



En la inauguración del Foro Internacional de la Alimentación 2010

Elena Espinosa destaca que el consumidor valora la calidad por delante del precio y la proximidad del establecimiento

- La Ministra de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino ha apostado por intensificar la internacionalización a través de las marcas españolas

23 marzo 2010.- La Ministra de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino, Elena Espinosa, ha destacado hoy que el consumidor actual de productos de alimentación elige un establecimiento de compra por la calidad de los productos como principal factor, por delante del precio y la proximidad. Elena Espinosa ha inaugurado hoy el Foro Internacional de la Alimentación 2010, que se celebra en Barcelona, y que está dedicado este año al debate sobre las marcas.

El consumidor es fiel a un establecimiento y también a las marcas, ya que el 77,3% manifiesta comprar siempre las mismas, si bien se aprecia un incremento del porcentaje de consumidores que busca entre determinadas marcas la más barata, según datos del Observatorio de Consumo y de la Distribución.

En este sentido, la Ministra de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino ha explicado que el consumidor valora muy positivamente la calidad, con un 7,9 sobre 10, y el etiquetado (7,7) de las marcas líderes; frente al 7,2 y el 6,9 de las marcas de distribuidor, respectivamente.

Según los últimos datos de 2009, en España ha aumentado el consumo de marcas del distribuidor. Un 89,6% de los encuestados las ha comprado alguna vez, frente al 76,8% en 2006. Además, un 28,1% manifiesta consumir más productos de este tipo que el año pasado, porcentaje que aumenta entre los hombres y los entrevistados más jóvenes. "Se están produciendo cambios importantes en el comportamiento del consumidor, que los empresarios deben conocer para adoptar las estrategias convenientes", ha señalado Elena Espinosa.



Nota de prensa

La Ministra de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino ha animado a las empresas con marcas a apostar por la investigación, el desarrollo y la innovación, para responder a la evolución en los gustos y estilos de vida.

Además, Elena Espinosa ha apostado por intensificar la internacionalización como una vía de crecimiento tanto empresarial como de país, contribuyendo a mejorar nuestra imagen exterior, a través de nuestras marcas.