

0/H.121
E29
2da Etapa
II

Exp. 6768

44921

Consejo Federal de Inversiones

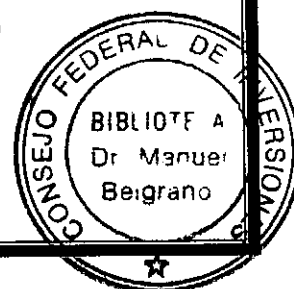
Provincia de Tucumán



**ESTUDIO DEL PERFIL
DEL MERCADO CONSUMIDOR DE PALTA
Y OTRAS FRUTAS TROPICALES**

**SEGUNDA ETAPA:
CORDOBA, ROSARIO, MENDOZA**

EXPEDIENTE 67680001



ANEXO- INFORME FINAL

Buenos Aires, Octubre 2005

INDICE

<i>Anexo 1: Resumen del trabajo final – Etapa I.....</i>	<i>3</i>
<i>Anexo 2: Conclusiones generales del trabajo final – Etapa I.....</i>	<i>5</i>
<i>Anexo 3: El Índice de Nivel Socio Económico (NSE).....</i>	<i>6</i>
<i>Anexo 4: Guía de Pautas para los Grupos de Exploración Creativa.....</i>	<i>9</i>
<i>Anexo 5: Recetas dadas por los participantes.....</i>	<i>12</i>
<i>Anexo 6: Cuestionario Definitivo para la Encuesta Poblacional.....</i>	<i>14</i>
<i>Anexo 7: Resultados Individuales de la Encuesta Poblacional en c/u de las ciudades investigadas.....</i>	<i>20</i>
<i>Anexo 8: CD con Tablas de Información Primaria de la Encuesta Poblacional en c/u de las ciudades investigadas.....</i>	<i>21</i>



Anexo1: Resumen del trabajo final – Etapa I

Hasta ahora se sabía muy poco sobre el consumo de frutas tropicales en la Argentina. El tema adquirió importancia al observarse que en el noroeste argentino la palta se transformó en una alternativa productiva atractiva para los productores, los cuales empezaron a plantarla. En pocos años tendremos un aumento de la producción muy importante. Esta mayor oferta de palta requerirá de una salida correspondiente. La falta de conocimiento sobre el consumo de la misma surgió como un escollo para cualquier planificación estratégica tendiente a incrementar la demanda nacional de paltas. Por este motivo se encaró el estudio del perfil del consumidor de palta y otras frutas tropicales.

La investigación constó de dos etapas, en la primera se analizaron los aspectos cualitativos del consumo, lo que significa los motivos, razones y actitudes de la población frente a las frutas tropicales. En la segunda etapa se estudiaron los aspectos cuantitativos, es decir aquellos que se pueden medir y cuantificar. En la etapa cualitativa se empleó las técnicas de la entrevista en profundidad y grupos de exploración creativa y en la cualitativa la de la encuesta poblacional.

Los resultados de la investigación muestran que el consumo de palta se caracteriza por una fuerte relación afectiva-emocional entre el consumidor y la palta. Todos los aspectos relacionados al consumo están influenciados por este hecho. Los factores racionales no tienen relevancia. Las diferencias entre la población se dan según si es consumidor o no de palta, mientras que no se han detectado segmentaciones según otras variables sociodemográficas. También se observó que la mayoría de la población conoce la palta, pero sabe poco acerca de la misma. La falta de conocimiento abarca tanto las características propias del producto, como las posibilidades de utilización. Con respecto a las otras frutas tropicales, el conocimiento se restringe a mango y papaya.

Cualquier estrategia que se elabore para incrementar el consumo de palta debería siempre tomar en consideración por un lado el fuerte vínculo afectivo-emocional que existe entre el consumidor y la palta, y por otro la forma de generar dicho vínculo en los actuales no consumidores.

Entre las acciones propuestas está difundir aspectos racionales (salud, belleza), aumentar las oportunidades de consumo (recetas) y mejorar la logística (compra impulsiva). Se desaconsejan las simples ofertas a menores precios.

Se concluye que tomando en consideración los aspectos relevantes de esta investigación se puede lograr un importante aumento de la demanda de palta en Argentina a través del incremento del consumo de los actuales consumidores, como así también conquistando a parte de los no consumidores.

Cualquier estrategia que se elabore para incrementar el consumo de palta debería siempre tomar en consideración por un lado el fuerte vínculo afectivo-emocional que existe entre el consumidor y la palta, y por otro la forma de generar dicho vínculo en los actuales no consumidores.

Entre las acciones propuestas está difundir aspectos racionales (salud, belleza), aumentar las oportunidades de consumo (recetas) y mejorar la logística (compra impulsiva). Se desaconsejan las simples ofertas a menores precios.

Se concluye que tomando en consideración los aspectos relevantes de esta investigación se puede lograr un importante aumento de la demanda de palta en Argentina a través del incremento del consumo de los actuales consumidores, como así también conquistando a parte de los no consumidores

Anexo 2: Conclusiones generales del trabajo final – Etapa I

Se observó una gran coincidencia entre las conclusiones de la encuesta con los de la etapa cualitativa.

