

ESTUDIO PARA LA EVALUACIÓN DE LOS RESULTADOS DEL PROGRAMA EUROPEO “CELEBRATE EU LAMB” EN ESPAÑA.

RUTA DEL PAQUITO. Consumidores

interovic

Investigación de mercados



-
- › Imagen y posicionamiento
 - › Satisfacción / Calidad de servicio
 - › Comunicación - Pre - Post -Test
 - › Hábitos y actitudes
 - › Test de producto / servicio

Marketing estratégico



-
- › Consultoría en marketing
 - › Asesoramiento de procesos comerciales

Data & Analytics



-
- › Analítica avanzada de datos
 - › Modelado analítico



A Planteamiento metodológico

A.1. Objetivos de la investigación

A.2. Ficha técnica

B Resultados de la investigación

B.1. Hábitos de consumo de productos cárnicos

B.2. Notoriedad de la campaña e índice de prueba

B.3. Valoración general de la campaña

B.4. Valoración pormenorizada de “El Paquito de Cordero”

B.5. Caracterización de la muestra

C Consideraciones finales

A. Planteamiento metodológico

A.1. Objetivos de la investigación

A.2. Ficha técnica

A. Planteamiento metodológico

A.1. Objetivos de la investigación

A.2. Ficha técnica

› Objetivo Principal

Evaluar las actividades incluidas en el programa y medir los efectos generados por la ejecución del programa promocional en los objetivos del mismo.

› Objetivos Específicos

- Determinar los hábitos de consumo de productos cárnicos.
- Establecer la notoriedad de la campaña e índice de prueba.
- Evaluar de manera general la campaña.
- Profundizar en las valoraciones pormenorizadas de la misma.



A. Planteamiento metodológico

A.1. Objetivos de la investigación

A.2. Ficha técnica

Tipo de estudio



Cuantitativo

Técnica empleada



Entrevista presencial con modelo de cuestionario estructurado (CAPI)

Detalle del planteamiento Metodológico



400 Entrevistas Presenciales a Consumidores clientes de los establecimientos participantes en la campaña “La Ruta del Paquito”, lo que suponen un error muestral* de $\pm 5,00\%$.

Las entrevistas se han distribuido de la siguiente manera:

SEXO	
Hombre	239
Mujer	161
EDAD	
18-24	35
25-34	101
35-44	87
45-54	84
55-64	54
65 años o más	39
ÁREA GEOGRÁFICA	
Madrid	126
Valencia	140
Castilla La Mancha	134

Posteriormente los datos han sido **ponderados en función de la zona, para equiparar el peso de cada una en el listado de establecimientos participantes.**

Universo de análisis



Consumidores clientes de los establecimientos participantes en la campaña “La Ruta del Paquito”.

Realización trabajo de campo



Del 9 a 25 de junio de 2026

B. Resultados de la investigación

B.1. Hábitos de consumo de productos cárnicos

B.2. Notoriedad de la campaña e índice de prueba

B.3. Valoración general de la campaña

B.4. Valoración pormenorizada de “El Paquito de Cordero”

B.5. Caracterización de la muestra

B. Resultados de la investigación

B.1. Hábitos de consumo de productos cárnicos

B.2. Notoriedad de la campaña e índice de prueba

B.3. Valoración general de la campaña

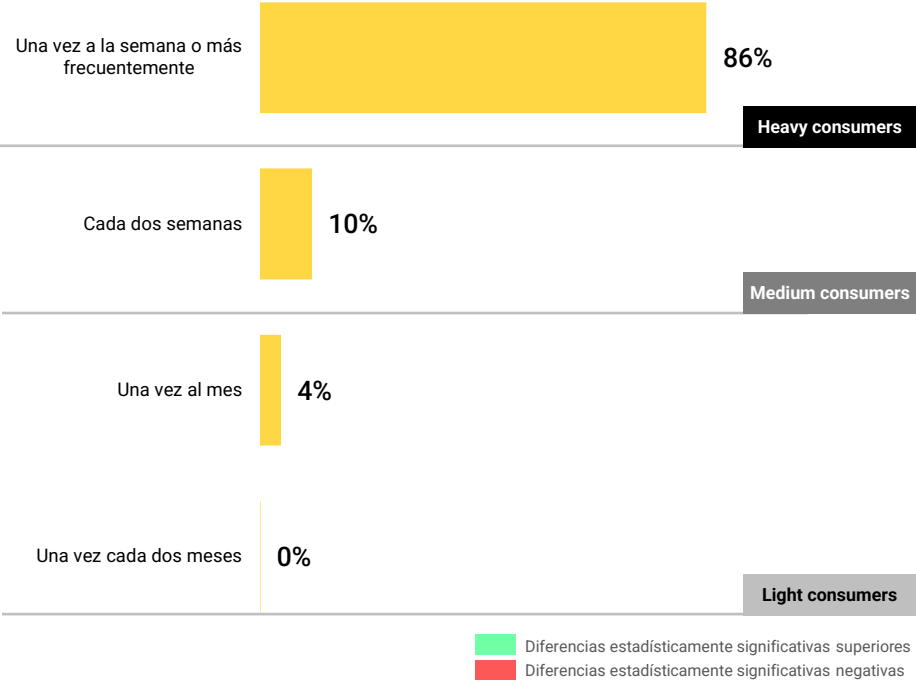
B.4. Valoración pormenorizada de “El Paquito de Cordero”

