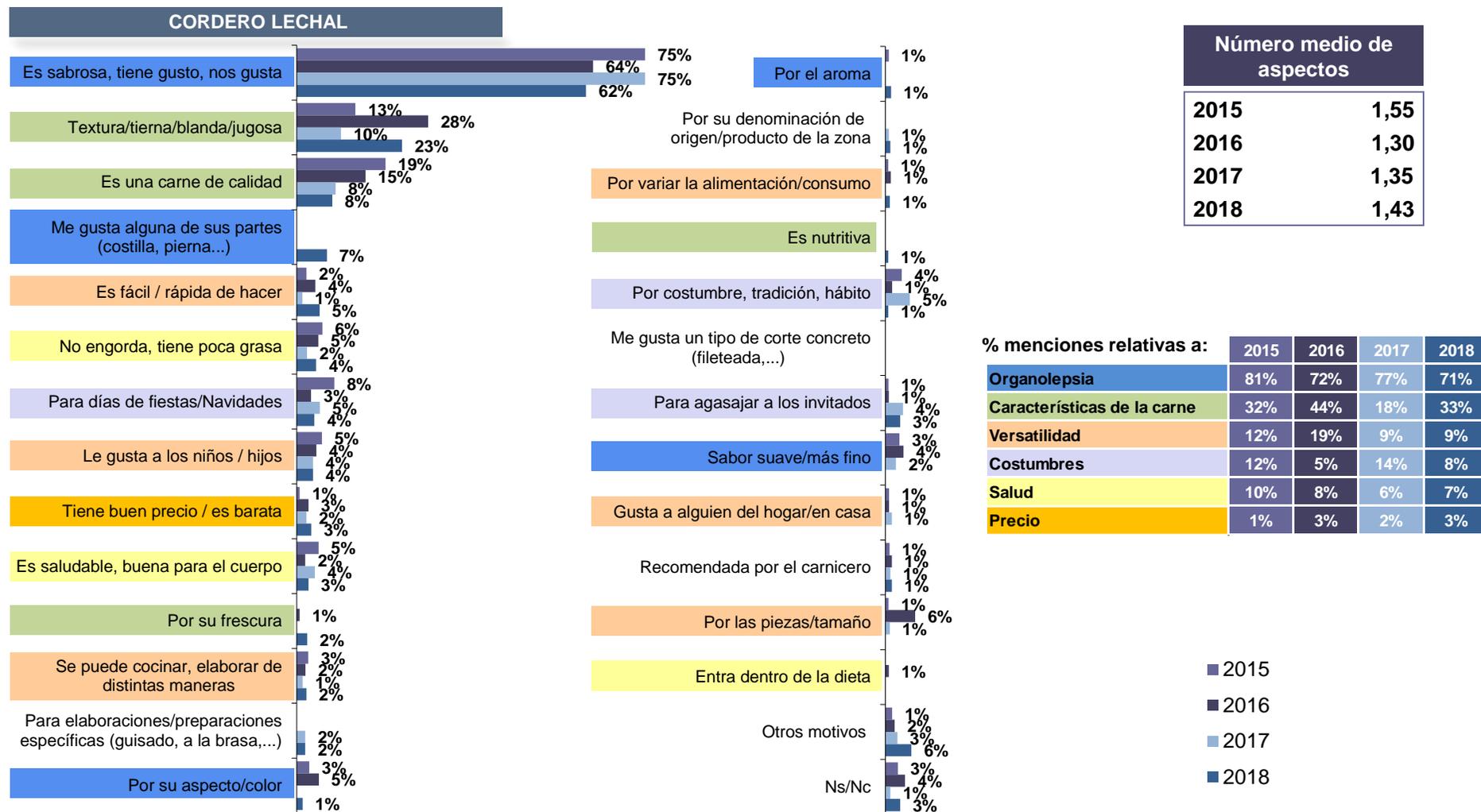
CORDERO NO LECHAL				
% menciones relativas a:	2015	2016	2017	2018
Organolepsia	56%	50%	59%	64%
Características de la carne	11%	14%	6%	15%
Costumbres	16%	7%	6%	3%
Versatilidad	12%	30%	13%	13%
Salud	6%	2%	3%	6%
Precio	16%	16%	11%	15%

* Pregunta abierta con posibilidad de respuesta múltiple. La suma de resultados puede ser superior a 100%.

B.3.1. Preferencia cordero lechal / no lechal

¿CUÁLES SON LOS ASPECTOS DE LA CARNE DE CORDERO LECHAL QUE VD. DESTACARÍA, QUE HACEN QUE VDS. HAYAN COMPRADO PARA CONSUMIR EN SU HOGAR? (P.4/P.9)*

Base: Consumidores de cordero lechal

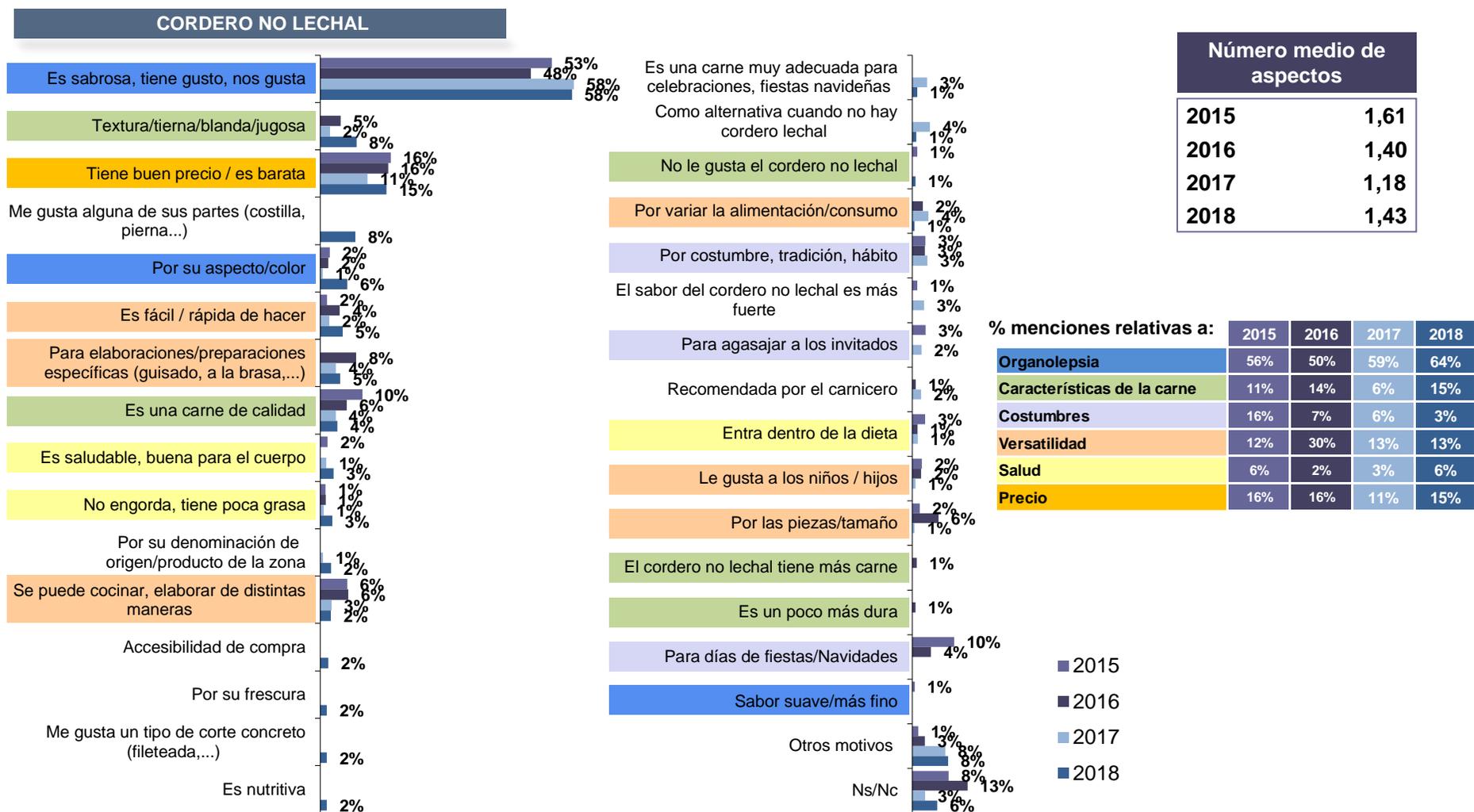


* Pregunta abierta con posibilidad de respuesta múltiple. La suma de resultados puede ser superior a 100%.

B.3.1. Preferencia cordero lechal / no lechal

¿CUÁLES SON LOS ASPECTOS DE LA CARNE DE CORDERO NO LECHAL QUE VD. DESTACARÍA, QUE HACEN QUE VDS. HAYAN COMPRADO PARA CONSUMIR EN SU HOGAR? (P.4/P.9)*

Base: Consumidores de cada variedad de cordero



* Pregunta abierta con posibilidad de respuesta múltiple. La suma de resultados puede ser superior a 100%.

- Al efectuar el análisis del **no consumo del cordero lechal**, nos encontramos con que:
 - Para los **consumidores de cordero en el último año**, el principal freno para un mayor consumo vuelve a ser el precio, aún cuando también están presentes las referencias a la organolepsia (saturación, aceptación no “universal”...). Respecto a 2017 se incrementa ligeramente el argumento del precio, mientras que tiende a descender “la falta de costumbre”.
 - Entre los **no consumidores**, como ya viene ocurriendo en tomas de datos precedentes, el precio pasa a un segundo plano y nos encontramos como elemento protagonista con la organolepsia (que desciende con respecto a 2017), secundado por falta de costumbre e inclinación hacia productos competidores del cordero lechal (argumento que también tiende a descender).
- En el caso del **cordero no lechal** también encontramos diferencias por colectivo:
 - Los inhibidores para los consumidores de cordero en el último año se “simplifican” en relación a 2017, apareciendo como el más relevante la organolepsia (una buena parte de ellos son consumidores exclusivos de lechal), el precio y la preferencia por otros productos competidores del cordero no lechal forman parte de los aspectos que condicionan el consumo de este producto.
 - Para los no consumidores el principal inhibidor del consumo de esta carne es la organolepsia, que eclipsa a los demás elementos.

MOTIVOS DE NO CONSUMO O DE NO CONSUMO CON MAYOR FRECUENCIA DE CORDERO LECHAL/CORDERO NO LECHAL

AGRUPACIÓN DE MOTIVOS

Base: Total de entrevistados

- A continuación se presentan de forma agrupada los motivos de no consumo, o de no consumo con mayor frecuencia, tanto del cordero lechal como del cordero no lechal.

CORDERO LECHAL

CORDERO NO LECHAL

2018

% menciones relativas a:	CORDERO LECHAL		
	TOTAL MERCADO	CONSUMIDORES	NO CONSUMIDORES
Costumbres	8%	7%	10%
Organolepsia	29%	17%	59%
Preferencia por otra categoría	11%	11%	12%
Precio	30%	37%	11%
Características de la carne	2%	2%	1%
Versatilidad	9%	10%	7%
Salud	6%	7%	5%

% menciones relativas a:	CORDERO NO LECHAL		
	TOTAL MERCADO	CONSUMIDORES	NO CONSUMIDORES
Costumbres	7%	9%	3%
Organolepsia	45%	36%	70%
Preferencia por otra categoría	10%	10%	9%
Precio	16%	19%	8%
Características de la carne	2%	3%	1%
Versatilidad	7%	6%	8%
Salud	6%	7%	4%

2017

% menciones relativas a:	CORDERO LECHAL		
	TOTAL MERCADO	CONSUMIDORES	NO CONSUMIDORES
Costumbres	13%	13%	13%
Organolepsia	33%	20%	78%
Preferencia por otra categoría	14%	13%	20%
Precio	28%	33%	10%
Características de la carne	1%	1%	2%
Versatilidad	5%	6%	2%
Salud	10%	11%	7%

