

# CONCURSO PARA REALIZAR UN ESTUDIO QUE PERMITA CONOCER LA PERCEPCIÓN DE LOS CONSUMIDORES SOBRE ASPECTOS RELACIONADOS CON LA ACTIVIDAD GANADERA Y CON LA SOSTENIBILIDAD DE LOS PRODUCTOS LÁCTEOS.

## 1. ANTECEDENTES

La Organización Interprofesional Láctea, InLac, es la interprofesional que engloba a todo el sector lácteo y representa los intereses comunes en los tres sectores: vaca, oveja y cabra; diseñando, acordando e implantando medidas vinculantes dirigidas hacia su vertebración y estabilidad sectorial.

El sector lácteo español es un sector potente y estratégico para la economía y la vertebración del medio rural. La cadena de producción, transformación y comercialización del sector lácteo factura en torno a 13.000 millones de euros al año y genera más de 60.000 empleos directos. Las industrias lácteas suponen más de 9.500 millones de euros al año de volumen de negocio y emplean a más de 30.000 personas.

La producción de leche de vaca, oveja y cabra en el año 2020 supuso el 16% de la producción final ganadera y el 6,3% de la producción final agraria, porcentajes en ambos casos similares a los del año precedente. En 2020 las entregas totales en España de leche cruda ascendieron a 8.382.193 t de leche, el 88,34% es de origen vacuno con 7,41 millones de toneladas el 6,06% de ovino con 0,51 millones de toneladas y el 5,59 % de origen caprino 0,47 millones de toneladas, según cálculos hechos a partir de los datos facilitados por el FEGA (MAPA).

La industria española produce cada año del orden de 7,4 millones de toneladas de productos lácteos.

Según el informe de consumo de 2019 del Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación (MAPA), el mercado de leche y derivados lácteos se mantiene estable en términos de volumen con respecto al año 2018 (leve variación de -0,3%), mientras que en valor se observa un incremento de 0,6%, como respuesta del incremento del precio medio de cada kilo o litro de la categoría en 0,9%, que cierra en 1,67 €. El consumo per cápita de estos productos es de 108,18

kilos o litros al año, una cantidad 1,3% menor al año pasado, mientras que el gasto de cada persona es de 180,89 €, 0,20 € menos que en 2018.

Esta categoría representa el 12,0% del presupuesto total destinado a la compra de alimentación y bebidas de los hogares españoles.

## 2. OBJETIVO

Se pretende realizar un estudio de mercado que permita conocer la percepción de los consumidores españoles sobre aspectos varios relacionados con la actividad ganadera vinculada a la producción de leche de vaca, oveja y cabra y con la sostenibilidad de los productos lácteos.

- **Objetivos específicos:** Percepción de los consumidores sobre:
  - la profesión ganadera de leche y el papel de las **mujeres** en el sector lácteo.
  - el **impacto medioambiental** de la actividad ganadera destinada a la producción de leche (emisiones, purines, etc.); de los productos lácteos Vs. productos de origen vegetal (bebidas vegetales) y de origen animal (carne, huevos, etc.); de los envases de los productos lácteos de cada categoría (leche, yogur y queso).
  - el papel de la **ganadería** en el mantenimiento social del territorio.
  - el **bienestar animal** dedicados a la producción de leche, su cuidado, alimentación... y si hay una asociación directa de aspectos como el bienestar animal, la sostenibilidad medioambiental o la circularidad de los envases en la imagen de los productos lácteos y de cada una de las categorías (leche, yogur, queso).
  - la **importancia del origen de la leche y los lácteos**.
  - Importancia de todo lo comentado con anterioridad a la hora de tomar la **decisión de compra**.
- **Universo de Análisis:** responsables de compra de hogares consumidores.
- **Detalle del planteamiento metodológico:** Número de entrevistas nacionales realizadas online.

### 3. CONTENIDO DE LA PROPUESTA

Las propuestas presentadas deben contar con un nivel de detalle suficiente que permita:

- Conocer de forma exhaustiva la metodología a desarrollar para abordar el estudio (Ejemplo: si las hubiere, cuantificación del número de entrevistas, encuestas, cuestionarios, focus group, etc.).
- Segmentación geográfica, por edad y por género.
- Plazo y calendario de ejecución. Se realizará una presentación en un plazo de 2 semanas tras la entrega en las que se expondrán los resultados.
- Calendario de facturación.
- Presupuesto para realizar el estudio. Las propuestas pueden contemplar varios escenarios económicos.
- Breve resumen de la experiencia del equipo en estudios de mercado de esta índole.

### 4. PRESENTACIÓN DE PROYECTOS

- **Publicación del briefing:** 12 de mayo de 2021.
- **Presentación de propuestas:** hasta el próximo 8 de junio de 2021.
- **Envío:** Las propuestas deben llegar a InLac, mediante correo electrónico o a la dirección de

la sede social, antes de las **14:00 h del día 8 de junio de 2021**.

- A través de la siguiente dirección de e-mail: [inlac@inlac.es](mailto:inlac@inlac.es).
- A la sede social, sita en la Calle José Abascal 44. 1ª planta. 28003, Madrid.

**No se tendrá en cuenta ninguna propuesta que llegue fuera de ese plazo.**

Tras evaluar las propuestas recibidas, se publicará en la web de InLac el resultado del concurso.

En caso necesario se convocará a las distintas entidades para la defensa de la propuesta presentada.