B.5. Caracterización de la muestra

Frecuencia de compra de productos cárnicos

- › Casi **nueve de cada diez entrevistados** declaran **consumir carne** o productos cárnicos con una **frecuencia elevada**.
- › Índice que es **estadísticamente inferior** entre los entrevistados de **Madrid**.

	Total	Zona		
		Madrid	Valencia	Castilla La Mancha
Una vez a la semana o más frecuentemente	86%	78%	93%	91%
Cada dos semanas	10%	17%	4%	4%
Una vez al mes	4%	5%	4%	4%
Una vez cada dos meses	0%			1%

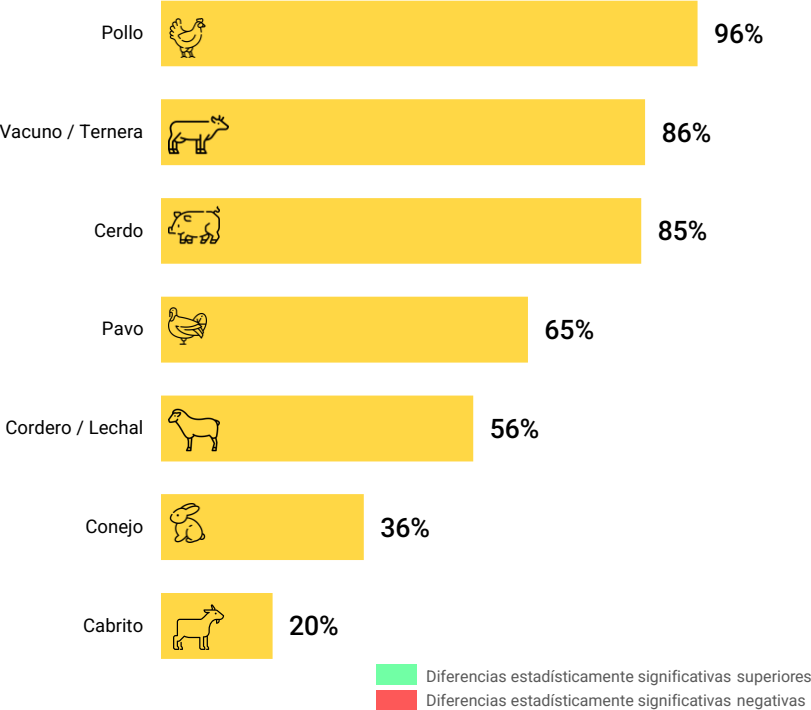


(P0D) - ¿Podrías decirme con qué frecuencia compras en tu hogar carne o productos hechos a base de carne?
Base: Total de personas entrevistadas

Tipos de carnes consumidas

- El **pollo** es la carne consumida de manera **casi universal**, **seguida** muy de cerca por la **ternera** y el **cerdo** que se posicionan en el segundo escalón.
- El **pavo** y el **cerdo** se posicionan en un **tercer** lugar.
- El **conejo** y el **cabrito** son **minoritarias**.

	Total	Zona		
		Madrid	Valencia	Castilla La Mancha
Pollo	96%	95%	94%	97%
Vacuno / Ternera	86%	87%	92%	79%
Cerdo	85%	78%	90%	93%
Pavo	65%	62%	80%	57%
Cordero / Lechal	56%	42%	64%	69%
Conejo	36%	22%	58%	38%
Cabrito	20%	22%	21%	16%



(P0E) * - Independientemente de la frecuencia, ¿en tu hogar se consume carne de...?
Base: Total de personas entrevistadas

