

MODAS EN EL QUESO Y  
TENDENCIAS DE  
NECESIDADES DE LOS  
POSIBLES CLIENTES

Teruel 16 / 03 / 22

# Innovación

- Se entiende por *innovar* : *Mudar o alterar algo, introduciendo novedades*
- El sector quesero es muy tradicional , y poco propenso a las innovaciones .
- Aprovecha la innovaciones de otros sectores para desarrollarlas posteriormente .
- Las principales innovaciones se aplican a procesos dentro de las instalaciones .

# CONSUMO DE QUESO EN ESPAÑA

- **El incremento del consumo de queso por parte de los hogares españoles continúa en el 2020 con una variación favorable de 12% con respecto al año 2019, mejorado además por una subida también de un 1,6% del precio medio, que cerró en 7,62€ por kilo.**

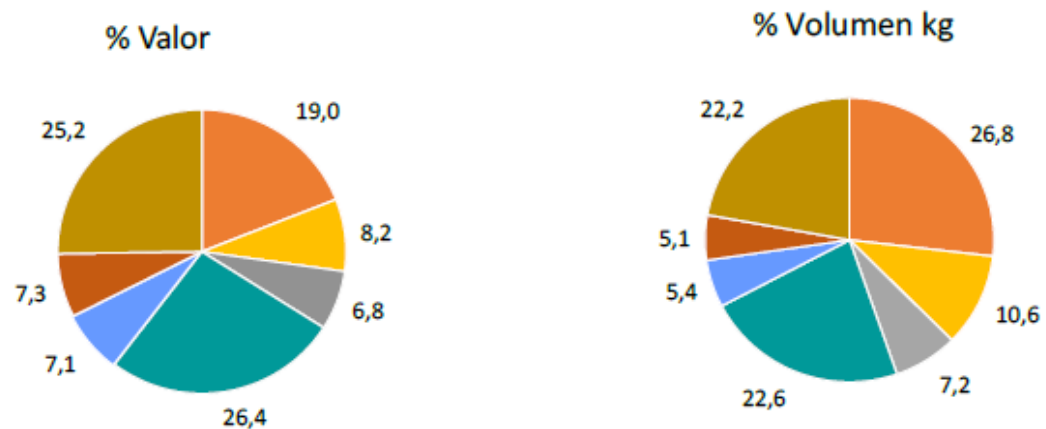
# consumo

- Para la compra de quesos los hogares invierten un 3,91 % del presupuesto asignado para la compra la alimentación y bebidas, lo cual implica un gasto aproximado por persona de 67,03 € al año, un 14,8 % más con respecto al año anterior.
- El consumo per cápita en el año es de 8,80 kilos de queso, cantidad superior en un 12,8 %, el equivalente a realizar una ingesta de 1 kilo más por persona y año.



- El perfil consumidor de queso se corresponde con un hogar con presencia de hijos ya sean pequeños, medianos o mayores, donde el responsable de las compras tiene una edad comprendida entre los 35 y los 49 años y podría clasificarse como de clase alta y media.
- El consumo de queso en Aragón es de 7,6 Kg por habitante y año, un kilo por debajo de la media nacional.

