ANALISIS DE LOS SECTORES Y GRUPOS DE INTERES PARA EL SECTOR VITIVINICOLA EN LA PROVINCIA DE MÁLAGA

Elaborado por:

MÁLAGA SIERRAS PASAS
Consejo Regulador Denominaciones de Origen

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO

EOi Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO

Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

METODOLOGÍA

El Proyecto estudia el sector del VINO de la provincia de Málaga en las siguientes áreas:

- La producción vinícola
- La comercialización.
- La estructura productiva vitícola
- La estructura productiva bodeguera

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

METODOLOGÍA

Investigación cuantitativa y cualitativa, desarrollada en las siguientes etapas:

Análisis interno : caracterización de la estructura productiva y bodegas

Análisis externo: Se ha estudiado el posicionamiento de los productos con Denominación de Origen, mediante entrevistas y encuestas a sumilleres, escuelas de hostelería, restaurantes, hoteles, centros comerciales, distribuidores, críticos.

Interpretación de los resultados

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

METODOLOGÍA

Estudio de fuentes para la obtención de los datos de los sectores

Encuestas y entrevistas con el sector y prescriptores

Tratamiento de datos para su evaluación

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

METODOLOGÍA

El Proyecto estudia el sector del PASA de la provincia de Málaga en las siguientes áreas:

- La comercialización.
- La estructura productiva

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

METODOLOGÍA

Investigación cuantitativa y cualitativa, desarrollada en las siguientes etapas:

Análisis interno : estructura productiva, caracterización empresarial y elementos diferenciadores.

Análisis externo: Se ha estudiado el posicionamiento de los productos con Denominación de Origen, mediante entrevistas y encuestas a prescriptores del territorio.

Interpretación de los resultados

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

METODOLOGÍA

A través de :

Estudio de fuentes para la obtención de los datos de los sectores

Encuestas y entrevistas con el sector y prescriptores .

Tratamiento de datos para su evaluación

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO

Escuela de organización industrial

Sector del Vino

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

Elaborado por:

MÁLAGA SIERRAS PASAS
Consejo Regulador Denominaciones de Origen

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO

Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

ANALISIS DEL SECTOR

Sector del vino en Málaga

- La gestión comercial corre a cuenta mayoritariamente de las propias bodegas
- El principal servicio externo que requieren es para la gestión administrativa
- Región vitivinícola de larga tradición
- Su superficie la coloca en el puesto 43 del ranking nacional.
- Zonas de producción son muy heterogéneas
- Variedades mayoritarias Moscatel y la Pero Ximén,
- Las bodegas son micro o pequeñas empresas.
- Esta realidad aunque puede impedir desarrollar ciertas actividades puede permitir el desarrollo de otras como el enoturismo
- El 73 % de los empleados son hombres, y el 27 % mujeres.
- Existe un alto índice de bodegas con personal cualificado
- En cuanto a la cualificación del personal, un 39 % tiene estudios básicos, y un 60% medios o superiores

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO

Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de **málaga**

ANALISIS DEL SECTOR

D.O. Málaga

El viñedo inscrito en el Consejo Regulador de la D.O.P Málaga y D.O.P Sierras de Málaga ha disminuido en las últimas cinco campañas en un 33%.

La DO Málaga en su conjunto mantiene una comercialización total estable.

El mercado exterior de la DO Málaga se caracteriza por tener campañas muy homogéneas, aunque se observa un deterioro en la exportación de los vinos embotellados, basándose muy mayoritariamente en la venta de graneles.

La DO Málaga ocupa la cuarta posición de Andalucía en la producción de vinos de licor.

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO

Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de **málaga**

ANALISIS DEL SECTOR

D.O. Sierras de Málaga

- El viñedo inscrito en el Consejo Regulador de la D.O.P Málaga y D.O.P Sierras de Málaga ha disminuido en las últimas cinco campañas en un 33%.
- Gracias a la creación de la DOP Sierras de Málaga, el territorio ha mantenido un cierto equilibrio en su superficie
- El número de bodegas desde el año 2001 ha pasado de 9 a 45
- Sierras de Málaga es la primera DOP en volumen de vinos tintos en Andalucía, y la tercera en blancos. La representación es casi insignificante en rosados
- Los vinos Sierras de Málaga se comercializan en el mercado exterior embotellados. La tendencia es positiva.
- La DO Sierras de Málaga tiene una comercialización al alza.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de **málaga**

VISIÓN EXTERNA

Sobre los vinos elaborados en Málaga

Desde la creación de la DOP Sierras de Málaga, se observa un mayor compromiso por parte de los agentes de la oferta e Instituciones.

Todos los colectivos ofrecen una imagen bastante positiva respecto al interés sobre estos vinos destacando el de las Escuelas de Hostelería y el de los Sumilleres.

Los Distribuidores, están jugando un papel relevante en el posicionamiento de estos vinos, incluso adquiriendo compromisos empresariales con las bodegas de la región. No obstante, todavía su oferta está condicionada por la exigencia de la restauración de tener vinos de otras regiones.

Existe confusión entre las dos Denominaciones de Origen "Málaga" y "Sierras de Málaga" y entre estas y determinadas comarcas o municipios de la provincia.