* Pregunta sugerida

B. Resultados de la investigación

B.1. Hábitos de consumo de productos cárnicos

B.2. Notoriedad de la campaña e índice de prueba

B.3. Valoración general de la campaña

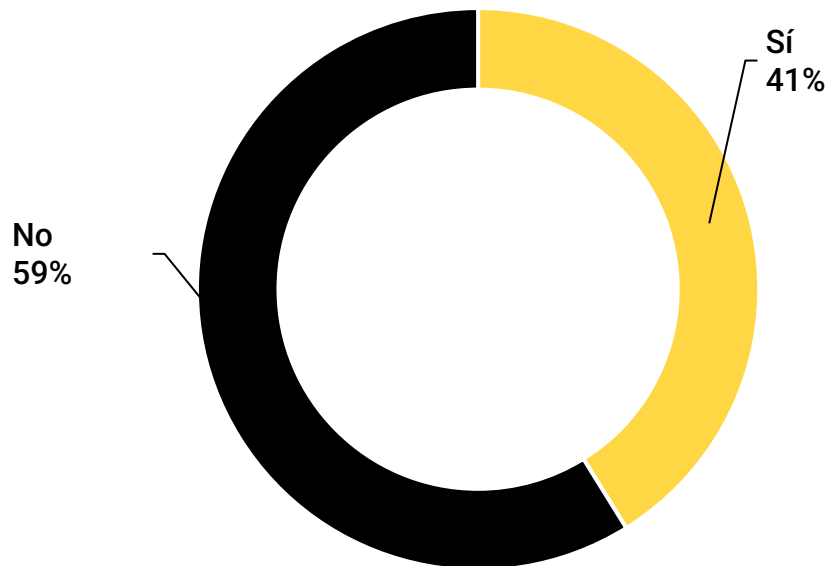
B.4. Valoración pormenorizada de “El Paquito de Cordero”

B.5. Caracterización de la muestra

Notoriedad del “Paquito de cordero” – Elaboración a base de cordero -

- › **Cuatro de cada diez entrevistados recuerdan una elaboración a base de cordero** en el establecimiento en el que se encuentra.
- › **No se encuentran diferencias estadísticas** entre las zonas auditadas.

	Total	Zona		
		Madrid	Valencia	Castilla La Mancha
Sí	41%	38%	35%	51%



■ Diferencias estadísticamente significativas superiores
■ Diferencias estadísticamente significativas negativas

(P1A) - Mientras te encontrabas en este local, ¿recuerdas haber visto algún plato / receta / elaboración con carne de cordero / cabrito?

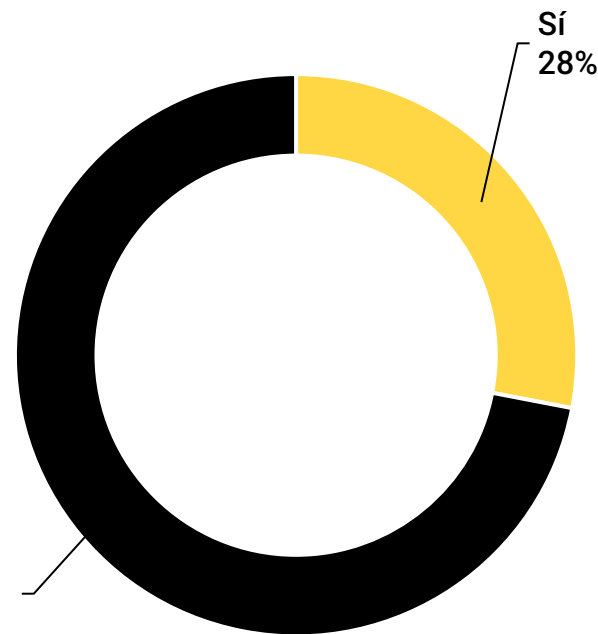
Base: Total de personas entrevistadas

Notoriedad del “Paquito de cordero” – Nombre -

- Casi **tres de cada diez** entrevistados conocen el “Paquito de Cordero”.
- Índice que es **estadísticamente superior** entre los entrevistados de **Castilla la Mancha**.

	Total	Zona		
		Madrid	Valencia	Castilla La Mancha
Sí	28%	17%	27%	45%

No
72%

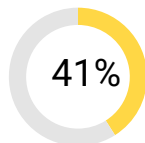


■ Diferencias estadísticamente significativas superiores
■ Diferencias estadísticamente significativas negativas

(P1B) - ¿Conoces el paquito de cordero?

Base: Total de personas entrevistadas

Notoriedad del “Paquito de cordero” – Por otros canales -

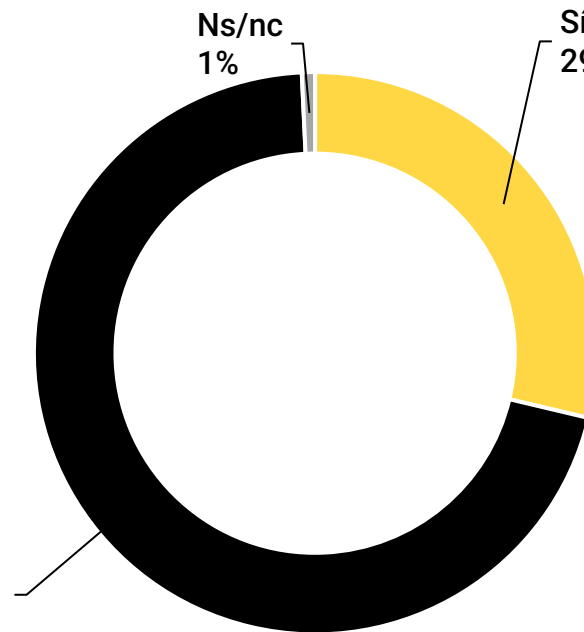


Entrevistados conocedores en general de alguna elaboración con cordero en el establecimiento, o en concreto de “El Paquito de Cordero”