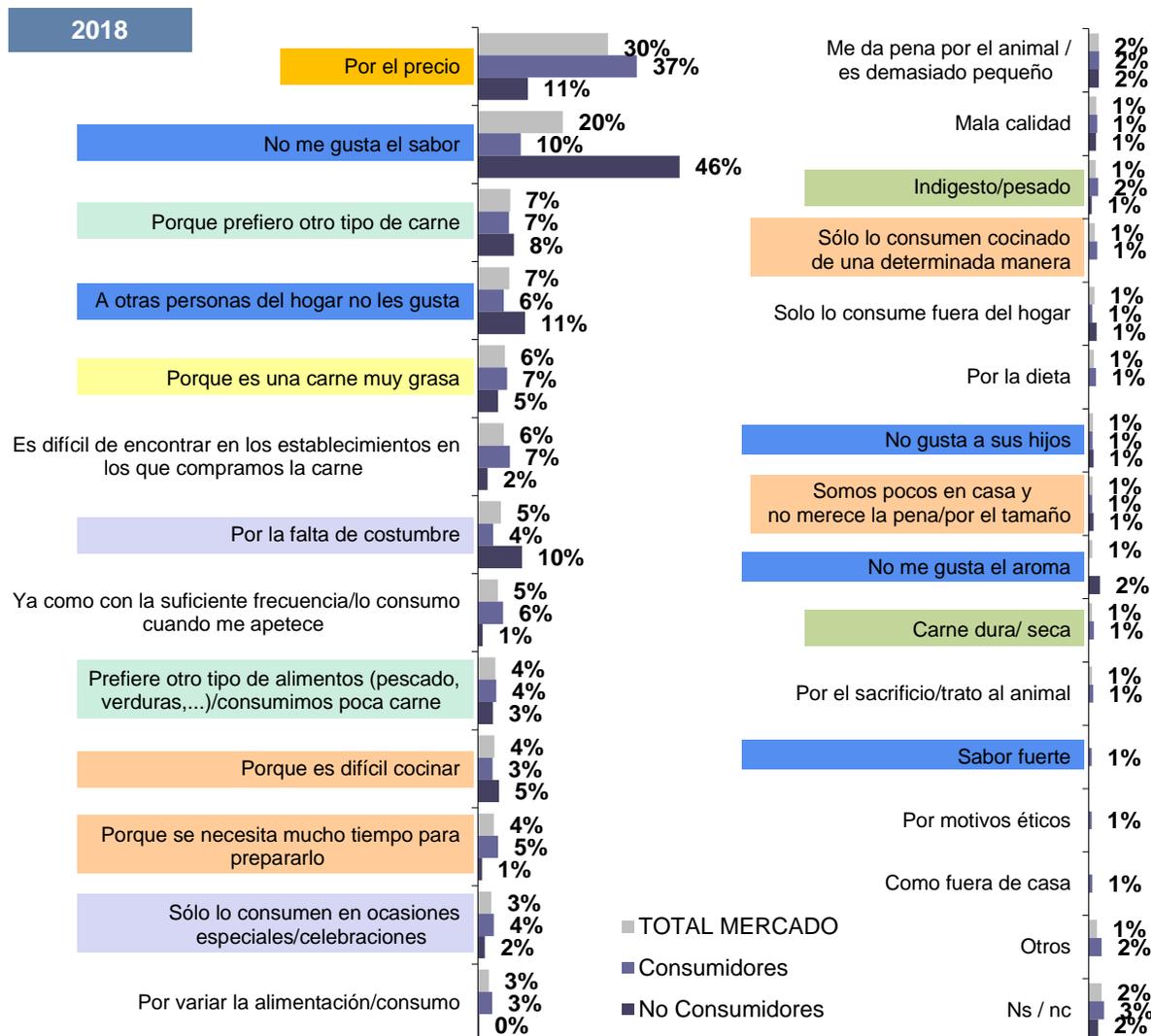
% menciones relativas a:	CORDERO NO LECHAL		
	TOTAL MERCADO	CONSUMIDORES	NO CONSUMIDORES
Costumbres	13%	13%	13%
Organolepsia	33%	20%	78%
Preferencia por otra categoría	14%	13%	20%
Precio	28%	33%	10%
Características de la carne	1%	1%	2%
Versatilidad	5%	6%	2%
Salud	10%	11%	7%

* Pregunta abierta con posibilidad de respuesta múltiple. La suma de resultados puede ser superior a 100%.

B.4.1. Preferencia cordero lechal / no lechal

¿POR QUÉ MOTIVOS EN SU HOGAR NO CONSUMEN CARNE DE CORDERO LECHAL O NO LO HACEN CON MÁS FRECUENCIA? (P.19)*

Base: Total de entrevistados



Número medio de motivos

1,19

1,21

1,14

% menciones relativas a:

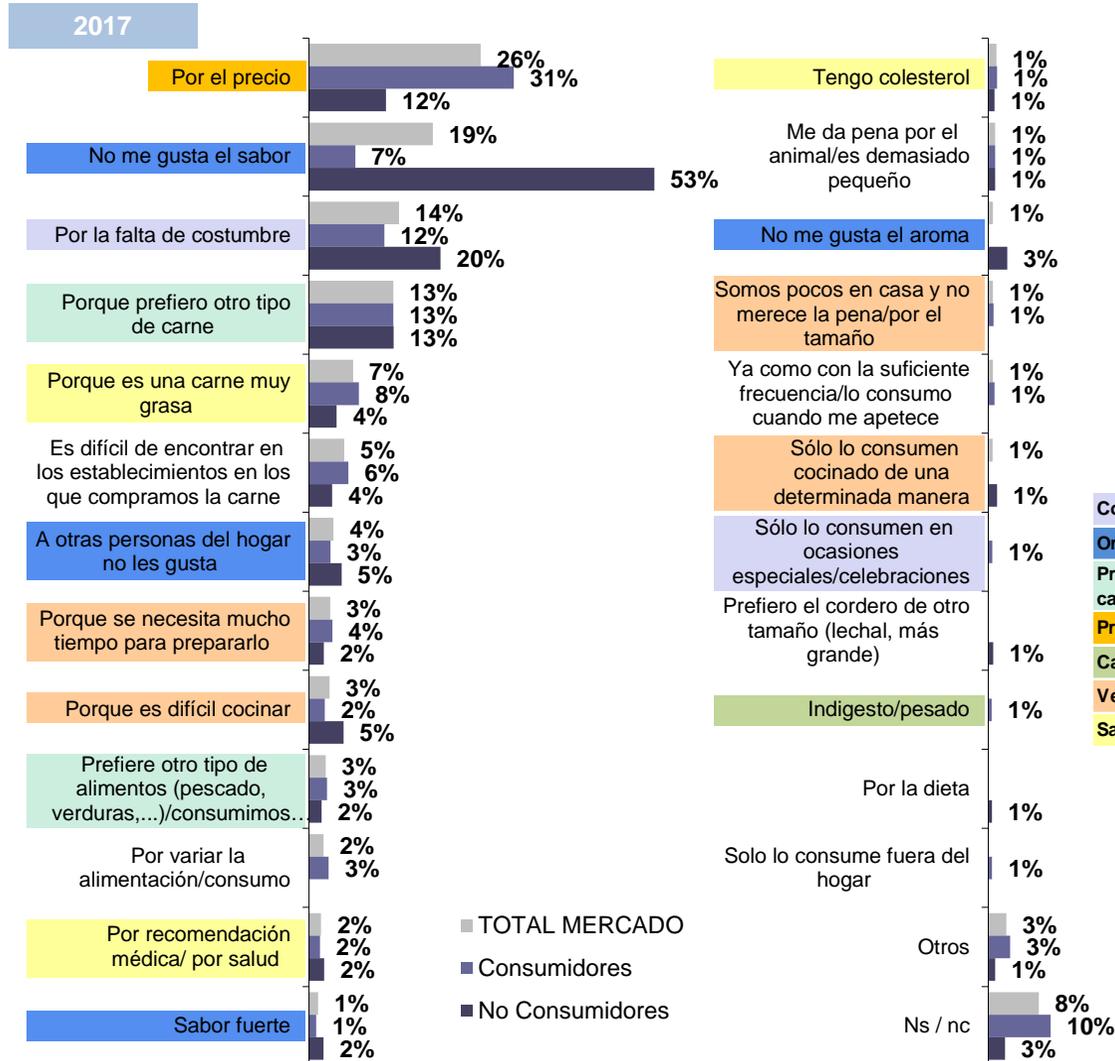
	TOTAL MERCADO	CONSUMIDORES	NO CONSUMIDORES
Costumbres	8%	7%	10%
Organolepsia	29%	17%	59%
Preferencia por otra categoría	11%	11%	12%
Precio	30%	37%	11%
Características de la carne	2%	2%	1%
Versatilidad	9%	10%	7%
Salud	6%	7%	5%

* Pregunta abierta con posibilidad de respuesta múltiple. La suma de resultados puede ser superior a 100%.

B.4.1. Preferencia cordero lechal / no lechal

¿POR QUÉ MOTIVOS EN SU HOGAR NO CONSUMEN CARNE DE CORDERO LECHAL O NO LO HACEN CON MÁS FRECUENCIA? (P.19)*

Base: Total de entrevistados



Número medio de motivos

1,33

1,28

1,51

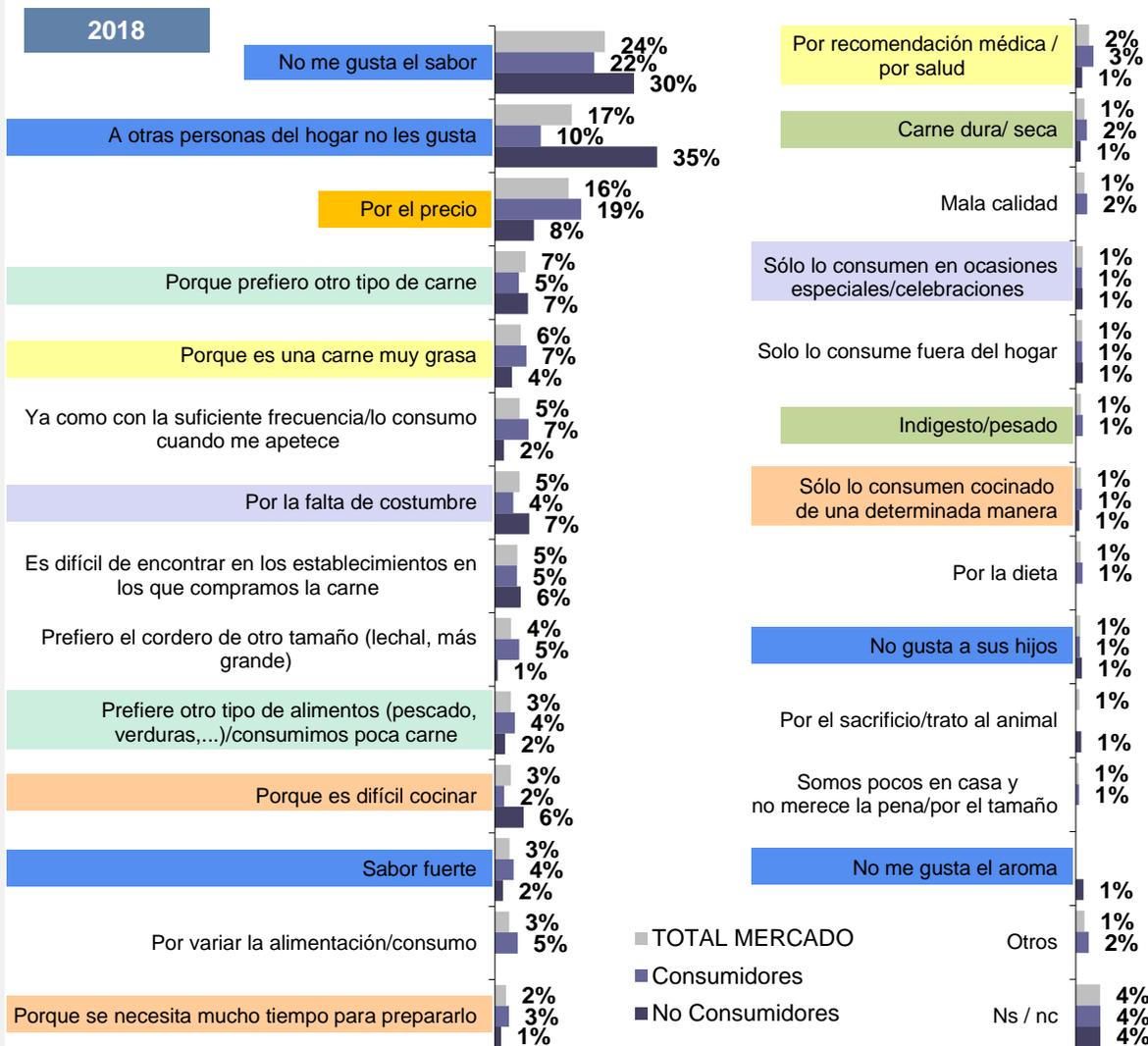
% menciones relativas a:	TOTAL MERCADO	CONSUMIDORES	NO CONSUMIDORES
Costumbres	13%	13%	13%
Organolepsia	33%	20%	78%
Preferencia por otra categoría	14%	13%	20%
Precio	28%	33%	10%
Características de la carne	1%	1%	2%
Versatilidad	5%	6%	2%
Salud	10%	11%	7%

* Pregunta abierta con posibilidad de respuesta múltiple. La suma de resultados puede ser superior a 100%.