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO

Escuela de organización industrial

Análisis de la Oferta

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

Elaborado por:

MÁLAGA SIERRAS PASAS
Consejo Regulador Denominaciones de Origen

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO

Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de **málaga**

BODEGAS

Bodegas DOP Málaga

- Apenas utilizan comercialización online
- El mercado principal es mayoritariamente el nacional, destacando el de proximidad
- **Hay 115 marcas inscritas en el Consejo Regulador**
- Número de bodegas que elaboran vinos Málaga 14

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO

Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de **málaga**

BODEGAS

Bodegas DOP Sierras de Málaga

- La comercialización online apenas supone el 3 %.
- En el ámbito nacional, destaca el de proximidad, con una cuota del 59 %.
- Hay 150 marcas inscritas en el Consejo Regulador
- El número de marcas de vinos tintos triplica al de los blancos
- **Numero de bodegas que elaboran Sierras de Málaga 39**

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

Cuotas de mercado

		13,6 Mill L	30 Mill L
	Cuota de mercado (%). Potenciales	consumo población malagueña	consumo población no residente
0,440 Mill	Producción actualmente destinada mercado proximidad	3	1,5
2,2 Mill	Si toda la producción calificada se destina al mercado de proximidad	16,1	7,3
3,7 Mill	Si toda la producción calificada se destina al mercado de proximidad	27	12,3
5,25 Mill	Si toda producción potencial de todo el viñedo registrado se destina al mercado de proximidad	39	17,5
8,35 Mill	Si toda la producción potencial de todo el viñedo de Málaga se destina al mercado de proximidad	61	28
	Manteniendo estables las existencias en bodega		

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

Agentes del Canal. Escuelas de hostelería

Escuelas de hostelería

- Los vinos DOP Málaga son considerados muy adecuados para la coctelería y para la cocina
- Compromiso con los vinos locales
- La representación en ningún caso llegan a suponer la cuarta parte, en las cartas, de los vinos representados en la misma.
- Necesidad de que los productores de vinos, ellos directamente o a través de sus distribuidores, ofrezcan sus vinos a las Escuelas
- Política de maridar los vinos DOP Málaga y DOP Sierras de Málaga.
- En sus menús incluyen vinos con DOP Málaga y con DOP Sierras de Málaga

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO

Escuela de organización industrial

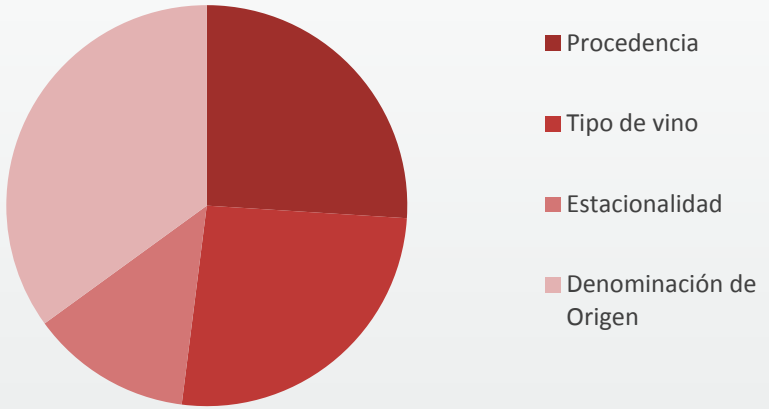
COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

Escuelas de Hostelería. Criterio de compra

Procedencia	26%
Tipo de vino	26%
Estacionalidad	13%
Denominación de Origen	35%



Criterio de compra por D.O.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
Escuela de organización industrial

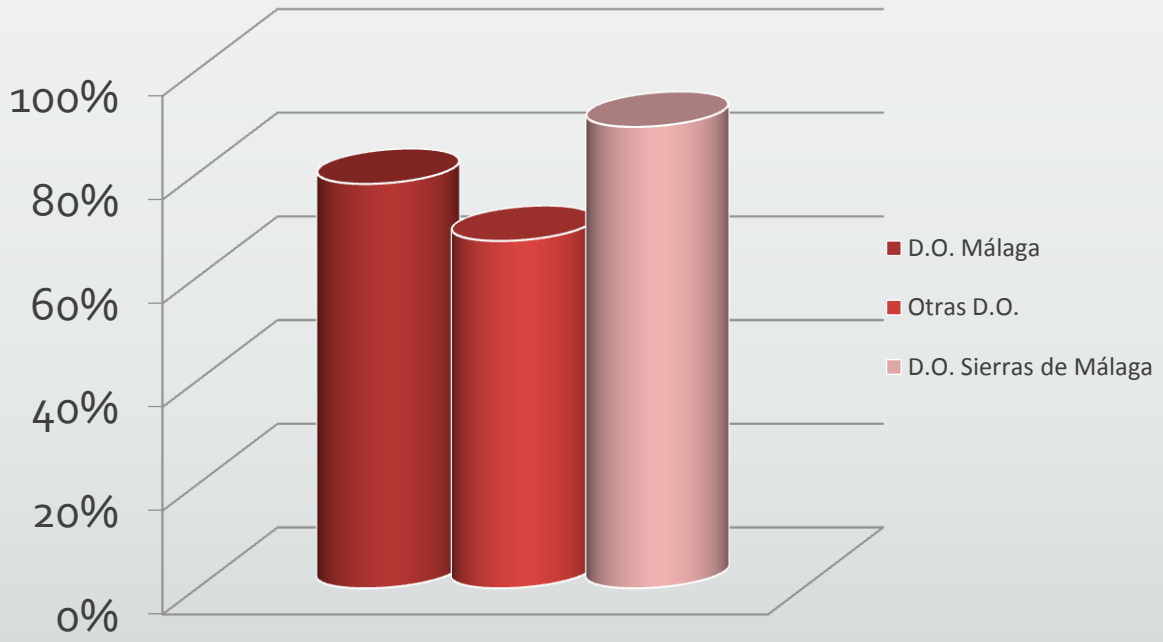
COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

Escuelas de Hostelería. Oferta de vinos con D.O. en menú.

