



su precio, 7,2 al envase y un 7,2 el etiquetado (siendo 10 el máximo valor positivo).

– Preguntados por las razones por las que creen que las MDD son más baratas si las fabrica el mismo fabricante que las MF, respondieron, sobre un total de 804 entrevistados: un 59,5% porque realizan un menor gasto en publicidad, un 21,9% por reducción del margen de beneficio, un 17,3 porque los envases son más económicos, el 13,7% piensa que tienen menor calidad que las MF, el 5,1% opina que es fruto del aumento de la producción, y un 1% se decanta por la reducción de intermediarios; por último, el 1,4% percibe razones distintas a las expuestas y un 9,6% no supo o no contestó.

– El origen de la publicidad sobre MDD que estiman los consumidores entrevistados es (sobre 1.000 entrevistados): 55,6% folletos, 24,6% TV, 11,4% revistas. 4,0% radio, 1,9% vallas. El 31% declara que nunca ha visto publicidad de MDD (no incluidos en los porcentajes anteriores).

Sobre los interesantísimos datos expuestos, queremos destacar especialmente la importancia del porcentaje de hogares que compran MDD y la buena percepción general que los consumidores tienen de estas marcas. Ambos han evolucionado enormemente desde sus orígenes en nuestro país.

ÚLTIMAS TENDENCIAS, PREVISIBLE EVOLUCIÓN

En este apartado queremos, a través de datos objetivos de mercado, mostrar el escenario más actual y las prácticas más novedosas que se están poniendo en práctica, ya que pensamos que son suficientemente ilustrativos de las últimas tendencias con respecto a las MDD.

Comenzamos con una sintética referencia a la auténtica obsesión por el precio bajo por parte de los distribuidores, que comenzó el verano de 2008 y que to-



Alimenta

XIII Feria de la Alimentación

Del 27 al 30 de Octubre

De 11:00h a 20:00 h.

Palacio de Congresos
Pol. Campolano - Avda. Autovía nº1

09

Albacete



IFAB

No. 20.118. Avda. Seguros ALCOB. 01000H

Unidad 0 Alcobiza 30. Urb. Seguros 01000H

Unidad 0 Alcobiza 37. Urb. Seguros

www.ifab.org