1. **EXISTE UN FUERTE VÍNCULO AFECTIVO DEL CONSUMIDOR DE PALTA HACIA LA MISMA.** Es decir, no se verifican motivaciones racionales para consumir la palta.
2. **ALTO GRADO DE DESCONOCIMIENTO DE LA PALTA** por parte de los consumidores: desconocimiento de estacionalidad, origen, variedades, precio, diferentes formas de consumo, beneficios para la salud.
3. **LOS NO CONSUMIDORES CARECEN DE VÍNCULO AFECTIVO HACIA LA PALTA.**
4. **NO SE HA DETECTADO SEGMENTACIÓN** que incida sobre el mayor o menor nivel de consumo de palta, según las variables sociodemográficas o duras (NSE, sexo, edad, grupo profesional) ni tampoco según variables investigadas relacionadas al estilo de vida (cocina o no, hace deportes o no).
5. **EL PRECIO NO ES UNA VARIABLE DETERMINANTE DE LA COMPRA DE PALTA.** Esto no significa que carezca importancia: muy por el contrario, el precio interviene en la conformación del valor total atribuido al producto. Un precio muy bajo podría generar suspicacias hacia el producto ofrecido.
6. **EL POSICIONAMIENTO ACTUAL DE LA PALTA** en la mente del consumidor actual está vinculado a lo tradicional, afectivo, a la historia personal de cada consumidor, y no a un plano racional.
7. La **LOGÍSTICA** actual presenta fallas: **NO ESTÁ PRESENTE EN TODOS LOS NEGOCIOS** minoristas, **LA FORMA DE OFRECERLA NO ES LA MÁS ADECUADA.** Esto adquiere especial importancia si tenemos en cuenta que la palta es de compra impulsiva.
8. El conocimiento de **FRUTAS TROPICALES** por parte de la población se restringe principalmente a **PALTA, MANGO Y PAPAYA.**

Anexo 3: El Índice de Nivel Socio Económico (NSE)

El Índice del Nivel Socio Económico

Para realizar el estudio del perfil del mercado consumidor se recurrió a la clasificación del Nivel Socio Económico (NSE) elaborado por la Asociación Argentina de Marketing (A.A.M.) conocido como Índice del NSE.

El NSE es una información clave para caracterizar estructuralmente los mercados de productos. El NSE no es una característica física y fácilmente informable sino que se basa en la integración de distintos rasgos de las personas o sus hogares. La metodología aplicada en la Argentina se basa en la selección de diferentes indicadores. El Índice de NSE recomendado por la A.A.M. y aplicado por la mayor parte de las empresas de investigación de mercado, se basa en los siguientes indicadores:

- Nivel Educacional del Principal Sostén del Hogar
- Nivel Ocupacional del Principal Sostén del Hogar
- Patrimonio del Hogar:
 - Posesión de Bienes y Servicios
 - Posesión de Automóvil

Cada variable es categorizada y a cada dimensión le corresponde un puntaje específico. El Índice final es un índice numérico constituido por la sumatoria simple de puntajes. Los puntajes máximos de cada índice se detallan en el Cuadro 1.

Cuadro 1: Puntaje máximo de las variables del Índice del NSE

VARIABLE	PUNTAJES MAXIMOS
1. Educación del PSH	32
2. Ocupación del PSH	40
3. Patrimonio	
a. bienes y servicios	14
b. automóvil	14
TOTAL	100

Fuente: A.A.M.

En base a su amplia experiencia y en consulta con expertos la A.A.M. definió una estructura socio económica para la Argentina la cual se visualiza en el Cuadro 2.

Cuadro 2: Estructura Socio Económica de la Argentina

Nivel Socioeconómico		Puntaje	Total Ciudades	Total	GBA
NSE	"Clase"	(%)	>500.000 habit. (%)	(%)	
AB	Alta	93-100	1	1	
C1	Media Alta	63-92	10	10	
C2	Media Típica	48-62	11	12	
C3	Media Baja	35-47	24	23	
D1	Baja Superior	27-34	25	25	
D2	Baja Inferior	14-26	25	26	
E	Marginal	4-13	4	3	
Total			100	100	

Fuente: A.A.M

En el Cuadro 2 se indica el porcentaje de la población que pertenece a los diferentes niveles socioeconómicos y la clasificación de "clase social" que comúnmente se utiliza. La proporción de cada NSE en la población varía según la región del país. Para

conocer mejor la situación se estimó la participación de los NSE en las principales ciudades del país (Cuadro 3).

Cuadro 3: Estructura Socio Económica de las principales localidades. Año 1996

	Tota l (%)	GB A (%)	GBA Cap. Fed. (%)	Conurbano (%)	Córdob a (%)	Rosario (%)	Mendoza (%)	Tucumán (%)	Mar del Plata (%)
ABC1	11	11	22	4	12	12	13	10	13
C2C3	35	35	49	26	33	37	34	33	37
DE	54	54	29	70	55	51	53	57	50
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fuente: A.A.M.

Es muy importante aclarar que la elaboración del Índice del NSE y su incidencia a nivel nacional se realizaron a mediados de los noventa. La crisis de fines del 2001 – principio del 2002 ha modificado profundamente la estructura social del país. Todos los analistas del mercado son concientes que actualmente la participación de los diferentes NSE es muy diferente a la calculada en los noventa. Ha aumentado considerablemente el nivel DE y en menor medida también el C2C3, reduciéndose el definido como ABC1. En la A.A.M. se está pensando en realizar modificar el método de estudio, pero esto llevará bastante tiempo y por ahora los analistas siguen utilizando el Índice del NSE, tomando en consideración el cambio en la estructura social.

