



PERCEPCIONES DEL CONSUMIDOR RESPECTO AL SECTOR DE FABRICACIÓN DE PIENSOS

Yolanda Quintana
CEACCU

INTRODUCCIÓN



PERCEPCIONES
DEL
CONSUMIDOR

SOBRE
LOS RIESGOS

SOBRE
LA GESTIÓN
DEL RIESGO

ESTRATEGIAS
PARA MEJORAR
PERCEPCIONES



ÍNDICE

- La relevancia de las percepciones del consumidor.
- Los riesgos percibidos respecto a la alimentación animal.
- La percepción sobre la gestión de los riesgos.
- Conclusiones.



INTRODUCCIÓN

EFSA

PERCEPCIONES
DEL
CONSUMIDOR

ACTITUDES SOBRE
SEGURIDAD
ALIMENTARIA

CÓMO RECIBEN
INFORMACIONES
SOBRE
SEG. ALIMENTARIA



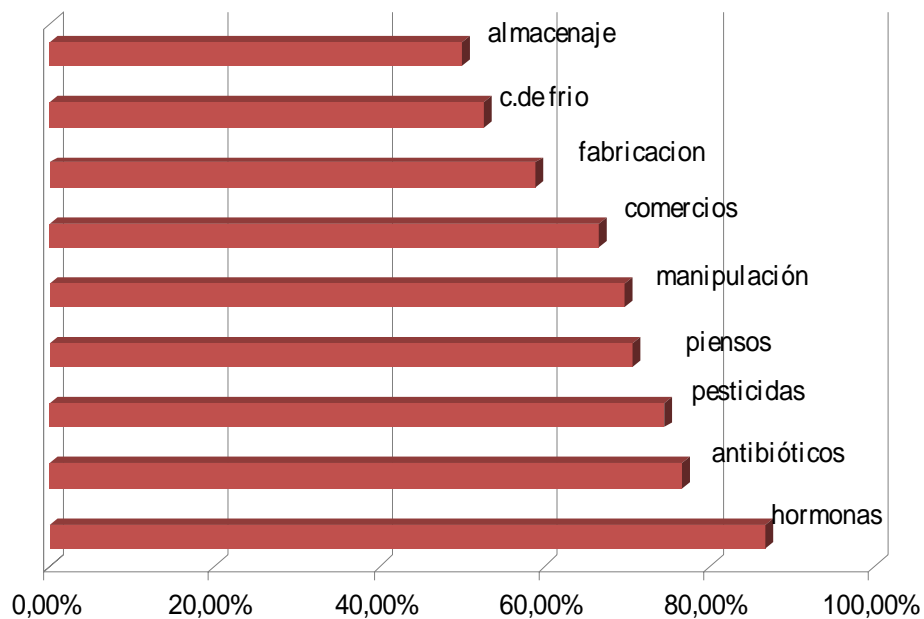
LOS RIESGOS PERCIBIDOS

- LA VIGENCIA DE LAS PREOCUPACIONES DEL CONSUMIDOR.
- EL SONDEO DE CEACCU (2009)



LOS RIESGOS PERCIBIDOS

RIESGOS PERCIBIDOS (Año 2000)



- Hormonas (86%)
- Antibióticos (76,7%)
- Pesticidas (74,50%)
- Piensos (70,7%)