B.4.1. Preferencia cordero lechal / no lechal

¿POR QUÉ MOTIVOS EN SU HOGAR NO CONSUMEN CARNE DE CORDERO NO LECHAL O NO LO HACEN CON MÁS FRECUENCIA? (P.20)*

Base: Total de entrevistados



Número medio de motivos

1,20

1,20

1,19

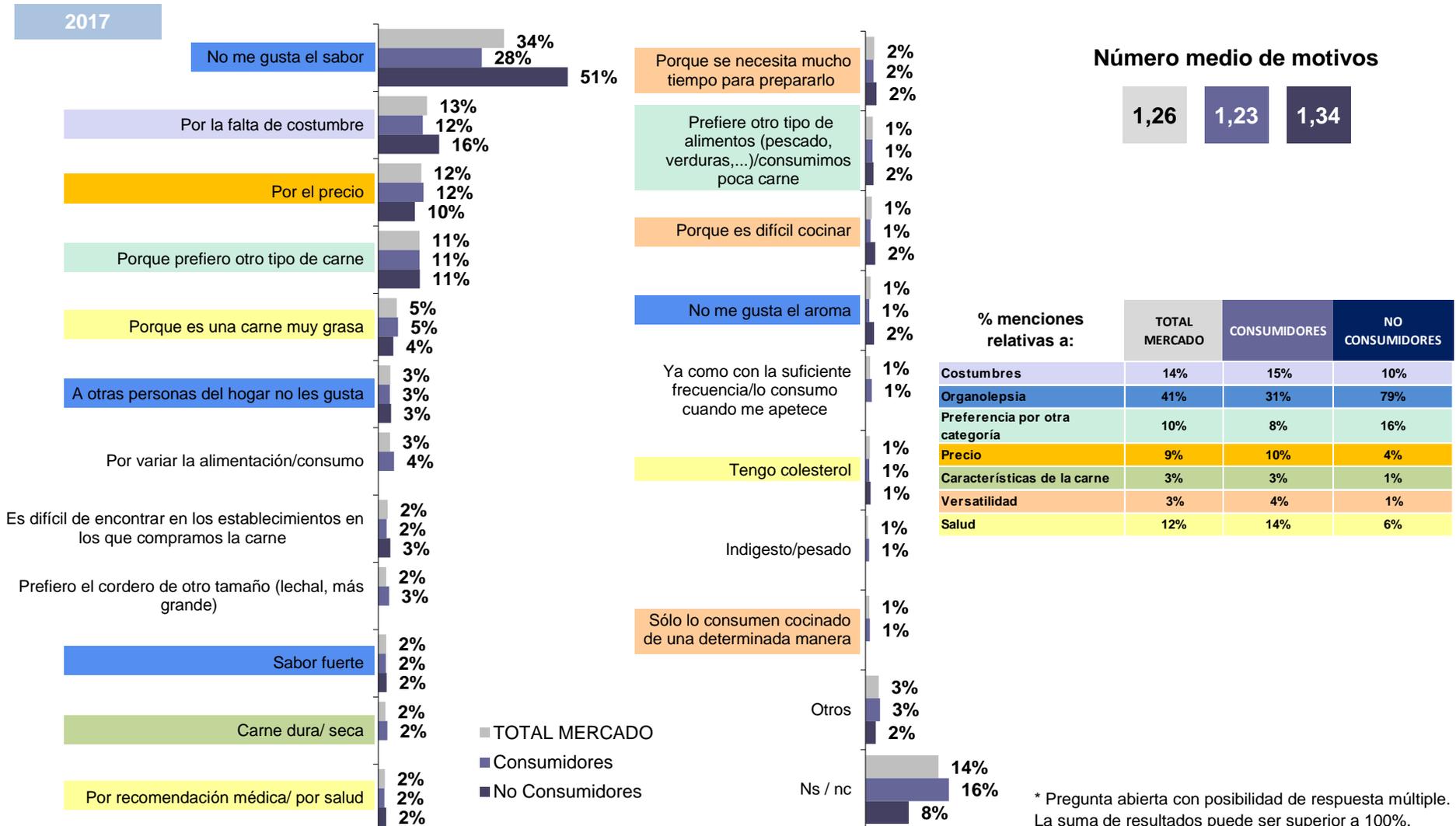
% menciones relativas a:	TOTAL MERCADO	CONSUMIDORES	NO CONSUMIDORES
Costumbres	7%	9%	3%
Organolepsia	45%	36%	70%
Preferencia por otra categoría	10%	10%	9%
Precio	16%	19%	8%
Características de la carne	2%	3%	1%
Versatilidad	7%	6%	8%
Salud	6%	7%	4%

* Pregunta abierta con posibilidad de respuesta múltiple. La suma de resultados puede ser superior a 100%.

B.4.1. Preferencia cordero lechal / no lechal

¿POR QUÉ MOTIVOS EN SU HOGAR NO CONSUMEN CARNE DE CORDERO NO LECHAL O NO LO HACEN CON MÁS FRECUENCIA? (P.20)*

Base: Total de entrevistados



* Pregunta abierta con posibilidad de respuesta múltiple. La suma de resultados puede ser superior a 100%.

B.3. Hábitos de compra y de consumo de cordero

B.3.1. Preferencia cordero lechal / no lechal

B.3.2. Recomendación médica

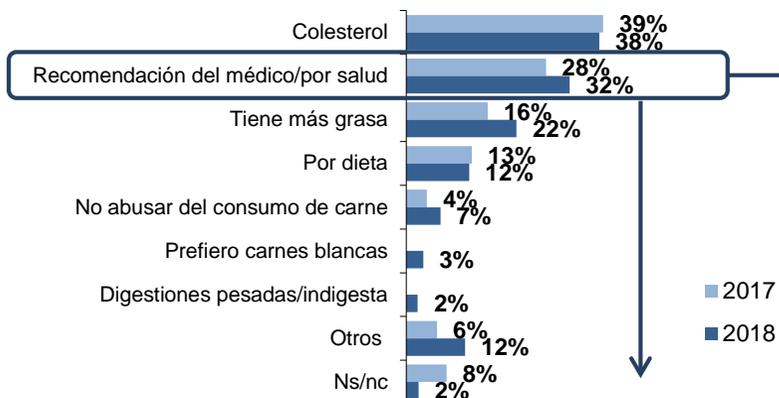
B.3.3. Criterios de compra de cordero

- Las personas entrevistados que argumentaron **su no consumo de cordero en cuestiones de salud** se les ha cuestionado por aquellos problemas concretos. El **colesterol** vuelve a aparecer como aspecto determinante en la decisión de ese no consumo. En todo caso, estos datos debemos interpretarlos con prudencia como consecuencia de la reducida base muestral de la que disponemos.
- Como segundo motivo de no consumo de carne de cordero, muy cercano al anterior, aparece **la recomendación médica, vuele a hacer referencia al producto en su conjunto**, no tanto en aquellas partes específicas del mismo que podrían entenderse como más perjudiciales para la salud.
- Se puede decir, aún a pesar de la reducida base muestral, los motivos de salud como inhibidores del consumo de la carne de cordero se mantienen en un línea muy similar a la recogida en 2017.

B.4.2. Recomendación médica

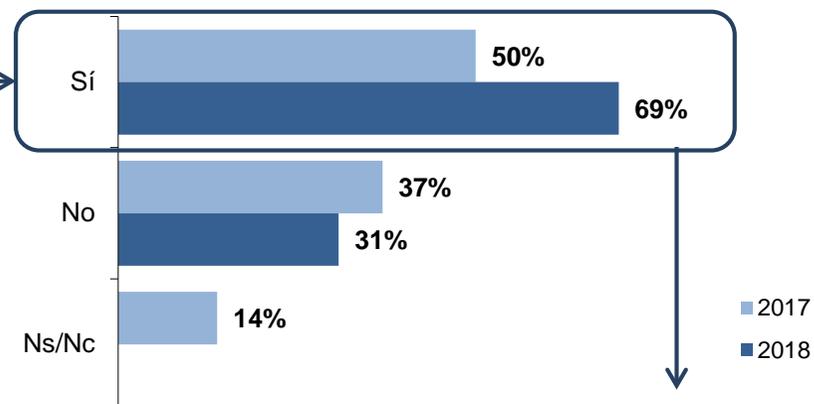
¿POR QUÉ PROBLEMAS DE SALUD...? (P.21A)*

Base: Aquellos con problemas de salud (n=63)



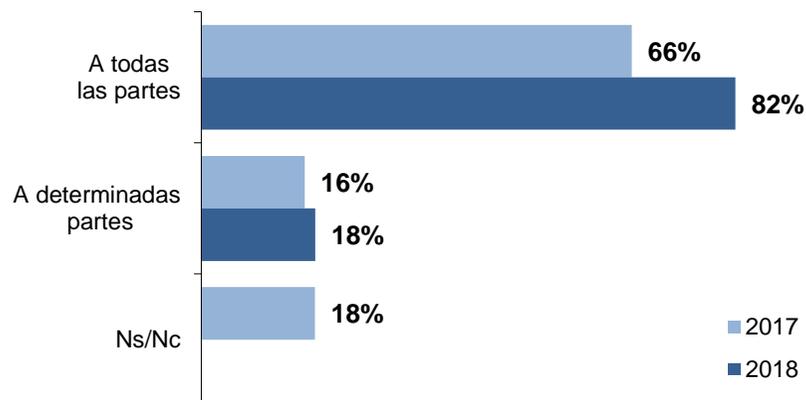
¿LE HA QUITADO ALGÚN OTRO TIPO DE CARNE? (P.21C)*

Base: Aquellos con problemas de salud (n=25)



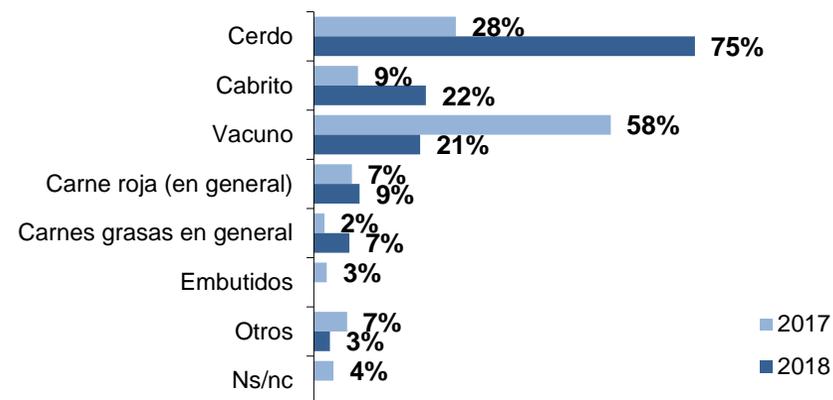
¿LA RECOMENDACIÓN DEL MÉDICO SE REFERÍA A ...? (P.21B)*

Base: Aquellos con problemas de salud (n=25)



¿CUÁL...? (P.21D)* **

Base: Aquellos con problemas de salud (n=18)



* La extremadamente reducida base muestral nos debe hacer tomar los datos como una primera aproximación.

**Pregunta de nueva introducción

B.3. Hábitos de compra y de consumo de cordero

B.3.1. Preferencia cordero lechal / no lechal

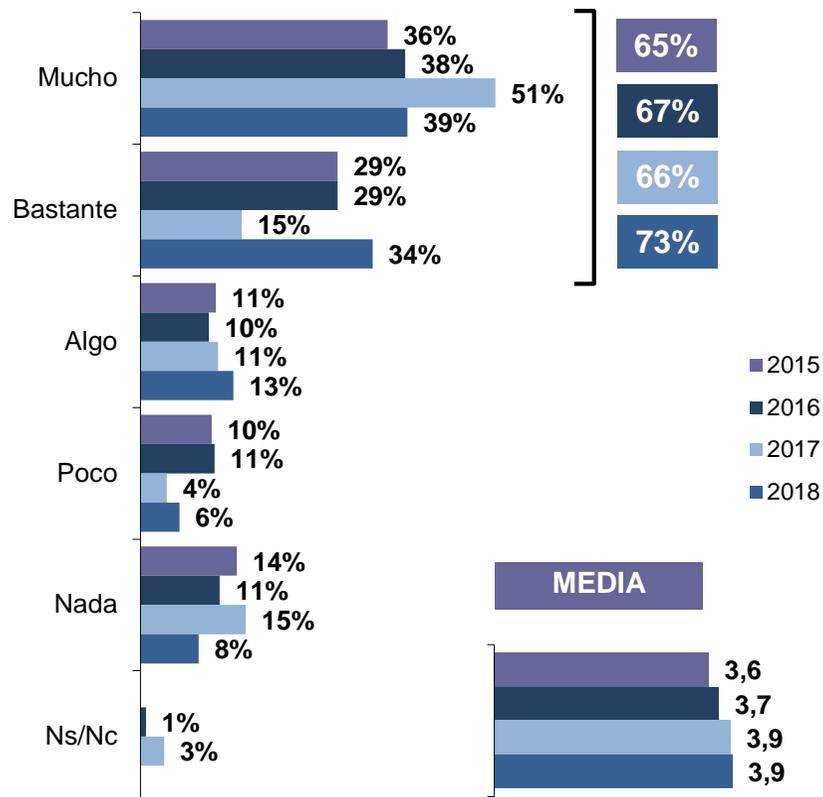
B.3.2. Recomendación médica

B.3.3. Criterios de compra de cordero

B.4.3. Criterios de compra de cordero

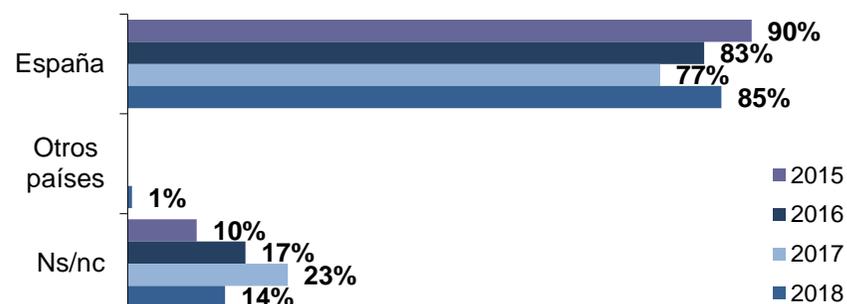
¿EN QUÉ MEDIDA VALORAN LA PROCEDENCIA, EL ORIGEN A LA HORA DE COMPRAR CORDERO? (P. 22)

Base: Consumidores de cordero en el último año (n=583)



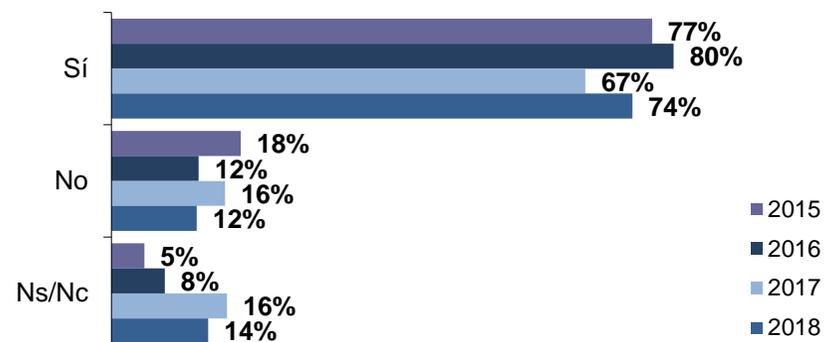
¿SABE DE DÓNDE PROCEDE PRINCIPALMENTE EL CORDERO QUE COMPRA? (P. 23A)

Base: Consumidores de cordero en el último año (n=583)



¿ESTÁ ETIQUETADO EL ORIGEN DEL CORDERO? (P. 23B)

Base: Consumidores de cordero en el último año (n=583)



- El origen del cordero no solo sigue siendo una variable con alto nivel de importancia, sino que tiende a incrementarse el porcentaje de quienes le atribuyen mucha o bastante relevancia.
- El consumidor sigue prefiriendo la compra de cordero nacional y confirma la existencia del etiquetado del producto. No obstante, un porcentaje reseñable vuelve a desconocer si está el origen de cordero.