- › Casi **tres de cada diez entrevistados** que conocían la iniciativa del “Paquito de Cordero”, o cualquier elaboración de cordero en el establecimiento donde se encontraban, **lo conocían de otros establecimientos, o de la campaña de publicidad.**
- › Índice que es **estadísticamente superior** entre los entrevistados de **Castilla la Mancha.**

	Total	Zona		
		Madrid	Valencia	Castilla La Mancha
Sí	29%	12%	21%	51%

No
70%



Sobre el total de entrevistados/as

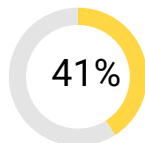
13%

■ Diferencias estadísticamente significativas superiores
■ Diferencias estadísticamente significativas negativas

(P3B) - La iniciativa del paquito de cordero, ¿la conocías de otros bares / restaurantes, o de la campaña de publicidad?

Base: Conocedores en general de alguna elaboración con cordero en el establecimiento, o en concreto de “El Paquito de Cordero”

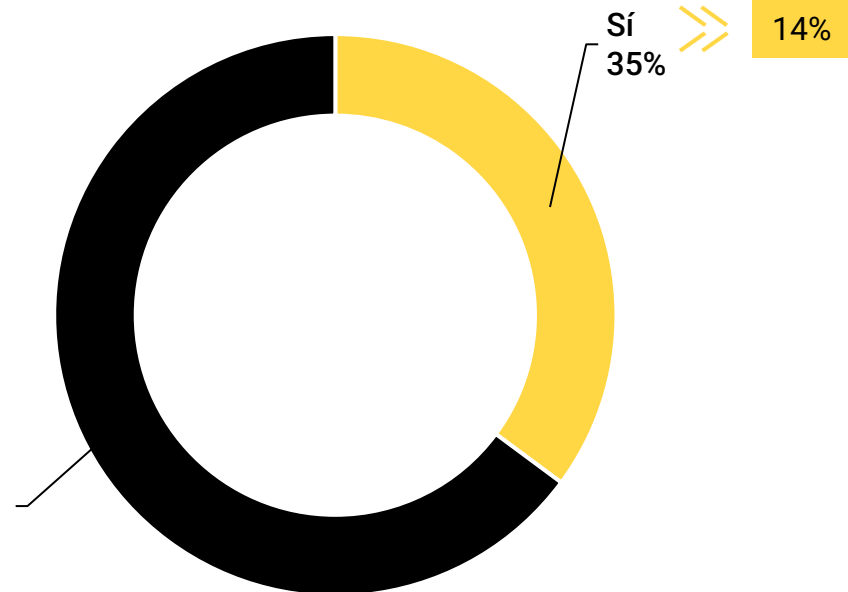
Índice de prueba



Entrevistados conocedores en general de alguna elaboración con cordero en el establecimiento, o en concreto de "El Paquito de Cordero"

- Algo más de un tercio de los entrevistados que conocen o bien la elaboración en general, o en concreto "El Paquito de cordero", han probado "El Paquito de Cordero".

No
65%



(P2A) - ¿Has probado el paquito de cordero?

Base: Entrevistados conocedores en general de alguna elaboración con cordero en el establecimiento, o en concreto de "El Paquito de Cordero"