Anexo 4: Guía de Pautas para los Grupos de Exploración Creativa

Acerca de la alimentación

- ¿Cómo organizan el tema de la alimentación en sus hogares? ¿Qué tienen en cuenta? ¿Por qué?
- ¿Qué alimentos consumen frecuentemente? ¿Por qué?
- ¿Se pueden clasificar de alguna manera? (Ej.: Frutas y verduras, carnes, harinas, etc) ¿Cómo? ¿Con qué criterio lo hicieron?
- En base a la clasificación hecha: Trabajar con cada grupo alimentario

profundizando en Frutas y verduras

- ⇒ ¿Qué peso tiene cada uno de estos grupos para Uds. en el consumo familiar? (Establecer ranking)
- ⇒ ¿Qué propiedades tiene cada uno de los grupos? (Detectar atributos, fantasías, temores, etc)
- ⇒ ¿Son buenos para qué? ¿Son malos por/para algo? Profundizar en cada grupo nombrado.
- ⇒ ¿En qué se parecen?
- ⇒ ¿En qué se diferencian?
- ⇒ ¿Qué alimentos me pueden nombrar de cada grupo en base a lo que Uds. utilizan?
- ⇒ ¿Cuáles de estos grupos prefieren Uds.? ¿Por qué? ¿Y el resto de los integrantes de la familia?
- ⇒ ¿De dónde obtuvieron esa información?
- Familias: ¿Hay distintos menús en la familia? ¿Por qué?
- ¿Hay variaciones en la alimentación familiar? ¿En base a qué? (Explorar: estacionalidad, ofertas, época escolar, vacaciones, etc)

Frutas tropicales

- Si les digo FRUTAS TROPICALES, ¿Qué es lo primero que les viene a la cabeza? ¿Por qué? ¿En qué estaban pensando?
- ¿Qué productos incluiría esta clasificación? ¿Alguno más?

- Indagar: Kiwi, mango, ananá y palta si no surgen espontáneamente. ¿Cómo es cada uno de estos productos? ¿Para qué sirve?

Específico: Palta

- ¿Conocen la palta?
- ¿Cómo fue que la conocieron? Relatar experiencias personales.
- ¿La consumen o la han consumido?
- ¿Qué tipo de alimento es? ¿En qué grupo entraría? ¿Por qué?
- ¿Cómo es la palta? Descripción de producto: forma, color, atributos organolépticos, etc.
- ¿Hay distintos tipos? ¿Cuáles? ¿En qué se parecen? ¿En qué se diferencian? ¿Cuál prefieren Uds.? ¿Por qué?
- ¿Hay distintas marcas? ¿Cuáles? ¿En qué se parecen? ¿En qué se diferencian? ¿Cuál prefieren Uds.? ¿Por qué?
- Si quisieran que alguien pruebe la palta, ¿Qué le dirían? Detectar atributos y propiedades.
- ¿Tiene alguna ventaja por sobre los alimentos de su grupo? ¿Cuál? Profundizar.
- ¿Y alguna desventaja? ¿Cuál?
- ¿La palta es parecida a qué producto? ¿Por qué?
- Es un producto IDEAL, ¿PARA QUE? Profundizar.
- ¿Es un producto para QUE TIPO DE GENTE? ¿Por qué?
- ¿Como se imaginan a ALGUIEN QUE ADORA LA PALTA? (perfil consumidor ideal)

Consumidores: Hábitos de compra y consumo

- ¿Por qué compran palta? Razones
- ¿Cuando compran palta? ¿En qué momento?
- ¿Qué están buscando al comprarla?
- ¿Van a comprar palta específicamente o lo deciden cuando la ven?
- ¿Qué hay que tener en cuenta para elegir una BUENA PALTA?
- ¿Cómo saben cuándo está a punto para comerla?
- ¿Dónde compran palta? ¿Cómo está exhibida?
- ¿Qué cantidad compran? ¿Por qué? Razones
- ¿Cada cuanto tiempo compran? Razones
- ¿Compran en alguna época del año en particular? ¿Por qué?

- ¿Por qué no compran más? Razones
- ¿Dónde la guardan una vez comprada? ¿Por qué?
- ¿Qué tiempo se conserva?
- ¿Qué precio tiene? ¿Qué tan adecuado es ese precio? ¿Por qué? ¿Cómo sería un precio adecuado? ¿En base a qué están haciendo el cálculo? Profundizar.
- Para definir el precio adecuado para Uds., ¿Con qué producto lo están comparando?
- Olvidando el tema del precio de la palta, o si saliera \$0.10, ¿Compraría más, menos o igual? ¿Por qué? Profundizar. Detectar fantasías asociadas.
- ¿Cómo la preparan? Recetas. (Entrada, plato principal, etc)
- ¿A quién/es les gusta en sus hogares? ¿Por qué? ¿Qué dice el resto de los integrantes?
- Si necesitan comprar palta y no consiguen, ¿Qué otro producto la podría reemplazar? ¿Por qué? Profundizar

NO Consumidores: Hábitos de compra y consumo

- ¿Por qué no compran palta? Razones.
- ¿Qué tendría que pasar para que Uds. compraran palta? Profundizar.
- ¿Cómo tendría que ser la palta para que Uds. la consumieran? Profundizar.
- ¿Qué precio tiene? ¿Qué tan adecuado es ese precio? ¿Por qué? ¿Cómo sería un precio adecuado? ¿En base a qué están haciendo el cálculo? Profundizar.
- Para definir el precio adecuado para Uds., ¿Con qué producto lo están comparando?
- Olvidando el tema del precio de la palta, o si saliera \$0.10, ¿Compraría más, menos o igual? ¿Por qué? Profundizar. Detectar fantasías asociadas.

Consumidores: a FUTURO

Completar las frases y explicar el criterio/razón utilizada.

⇒ EN EL FUTURO COMPRARÍA MAS PALTA SI.....

⇒ EN EL FUTURO COMERIA MAS PALTA SI.....

⇒ EN EL FUTURO EN CASA COMERIAN MAS PALTA SI.....