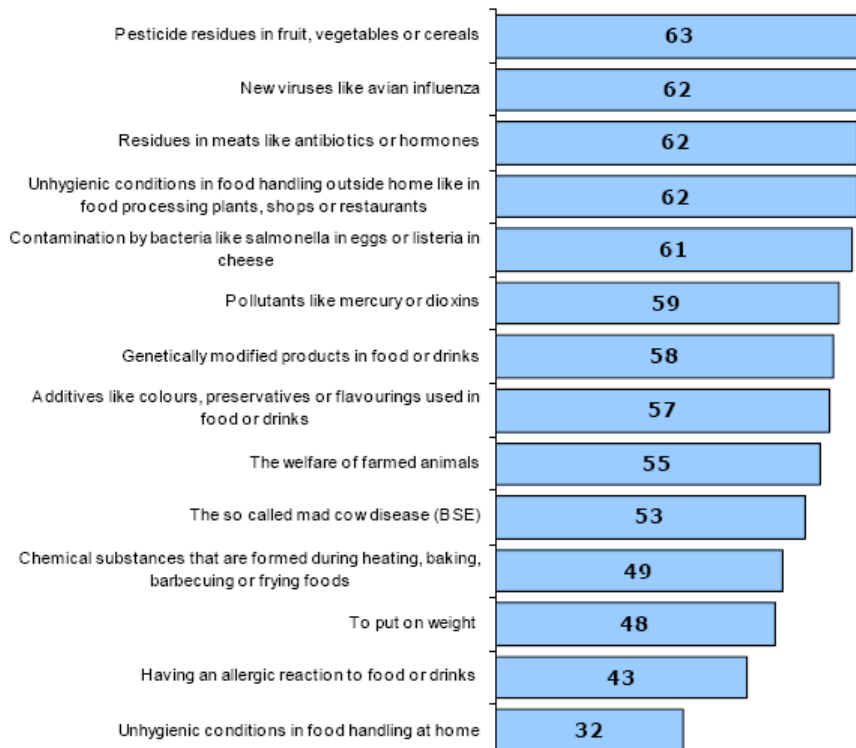
LOS RIESGOS PERCIBIDOS

**LIBRO BLANCO
SOBRE SEGURIDAD
ALIMENTARIA:
30 propuestas
sobre el control
en la fase primaria
de un total de 84**



LOS RIESGOS PERCIBIDOS

AVERAGE INDEX FOR EU



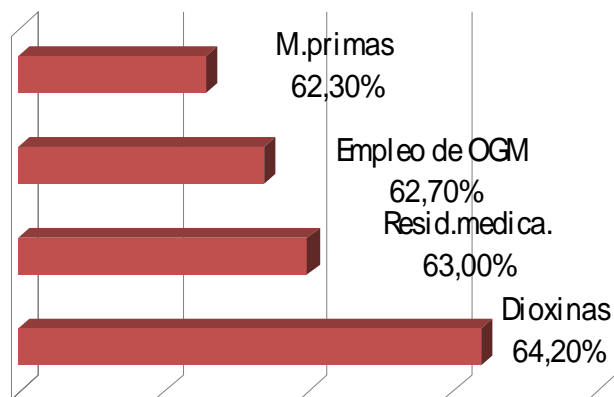
Efsa, 2006

(Eurobarómetro
Seguridad
Alimentaria)



LOS RIESGOS PERCIBIDOS

Riesgos percibidos (piensos)

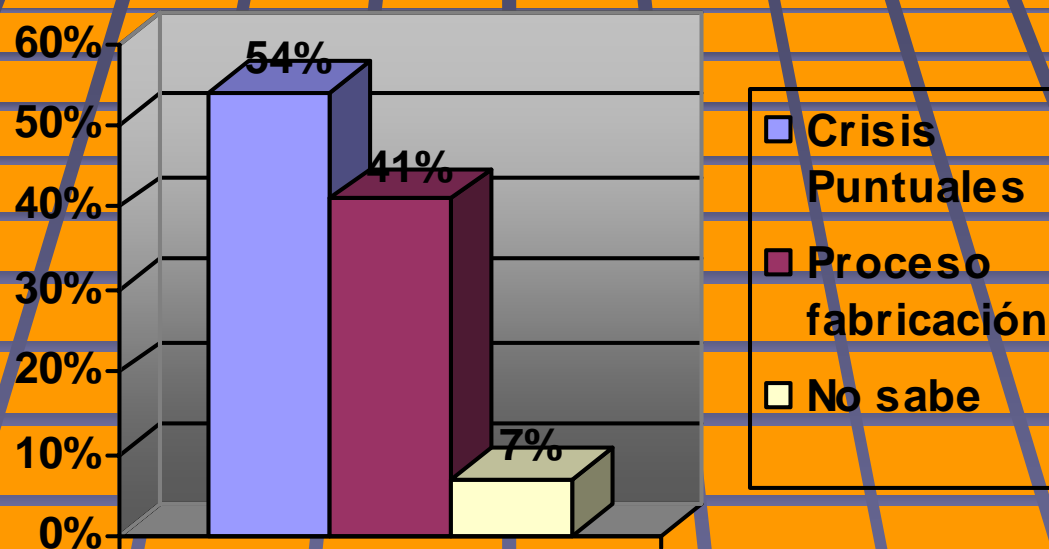


LA VIGENCIA DE LAS PREOCUPACIONES DEL CONSUMIDOR

CEACCU, 2009
(Sondeo
Asoc. Provinciales)