- B.1. Hábitos de compra y de consumo de carne fresca
- B.2. Estructuración del consumo de cordero
- B.3. Hábitos de compra y de consumo de cordero
- B.4. La imagen del cordero**
- B.5. Predisposición de compra

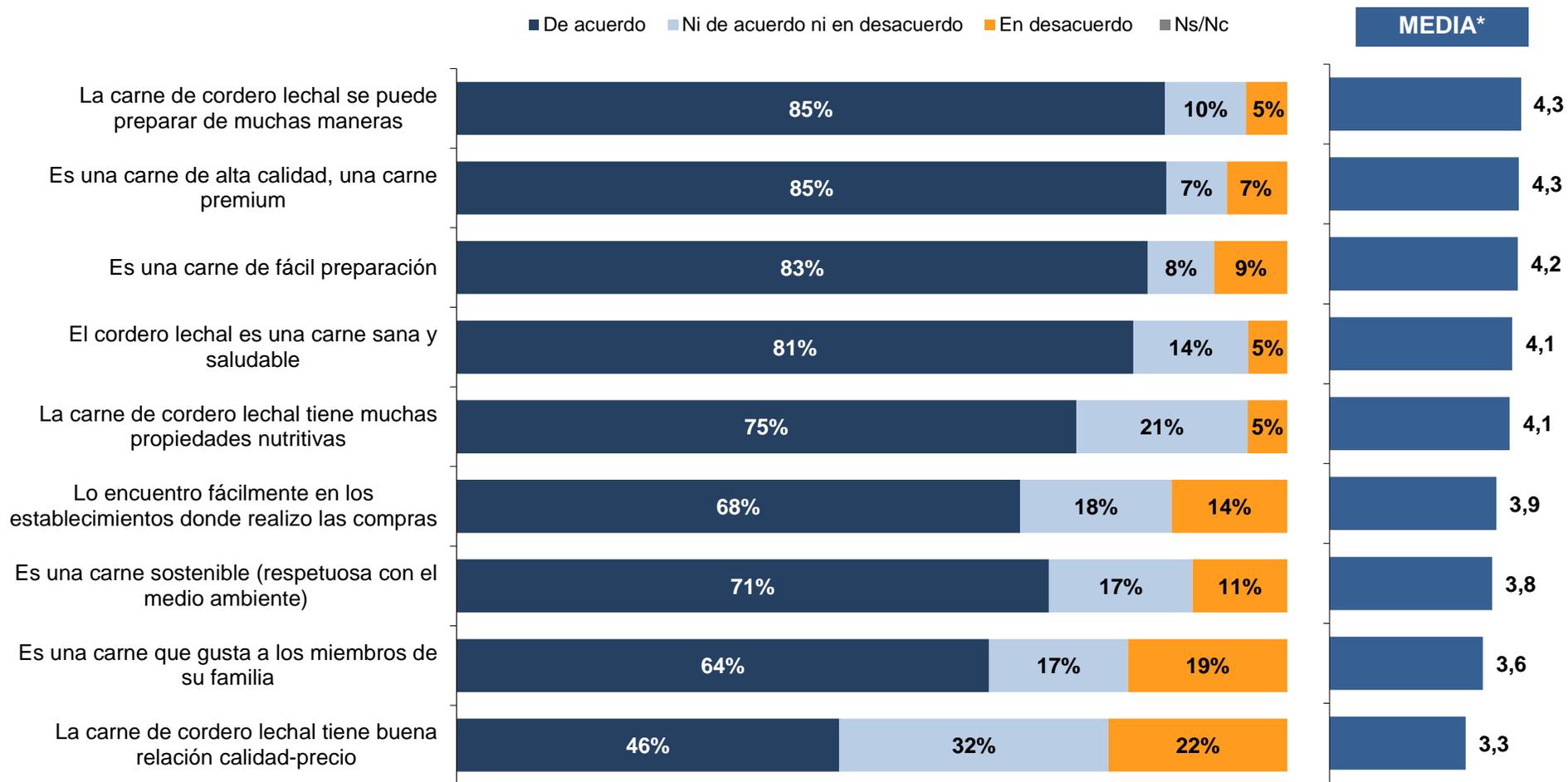


- El **cordero lechal** continúa caracterizándose principalmente por una imagen de carne premium y por su facilidad y diversos modos de preparación.
- En sentido contrario, aquellos aspectos en los que destaca en menor medida son:
 - Buena relación calidad-precio.
 - Gusta a todos los miembros de la familia.
 - Es una carne sostenible (respetuosa con el medio ambiente).

B.5. La imagen del cordero

IMAGEN DE LA CARNE DE CORDERO LECHAL (P.24)

Base: Total de personas entrevistadas

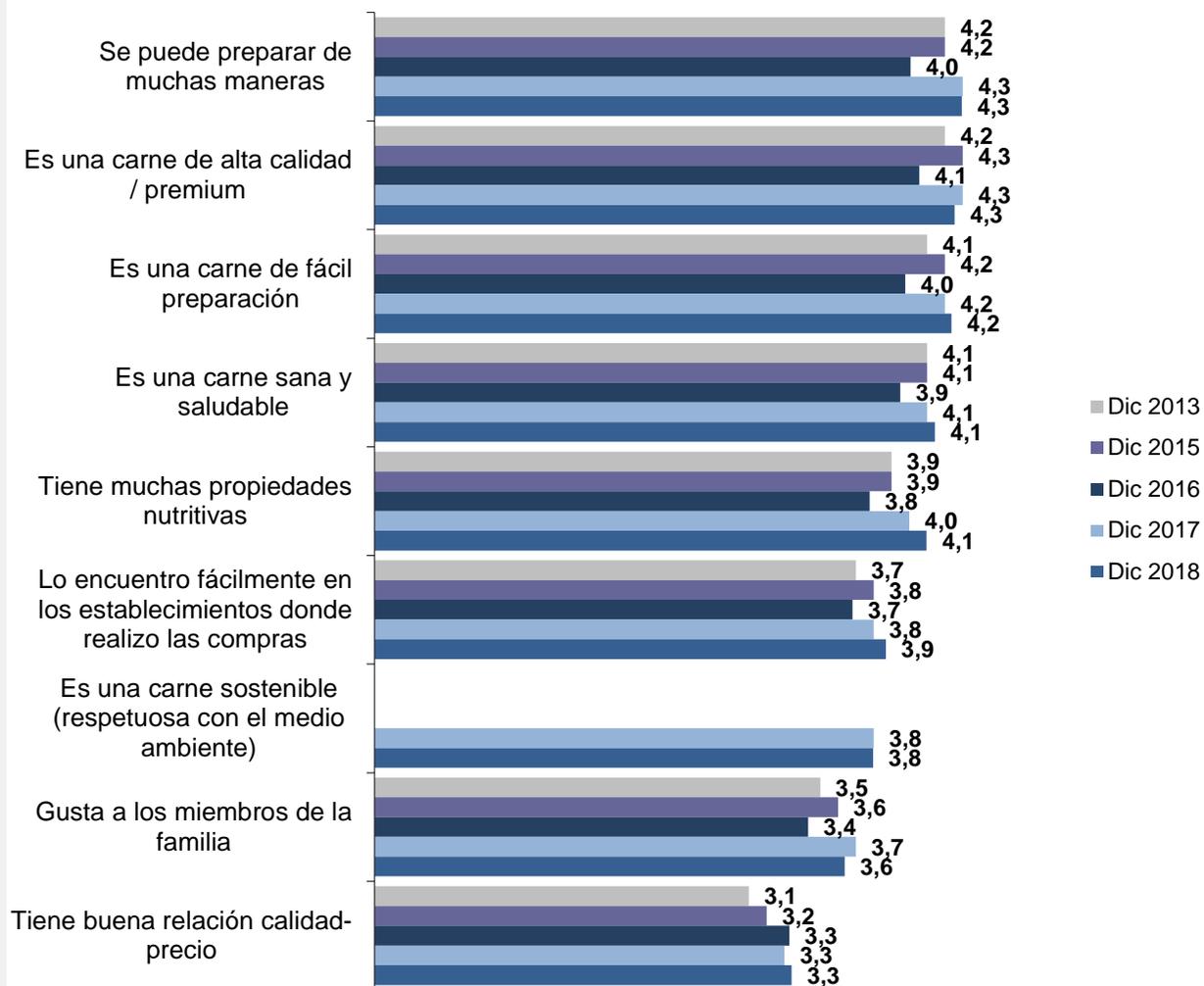


* En una escala de 1 "Totalmente en desacuerdo" a 5 "Totalmente de acuerdo"

B.5. La imagen del cordero

IMAGEN DE LA CARNE DE CORDERO LECHAL* (P.24)

Base: Total de personas entrevistadas



- La imagen del cordero lechal permanece estable respecto a la ola precedente, consolidándose el avance que se produjo en 2017 con respecto a 2016.
- Únicamente señalar cómo se producen ligeros incrementos en relación con las propiedades nutritivas y la facilidad para encontrarlo en los diferentes establecimientos.
- Sin embargo, se registra un descenso del mismo nivel en relación con ser una carne que gusta a todos los miembros de la familia.

* En una escala de 1 "Totalmente en desacuerdo" a 5 "Totalmente de acuerdo"

- Al analizar la imagen del cordero segmentando las opiniones en función de las variables edad y frecuencia de consumo:
 - El análisis de los datos de los clientes en función de la edad del responsable de compra pone de manifiesto una imagen bastante próxima entre las personas mayores de 54 años.
 - Se vuelven a constatar considerables diferencias entre el conjunto de consumidores y los no consumidores, siendo la imagen entre el conjunto de consumidores significativamente mejor que la imagen que tiene el colectivo de no consumidores.
 - No obstante, y en términos generales las diferencias más destacadas en dicha imagen las encontramos en las variables que mencionamos a continuación.
 - **La carne que gusta a todos los miembros de la familia.**
 - Es una carne de fácil preparación.
 - Es una carne de alta calidad / premium.
 - La carne de cordero lechal tiene muchas propiedades nutritivas.

IMAGEN DE LA CARNE DE CORDERO LECHAL (P.24)

Base: Total de personas entrevistadas

CORDERO LECHAL	EDAD				
	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 a 74 años
El cordero lechal es una carne sana y saludable	3,9	4,2	4,2	4,3	4,2
Lo encuentro fácilmente en los establecimientos donde realizo las compras	3,6	3,7	4,0	4,2	3,8
Es una carne sostenible (espetuosa con el medio ambiente)	3,5	3,7	3,9	4,1	3,8
La carne de cordero lechal tiene muchas propiedades nutritivas	3,9	4,1	4,0	4,3	4,3
La carne de cordero lechal tiene buena relación calidad-precio	3,4	3,3	3,4	3,3	3,4
Es una carne que gusta a los miembros de su familia	3,8	3,6	3,6	3,5	3,6
Es una carne de fácil preparación	3,9	4,3	4,3	4,4	4,5
Es una carne de alta calidad / premium	4,2	4,2	4,3	4,4	4,2
La carne de cordero lechal se puede preparar de muchas maneras	4,2	4,2	4,4	4,4	4,4

IMAGEN DE LA CARNE DE CORDERO LECHAL (P.24)

