

El aceite de oliva virgen extra, el producto "estrella" de "Sabor a Málaga"



Noticias

En los tres años de andadura "Sabor a Málaga" se ha convertido en una marca que se asocia con productos locales y de la tierra

Los **consumidores de "Sabor a Málaga"** han elegido en una encuesta al aceite de oliva virgen extra como el producto "estrella" de la marca, seguido del vino, la aceituna aloreña y los quesos y lácteos, por lo que el 85 por ciento de los sondeados creen que este distintivo es necesario para la provincia.

El diputado de Desarrollo Económico y Productivo, Jacobo Florido, ha presentado el estudio realizado por la Sociedad de turismo y Planificación Costa del Sol, donde se refleja que los malagueños valoran la procedencia de los productos y su calidad, según ha informado la Diputación de Málaga en un comunicado.

Este informe sobre el consumo de productos agroalimentarios locales se ha realizado con los resultados de mil conversaciones telefónicas de hogares malagueños sobre hábitos de compra, consumo y opinión, donde un tercio de los encuestados conocía la marca "Sabor a Málaga" y de la que un 60 por ciento elige de manera regular.

Casi la mitad de los encuestados ha afirmado que a la hora de comprar buscan una buena relación calidad-precio, y que la marca perteneciente a la diputación condiciona los hábitos en el supermercado del 62 por ciento de los malagueños encuestados que reconocen que les influye.

Florido ha valorado que en los tres años de andadura "Sabor a Málaga" se ha convertido en una marca que se asocia con productos locales y de la tierra, que transmite a los consumidores "una idea de calidad", por lo que considera que han obtenido una promoción y posicionamiento muy positivos dentro de la provincia.

Los lugares más habituales para la compra de los productos de "Sabor a Málaga" son los pequeños comercios, seguido de las grandes superficies con las que la marca tiene numerosos acuerdos suscritos y que además sigue trabajando para mejorar los canales de distribución.

Del total de la muestra, el 97 por ciento de los encuestados no conocían previamente la marca "Sabor a Málaga" pero han manifestado que comprarían los productos adheridos a esta marca después de saber de su existencia.

Desde la Diputación han destacado que estos datos prueban la necesidad de que los productos agroalimentarios malagueños cuenten con una marca específica que se ha convertido en "un referente de calidad" para la provincia.

Redacción