## Importancia por tipos de queso



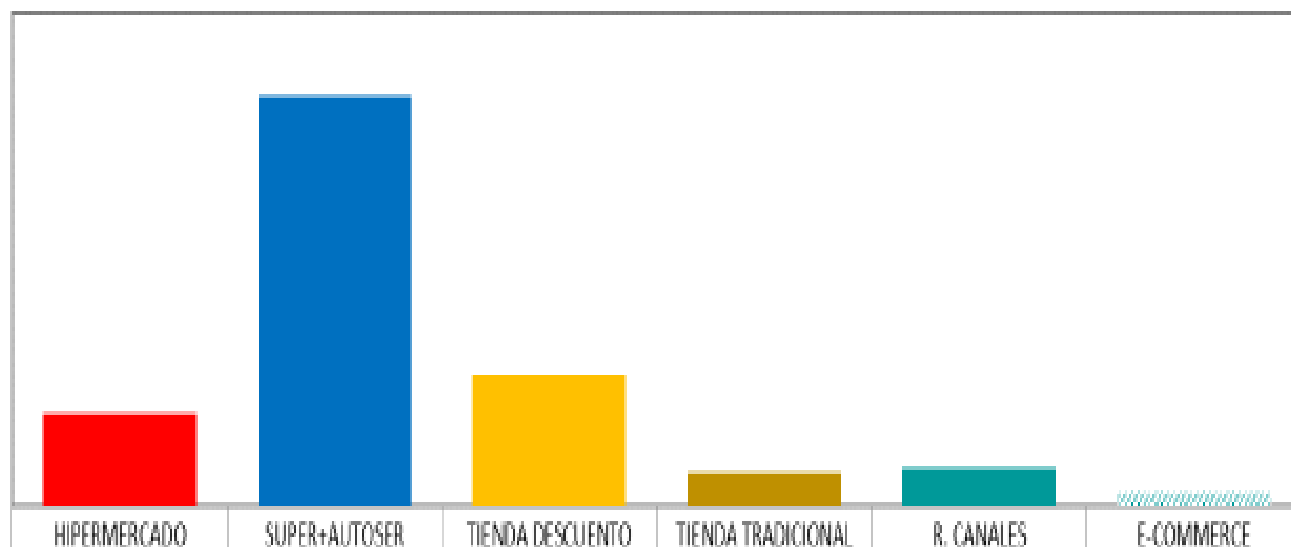
% Evolución 2020 vs 2019	Valor	Volumen
<b>QUESO</b>	15,0 %	13,0 %
<b>QUESO FRESCO</b>	12,9 %	10,7 %
<b>QUESO FUNDIDO</b>	9,5 %	9,8 %
<b>QUESO TIERNO</b>	17,4 %	18,9 %
<b>QUESO SEMICURADO</b>	12,0 %	9,4 %
<b>QUESO CURADO</b>	16,8 %	14,8 %
<b>QUESO OVEJA</b>	9,0 %	6,2 %
<b>RESTO QUESO</b>	23,0 %	21,4 %

## Consumo per cápita de los tipos de queso

	Consumo per cápita (kg)	
	2019	2020
<b>QUESO</b>	<b>7,80</b>	<b>8,80</b>
QUESO FRESCO	2,14	2,36
QUESO FUNDIDO	0,85	0,94
QUESO TIERNO	0,53	0,63
QUESO SEMICURADO	1,83	1,99
QUESO CURADO	0,42	0,48
QUESO OVEJA	0,42	0,45
RESTO QUESO	1,61	1,95

