

dencia, tal y como podemos comprobar en los seminarios internacionales, pues también forma parte de la oferta de las cadenas minoristas”.

Miguel Huerta, de Confecarne, considera que un aspecto clave de las figuras de calidad es el origen de los productos: “las denominaciones de origen (DO), las indicaciones geográficas protegidas (IGP) y en otros casos como el del jamón serrano, la especialidad tradicional garantizada (ETG), enseña esta última que protege el proceso de elaboración del producto, si bien es cierto que se está trabajando para conseguir una IGP”.

Dice Maite Arrizabalaga que, junto a una mayor atención a los productos locales se da también otra tendencia, la especialización; “que está muy extendida entre los ganaderos y los fabricantes, quienes han materializado la reestructuración de procesos, aprovechando las economías de escala”.

### LO MÁS CONVENIENTE

Maite Arrizabalaga considera como tendencia fundamental “situarse siempre muy próximos al consumidor, para conocer de primera mano sus intereses y necesidades y entender rápidamente cómo atender a su demanda del mejor modo posible”.

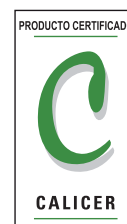
Tal argumento lleva implícito el concepto de conveniencia; “la comodidad, porque cada vez se pasa más tiempo en casa, en detrimento del consumo en el canal de hostelería y restauración”, dice Roberto Butragueño; “lo cual lleva a la sustitución de ese ocio externo por un comportamiento definido como darse pequeños caprichos en el hogar”.

“El consumo extradoméstico es el gran damnificado por la coyuntura económica”, dice Miguel Huerta; “lo cual se expresa en decrementos importantes tanto en volumen como en valor gastado y lleva a

un consumo de carnes más baratas y a precios inferiores”.

No obstante, dicha tendencia varía cuando se trata de determinados segmentos, como el de derivados cárnicos: “Mientras que en carnes frescas de todo tipo el consumo en hogares se sitúa en torno al 80%, en elaborados cárnicos está más repartido, pues representa el 55%”, dice el portavoz de Anice; “lo cual se explica porque el consumo extradoméstico de fiambres y embutidos tiene un gran peso en el mercado español; de hecho se trata de una canal de singular importancia para el consumo de referencias tan emblemáticas como el jamón serrano y el ibérico”.

En el canal minorista, y para el caso de los productos frescos en general, “la foto sigue siendo similar a la de años anteriores”, dice Roberto Butragueño, de AC Nielsen; “por lo que el supermercado es el que presenta un mejor comportamien-



## CERTIFICAMOS PRODUCTOS EXTRAORDINARIOS

CALICER ENTIDAD CERTIFICADORA DE ALIMENTOS

Si su producto es extraordinario, dígaselo a todo el mundo con el sello CALICER. Una certificación de procedencia, trazabilidad y calidad. Una garantía que defiende el nombre de su producción frente a imitaciones o abusos. Un símbolo que, en definitiva, ofrece un valor añadido a sus productos agroalimentarios.



SALAMANCA:  
Pizarro, 17 bajo • Tel. 923 19 22 38 • 37005 Salamanca

MADRID:  
Monsalpe, 14 - A, 3º B • Tel. 91 463 25 54 • 28047 MADRID

[www.calicer.com](http://www.calicer.com)