LOS RIESGOS PERCIBIDOS

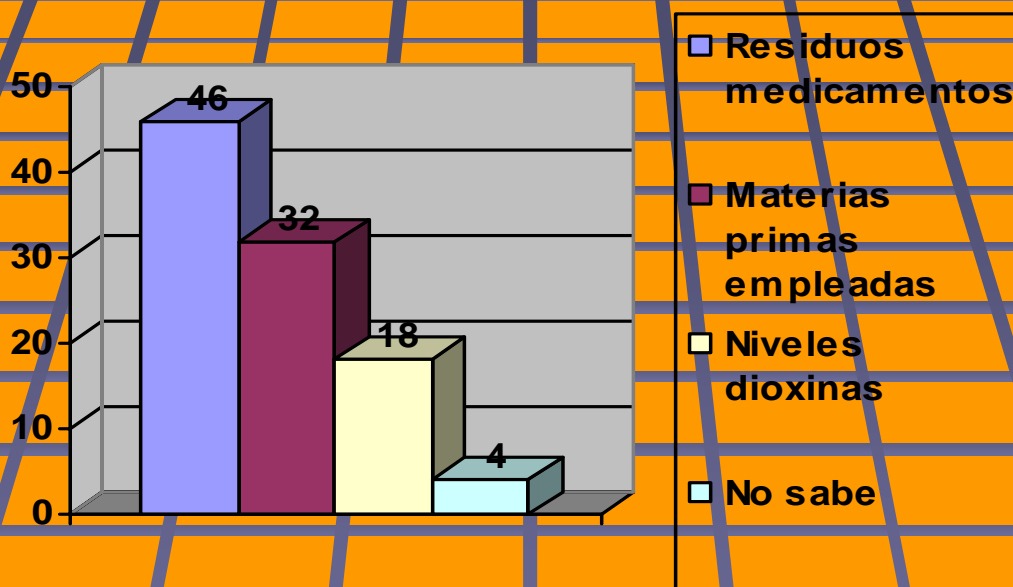
Dioxinas: Se relacionan con...



CEACCU, 2009
(Sondeo)

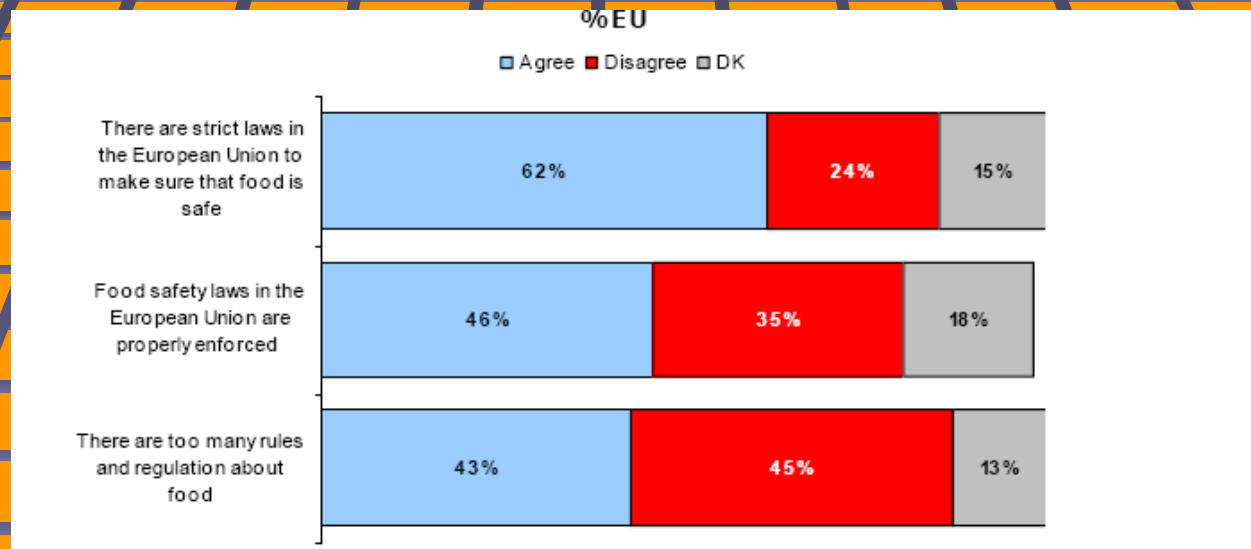
LA GESTIÓN DEL RIESGO

Qué ha mejorado más



CEACCU, 2009
(Sondeo)