# Canales

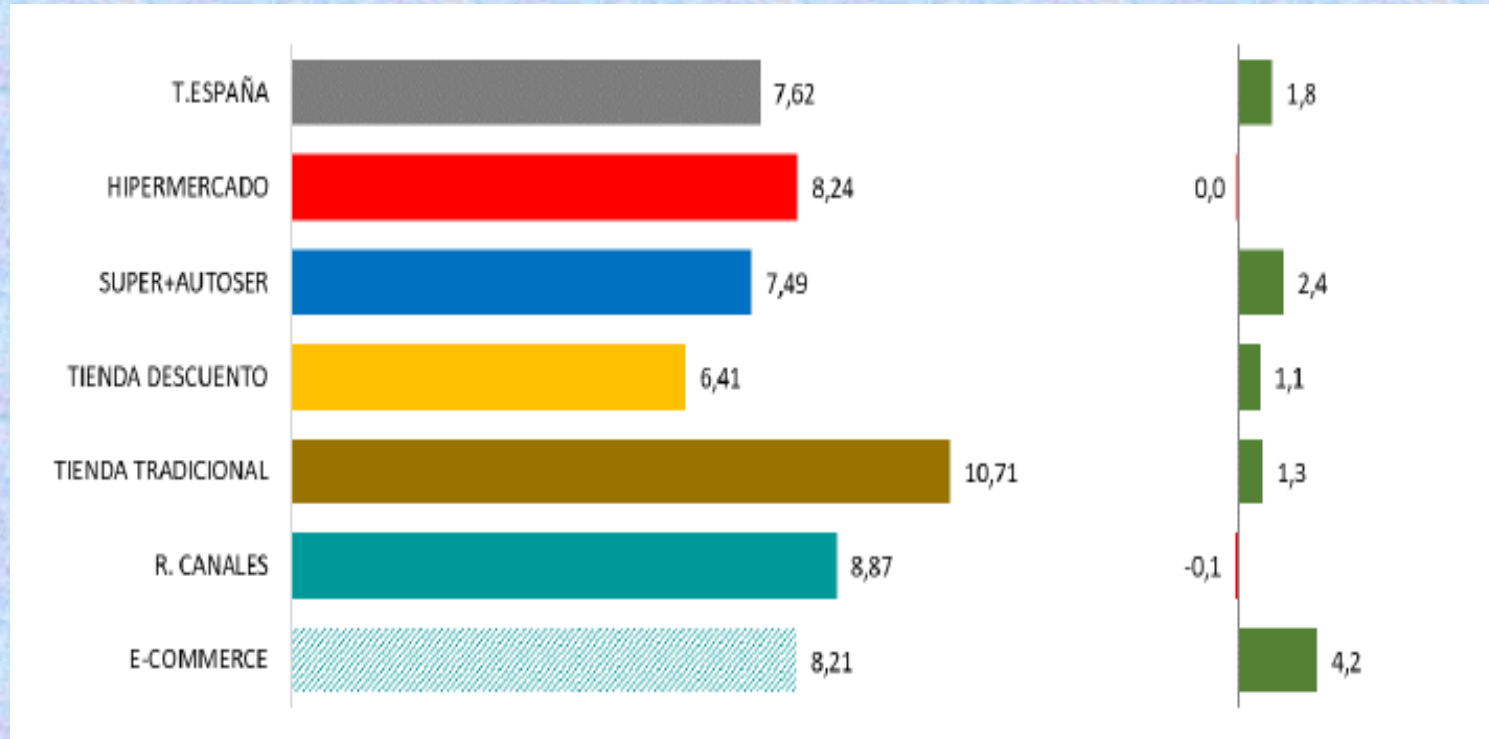
## % Distribución y % evolución en volumen por canales (2020 vs. 2019)



% Volumen por canal	13,1	58,1	18,4	4,8	5,5	1,8
% Evolución volumen (kg)	7,8	11,1	16,2	20,3	34,1	69,4



# Precio



# Tendencias a nivel mundial

- Incremento del valor del queso:
  - Los consumidores se fijarán en el precio para elegir , hay que proponer sabores más intensos, nuevas experiencias , mayor calidad ; productos con “Marca”

Moda Flexitariana : vegetarianos/ veganos flexibles ; buscan productos de más calidad , más nutritivos, más saludables. Mezclas con productos vegetales

# Tendencias

- Hay consumidores que se plantean reducir el consumo de queso por cuestiones medioambientales , hay que explicar con bases científicas que se usan criterios renovables y que se compensa el impacto causado por las actividades
- El 54 % de los consumidores se interesa por los ingredientes y su posible relación con la “salud e inmunidad “

# Innovaciones 2020

- En Europa se han centrado en nuevas recetas naturales con interés en aspectos nutritivos
- Los consumidores muestran interés por productos con mayor contenido nutritivo y más cercanos al concepto natural

# SEGMENTOS MOTORES

- QUESOS DE TEMPORADA
- Aperitivos / Tapas
- Cabra
- Oveja
- Loncheados / Porciones
- Bio