Anexo 5: Recetas dadas por los participantes

Recetas en crudo y salado

- Al natural: 1. palta abierta al medio con sal y pimienta. La comen con cucharita.
2. palta abierta al medio con sal y con un chorrito de aceite de oliva. La comen con cucharita.
- Pastas: 3. Pasta para untar: se pisa la palta y se le agrega salsa golf y sirve para untar galletitas o tostadas.
4. Pasta para acompañar carnes: como una salsa criolla a la que se le agrega palta pisada.
- Entrada: 5. Kani Kama, salsa golf y palta.
6. Camarones, salsa golf y palta.
7. Se abre al medio y se la ahueca. Se pisa la palta y se le agrega mayonesa o salsa golf y se condimenta. Se rellena y se decora con rodajas de tomate y lechuga o rúcula.
8. Tipo sándwich: Pan negro, rebanada gruesa de palta, jugo de limón y aceite de oliva
- Ensalada: 9. Como un ingrediente más en una ensalada común de lechuga, tomate, cebolla, etc
10. Adicionada a la ensalada Waldorf
11. Cebolla picada y palta cortada en cubitos, se condimenta con pimentón ahumado y limón.
12. Palta cortada en cubitos, con verduras verdes, tomates y pollo
- Salsa: 13. Guacamole: salsa hecha con cassée de tomate, paltas en cubitos, jugo de limón y aceite

Recetas en crudo y dulce

- Al natural: 14. Palta abierta al medio con azúcar. Se come con cucharita
- Postre: 15. Cortada en rebanadas y rociada con azúcar

- Pasta: 16. Se pisa la palta y se le agrega azúcar.
- Liculado: 17. Se licua palta con azúcar y leche o agua

Recetas con cocción

- Mouse: 18. Se licua la palta, se le agregan hierbas, crema y gelatina sin sabor, se mezcla todo y se pone en baño María.
- Tarta: 19. Existen recetas mejicanas en las cuales se cocina la palta
- Puré: 20. Se mezcla la palta con puré de papas y se sirve en caliente

Anexo 6: Cuestionario Definitivo para la Encuesta Poblacional

- F1 ¿Que frutas tropicales conoce? (ESPONTANEA)
F2 De las que le voy a nombrar, ¿Cuáles conocer? (LEER)
F3 ¿Cuáles de ellas probó aunque sea una sola vez? (LEER)
F4 ¿Cuáles de ellas consume aunque sea de vez en cuando? (LEER)
F5 ¿Cuáles de ellas compra aunque sea de vez en cuando? (LEER)
F6 ¿Cuáles de ellas consumió en el último año? (LEER)

LEER:

Palta – Mango – Papaya o Mamón – Caqui – Chirimoya - Higo de Tuna

Con esta batería de preguntas se define dentro de la población entrevistada en la muestra representativa de 300 casos, cómo se distribuye esa población dentro de las cuatro posibilidades de vínculo con el producto, que son:

- No conoce
- Conoce y No Probó (A)
- Conoce, Probó, pero No Consume actualmente (B)
- Conoce, Probó y Consume actualmente (C)

A partir de ello, se realiza la batería de preguntas siguiente, según cada caso.

SI "NO CONOCE PALTA" TOMAR DATOS DE CLASIFICACIÓN Y TERMINAR

A) SI "CONOCE PALTA Y NO LA PROBÓ" NUNCA PREGUNTAR:

A1) Lugar de Conocimiento

¿Recuerda dónde la conoció?

- En mi casa
- En casa de amigos
- En casa de parientes
- En un restaurante
- En un viaje
- Otro
- No recuerda

A2) Razones de no prueba

- No se dio la ocasión
- No creo que me guste
- Creo que engorda
- Creo que es grasosa
- Es cara
- Otra. Especificar _____
- Por nada en especial

A3) Frases de acuerdo / desacuerdo

Totalmente de acuerdo- bastante de acuerdo- ni de acuerdo ni en desacuerdo- bastante en desacuerdo- totalmente en desacuerdo

Engorda
Es un producto grasoso
Es un producto que cae pesado
Tiene un sabor raro
No se encuentra en todos lados
Es un producto un poco elitista, sofisticado
No sé cómo prepararla
Es un producto caro

**A4) Actitud al consumo futuro: ¿Cree que algún día va a probar la palta?
Seguramente si – Probablemente si – No sé – Probablemente no – Seguramente no**

B) SI LA "PROBÓ Y NO LA CONSUME" PREGUNTAR:

B1) ¿Recuerda dónde la conoció?

En mi casa
En casa de amigos
En casa de parientes
En un restaurante
En un viaje Si fue en un viaje: ¿Recuerda dónde viajó y la conoció?
Otro (especificar)
No recuerdo

B2) ¿Cómo la comió la primera vez que la probó?

Sola
Con azúcar
Con sal
Con aceite y sal
Con mayonesa o salsa golf
Como ingrediente dentro de una preparación
Otra (especificar)
No recuerdo

B3) ¿Alguna persona le convidó palta o invitó a consumirla?

Si, Padre
Si, Madre
Si, Hermano/a
Si, Amigo/a
Si, Vecino
Si, Otros Parientes
No / No recuerdo,

B4) Razones de no consumo actual

No me gustó/Gusta
Falta de costumbre
No me llama la atención
No es buena para la salud
Porque no se consigue
Otros
No sé como prepararla

Ninguna en especial
Es grasosa
No como fruta
Engorda
Es cara

B5) Frases de acuerdo /desacuerdo

- 1- Engorda
- 2- Es un producto grasoso
- 3- No le encuentro gusto
- 4- Es un producto que cae pesado
- 5- Tiene un sabor raro
- 6- Es un producto que no rinde
- 7- No se encuentra en todos lados
- 8- Es un producto un poco elitista, sofisticado
- 9- No sé cómo prepararla
- 10- Es un producto caro

**B6) Actitud al consumo futuro: ¿Cree que algún día comería palta con mayor frecuencia?
Seguramente si – Probablemente si – No sé – Probablemente no – Seguramente no**

C) SI LA "CONSUME ACTUALMENTE", PREGUNTAR:

C1) ¿Recuerda cómo conoció la palta?

Mi mamá me daba palta desde chico
La comí en casa de un familiar / amigo / pariente
No recuerdo
En casa de mis padres había un palto
Vecino/amigo/pariente trajo/nos dio de su palto
En la verdulería / frutería
En un viaje
La comí en un restaurante
Otro

C2) ¿Alguna persona le convidó o invitó a consumirla?