78%	D.O. Málaga
89%	D.O. Sierras de Málaga
67%	Otras DO.



GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:
FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"
diputación de málaga

Agentes del Canal. Sumilleres

Sumilleres

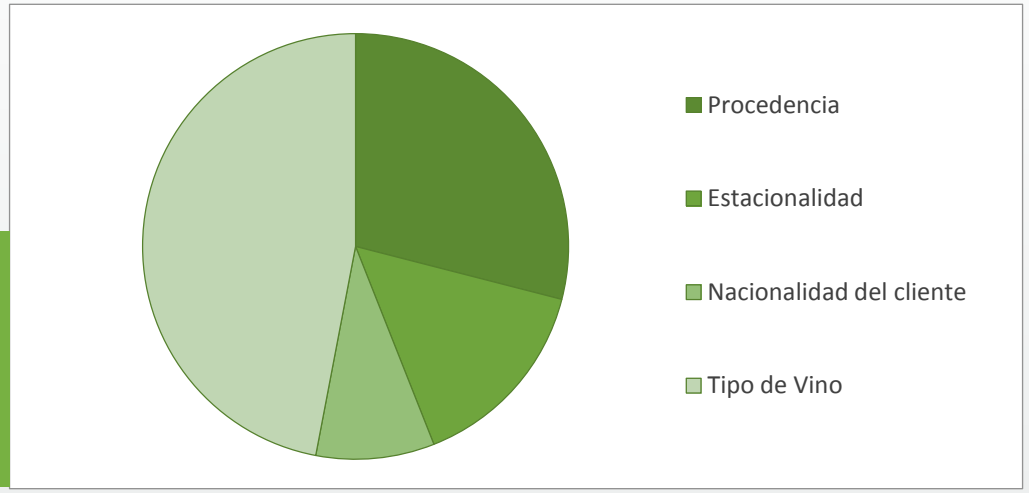
- El 86%, han elaborado alguna carta, y que habiéndola elaborado, el 90% han incluido algún vino DO Málaga y el 95% algún vino DO Sierras de Málaga.
- Compromiso con los vinos locales
- Actúan preferentemente orientando al consumidor
- Alto porcentaje de sumilleres a los que no se le ofrecen vinos con DO Málaga, el 32%, ni Sierras de Málaga, el 22%.
- Alto conocimiento de los vinos

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:
FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"
diputación de málaga

Sumilleres. Criterio de compra.

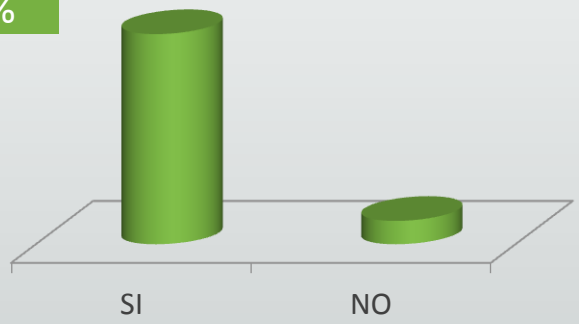
Procedencia	29%
Estacionalidad	15%
Nacionalidad del cliente	9%
Tipo de Vino	47%



Inclusión de vinos con D.O. en la elaboración de cartas.

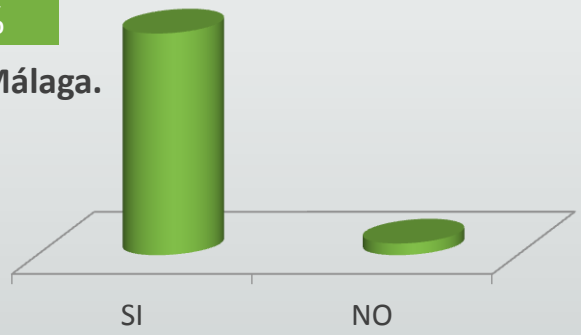
SI	NO
90%	10%

D.O. Málaga.



SI	NO
95%	5%

D.O. Sierras de Málaga.



COFINANCIAN:
FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"
diputación de málaga

Agentes del Canal. Centros Comerciales

Centros Comerciales

- Los vinos elaborados en Málaga tienen poca presencia relativa
- Los vinos tradicionales los ofrecen durante todo el año
- La oferta de vinos Málaga y de los Sierras de Málaga a este tipo de establecimientos se realiza mayoritariamente a través de Distribuidores, en un 80%
- La toma de decisión de la compra está condicionada por el espacio expositivo
- Fundamentan la compra de vinos mayoritariamente por su tipología,

  tienden a potenciar la venta de vinos blancos y rosados durante las estaciones cálidas y los vinos tintos durante las frías.

