

Nuevas oportunidades en el mercado para los productores de la ganadería extensiva

Luis Miguel Albisu
lmalbisu@aragon.es

Índice de presentación

1. Épocas de cambios y sus consecuencias
2. El mercado de la carne en los últimos 5 años
3. La valoración de los productos
4. Cambios en el consumo de alimentos en los últimos años de estrecheces económicas
5. Cómo tratar de afrontar las nuevas circunstancias en la ganadería extensiva

1. Épocas de cambios y sus consecuencias

- **Rápidos cambios:** una de las principales características de los tiempos modernos
- **Pueden ser negativos o positivos**
- **Negativos crean alarma**
- **Positivos hacen perder posibilidades**
- **Actuales momentos negativos**
- **Posibilidades positivas**

1. Épocas de cambios y sus consecuencias

- **Reconsideraciones desde la producción a la venta**
- **Pensar en los cambios a corto y largo plazo**
- **Es difícil reposicionarse**
- **Momento para cambiar la estrategia del negocio**
- **Establecer nuevas relaciones con proveedores y clientes**
- **Sanearse interna y externamente**

2. El mercado de la carne en los últimos 5 años

- Mayor consideración al precio y aumento de sustitutos: cerdo y pollo
- Descenso del censo de animales: vacuno, ovino y caprino
- Menor descenso y hasta estabilidad en la producción de carne vacuno
- Ligero aumento en las exportaciones: Francia, Italia y Portugal
- Aumento precio de los piensos y petróleo

2. El mercado de la carne en los últimos 5 años

- **Constante disminución del consumo de carne de vacuno y corderos con algunos síntomas positivos**
- **Mayor disminución en cantidades que precios**
- **Ha afectado más a los precios máximos que los medios**
- **Más acentuado en el ovino y caprino**
- **Sostenimiento de las carnes con marcas de calidad**

3. La valoración de los productos

- **Relación calidad precio**
- **Carácter subjetivo de la calidad**
- **No sólo la producción, despiece y presentación**
- **También los servicios y la imagen**
- **Búsqueda del valor**
- **Cada mercado es específico y los consumidores no son homogéneos**

4. Cambios en el consumo de alimentos en los últimos años de estrecheces económicas

- Se consume algo menos y de una manera más racional: consumo inteligente
- Se ha variado la forma de comprar y cocinar: se ahorra
- Las elecciones por impulso y emocionales pierden peso
- Se compra más amenudo y en cantidades más pequeñas: menos desperdicios
- No hay tanta fidelidad ni al establecimiento ni al producto

4. Cambios en el consumo de alimentos en los últimos años de estrecheces económicas

- Han disminuido el número de referencias
- Más peso de las marcas de distribución
- Internet como canal de comunicación y venta
- Más promociones y descuentos
- Menos lanzamientos de nuevos productos
- Siguen siendo las tiendas tradicionales el principal canal (40%)
- Gran caída de la restauración:
consumo en casa

4. Cambios en el consumo de alimentos en los últimos años de estrecheces económicas

- Continúa la preocupación por la salud
- Las causas éticas y solidarias ganan terreno
- Las empresas refuerzan sus actividades en responsabilidad social corporativa (credibilidad):
 - ✓ Trazabilidad
 - ✓ Información al consumidor: transparencia
 - ✓ Publicidad respetuosa
 - ✓ Servicio al cliente
 - ✓ Gestión de la cadena de proveedores
 - ✓ Medioambiente: productos biológicos

5. Cómo tratar de afrontar las nuevas circunstancias en la ganadería extensiva

- **Aplicar lo expuesto anteriormente**
- **Ahorra gastos**
- **Concentrarse en los aspectos más rentables**
- **Informar más y mejor (trazabilidad, procedencia)**
- **Vender salud**
- **La falta de homogeneidad como elemento diferencial**

5. Cómo tratar de afrontar las nuevas circunstancias en la ganadería extensiva

- Usar más internet y venta on line (canal corto)
- Buscar la ocasiones especiales
- Buscar operaciones conjuntas con otras actividades relacionadas con el turismo rural
- Seguir en contacto con el cliente
- Comunicar cuando llegan las ocasiones especiales
- Recetar conjuntamente

5. Cómo tratar de afrontar las nuevas circunstancias en la ganadería extensiva

- **Atender más la exportación**
- **Reforzar operaciones conjuntas con otros productores**
- **Vender medioambiente y ecología**
- **Participar en las marcas de calidad: promoción**
- **Seguir pensando y cambiando**

**Gracias
por la atención**

**Luis Miguel Albisu
lmalbisu@aragon.es**