Si, Padre
Si, Madre
Si, Hermano/a
Si, Amigo/a
Si, Vecino
Si, otro pariente
Si, otras
No, nadie

C3) ¿Que tipo o variedad de paltas conoce? ¿Alguna otra?

Ninguna/ no conozco variedades
Verdes
Chicas
Grandes
Oscuras
Otras
Marrones
Oscuritas

Ovaladas
Lisas
Redondas
Hass
Medianas
Rugosas

Y de las que nombró, ¿Cuál prefiere?

C5) ¿Cuál es el momento del día en que come paltas más frecuentemente?

Como ingrediente de un plato del almuerzo o de la cena
Como entrada en el almuerzo o cena
Entre comidas
Después de la comida como una fruta
En cualquier momento del día
Otro. Especificar _____

C7) ¿De qué formas la consume?

Pisada, como pasta, con mayonesa o salsa golf,
En ensalada, con cebolla, o tomate u otras verduras
Con aceite y sal / con limón y sal
Otras
Con mayonesa o salsa golf
Pisada, como pasta, untada en galletita o pan
Sola
Con azúcar
Guacamole
Licuado de palta
En mousse, licuada con otros ingredientes
En sandwich

C9.1) ¿Cuando la consume sola, ¿cuánta palta usa?

½ palta
1 palta
2 paltas
3 paltas
Más de tres paltas

C9.1) ¿Cuando la consume como ingrediente, ¿cuánta palta usa?

½ palta
1 palta
2 paltas
3 paltas
Más de tres paltas

C10) ¿Cómo sabe cuándo la palta está madura?

La toco y me doy cuenta
No sé cuando está madura
Le veo el color, cuando se pone oscurita
Otra (especificar)

C11) ¿Cuál es la principal razón por la que Ud. come Palta?

Porque es rica/ me gusta
Es nutritiva/ tiene vitaminas/ alimento
No tengo una razón específica
Es sana/ saludable
Por costumbre
Baja el colesterol
Tengo un árbol

C12) ¿Cuántas veces por mes consume Palta aproximadamente?

1 o 2 veces por semana
1 vez cada 15 días
1 vez cada 21 días
1 vez por mes
Menos de una vez por mes

C13) ¿Hay alguna época del año en que se consume más? ¿Cuál?

No / Si ¿Cuál? Verano Invierno Primavera Otoño

C14) ¿El precio varía según la época del año? Si – No

¿Hay una época en la cual es más cara? Otoño; Invierno; Primavera; Verano; No sabe/ No contesta

Si compró Paltas en el último año

C15) ¿Recuerda dónde las compró la última vez?

C16) ¿Dónde compra habitualmente Paltas?

Frutería/ Verdulería
Supermercado
Hipermercado
Feria
No recuerda
Otras (especificar)
Autoservicio

C18) ¿Cuántas compró la última vez? (En unidades, si no en kilos)

Unidades_____

Kilos_____

C19) ¿Recuerda el precio al cual la compró? Si / No / Cuál

C21) ¿Cuando compra paltas cuál de estas alternativas prefiere?

Prefiere comprarla ya madura para el consumo
La compra verde y la deja madurar en su casa
Me da lo mismo

C22) En general, cuando Ud va a comprar:

Decide la compra cuando las ve
Las pone en la lista de lo que va a comprar
Otra

C23) ¿Hay alguna época del año en que se consigue más?

No / Si ¿Cuál? Verano; Invierno; Primavera; Otoño

C24) Frases de acuerdo/desacuerdo

Para mí comer palta es como darme un gusto
Cuando veo paltas donde yo compro me da ganas de comprar
Cuando tengo ganas de comer palta no me puedo resistir
Como palta porque es muy rica
Comer palta me encanta y me da mucho placer
Tiene propiedades cosméticas
Es un producto muy saludable
Es rico, pero engorda un poco
Es un poco grasosa
No se encuentra en todos lados
Es un producto un poco elitista, sofisticado
Es un producto que rinde poco
Es un producto caro
Me la recomendaron por cuestiones de salud
Cuando la ponen en promoción a menor precio me da desconfianza
Compro sólo cuando tengo ganas y no me fijo en el precio
Si la veo más barata, compro más
Comer palta me trae buenos recuerdos

C25) Atributos/Cualidades

¿Conoce Ud. alguna propiedad o cualidad positiva de la Palta?

No / Si ¿Cuál?

Tiene Vitaminas
Le hace bien a la piel
Tiene bajo colesterol
Ayuda a bajar el colesterol
Aporta aceites no saturados
Otra (especificar)

DATOS DE CLASIFICACIÓN

Estado civil
Rol dentro del hogar
Hijos
Vive con hijos / padres
Sexo
Edad
Cocina/No cocina
Deportes que realiza (amateur o no)
NSE: Principal sostén del hogar: estudios, ocupación / Automóvil

Anexo 7: Resultados Individuales de la Encuesta Poblacional en c/u de las ciudades investigadas

Los resultados se han impreso directamente desde archivos power-point, formato en el cual fueron volcados originalmente.

Se presentan c/u de las ciudades en forma independiente:

- Córdoba
- Mendoza
- Rosario

Para cada ciudad las hojas se hallan numeradas a partir de 1.

**FRUTAS
TROPICALES;
PALTAS**

II
***Investigación
cuantitativa***

**Anexo:
Resultados
Córdoba
Agosto
2005**

1

Julio de 2005

Objetivos

- Conocimiento, Prueba y Consumo de Frutas Tropicales
- Hábitos de compra y consumo de Paltas.
- Atributos que se asocian a la Palta.
- Perfil del consumidor. Razones de consumo y no consumo.
- Actitud al consumo futuro de no consumidores actuales.
- Conocimiento de tipos y variedades. Preferencias.
- Tipo de compra. razonada o por impulso.
- Hábitos de compra. Lugar. frecuencia. cantidad.
- Formas de preparación. usos. recetas.
- Frecuencia de Consumo.
- Momentos y ocasiones de consumo. hábito estacional.
- Conocimiento y actitudes en relación al Precio.