B. Resultados de la investigación

B.1. Hábitos de consumo de productos cárnicos

B.2. Notoriedad de la campaña e índice de prueba

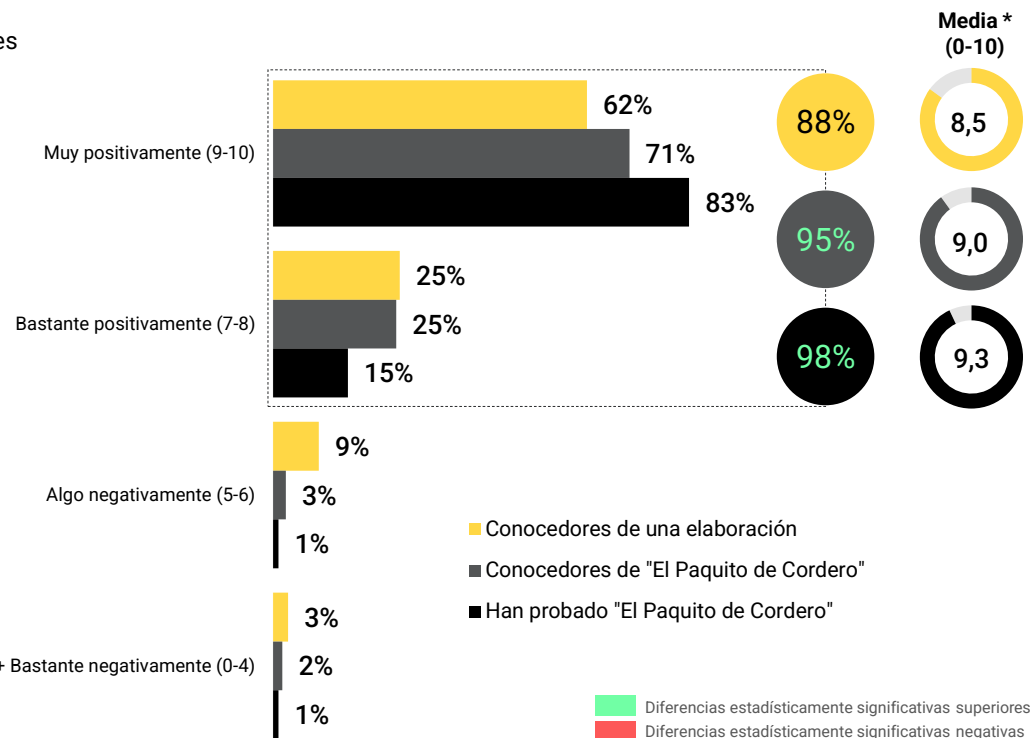
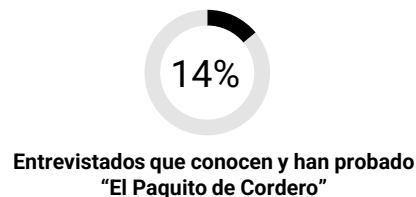
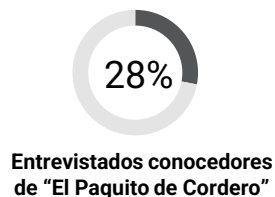
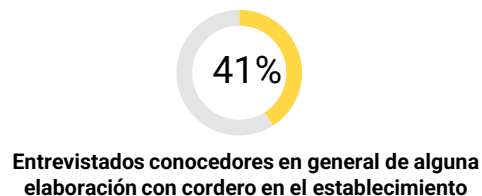
B.3. Valoración general de la campaña

B.4. Valoración pormenorizada de “El Paquito de Cordero”

B.5. Caracterización de la muestra

Valoración general de la iniciativa

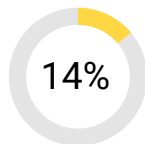
- La **valoración** de la **iniciativa** es **estadísticamente superior** entre quienes **conocen y han probado** el **"Paquito de Cordero"**. En cualquier caso, la valoración de la iniciativa ronda la excelencia.



(P3A) * - Cómo valoras esta iniciativa del paquito de cordero, para dar a conocer la carne de cordero / cabrito?

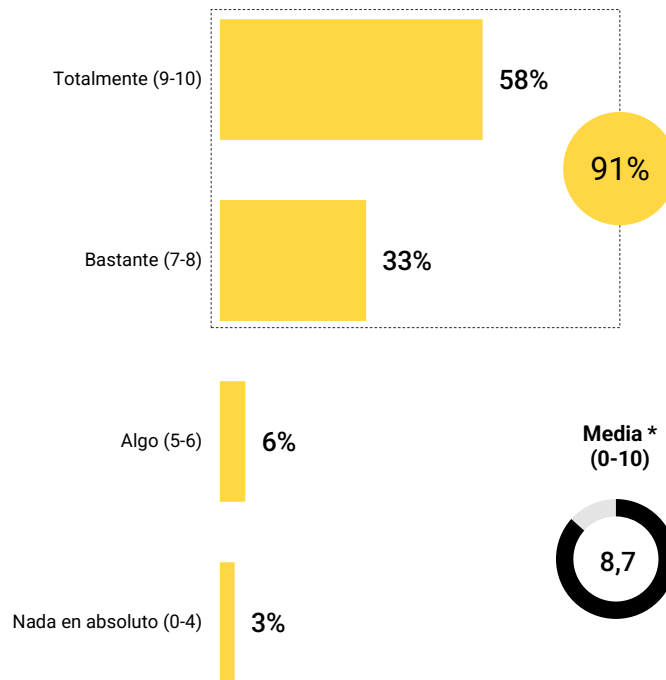
* En una escala de 0 a 10, donde 0 "Muy negativamente", y 10 "Muy positivamente"

Valoración concreta del “Paquito de Cordero”



Entrevistados que conocen y han probado
“El Paquito de Cordero”

- **Nueve de cada diez** de los entrevistados que han probado “El Paquito de Cordero”, lo valoran en índices excelentes.