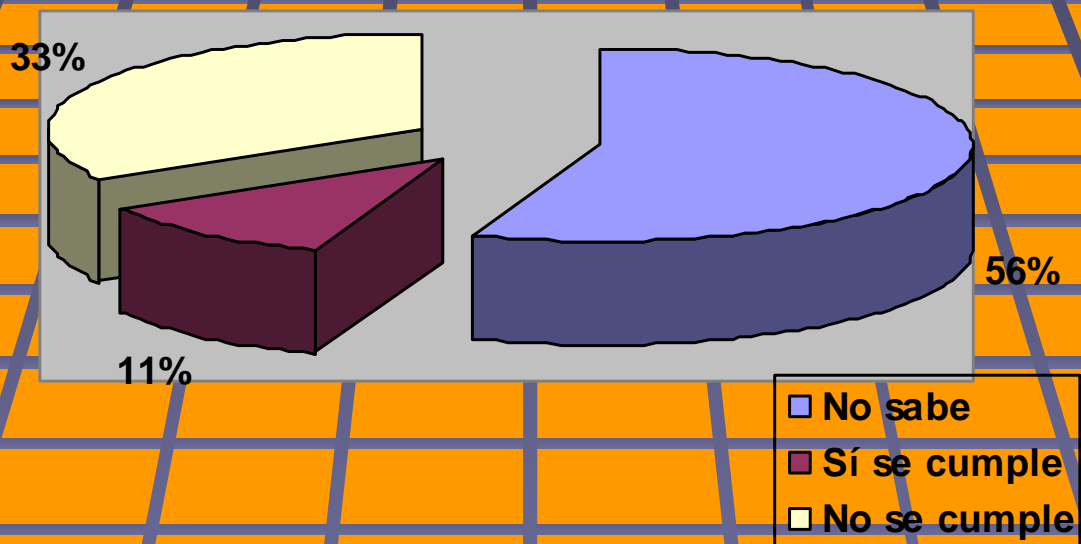
LA GESTIÓN DEL RIESGO



- Fuente: Efsa, 2006 (Eurobarómetro sobre Seguridad Alimentaria)

LA GESTIÓN DEL RIESGO

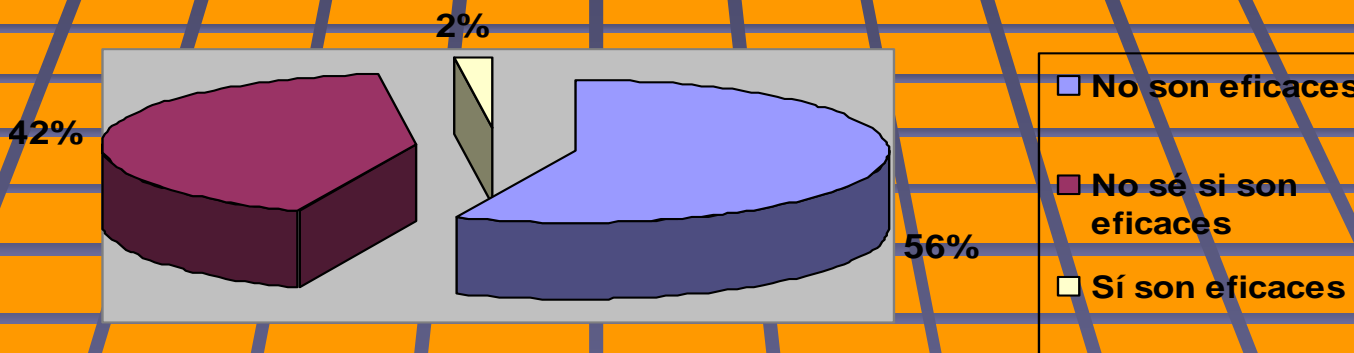
Cumplimiento de la normativa



CEACCU, 2009
(Sondeo)