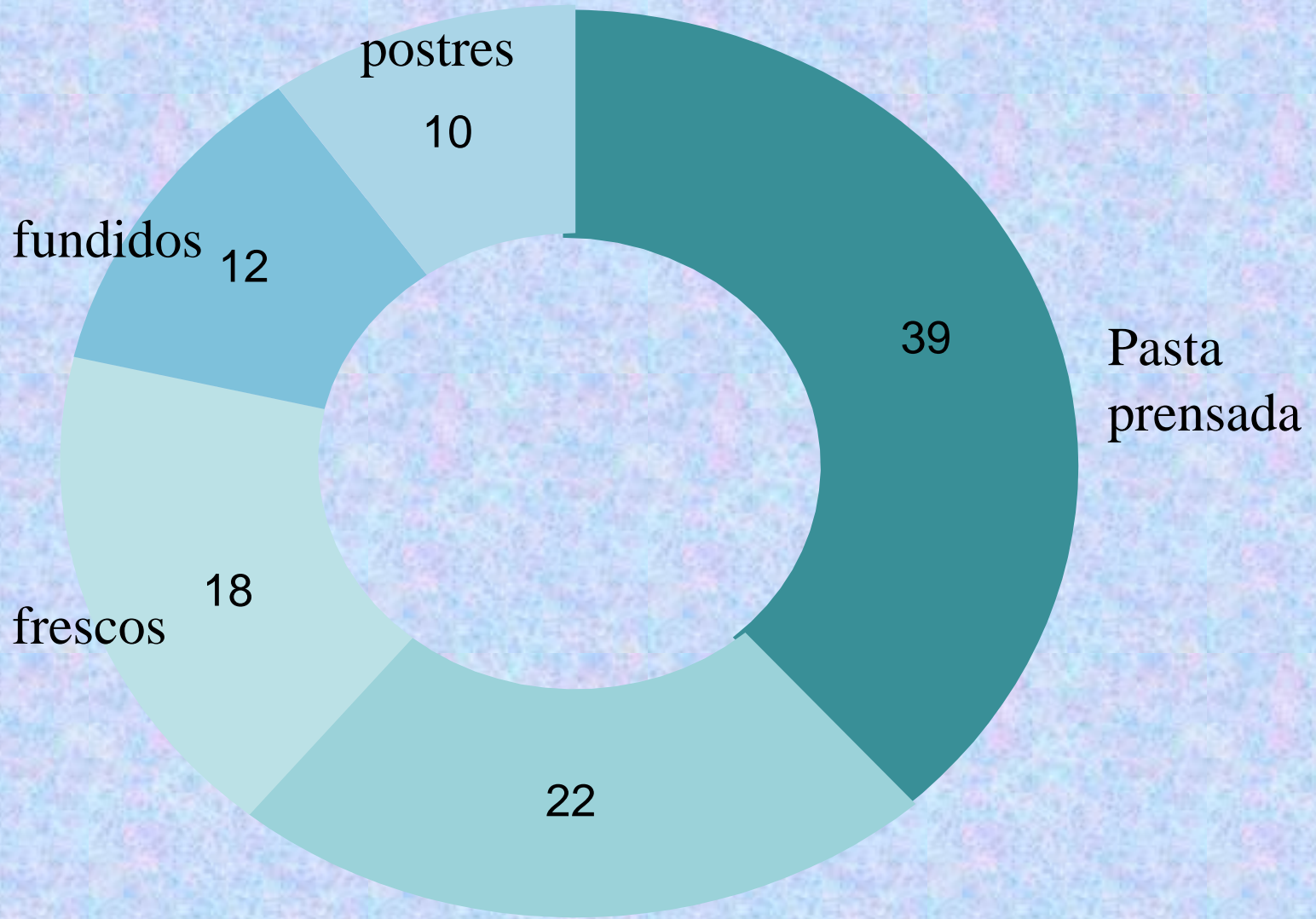
# SEGMENTOS A DINAMIZAR

- Pastas Blandas
- Pasta prensada en porciones
- Rallados
- Infantil

# INNOVACIÓN

- Practicidad : Aperitivos , precortados , para cocer
- Placer : Suavidad , ligereza , textura de producto más fundente , más untuoso. Recetas que guardan el sabor y la tradición
- Salud : una de cada cinco innovaciones está unida a una promesa nutricional .