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
Escuela de organización industrial

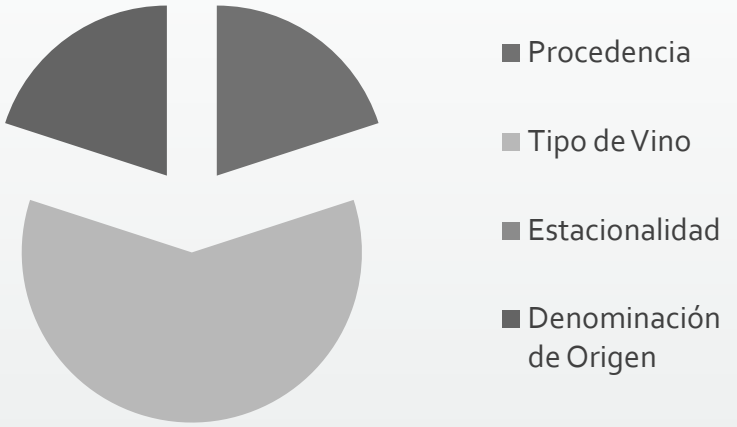
COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

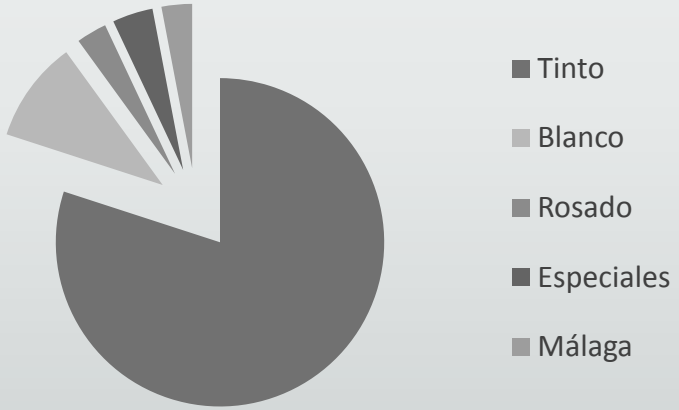
Centros Comerciales. Criterio de compra.

Procedencia	20%
Tipo de Vino	60%
Estacionalidad	0%
Denominación de Origen	20%



Centros Comerciales. Criterio de compra, por tipo de vino

Tinto	80%
Blanco	10%
Rosado	3%
Especiales	4%
Málaga	3%



COFINANCIAN:
FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"
diputación de málaga

Agentes del Canal. Distribuidores

Distribuidores

- DO Sierras de Málaga menor de un 18%
- Proactivos en un 72% a la hora de que sus clientes incorporen en sus cartas los vinos
- La presencia de vinos con DO Málaga en la cartera menor de un 27%, .
- Mayoritariamente los vinos que se eligen por procedencia son españoles. El hecho de que sean malagueños mueve escasamente el interés del distribuidor a la hora de la elección habida cuenta que la compra se decanta en ese sentido entre el 5% y el 10% de los casos
- El 57% de los encuestados manifiestan que reciben ofertas para distribuir vinos malagueños

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
Escuela de organización industrial

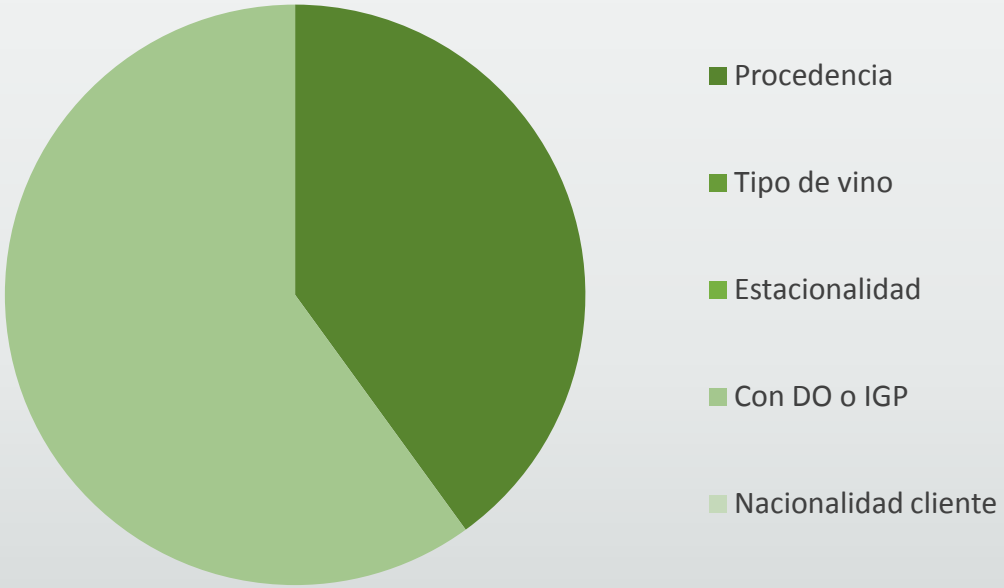
COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

Distribuidores. Criterio de compra

Procedencia	40%
Tipo de vino	0%
Estacionalidad	0%
Con DO o IGP	60%
Nacionalidad cliente	0%



GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

Agentes del Canal. Hoteles

Hoteles

Esta visibilidad es elevada aparentemente, ya que los hoteles tienen un gran número de referencias en sus cartas

No tienen una representación destacada ni en las bodegas ni en las cartas de los restaurantes de los hoteles

El 33% de los encuestados incluye algún vino Málaga y/o Sierras de Málaga en sus menús, si bien no se eligen otros vinos andaluces para sustituirlos

El 80 % de los encuestados incluye en su carta algún vino Málaga, y el 89 % Sierras de Málaga

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
Escuela de organización industrial