2

Metodología

Se realizaron encuestas telefónicas a una muestra probabilística de población, de nivel socioeconómico ABC y D1 según la definición de la Asociación Argentina de Marketing.

El respondiente fué un miembro de la familia entre 18 y 65 años.

Se utilizó la técnica CATI. Computer Assisted Telephone Interviewing, que garantizó una idónea selección del entrevistado en cada hogar.

El cuestionario tuvo una duración promedio de 15 minutos.

Muestra

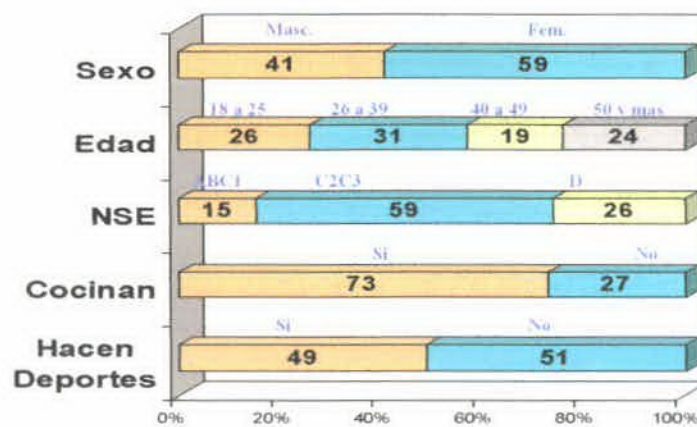
Muestra Probabilística: 300 casos de hogares de NSE ABC y D1.

La muestra fué estabilizada por cuotas según el peso real de Nivel Socio Económico, sexo y edad en la población del área en estudio.

Parámetros estadísticos: Nivel de confianza 95%
Margen de error +/- 4.5%.

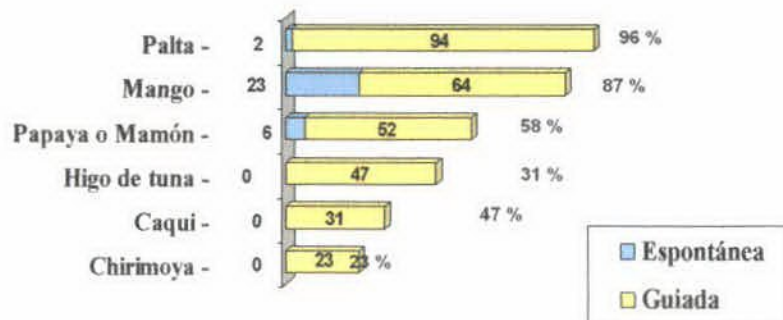
Resultados Graficados

Características de la Muestra



Conocimiento de Frutas Sub-Tropicales

¿Que Frutas Sub-Tropicales conoce ?



Base: Total Muestra (300)

7

Conocimiento de Frutas Sub-Tropicales

¿Que Frutas Sub-Tropicales conoce ?

Espontánea + Guiada		Palta	Mango	Caqui	Papaya	Higo	Chirimo
		100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
TOTAL		96	87	31	58	47	23
Sexo	Masc.	94	85	34	57	43	19
	Fem.	97	88	29	59	49	27
Edad	18 a 25	91	90	19	48	44	21
	26 a 39	96	86	28	56	50	33
	40 a 49	98	94	41	64	46	20
	50 o mas	99	88	42	67	46	26
NSE	ABC1	98	98	39	77	69	17
	C2/C3	95	90	32	57	45	57
	D	96	75	25	51	43	26
Cocina	Si	96	90	34	60	49	83
	No	95	80	25	52	41	17
Hace Deporte	Si	97	90	32	61	46	57
	No	94	84	31	55	47	43

Base: Total Muestra (300)

8

Julio de 2005

Estructura de Hábitos en Frutas Sub-Tropicales

-Conocimiento, Prueba, Consumo y Compra-

	Palta	Mango	Caqui	Papaya	Higo Tuna	Chirimoya
<i>Ejemplar: Conocer</i>	300 100 %	300 100 %	300 100 %	300 100 %	300 100 %	300 100 %
Conoce	96	87	31	58	47	23
Probó	88	69	17	43	33	9
Consume	61	24	4	11	14	2
Cons. Ult. Año	61	28	5	12	12	1
Compra	56	21	3	10	10	2

Base: Total Muestra (300)

9

Julio de 2005

Estructura de Hábitos en Palta

-Conocimiento, Prueba, Consumo y Compra-

	Total	Sexo		Edad				NSE		
<i>Ejemplar: Conocer</i>		Masc.	Fem.	18 a 25	26 a 39	40 a 49	50 y mas	ABC1	C2/C3	D
	300 100 %	123 100 %	177 100 %	79 100 %	93 100 %	56 100 %	72 100 %	44 100 %	177 100 %	79 100 %
Conoce	96	94	67	91	96	98	99	98	95	96
Probó	88	85	90	84	87	91	93	84	89	89
Consume	61	61	62	48	62	64	72	71	60	60
Cons. Ult. Año	61	64	58	52	61	63	68	68	59	60
Compra	56	57	55	46	55	61	64	61	55	54
Comp. Ult. Año	43	39	47	33	49	41	49	62	38	46

Base: Total Muestra (300)

11

Posición Frente a la Palta

-Conocimiento, Prueba y Consumo-

<i>Exponentes - Unidad</i>	TOTAL	Sexo		Edad				NSE		
		Masc.	Fem.	18 a 25	26 a 39	40 a 49	50 y mas	ABC1	C2/C3	D
	300	123	177	79	93	56	72	44	177	79
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
No Conoce	4	6	3	9	4	2	1	2	5	4
Conoce y no Probó	7	9	6	8	9	7	6	14	6	8
Conoce, Probó y no Consume	28	21	32	32	26	29	25	16	30	29
Consume	61	64	58	52	61	63	68	68	59	60

Base: Total Muestra (300)

11

Razones de No Prueba de Palta

¿Por qué razón nunca comió Palta?