# LANZAMIENTOS EN EUROPA



Pasta Blanda

Region	1. LIGERO / BAJO EN GRASA	2. FUENTE DE PROTEÍNAS	3. Bio	4. SIN ADITIVOS / NI CONSERVANTES	5. REFUERZA HUESOS	6. SIN GLUTEN	7. SIN AZUCAR AÑADIDO	8. Formula Vitaminas / minerales	9. SIN LACTOSA	10. NATURAL
ESPAÑA	13%	11%*	3%	14%	2%	4%		2%*	2%*	2%
PORTUGAL	13%*	8%	2%*	3%*		9%	1%*		11%*	3%*
FRANCIA	13%	15%*	56%*	16%*	3%*	5%*		4%	8%	
INGLATERRA	13%	11%*	3%	14%	2%	4%		2%*	2%*	2%
IRLANDA	12%	7%*	2%	20%	4%	5%	2%		4%*	4%
EUROPA	7%	7%*	7%*	10%	1%	8%	1%	1%	10%*	4%

**Ethique**

**Praticité**

**Suitable for**

**Plus**

Ethical packaging 56%

Packaging pratique  
33%

**Sans**

Faible/non/réduit  
gras 11%

Sans gluten 10%

Végétarien 10%

Sans lactose 8%

Élevé/source de  
protéines 9%

Digestif/  
santé  
intestinale 7%

**Naturel**

Bio 9 %



**Practicidad**

**Salud**



**Uso inmediato**

**Receta tradicional**

# Los envases “re” – utilizables, - sellables, -llenables



- Más relacionado con la practicidad a la hora del consumo, evitando la degradación de los productos que no se consumen en el momento de abrir el envase, se encuentran los envases **resellables**, muy habituales en algunas categorías de productos como los quesos.

# ENVASES

- .

- Envase Cloche Saveur de plástico micro-aireado que conserva el producto durante más tiempo y regula la maduración del queso controlando asimismo los olores en el frigorífico. El producto se debe mantener en refrigeración.





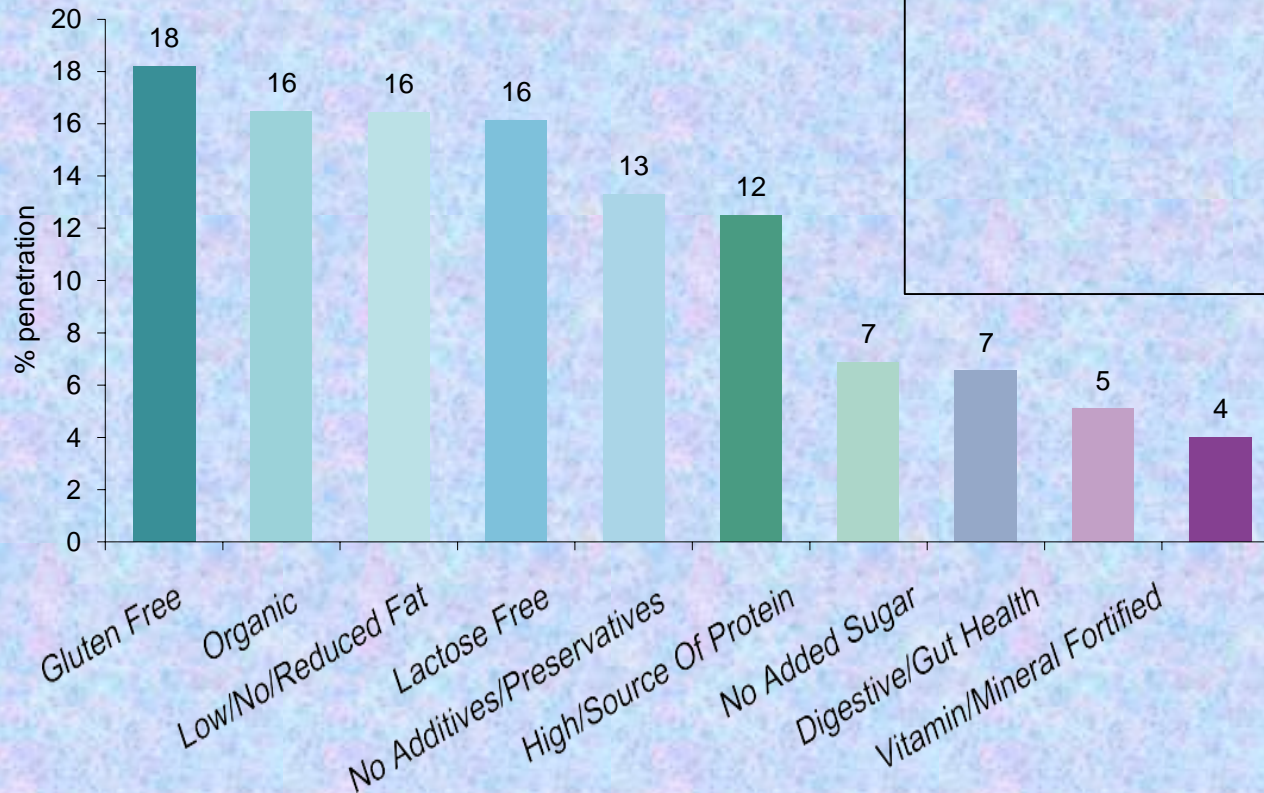
# tecnología IQF (Individually Quick Frozen)