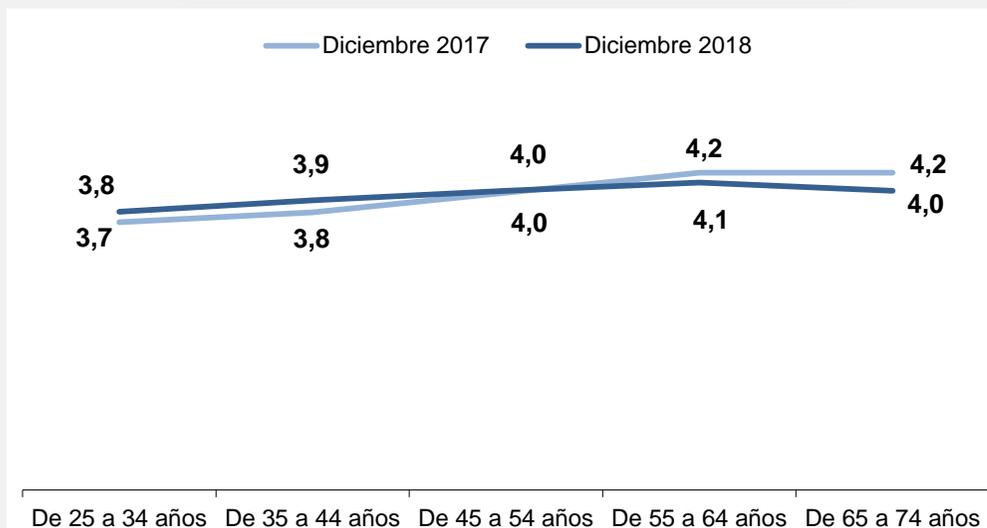
Base: Total de personas entrevistadas

CORDERO LECHAL	CONSUMO DE CORDERO		
	ÚLTIMOS 3 MESES	ÚLTIMO AÑO	NO CONSUMIDORES ÚLTIMO AÑO
El cordero lechal es una carne sana y saludable	4,3	4,2	3,9
Lo encuentro fácilmente en los establecimientos donde realizo las compras	4,1	4,0	3,6
Es una carne sostenible (espetuosa con el medio ambiente)	4,0	3,9	3,5
La carne de cordero lechal tiene muchas propiedades nutritivas	4,4	4,2	3,7
La carne de cordero lechal tiene buena relación calidad-precio	3,5	3,4	3,2
Es una carne que gusta a los miembros de su familia	4,1	4,0	2,8
Es una carne de fácil preparación	4,6	4,4	3,8
Es una carne de alta calidad / premium	4,5	4,4	3,8
La carne de cordero lechal se puede preparar de muchas maneras	4,4	4,4	4,1

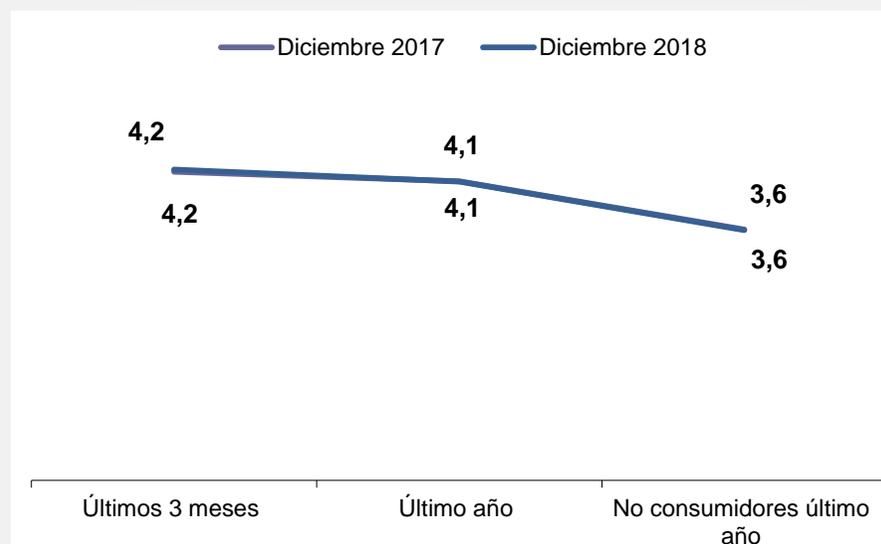
IMAGEN DE LA CARNE DE CORDERO LECHAL (P.24)

Base: Total de personas entrevistadas

EDAD



CONSUMO DE CORDERO



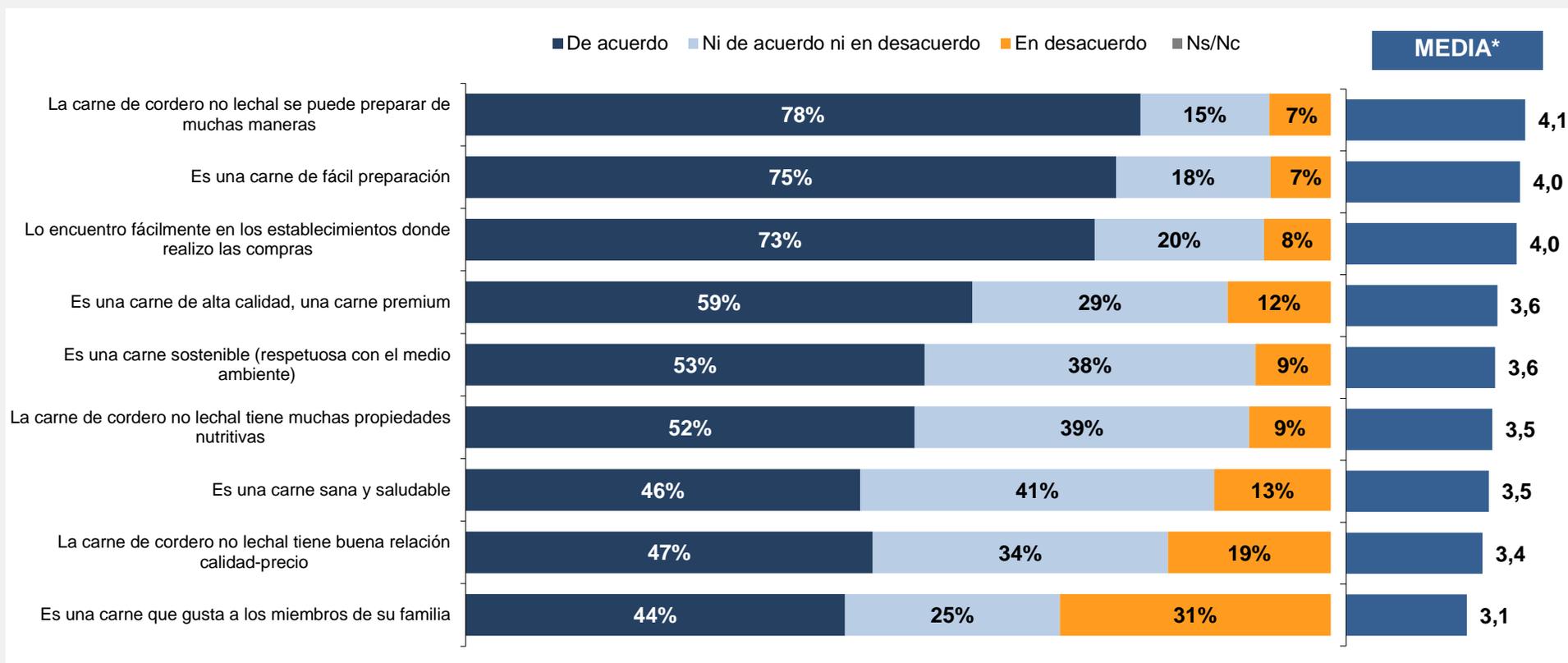
- Al calcular el promedio de las distintas variables consideradas podemos comprobar cómo se pone claramente de relieve las diferencias entre los distintos colectivos.

- Por su lado, el **cordero no lechal** se caracteriza principalmente:
 - **Por su diversidad a la hora de su preparación.**
 - **Por ser una carne de fácil preparación.**
 - **Se encuentra fácilmente en el establecimiento donde se realizan las compras.**
- Sin embargo, los aspectos en los que destaca en menor medida son:
 - Gusta a todos los miembros de la familia.
 - Buena relación calidad-precio.
 - Es una carne sana y saludable.
 - Es una carne con muchas propiedades nutritivas.

B.5. La imagen del cordero

IMAGEN DE LA CARNE DE CORDERO NO LECHAL (P.25)

Base: Total de personas entrevistadas



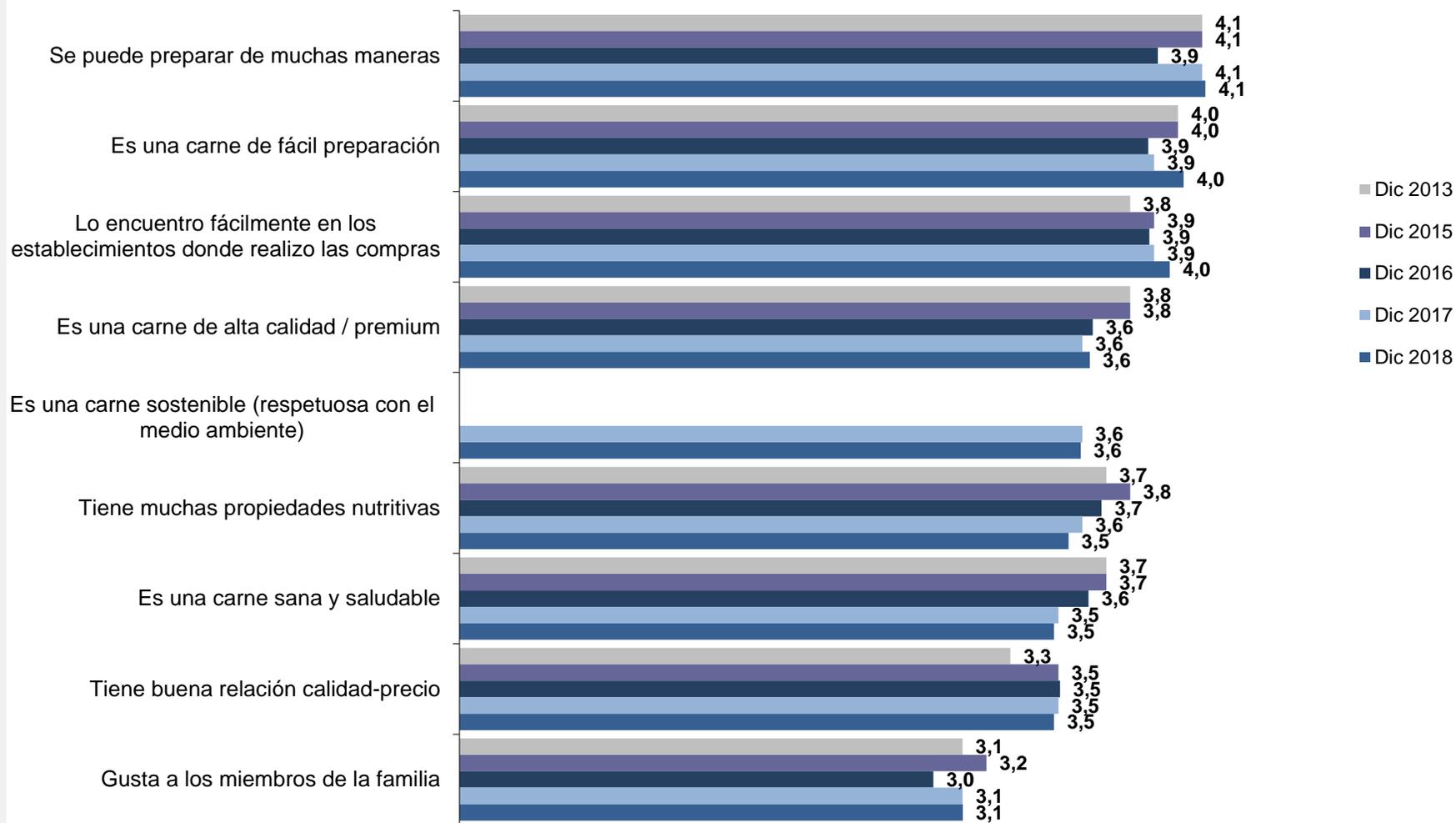
- A pesar de que al cordero no lechal se le atribuye una mayor polivalencia es porque se considera más difícil que guste a todos los miembros de la familia.

* En una escala de 1 "Totalmente en desacuerdo" a 5 "Totalmente de acuerdo"

B.5. La imagen del cordero

IMAGEN DE LA CARNE DE CORDERO NO LECHAL (P.25)

Base: Total de personas entrevistadas



* En una escala de 1 "Totalmente en desacuerdo" a 5 "Totalmente de acuerdo"

- Cuando analizamos la imagen del cordero no lechal segmentando las opiniones en función de las variables edad y frecuencia de consumo:
 - Como ya ocurría en el caso del cordero lechal y dentro de la lógica, las valoraciones otorgadas por el conjunto de consumidores son significativamente más altas que las concedidas por el colectivo de no consumidores.
 - No obstante, registrándose un diferencial mayor entre unos y otros:
 - **Gusta a todos los miembros de la familia.**
 - Carne de fácil preparación.
 - Carne sostenible, respetuosa con el medio ambiente.
- La imagen de este tipo de carne de cordero no es tan favorable como la carne de cordero lechal entre las personas mayores de 64 años.

