

El consumidor y la biotecnología en los alimentos





La fuerza de lo
natural / saludable



Apuesta por la
sostenibilidad

Tendencias



¿Qué significado tiene para ti un producto NATURAL?

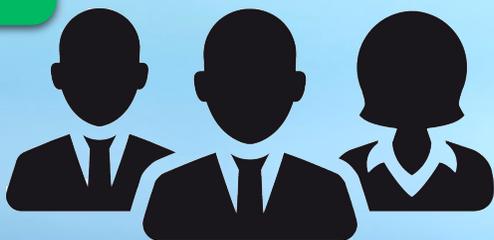
- 1-----Fabricado a base de ingredientes naturales 40%
- 2-----No contiene ningún ingrediente químico 25%
- 3-----Ecológico 20%
- 4-----Sin exceso de productos químicos 15%

SIN AÑADIDOS QUÍMICOS
NO NECESARIOS

QUE NO LLEVA ADITIVOS
NI NADA PARECIDO

HECHO CON PRODUCTOS
DE LA NATURALEZA

LOS PRODUCTOS ESTÁN
FORMULADOS CON
INGREDIENTES 100%
NATURALES Y
ECOLÓGICOS



La fuerza de lo
natural / saludable

Cuando los fabricantes afirman en la publicidad o en los envases que son productos "naturales"....



No me lo creo en absoluto

Me lo creo absolutamente



La fuerza de lo
natural / saludable

Si el atributo "natural" es cierto, cuando compras y usas productos que indican que son "naturales" es ...



Nada importante para mi

Muy importante para mi

¿Qué significado tiene para ti un producto SOSTENIBLE?

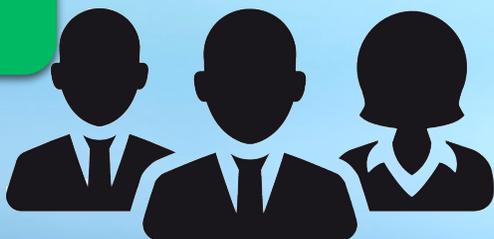
- 1-----Respetuoso con el medioambiente 56%
- 2-----Emplea recursos disponibles, no compromete el futuro 12%
- 3-----Responsabilidad en fabricación y consumo 12%
- 4-----Duradero 7%
- 5-----Ecológico 7%
- 6-----Natural 6%

PIENSAN EN LAS FUTURAS GENERACIONES

SE MANTIENE EN EL TIEMPO CON RECURSOS PROPIOS

AL PRODUCIR EL PRODUCTO NO CONTAMINA EL MEDIOAMBIENTE

NO AFECTA AL MEDIOAMBIENTE NI EL CONTENIDO NI EL CONTINENTE



Apuesta por la **sostenibilidad**

Cuando los fabricantes afirman en la publicidad o en los envases que son productos “sostenibles”....



No me lo creo en absoluto

Me lo creo absolutamente



Apuesta por la **sostenibilidad**

Si el atributo “sostenible” es cierto, cuando compras y usas productos que indican que son “sostenibles” es ...



Nada importante para mi

Muy importante para mi

¿Qué opinión tienen los
consumidores de los productos BIO?



Percepción del consumidor de los productos BIO

“Valoro el hecho de que estén libres de productos químicos, pero dudo que todo lo que ponga bio, lo sea realmente, y el precio no siempre ayuda a que se pueda consumir de manera continuada”

“Si realmente son bio serán algo mejor...pero sino ...no”

“No me los creo, pienso que han visto un filón para sacar dinero”

“Valoro mucho que no echen a la fruta y verdura pesticidas químicos y que tampoco alimenten a los animales con comida con hormonas”

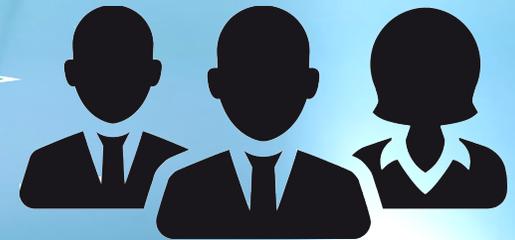
“Me gusta que lo que consumo sea bio pero no siempre se puede adquirir debido a su elevado precio”

“Me gusta que sean saludables, pero lo que no me gusta es que tengan un precio tan elevado, pienso que muchas veces se aprovechan”



“No estoy convencido de los productos bio”

“Valoro que sean más sanos y mejor para el medio ambiente”



Posicionamiento del consumidor

DETRACTORES

- Falta de confianza.
- Dudas en la efectividad.
- Diferencia de precio respecto a productos convencionales.