(P2B) * - ¿Y hasta qué punto te ha gustado el “Paquito de Cordero” cuando lo has probado?

Base: Entrevistados que conocen y han probado “El Paquito de Cordero”

* En una escala de 0 a 10, donde 0 “Nada en absoluto”, y 10 “Totalmente”

B. Resultados de la investigación

B.1. Hábitos de consumo de productos cárnicos

B.2. Notoriedad de la campaña e índice de prueba

B.3. Valoración general de la campaña

B.4. Valoración pormenorizada de “El Paquito de Cordero”

B.5. Caracterización de la muestra

Descripción detallada de la iniciativa de "El Paquito de Cordero"

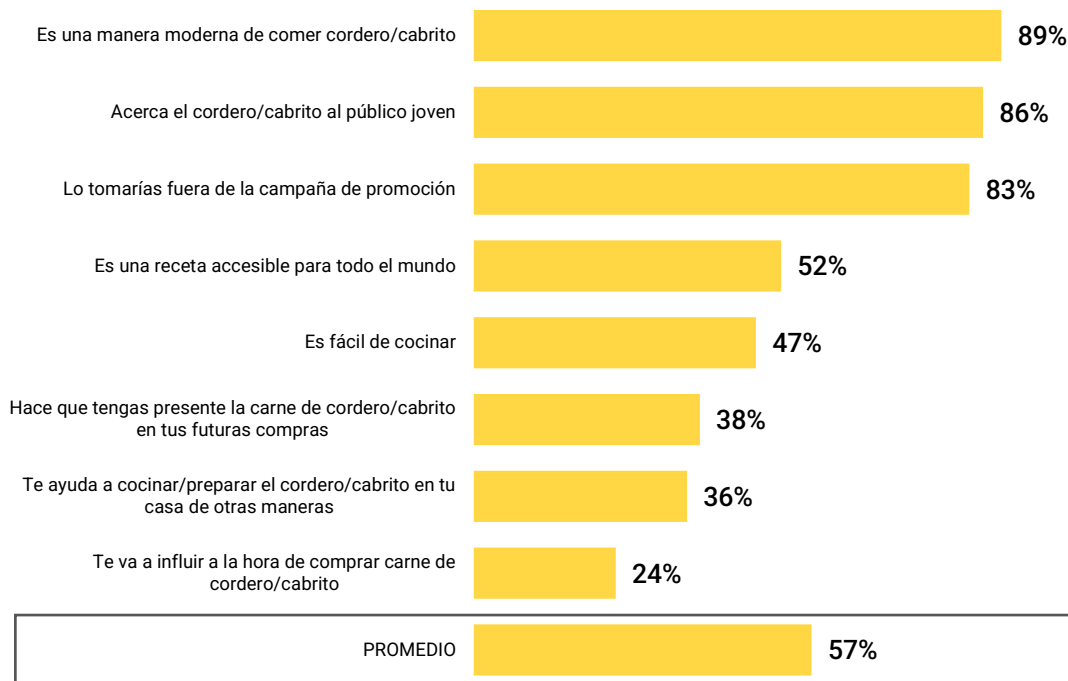
- Llegados a este punto, le **describíamos** a todos los participantes (hubieran o no probado el paquito), la **iniciativa** llevada a cabo con el "**Paquito de Cordero**":

"El Paquito de Cordero" es un bocadillo de carne de cordero, considerado el "primo hermano" del tradicional pepito de ternera. Se elabora con cortes tiernos y jugosos (como la pierna de cordero deshuesada), y se puede encontrar en multitud de bares y restaurantes de España



Valoración pormenorizada de “El Paquito de Cordero”

- Los **elementos** que reciben un índice de acuerdo **más alto**, alcanzando **índices notables por encima del 80%** son los referidos a ser **una manera moderna** de comer la categoría, **acercar el público joven**, así como **consumirla fuera** de la promoción.
- En un **segundo nivel**, con **índices** cercanos al **50%** se posicionan el ser una **receta accesible** a todo el mundo y **fácil de cocinar**.
- El resto de los elementos se sitúan en niveles más bajos, con índices entre los 24%- 38%.



(P3C) * - ¿Dirías que el paquito de cordero...?