IMAGEN DE LA CARNE DE CORDERO NO LECHAL (P.25)

Base: Total de personas entrevistadas

CORDERO NO LECHAL	EDAD				
	De 25 a 34 años	De 35 a 44 años	De 45 a 54 años	De 55 a 64 años	De 65 a 74 años
Es una carne de alta calidad / premium	3,5	3,6	3,6	3,8	3,6
Es una carne de fácil preparación	3,8	3,9	4,0	4,4	4,1
Se puede preparar de muchas maneras	4,0	3,9	4,1	4,3	4,6
Es una carne sana y saludable	3,4	3,5	3,4	3,6	3,5
Tiene muchas propiedades nutritivas	3,3	3,6	3,6	3,7	3,3
Lo encuentro fácilmente en los establecimientos donde realizo las compras	3,8	3,9	4,1	4,1	3,9
Gusta a los miembros de la familia	3,2	3,1	3,0	3,1	3,0
Tiene buena relación calidad-precio	3,4	3,4	3,4	3,3	3,3
Es una carne sostenible (respetuosa con el medio ambiente)	3,4	3,5	3,6	3,9	3,5

IMAGEN DE LA CARNE DE CORDERO NO LECHAL (P.25)

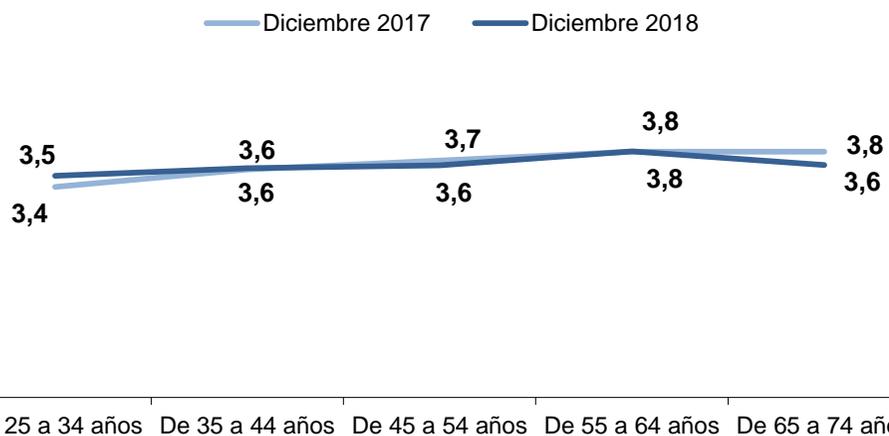
Base: Total de personas entrevistadas

CORDERO NO LECHAL	CONSUMO DE CORDERO		
	ÚLTIMOS 3 MESES	ÚLTIMO AÑO	NO CONSUMIDORES ÚLTIMO AÑO
Es una carne de alta calidad / premium	3,8	3,7	3,5
Es una carne de fácil preparación	4,3	4,2	3,6
Se puede preparar de muchas maneras	4,4	4,2	3,8
Es una carne sana y saludable	3,7	3,6	3,2
Tiene muchas propiedades nutritivas	3,7	3,6	3,3
Lo encuentro fácilmente en los establecimientos donde realizo las compras	4,2	4,1	3,7
Gusta a los miembros de la familia	3,6	3,4	2,2
Tiene buena relación calidad-precio	3,5	3,5	3,1
Es una carne sostenible (respetuosa con el medio ambiente)	3,8	3,7	3,2

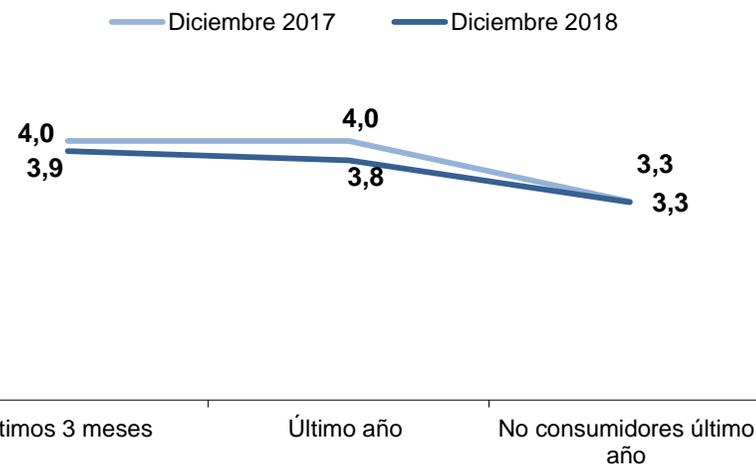
IMAGEN DE LA CARNE DE CORDERO NO LECHAL (P.25)

Base: Total de personas entrevistadas

EDAD



CONSUMO DE CORDERO



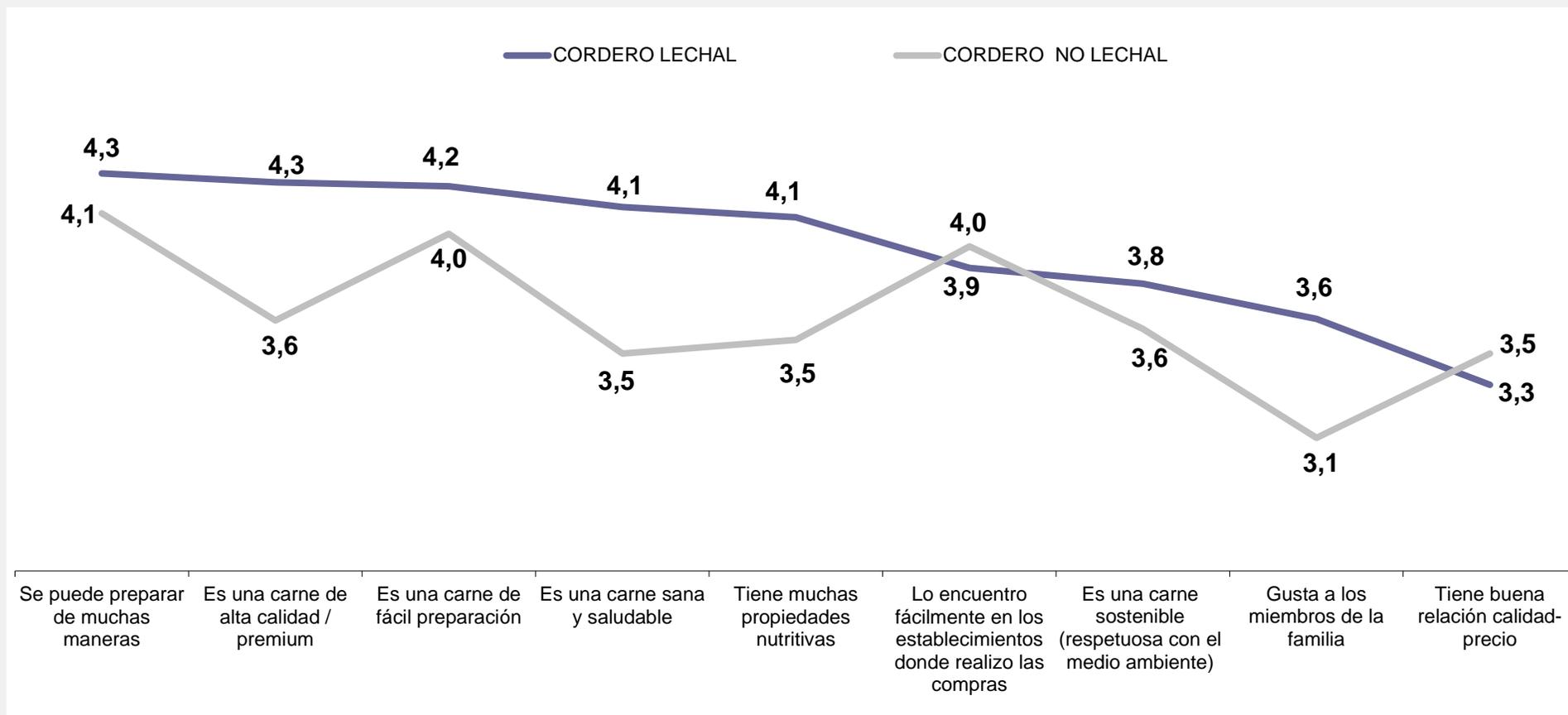
- El promedio de las distintas variables que hemos medido pone de manifiesto la heterogeneidad de la percepción del cordero no lechal.

- El cordero lechal y el no lechal comparten perfil de imagen en una parte de las variables contempladas, si bien podemos encontrar diferencias entre ambas tipologías.
 - El cordero lechal tiene una imagen mayor de carne Premium, de calidad.
 - Mientras que el cordero no lechal destaca ligeramente por su "universalidad" y "accesibilidad".

B.5. La imagen del cordero

IMAGEN COMPARADA DE CORDERO LECHAL Y NO LECHAL*

Base: Total de personas entrevistadas



- Una vez más nos encontramos con un perfil diferenciado entre los dos productos.

* En una escala de 1 "Totalmente en desacuerdo" a 5 "Totalmente de acuerdo".

- B.1. Hábitos de compra y de consumo de carne fresca
- B.2. Estructuración del consumo de cordero
- B.3. Hábitos de compra y de consumo de cordero
- B.4. La imagen del cordero
- B.5. Predisposición de compra**

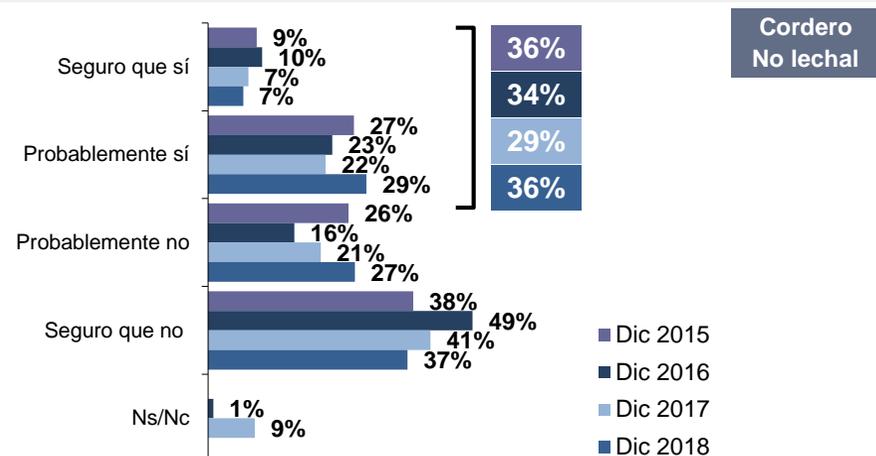
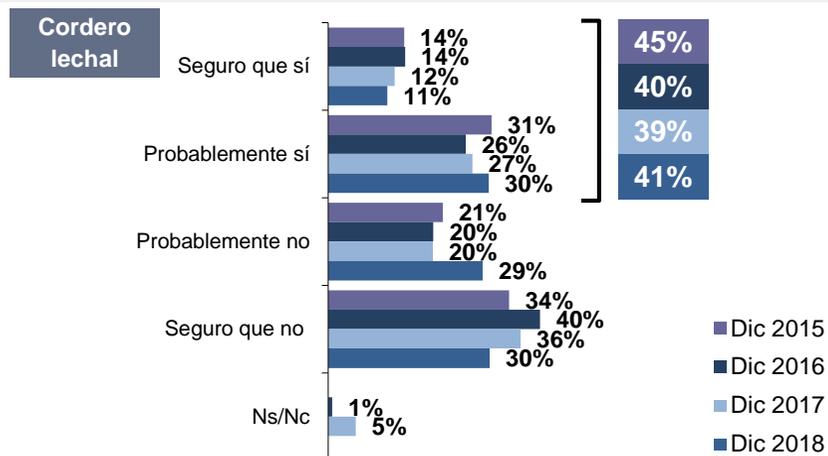


- A continuación analizamos el impacto sobre la predisposición a la compra de una mayor disponibilidad en tiendas y la existencia de nuevos cortes.
- Se establecen claras diferencias en cuanto a la predisposición de compra entre la carne de cordero lechal y no lechal:
 - Se mantiene la predisposición de compra de la carne de cordero lechal respecto a las tomas de datos precedentes, mientras que se incrementa respecto al cordero no lechal.
 - Los grupos de edad más jóvenes son ligeramente más sensibles a estos cambios.
- Se confirma que los nuevos cortes son la mejor manera de atraer a aquellos que no son consumidores actuales.

B.5. Predisposición de compra

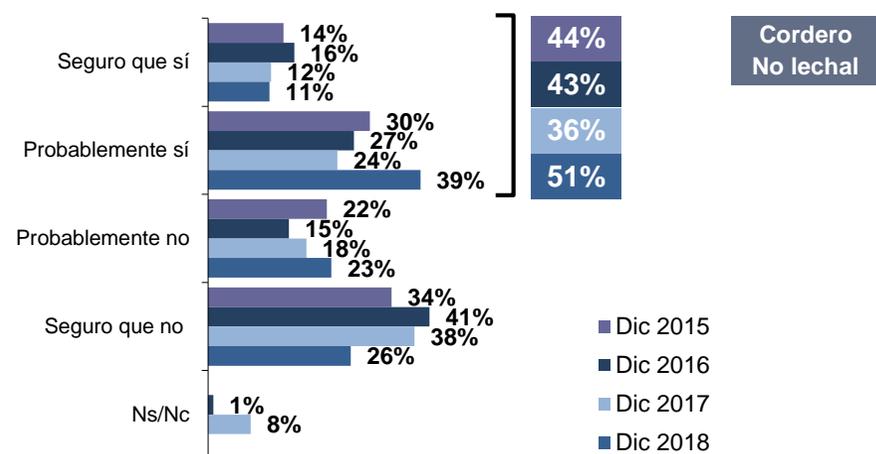
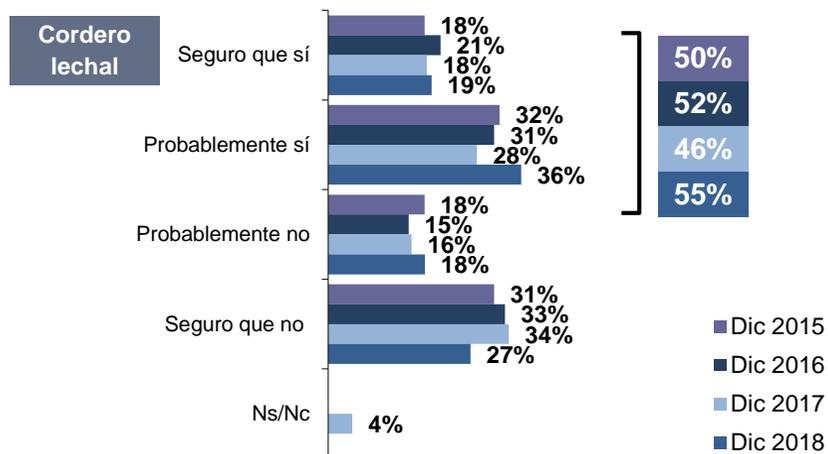
¿SE INCREMENTARÍA SU CONSUMO SI ESTUVIESE MÁS DISPONIBLE EN LOS ESTABLECIMIENTOS EN LOS QUE HABITUALMENTE COMPRA LA CARNE? (P.38/P.40)