LA GESTIÓN DEL RIESGO

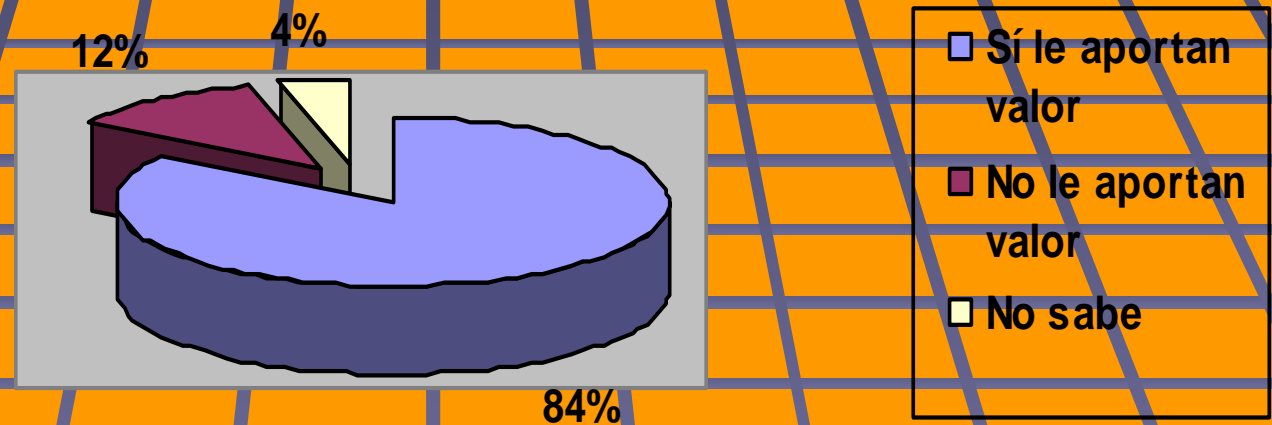
Eficacia mecanismos de AUTOCONTROL



CEACCU, 2009
(Sondeo)

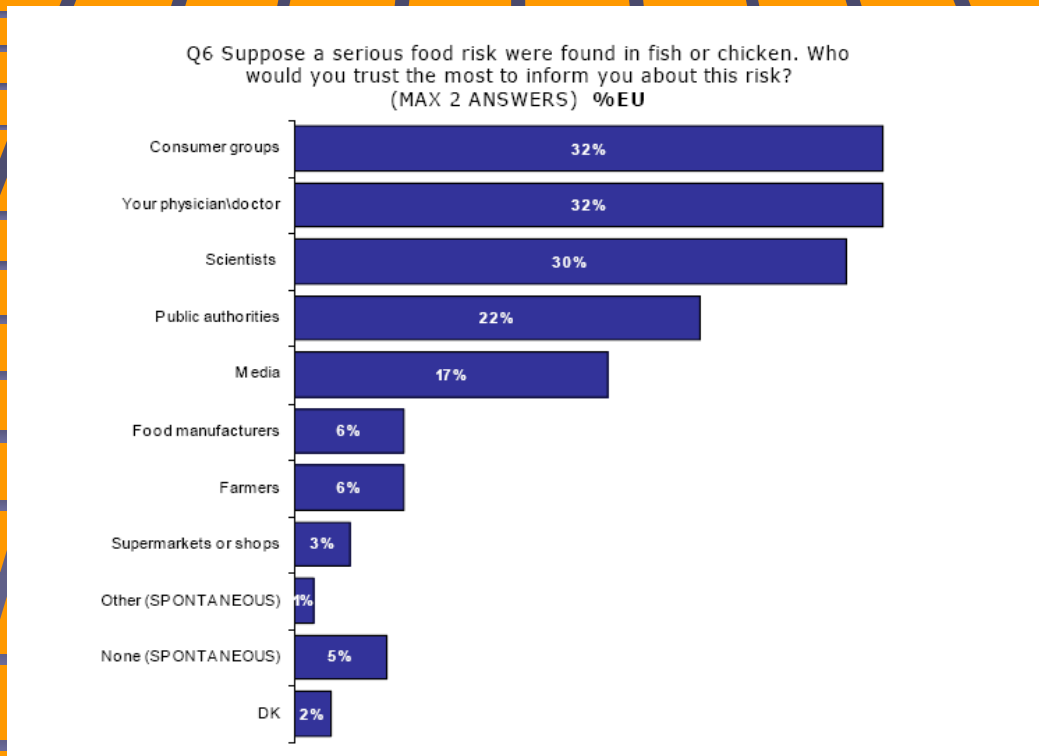
LA GESTIÓN DEL RIESGO

Valoración de los sistemas de CERTIFICACIÓN



CEACCU, 2009
(Sondeo)

