¿Cómo nos comportamos ante los productos innovadores?

El director general de la Industria Alimentaria, Jose Miguel Herrero, ha presentado hoy los resultados del estudio “¿Cómo se comportan los españoles ante los alimentos innovadores?”, en el que se constata que cuando estos productos aparecen en el mercado, el 49,4% de los consumidores reconoce que si bien en un principio no los adquiere, con el tiempo termina probándolos.

También se aprecia que las novedades que más le importan al consumidor son los productos bajos en azúcares y en grasas, productos producidos ecológicamente y los libres de conservantes.

Según el estudio, la mayoría de los consumidores se fija en los productos novedosos cuando acude a su establecimiento de compra, siendo los entrevistados más **jóvenes (25 a 39 años) los que más se fijan y se sienten atraídos por estos productos.**

> Un 18,9% de los consumidores manifiesta probarlos nada más aparecer en el establecimiento y un 31,7% no cree en estos productos.

La mayoría (64,0%) compra estos productos en su establecimiento habitual de compra, habiéndose comprobado que el conocimiento del producto por el boca a boca y la curiosidad por la novedad son los factores que más influyen a la hora de adquirirlos.

> En cuanto al precio, los productos novedosos se consideran algo caros, una apreciación homogénea por sexo y edad.

Desde el punto de vista del consumidor, los **platos preparados y los lácteos** son los alimentos en los que la industria innova más.

Lo que más interesa de las innovaciones de alimentos es que los nuevos productos que salen al

mercado sean productos saludables. Los que menos interesan son los productos sin gluten y los enriquecidos con vitaminas, omega, etc.

Por sexo, las mujeres otorgan a todas las tipologías de productos analizadas, con excepción de los productos enriquecidos, mayor importancia que los hombres. Por edad, los entrevistados con edades entre 40 y 55 años también otorgan a todas las tipologías de productos analizadas mayor importancia que el resto de entrevistados.

BARÓMETRO DEL CLIMA DE CONFIANZA

Este estudio monográfico sobre los productos novedosos, correspondiente al último trimestre de 2018, se enmarca en el **Barómetro del Clima de Confianza Agroalimentario**, una estadística oficial perteneciente al Plan Estadístico Nacional, que se lleva realizando desde 2003.

A partir de 4.200 entrevistas a todos los agentes del sector agroalimentario (productores, industrias, mayoristas, distribuidores y consumidores, se obtiene un índice de confianza, un informe sobre aspectos generales del sector agroalimentario y monográficos de interés para sector y consumidores.