Base: Total de personas entrevistadas



¿SE INCREMENTARÍA SU CONSUMO SI SE OFRECIESEN MÁS FORMAS DE PRESENTACIÓN COMO POR EJEMPLO FILETE SIN HUESO, CARNE TROCEADA PARA GUISAR, CARNE PICADA, ETC.? (P.39/P.41)

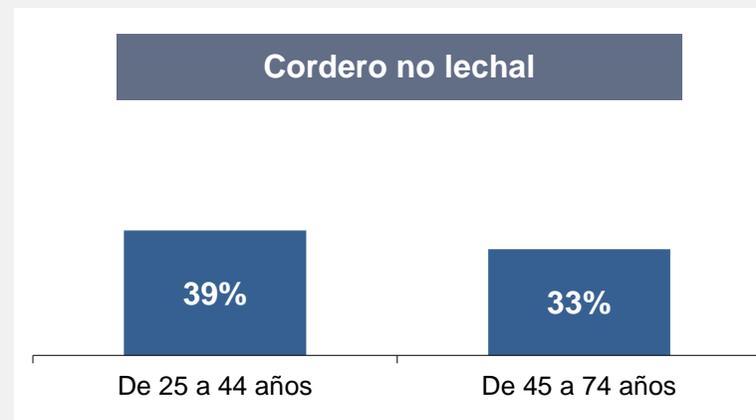
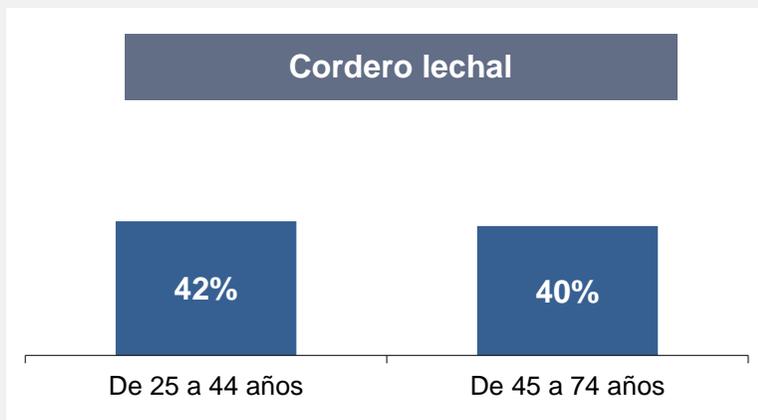
Base: Total de personas entrevistadas



B.5. Predisposición de compra

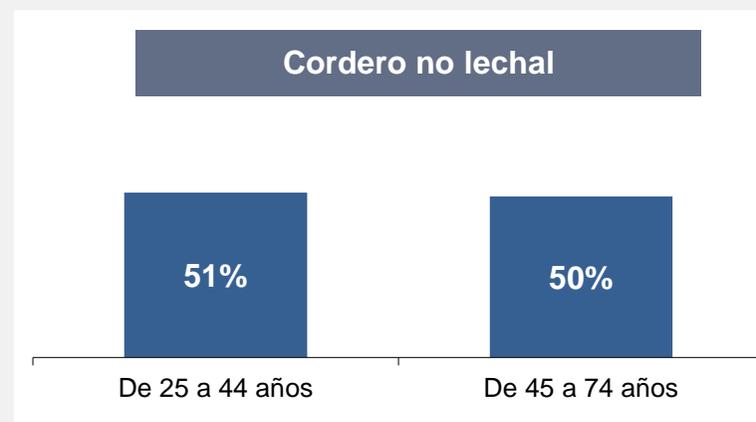
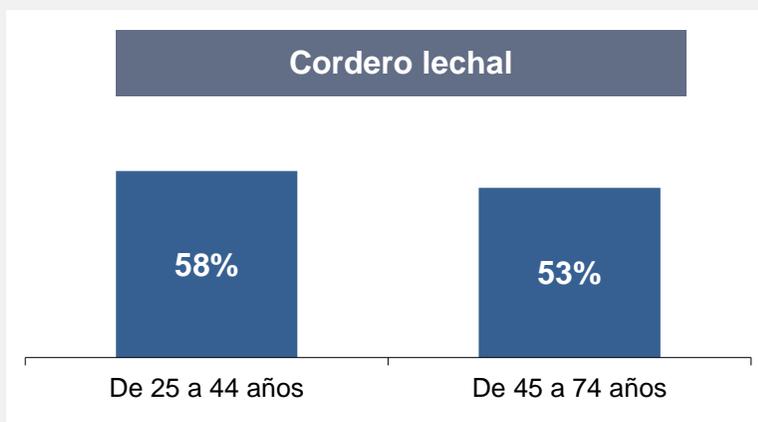
¿SE INCREMENTARÍA SU CONSUMO SI ESTUVIESE MÁS DISPONIBLE EN LOS ESTABLECIMIENTOS EN LOS QUE HABITUALMENTE COMPRA LA CARNE? (P.38/P.40)*

Base: Total de personas entrevistadas



¿SE INCREMENTARÍA SU CONSUMO SI SE OFRECIESEN MÁS FORMAS DE PRESENTACIÓN COMO POR EJEMPLO FILETE SIN HUESO, CARNE TROCEADA PARA GUISAR, CARNE PICADA, ETC.? (P.39/P.41)

Base: Total de personas entrevistadas

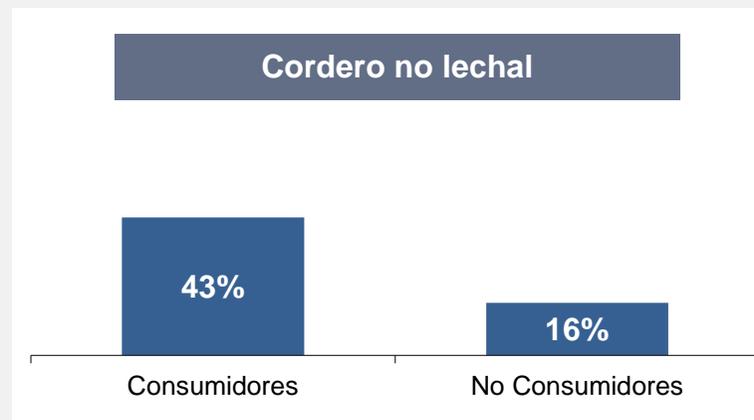
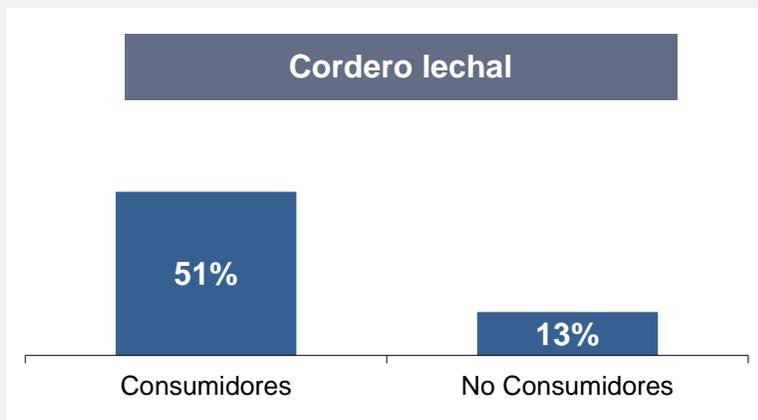


* Seguro que sí + probablemente sí.

B.5. Predisposición de compra

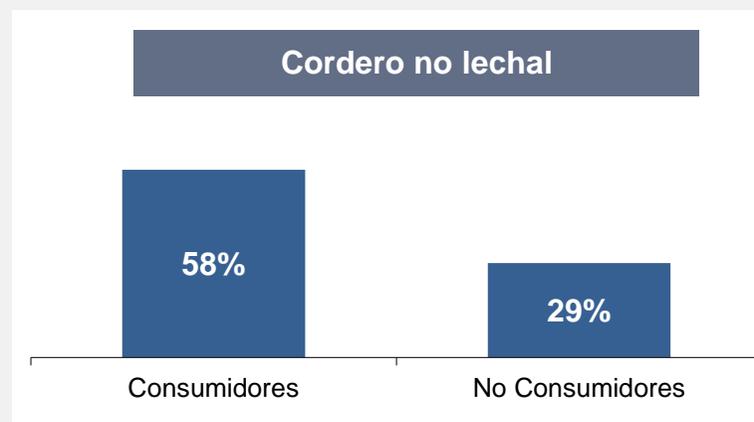
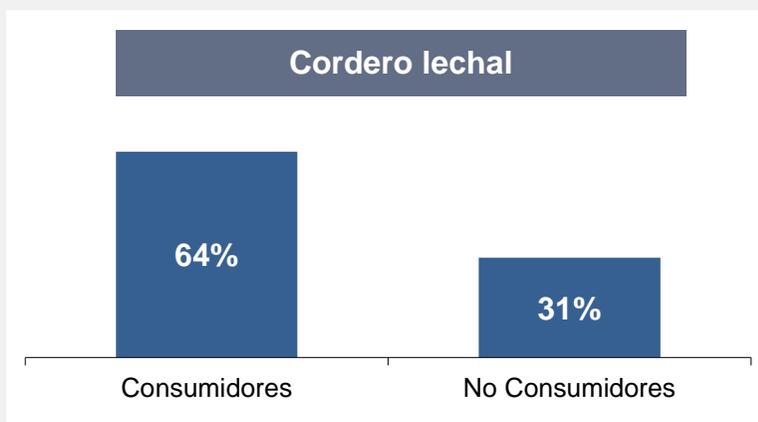
¿SE INCREMENTARÍA SU CONSUMO SI ESTUVIESE MÁS DISPONIBLE EN LOS ESTABLECIMIENTOS EN LOS QUE HABITUALMENTE COMPRA LA CARNE? (P.38/P.40/)

Base: Total de personas entrevistadas



¿SE INCREMENTARÍA SU CONSUMO SI SE OFRECIESEN MÁS FORMAS DE PRESENTACIÓN COMO POR EJEMPLO FILETE SIN HUESO, CARNE TROCEADA PARA GUISAR, CARNE PICADA, ETC.? (P.39/P.41/)

Base: Total de personas entrevistadas



* Seguro que sí + probablemente sí.

ESTABILIDAD EN
ELPORCENTAJE DE
CONSUMIDORES

- ✓ En el último año el cordero ha entrado en el 73% de los hogares españoles, fue del 74% en 2017.
- ✓ El objetivo, no varía, no debe ser tanto el incremento de la penetración sino el aumento en la frecuencia de consumo.

QUE SE
CONCENTRAN EN
MAYOR MEDIDA EL
CORDERO LECHAL

- ✓ El cordero lechal es el preferido del consumidor español.
- ✓ 6 de cada 10 compradores manifiestan comprarlo preferentemente y el 40% del total hacerlo de forma exclusiva.
- ✓ No obstante, se ha incrementado en el último año el consumo de cordero no lechal, pasando del 29% al 35%.
- ✓ Un 19% ha consumido cabrito en el último año al menos una vez.

EL CONSUMO DE CORDERO ESTÁ CONDICIONADO POR LA EDAD

- ✓ El consumo de cordero muestra una notable heterogeneidad en función de la edad de las responsables de compra, aunque se marca una tendencia clara a un mayor consumo a medida que se incrementa la edad de las personas responsables de compra.
- ✓ El dato de consumo en el último trimestre es considerablemente menor en hogares con responsables de compra menores de 45 años en comparación con los hogares con responsables de compra mayores de esa edad.

LA ORGANOLÉPSIA: UN ASPECTO DETERMINANTE JUNTO CON EL PRECIO

- ✓ El sabor del producto es aquella variable que condiciona tanto el consumo como el no consumo del producto y que condiciona más el consumo del cordero no lechal.
- ✓ El precio es una variable que también juega en contra del producto, más acusadamente en el caso del cordero lechal.

EL CORDERO, DE ESPAÑA...

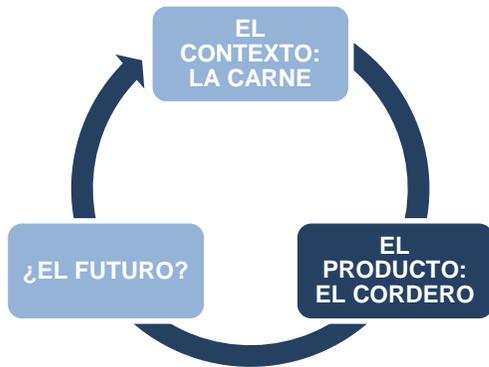
- ✓ El origen no es solo una variable a la cual se concede un elevado nivel de importancia, sino que tiende a incrementarse.
- ✓ El producto nacional continúa gozando de las preferencias del mercado, al tiempo que tener en cuenta que tres de cada cuatro consumidores de carne de cordero manifiestan que el origen del cordero está presente en el etiquetado.