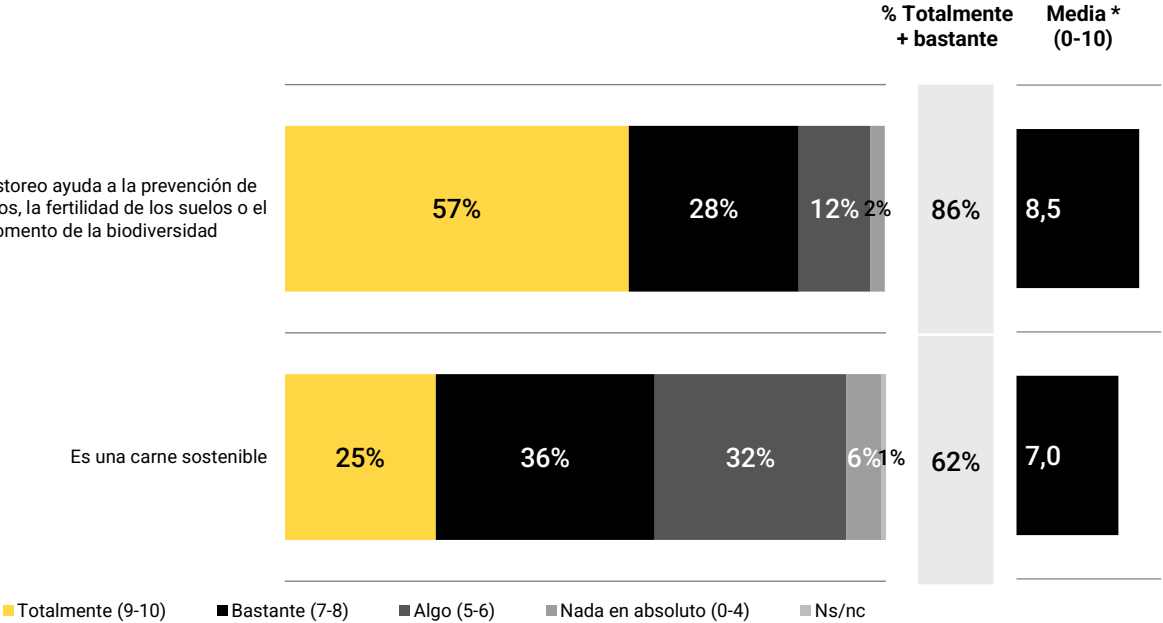
Base: Total de personas entrevistadas

* Pregunta sugerida

Aspectos referidos a la sostenibilidad

- El principal **aspecto referido** a la **sostenibilidad**, **que se sitúan en niveles óptimos**, con **índices cercanos al 80%**, es el **referido a que su pastoreo ayuda en la prevención de incendios**.
- El aspecto referido a **ser una carne sostenible**, **se sitúa en niveles más modestos**, cercanos al 60%.

Su pastoreo ayuda a la prevención de incendios, la fertilidad de los suelos o el fomento de la biodiversidad



(P3D) * - ¿Hasta qué punto consideras que la carne de cordero ...?
Base: Total de personas entrevistadas

* En una escala de 0 a 10, donde 0 “Nada en absoluto” y 10 “Totalmente”

B. Resultados de la investigación

B.1. Hábitos de consumo de productos cárnicos

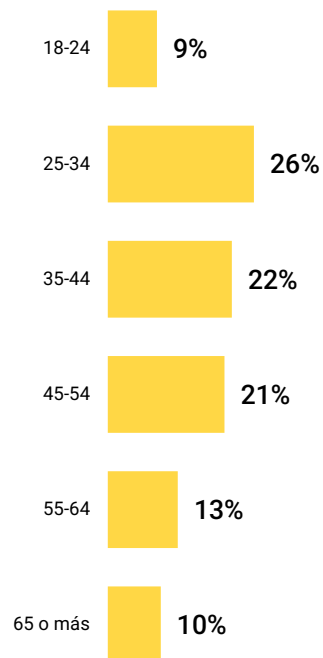
B.2. Notoriedad de la campaña e índice de prueba

B.3. Valoración general de la campaña

B.4. Valoración pormenorizada de “El Paquito de Cordero”

B.5. Caracterización de la muestra

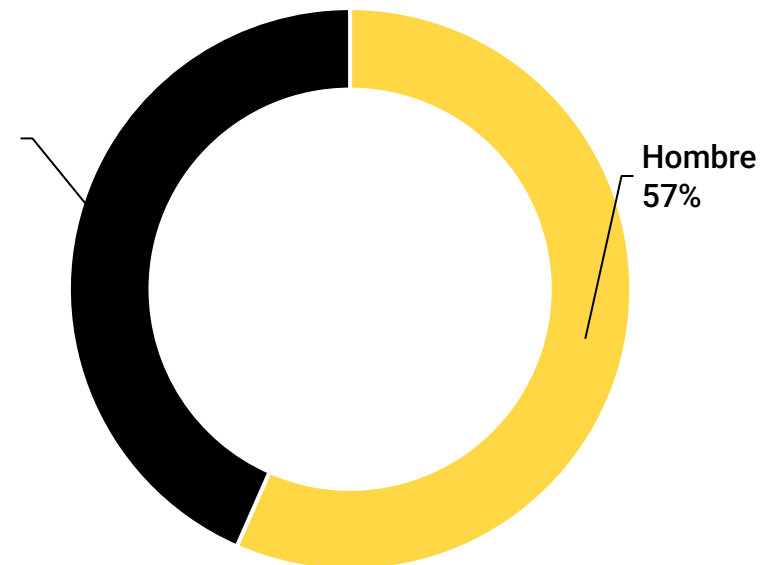
Caracterización de los entrevistados



(P0B) - ¿Me podrías decir tu edad?