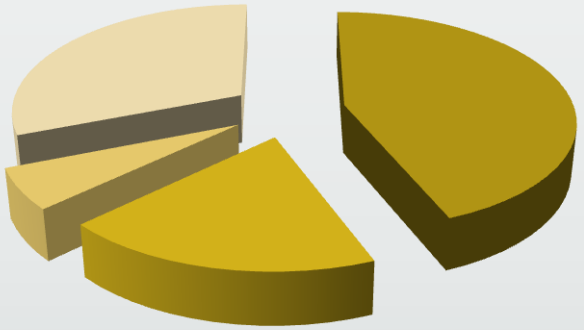
COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

Hoteles. Criterio de compra

Procedencia	44%
Tipo de vino	19%
Estacionalidad	6%
Denominación de Origen	31%



- Procedencia
- Tipo de vino
- Estacionalidad
- Denominación de Origen

COFINANCIAN:
FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"
diputación de málaga

Agentes del Canal. Restaurantes

Restaurantes

Son numerosos los establecimientos de la restauración que no tienen ningún vino de la provincia

Los vinos Málaga los utilizan además en cocina (69%), cócteles (15%) y banquetes

Los vinos DO Málaga los ofrecen como postre (42%), como comida (33%) y como aperitivo (25%).

Los vinos DO Sierras de Málaga los ofrecen, como comida (46%), como aperitivo (38%) y como postre (17%).

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

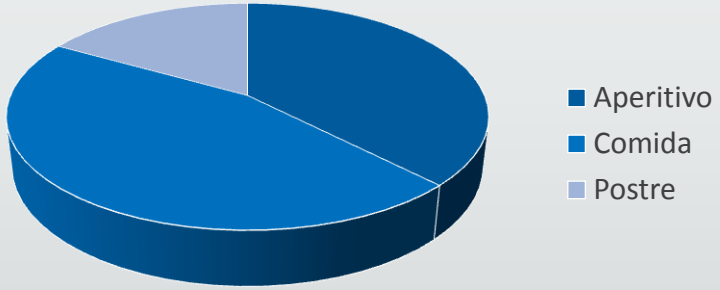
Restaurantes. Consumo de los vinos.

D.O. Málaga.

Aperitivo	25%
Comida	33%
Postre	42%
Merienda	0%

D.O. Sierras de Málaga.

Aperitivo	38%
Comida	46%
Postre	17%



GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

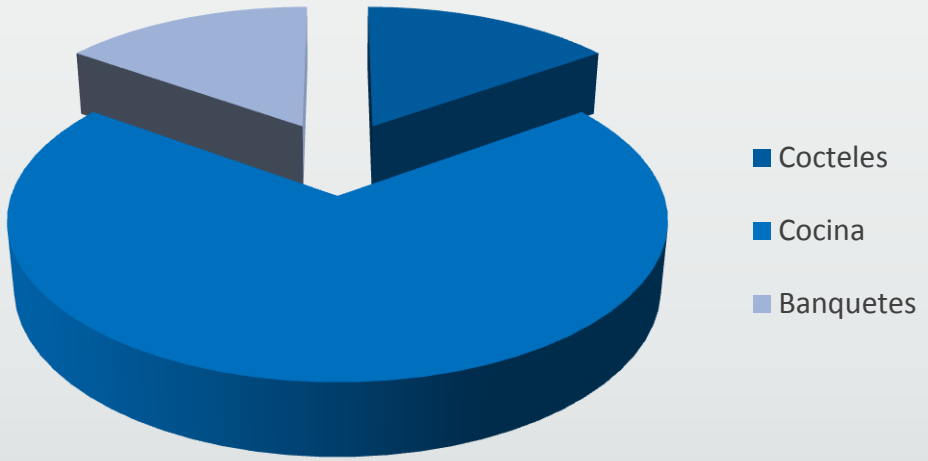
FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de **málaga**

Restaurantes. Consumo de los vinos.