LOS NUEVOS
FORMATOS COMO
ELEMENTO
DIRECTRIZ PARA
INCREMENTAR EL
MERCADO DEL
CORDERO

- ✓ El cordero, por su sabor diferencial, se asocia a preparaciones laboriosas, se vincula a fiesta, a celebración. Todos estos aspectos, unidos a la percepción de precio elevado y ser no del todo saludable, condiciona su consumo frecuente y se circunscribe a momentos determinados.
- ✓ A partir de aquí, los nuevos formatos de la carne de cordero tendría como objetivos:
 - ✓ Ampliación del mercado, acercando la carne de cordero a las personas de menores de 45 años.
 - ✓ Incrementar la frecuencia de consumo de la carne de cordero.

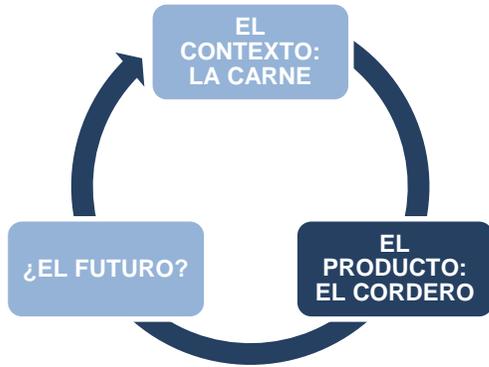
C. – CONSIDERACIONES FINALES



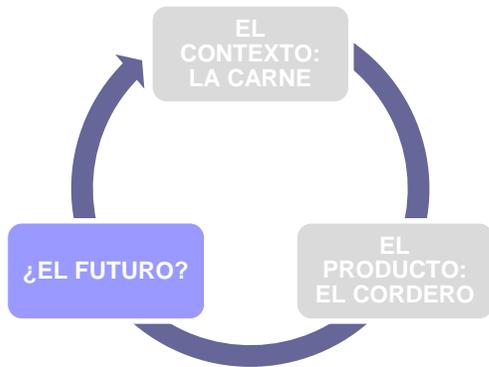


- ✓ En el cordero confluyen los condicionantes vinculados a la carne y además tiene que enfrentarse a aspectos que dificultan su comercialización:
 - ✓ Su organolépsia “con carácter”, más el cordero no lechal.
 - ✓ La asociación a precio elevado, en mayor medida el cordero lechal.
 - ✓ El desconocimiento de las posibilidades de consumo que ofrece.
 - ✓ El propio desconocimiento del producto, de sus características.
 - ✓ Un consumo más vinculado a ocasiones especiales y lejano del día a día.
 - ✓ Permanece alejado del colectivo más joven.

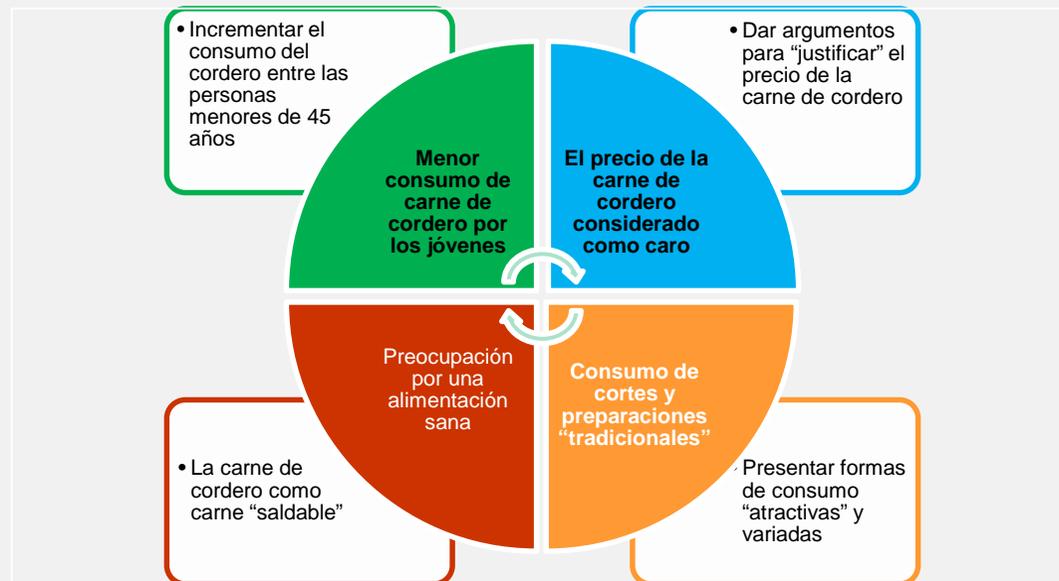
- ✓ A pesar de esto:
 - ✓ Se ha consumido el último año en 7 de cada diez hogares españoles.
 - ✓ Y en 5 de cada 10 en los últimos 3 meses.
 - ✓ Se ha incrementado el consumo de cordero no lechal.
 - ✓ La imagen del cordero sigue sin verse afectada en exceso por la dinámica que afecta al conjunto de la categoría “carne”.

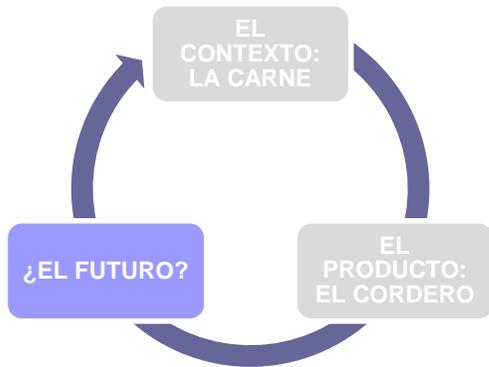


- ✓ El comprador no solo valora la procedencia del cordero, sino que se incrementa esta valoración, mostrando de nuevo una muy destacada preferencia por el nacional.
- ✓ Continúa apreciándose una importante aceptación ante iniciativas vinculadas a incrementar la oferta de productos y su presencia en la distribución por parte del consumidor final.
- ✓ La distribución a su vez, es permeable y de hecho demanda acciones de promoción de la carne de cordero.

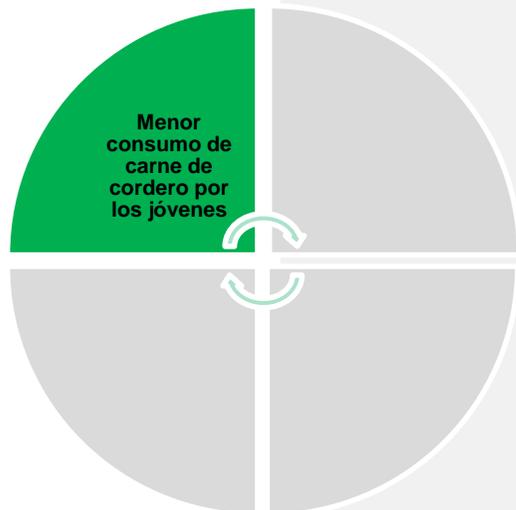


✓ El consumo de la carne de cordero está condicionados por los siguientes ejes

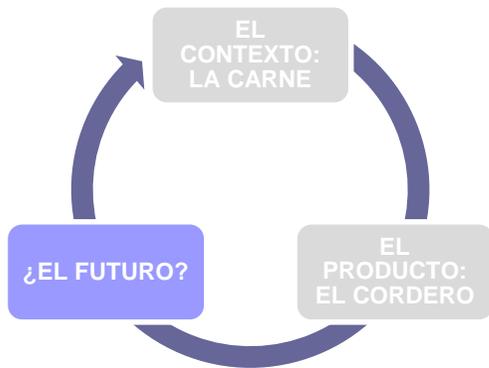




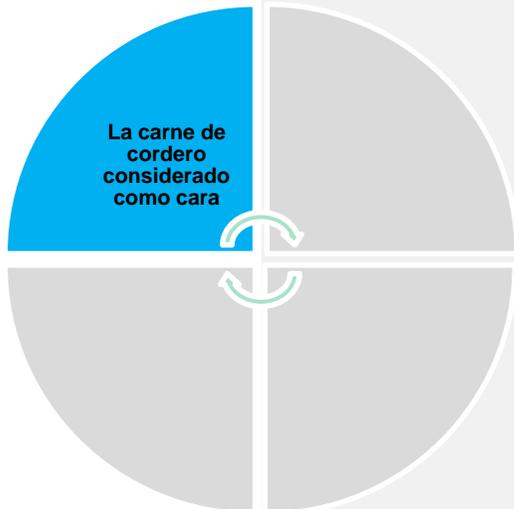
✓ ¿Cómo se puede hacer frente a cada uno de estos ejes?, ¿Cómo se podría incrementar el consumo de la carne de cordero entre las personas más jóvenes?



- Incidir en la **sostenibilidad** del carne de cordero, para enlazar con una de las preocupaciones generales de la gente joven.
- Poner de relieve que estamos ante una **carne "saludable"** (especialmente en relación con el cordero lechal).
- Seguir haciendo hincapié en **determinados cortes y preparaciones** (hamburguesas, pinchos) que acerquen el producto a este colectivo.



✓ ¿Cómo se puede hacer frente a cada uno de estos ejes?, ¿Cómo se podría “minimizar” la percepción de la carne de cordero como carne de precio elevado.?

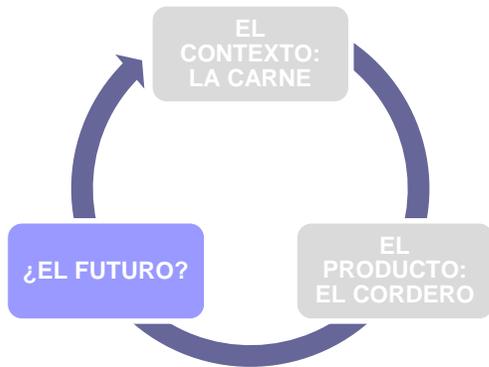


- La **sostenibilidad** de la carne de cordero como un elemento que “justifique” su precio.

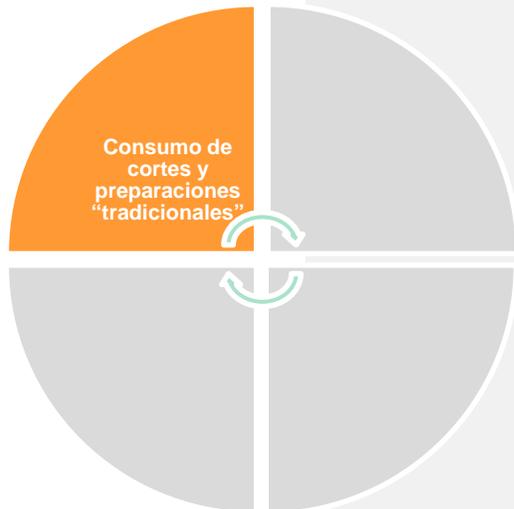
-La percepción de que estamos ante una **carne premium**, de calidad.

-El **origen nacional del producto**, como un forma de apoyo a los productores nacionales.

-La promoción de **otros cortes y otras preparaciones** con un precio más “accesible”. Incluso del cordero no lechal.



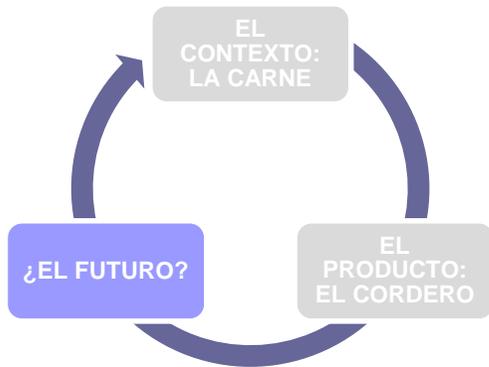
✓ ¿Cómo se puede hacer frente a cada uno de estos ejes?, ¿Cómo sacar al cordero de un consumo "tradicional"?



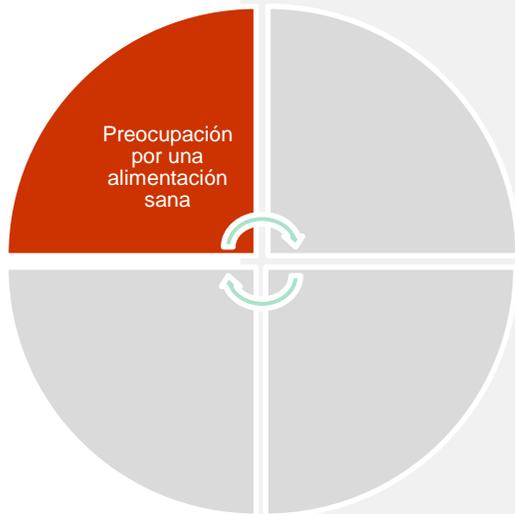
- La **promoción de nuevos cortes y preparaciones** que "saquen" a los consumidores de carne de cordero de las formas y consumos del cordero "tradicionales" y que **incrementen su frecuencia de consumo de la carne de cordero**.

- La **promoción de nuevos cortes y preparaciones para atraer a los no consumidores** a la carne de cordero.

- Para ello es muy conveniente contar con el **apoyo de los carniceros**, no solo para que oferten esos nuevos cortes, sino para que los recomienden



✓ ¿Cómo se puede hacer frente a cada uno de estos ejes?, ¿Cómo poner de relieve que el cordero puede ser una carne a incorporar en una alimentación saludable.?



- Poner de relieve que la carne de cordero es una carne presente en la **dieta mediterránea**.
- Es una carne que debería estar presente **en la dieta variada y saludable**.
- La carne de cordero es **una carne nutritiva**, lo que acerca esta carne a colectivos como niños, deportistas...