- La tecnología IQF facilita la manipulación de los quesos para su consumo. Los quesos se cortan y se congelan a  $-20\text{ }^{\circ}\text{C}$  individualmente lo que hace que no se peguen los unos a los otros y que su manipulación sea cómoda. Al mismo tiempo, una vez descongelado el producto, el sabor y la textura es idéntica a la de un producto fresco.



# ALEGACIONES SALUD

Les 10 principales allégations de santé en Europe (2016-2020)





La ausencia de conservantes es la alegación más recurrente y el crecimiento de productos BIO



Queso Bio de cabra

Lonchas de queso Bio  
y sin conservantes

La alegación “rico en proteínas “  
Es la que más crece



Las alegaciones  
“Sin “ son  
recurrentes

# DIETA



- Tras un cierto retroceso han vuelto los productos light
- Mismo sabor con menos “grasa”

50 % menos grasa



# SALUD

- Enriquecido con Esteroles Vegetales
- Colesterol



# Presentaciones

- Formatos
  - Barra
  - Queso 1 Kg
  - Queso ½ Kg
  - Cuñas
  - Loncheado
  - Rallado
  - Taqueado



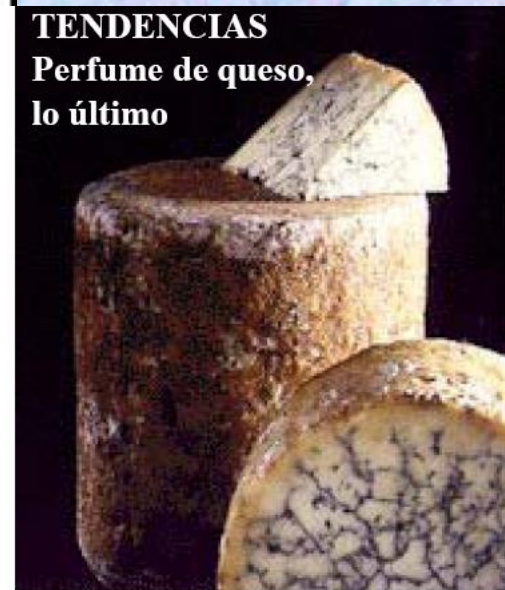


# Novedades



# Extensión de gama

- Productos frescos , queso , yogurt
- Platos preparados o intermedios
- Ensaladas , sandwich, bocadillos .
- Desarrollos a partir de subproductos , nata , suero , requesón.
- Tartas , postres , productos industriales , etc..



**TENDENCIAS**  
Perfume de queso,  
lo último

**Cat Deeley**  
*"Eau de Stilton"*



# CONCLUSIONES

- La demanda de productos lácteos es estable en Europa , con una gran presencia de posicionamientos « responsables » y de practicidad que responden a una preocupación creciente por el impacto ambiental , la forma de producción y el consumo de productos locales.

# Conclusiones

- Las principales alegaciones de salud están ligadas a las alegaciones pasivas « SIN »
- Corresponde con un número importante de consumidores que optan por productos sanos y dietas equilibradas adaptadas a las necesidades individuales
- Conviene remarcar el crecimiento de productos BIO y naturales , sin aditivos ni conservantes que la mayor parte de los consumidores asocian con una alimentación más sana y respetuosa con el medio ambiente.



# ¡ GRACIAS POR LA ATENCIÓN !