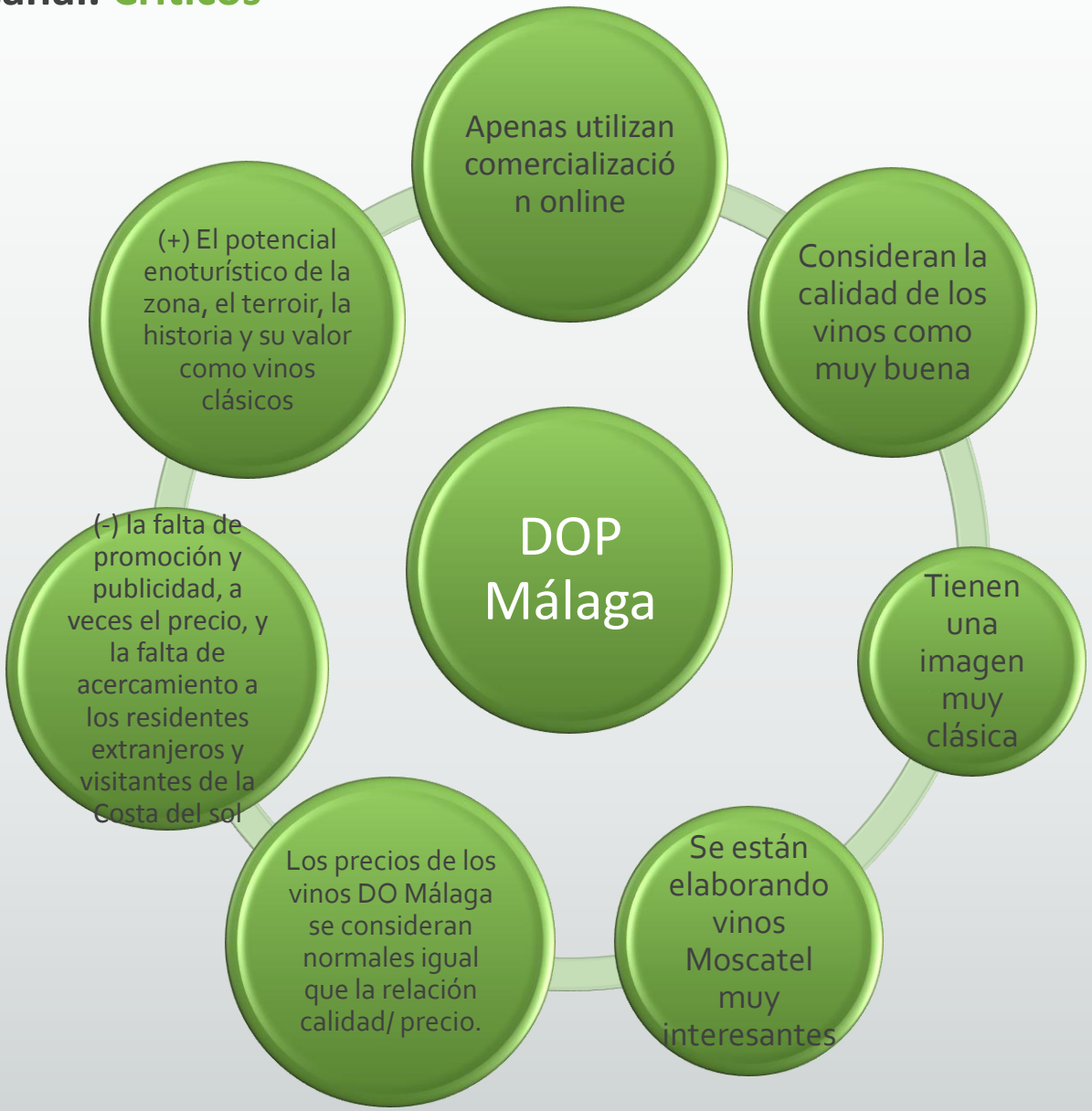
Cocteles	15%
Cocina	69%
Banquetes	15%

D.O. Málaga.



COFINANCIAN:
FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"
diputación de málaga

Agentes del Canal. Críticos



COFINANCIAN:
FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"
diputación de málaga

Agentes del Canal. Críticos

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

Criticos. Suelen conocer las novedades a través de:

En general, consideran que la promoción en los medios es escasa

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO

Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

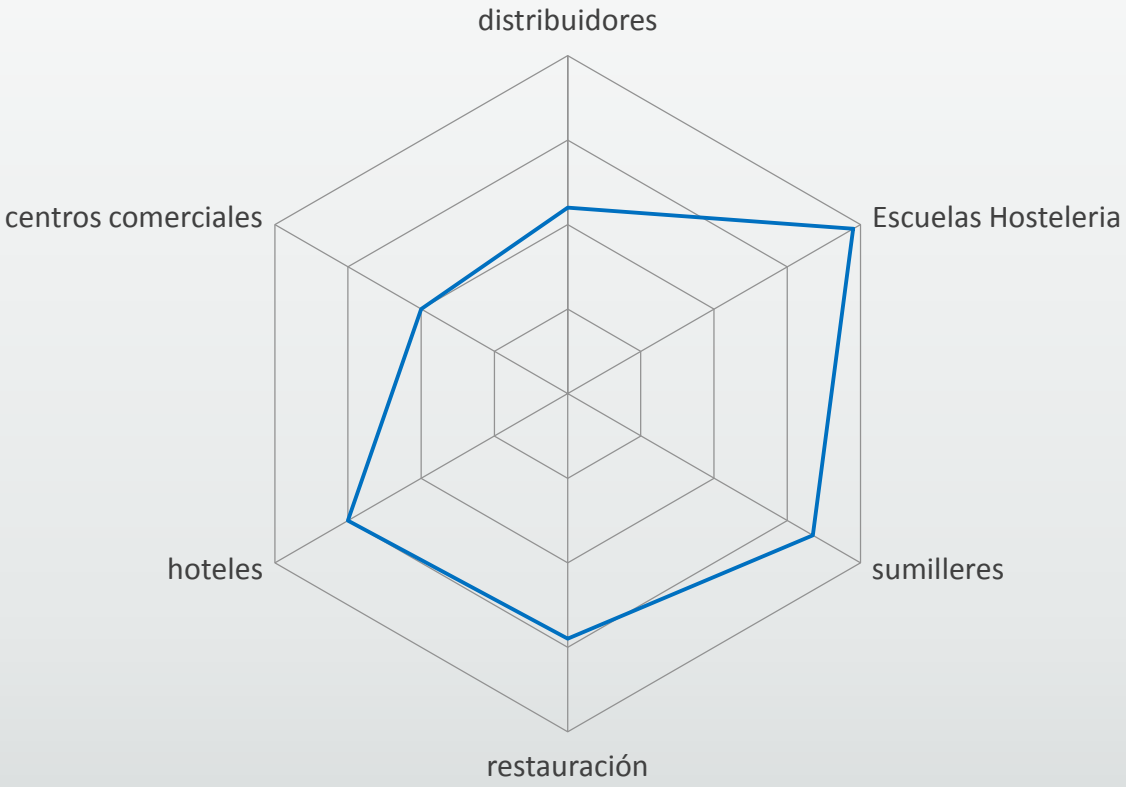
FEDER

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

UNIÓN EUROPEA

"Una manera de hacer Europa"

diputación de **málaga**



La formación es una carencia principal de los agentes del canal.