	22
	100
	%
<i>No me llama la atención</i>	27
<i>No se dió la ocasión</i>	27
<i>No creo que me guste</i>	18
<i>Nada en especial</i>	14
<i>Es muy grasosa</i>	9
<i>Enqorda</i>	5
<i>Otros</i>	5

Base: Conocedores Np Probadores (22)

12

Forma de Prueba y Razones de No Consumo

<i>Forma de Prueba</i>	83 100 %		<i>Razones de No Consumo</i>	83 100 %
<i>Pisada como puré</i>	29		<i>No me gusta</i>	48
<i>Sola</i>	13		<i>Falta de costumbre</i>	17
<i>Con Acolte y Sal</i>	12		<i>No me llama la atención</i>	10
<i>En ensalada</i>	10		<i>No es buena para la salud</i>	6
<i>Con mayonesa/ salsa golf</i>	10		<i>No se consigue</i>	6
<i>Con sal</i>	8		<i>No sé cómo prepararla</i>	5
<i>C/ Ingred. en una Preparación</i>	7		<i>Es grasosa</i>	4
<i>No recuerdo</i>	8		<i>No como frutas</i>	2
<i>Otras</i>	8		<i>Engorda</i>	1
			<i>Otras</i>	5

Base: Probadores No Consumidores (83)

13

Iniciación de Consumo

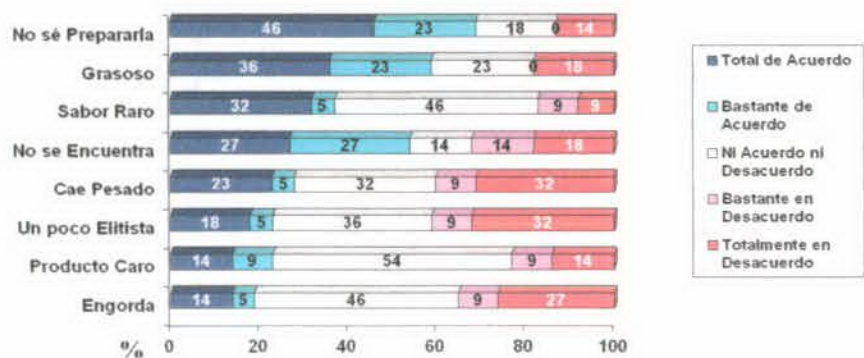
¿Alguien le convidó o le invitó a consumirla?

	<i>Probadores No Consumidores</i>	<i>Consumidores</i>
	83 100 %	192 100 %
<i>Amigo</i>	15	37
<i>Madre/ Padre/ Hermano</i>	8	21
<i>Vecino</i>	1	6
<i>Otros parientes</i>	28	27
<i>Otros</i>	2	8
<i>Nadie</i>	48	21

Base: Probadores No Consumidores (78) - Consumidores (167)

14

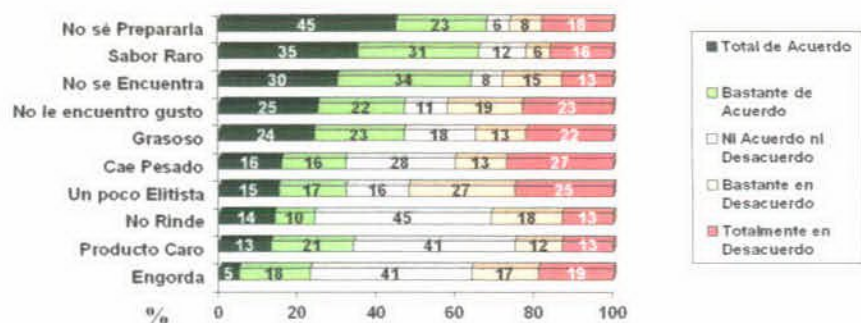
Frases Actitudinales -Conocen y No Probaron-



Base: Conocen y No Probaron (22)

15

Frases Actitudinales -Probaron y No Consumen-



Base: Probaron y No Consumen (83)

16

Actitud al Consumo Futuro de Palta

	Conocen y No Probaron	Probaron pero No Consumen
	22 100 %	83 100 %
Actitud Positiva	45	39
Seguramente Si	9	11
Probablemente Si	36	28
Quizá Si, Quizá No	46	31
Probablemente No	0	12
Seguramente No	9	18
Actitud Negativa	9	30

Base: No Probadores y Probadores No Consumidores

17

Razones de Consumo

¿Cuál es la principal razón por la que usted come Palta?

	182 100 %
Porque es rica / me gusta	74
Es sana / saludable	6
Es nutritiva / Vitamina / Alimento	8
Tiene árbol	1
Baja el Colesterol	3
Ninguna razón especial	6
Por costumbre	3

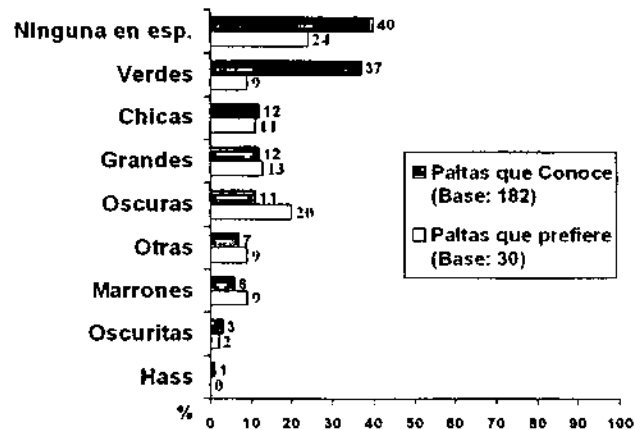
Base: Consumidores (182)

18

Julio de 2005

Conocimiento y Preferencia de Variedades

¿Que variedad de Paltas conoce y cuales Prefiere?