Base: Total de personas entrevistadas

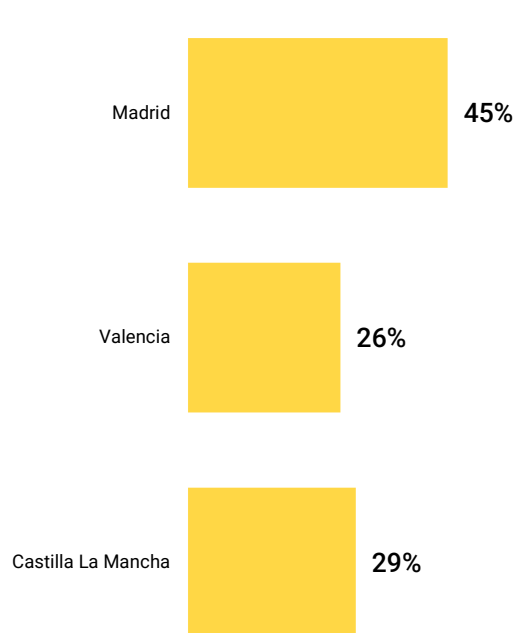
Mujer
43%



(P0F) - Sexo

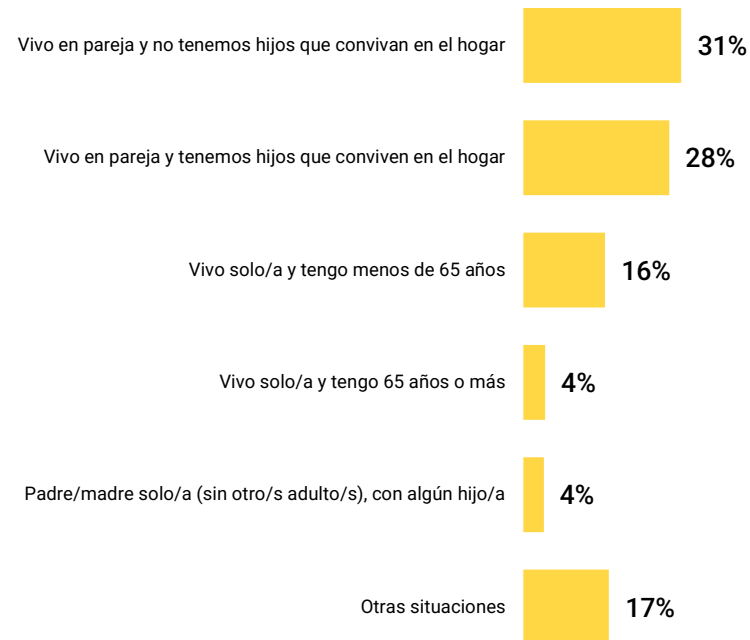
Base: Total de personas entrevistadas

Caracterización de los entrevistados



(P0G) – Zona

Base: Total de personas entrevistadas



(D1) - De las siguientes ¿qué opción describe mejor tu hogar?

Base: Total de personas entrevistadas

C. Consideraciones finales

FRECUENCIA DE COMPRA DE PRODUCTOS CÁRNICOS

› Elevada
Heavy consumers

M2 2026

86%



› Cordero / lechal / cabrito
En tercer lugar, junto al pavo (65%)

M2 2026

56%

NOTORIEDAD DEL "PAQUITO DE CORDERO"

› Elaboración a base de cordero

41%

› Nombre

28%

› Índice de prueba

14%

VALORACIÓN * GENERAL DE LA INICIATIVA DEL "PAQUITO DE CORDERO"

Conocedores de la elaboración

88%

Conocedores del nombre

95%

Lo han probado

98%

VALORACIÓN * PORMENORIZADA DE LA INICIATIVA

M2 2026

› Una manera moderna de comer la categoría

89%

› Consumirla fuera de la promoción

83%

› Acerca al público joven

86%

EN LO REFERIDO A LA SOSTENIBILIDAD *

› Su pastoreo ayuda en la prevención de incendios

86%

› Carne sostenible

62%

* En una escala de 0 a 10. Se muestra el % de 7-10

www.ikerfel.es

Madrid

Ferraz, 10
(+34) 915 489 234
ikerfelmadrid@ikerfel.es

Bilbao

Campo Volantín, 21
(+34) 944 132 640
ikerfel@ikerfel.es