FORMACIÓN

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
Escuela de organización industrial

Análisis de la Demanda

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

Elaborado por:

MÁLAGA SIERRAS PASAS
Consejo Regulador Denominaciones de Origen

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO

Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

De los vinos DOP Málaga

El grado de conocimiento de la Denominación de Origen Málaga es alto. Mayoritariamente los vinos se piden como "Málaga" y también por alguna de las regiones

A pesar de tener alta notoriedad en cuanto a la tipología de vinos (de ser vinos dulces) es una Denominación de Origen pequeña.

Los vinos moscatel de baja graduación, dan una visitón ´más moderna de la DO

Precios normales o altos, según tipología. La calidad se considera desde buena a excelente

Tiene la imagen de ser vino dulce, existiendo un alto índice de desconocimiento respecto a otras tipologías.

Tiene una compleja nomenclatura y de muy difícil transmisión a los consumidores

La fuerza de la marca Málaga como territorio tira de todos los vinos que configuran el espectro de los que se elaboran en la provincia

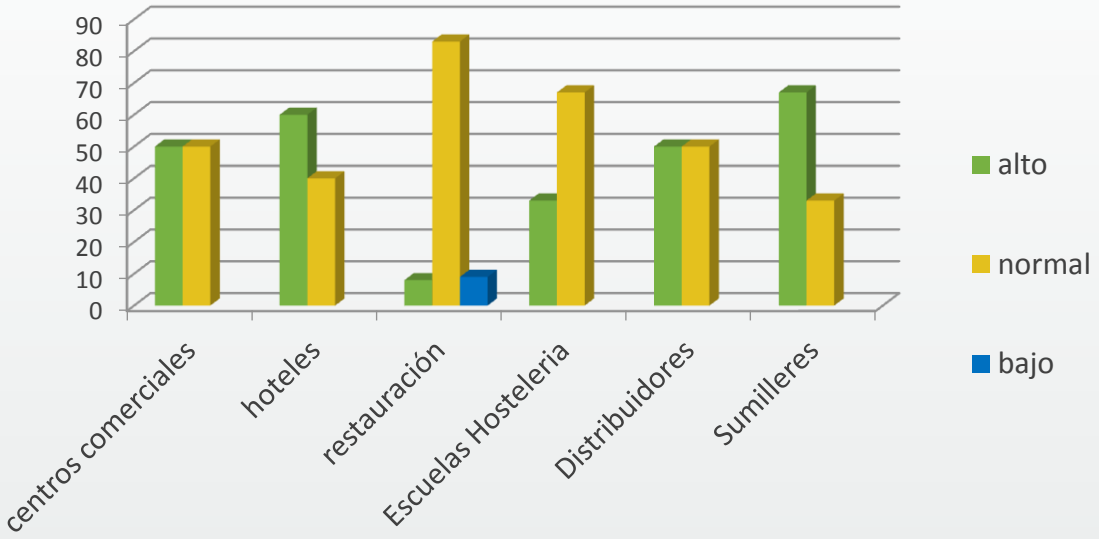
GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

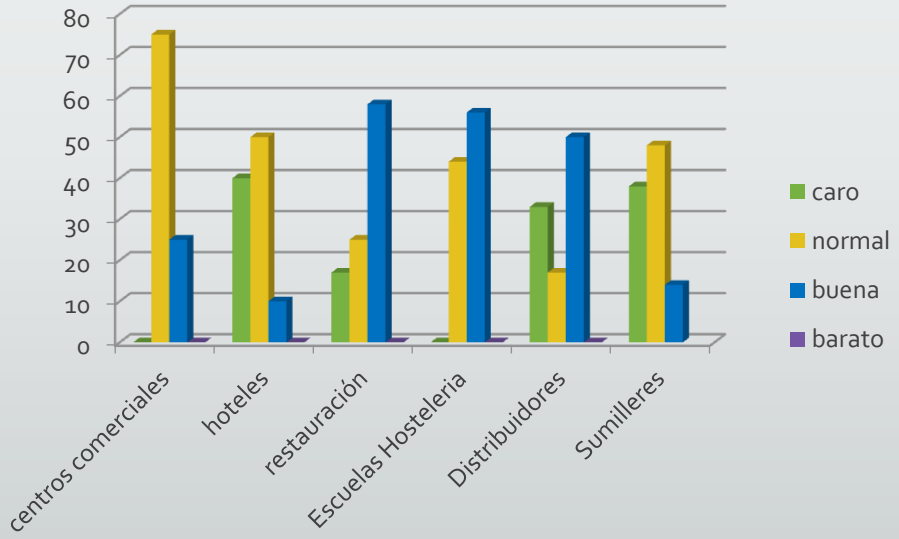
FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

DOP Málaga. Precios.



DOP Málaga. Calidad / precio.



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO

Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de **málaga**

De los vinos DOP Sierras de Málaga

El nombre de la Denominación de Origen se ve superado, en algunos casos, por el nombre de uno de sus territorios, la Serranía de Ronda.

La tipología del cliente que pide vinos Sierras de Málaga, mayoritariamente es hombre y mayor de 35 años.

La DOP Sierras de Málaga, tiene una escasa notoriedad y en muchos casos se confunde con la propia DOP Málaga, también a causa de que no se hace promoción.