PASIVOS

- Falta de interés.
- No tienen criterio.
- No buscan información.

PROMOTORES

- Predisposición por las nuevas tecnologías.
- Confían en la biotecnología.
- Actúan como embajadores.
- Mantienen hábitos saludables.
- Están continuamente informados.



Todos los segmentos valoran lo mismo

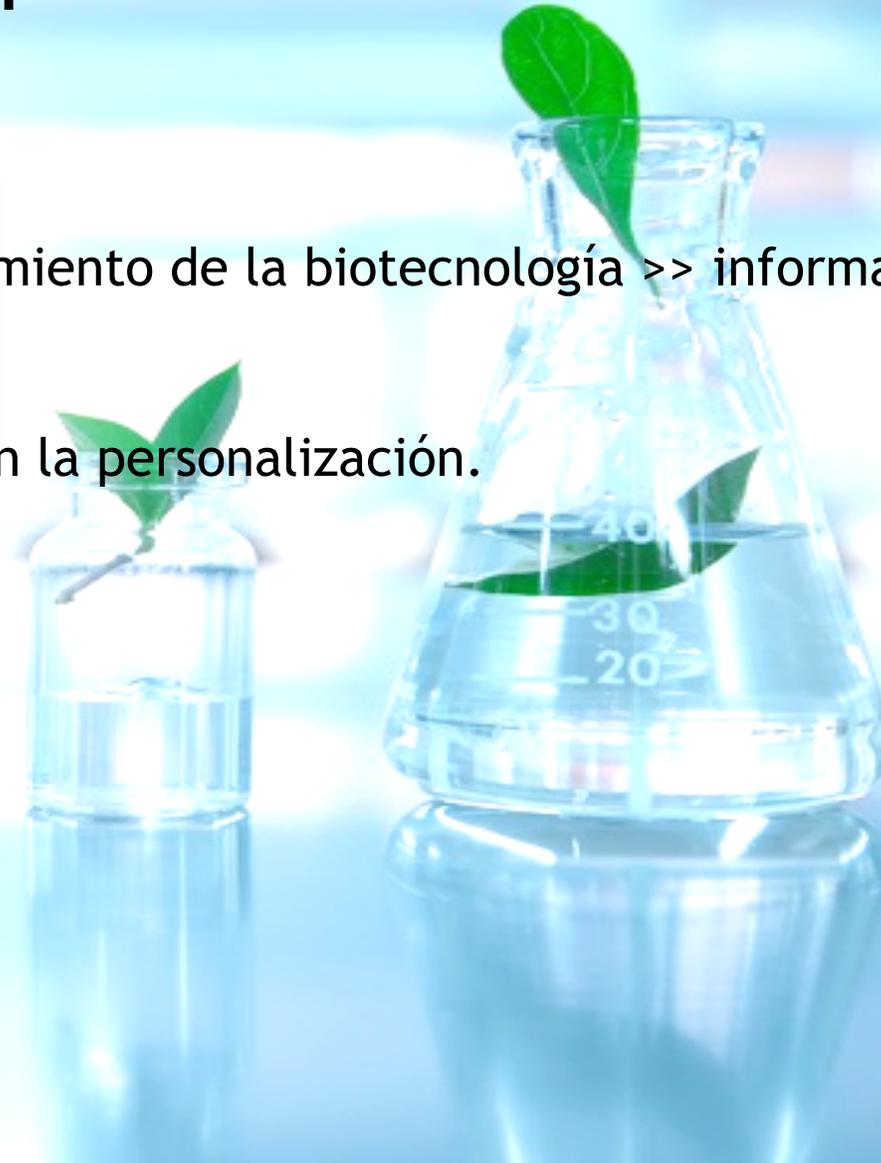
factores determinantes del mercado

- 1-----La eficacia
- 2-----Que me siente bien
- 3-----Que sea seguro para mi
- 4-----Que sea económico



Oportunidades de la biotecnología con el consumidor

- Beneficios a corto plazo y visibles.
- Correlación entre aceptación y conocimiento de la biotecnología >> información creíble y con base científica.
- Identificar necesidades y satisfacer con la personalización.



Muchas gracias



El **Consumidor** y la **Biología** en los alimentos

Cristina Jodar | Research & Account Manager

cjodar@ainiaforward.com

www.ainiaforward.com