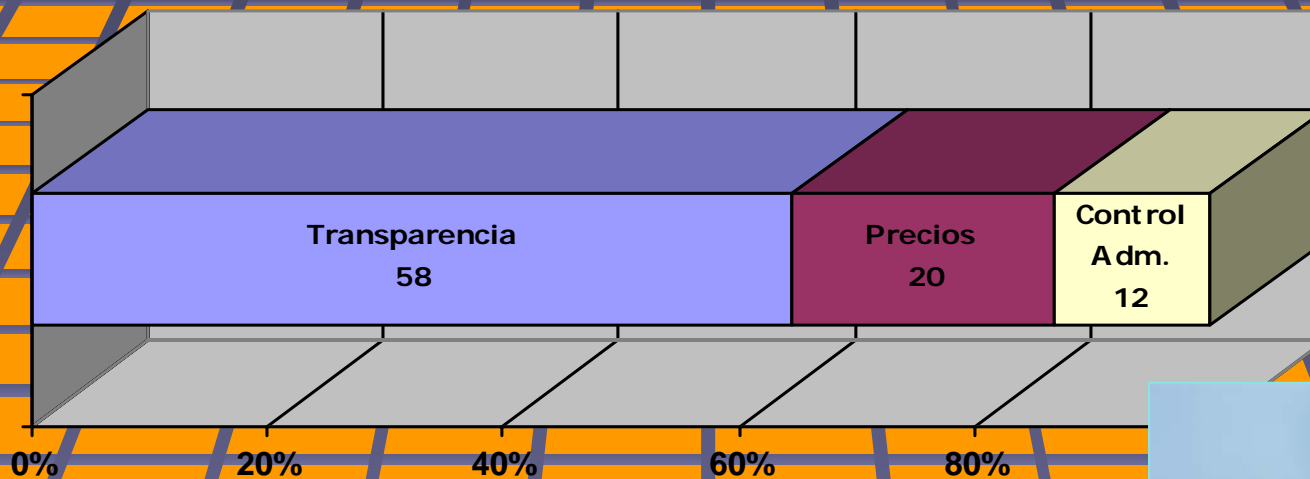
FUENTES MÁS FIABLES



■ Fuente: Efsa, 2006 (Eurobarómetro sobre Seguridad Alimentaria)



DEMANDAS AL SECTOR



- Fuente: CEACCU, 2009 (Sondeo)



CONCLUSIONES

- Las percepciones de los consumidores deben analizarse desde una **perspectiva global y de medio y largo plazo** para fijar estrategias de futuro.
- Es conveniente **ampliar la información al consumidor** sobre la fabricación de piensos.

CONCLUSIONES

- Existen diferencias según **grupos de población** por lo que la comunicación deberían adaptarse a las necesidades de cada uno de estos.
- La información no debería limitarse a campañas específicas. Junto a ellas, debe primar una política comunicativa basada en la **transparencia, la accesibilidad y la claridad.**

CONCLUSIONES

- Las acciones de información y formación serán más eficaces y eficientes si se apoyan en las redes, en la credibilidad y experiencia de las **Asociaciones de Consumidores**.
- En los **sistemas de control** se debe seguir avanzando. Entre otros aspectos, debe prestarse especial atención a las **recomendaciones de la OAV**.

CONCLUSIONES

- Según el Eurobarómetro, el 47% de los europeos consideran que las autoridades tienen más en cuenta el **interés de los operadores económicos** que la **garantía de la salud de los consumidores**.
- Un dato que implica que la **credibilidad de las instituciones** tiene, también en este aspecto, un flanco que reforzar.

CONCLUSIONES

MEJORAR LA PERCEPCIÓN

Sólo así se logrará mejorar la percepción de los ciudadanos, que consideran fiables a las Asociaciones de Consumidores, mientras que Administraciones y fabricantes despiertan recelos.

- 
- Información.
 - Transparencia.
 - Independencia.



MUCHAS GRACIAS

Más información:
www.ceaccu.org

yquintana@ceaccu.org
ceaccu@ceaccu.org