Los precios son considerados como altos o normales, por los agentes de intermediación de la oferta.

La calidad se considera desde muy buena a excelente, si bien existe una opinión generalizada de que son productos de precio elevado

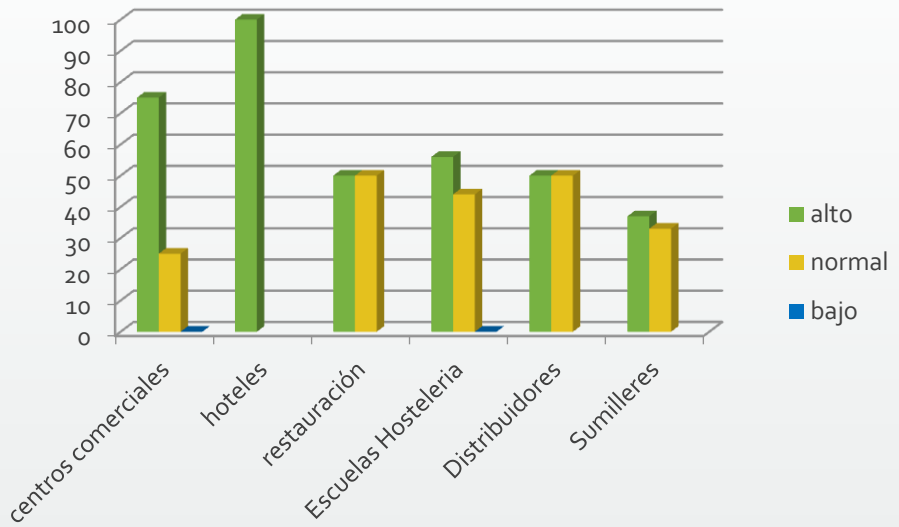
GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO
Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

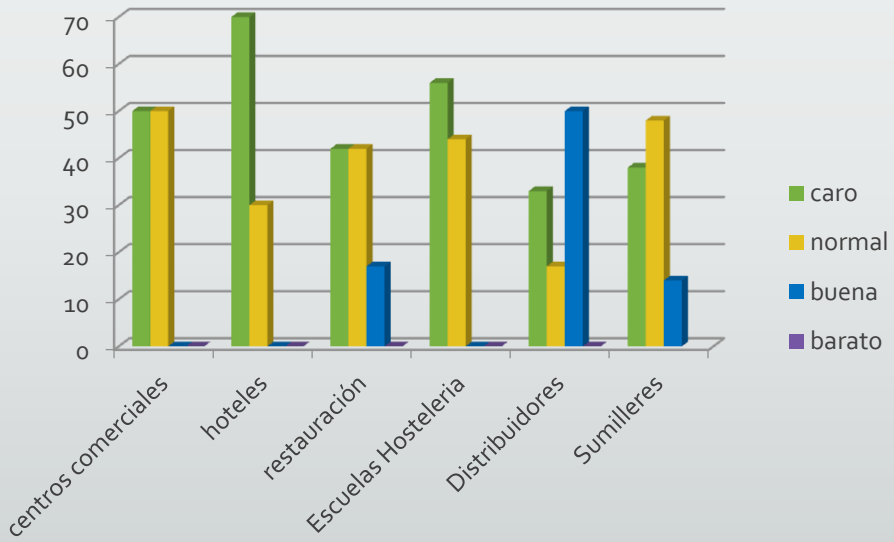
FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

DOP Sierras de Málaga. Precios.



DOP Sierras de Málaga. Calidad / precio.



GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO

Escuela de organización industrial

Sector de la Pasa

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

Elaborado por:

MÁLAGA SIERRAS PASAS
Consejo Regulador Denominaciones de Origen

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO

Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

ANALISIS DEL SECTOR

Sector de la Pasa en Málaga

- La gran mayoría realizan acciones promocionales, aunque sin plan marketing
- Cualificación del personal: un 69 % tiene estudios básicos, y un 31 % medios o superiores.
- En la Axarquía hay 2.262 Ha de Moscatel
- En Manilva hay 240 Ha de Moscatel
- La producción media en el último cuatrienio de pasas es de 350.000 kg
- El número de viticultores oscila alrededor de los 1.500.
- Las industrias paseras destinan su producto con Denominación de Origen al mercado nacional, entre el 85 y el 100 % de promedio.
- El 80 % de la comercialización se concentra en la campaña navideña.
- Un 40 % realiza acciones promocionales dirigidas al consumidor y otro 40 % al consumidor y distribuidor
- El 60 % dispone de material publicitario, aunque la publicidad en medios y los recursos online son prácticamente inexistentes

GOBIERNO DE ESPAÑA

MINISTERIO DE INDUSTRIA, ENERGÍA Y TURISMO

Escuela de organización industrial

COFINANCIAN:

FEDER
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
UNIÓN EUROPEA
"Una manera de hacer Europa"

diputación de málaga

VISIÓN EXTERNA

Sector de la Pasa en Málaga

- Amplio conocimiento de la DO en los centros comerciales y menor conocimiento en tiendas
- Los precios son altos, y sin embargo la relación calidad/precio se considera buena
- El tipo de cliente que pide pasas de Málaga, es de mediana edad, mayores y de fuera de Málaga.
- En general son mejor valoradas organolépticamente que las de su clase, pero prevalece la demanda de pasas sin pepita
- Las industrias paseras destinan su producto con Denominación de Origen al mercado nacional, entre el 85 y el 100 % de promedio.