Base: Total Consumen (182)

19

Julio de 2005

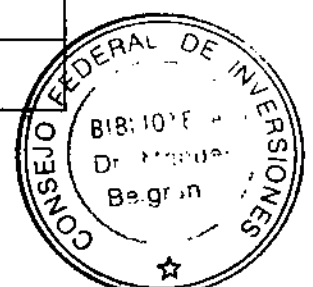
Conocimiento de Madurez

¿Como sabe cuando la Palta está madura?

	182 100 %
La toco y me doy cuenta	52
Cuando se pone oscurita	19
Cuando está blandita	11
Se le desprende el carozo	3
Otras	3
No sé cuando está madura	24

Base: Consumidores (182)

20



Hábitos de Consumo

-Momento del Día-

	Más frecuente
	182
	100
	%
<i>Como ingrediente de una Preparación</i>	54
<i>Como Entrada, Almuerzo o Cena</i>	41
<i>Entre Comidas</i>	14
<i>Después de la comida como Fruta</i>	8
<i>En cualquier momento</i>	7
<i>Otras</i>	4

Base: Consumidores (182)

21

Formas de Consumo

	HABITUAL
	182
	100
	%
<i>Con Aceite, Sal, Limón</i>	31
<i>Pisada, como Pasta con Mayonesa o salsa Goli</i>	29
<i>En Ensaladas (cebolla, Tomate, Otras Verduras, Manzana, Apio, Etc.)</i>	24
<i>Otras Salado</i>	15
<i>Con Mayonesa Salsa Goli</i>	14
<i>Pisada, como Pasta untada en galletitas o pan</i>	13
<i>Sola</i>	11
<i>Con Azúcar, Edulcorante</i>	4
<i>Guacamole</i>	2
<i>Licuada</i>	2

Base: Consumidores (182)

22

Forma y Cantidad de Consumo

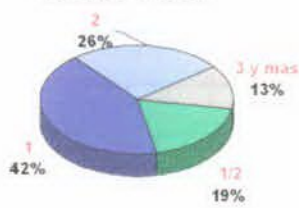
Cantidad Consumida

Como Plato
35%

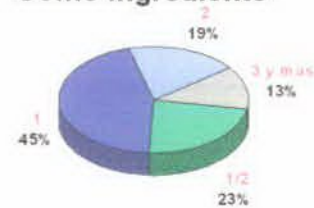


Como Ingrediente
65%

Como Plato



Como Ingrediente



Base: Consumidores (182)

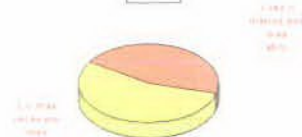
23

Hábitos de Consumo

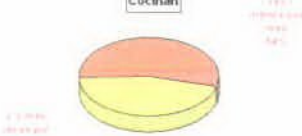
Frecuencia



Cochran



No Cochran



Base: Consumidores (187)

24

Hábitos de Consumo

¿Hay una época en que se consigue más?



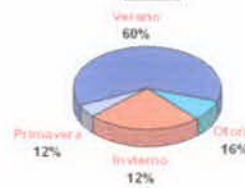
¿Cuál?



¿Hay una época en que se consume más?



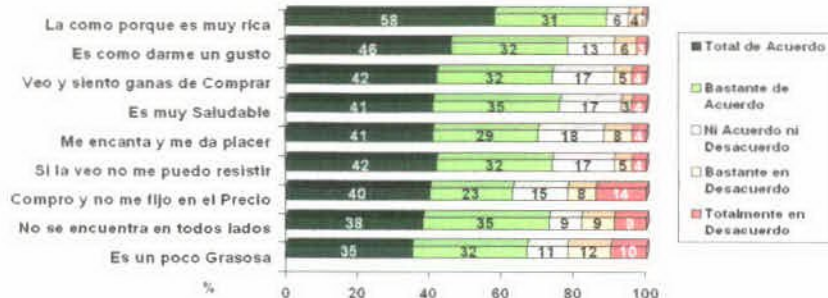
¿Cuál?



Base: Consumidores (182)

25

Frases Actitudinales -Consumen actualmente Palta-

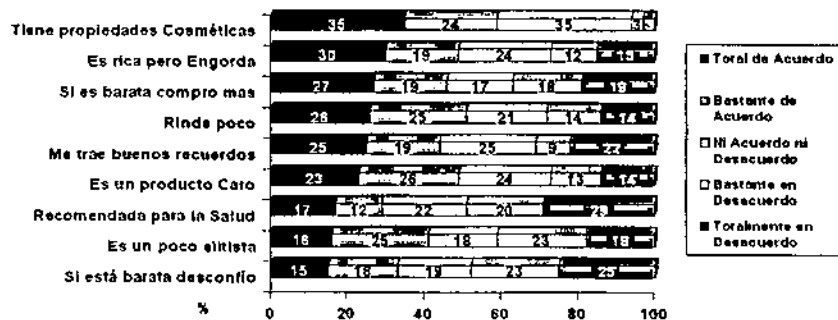


Base: Total Consumen (182)

26

Frases Actitudinales Cont.

-Consumen actualmente Palta-



Base: Total Consumen (182)

27

Conocimiento de Propiedades

¿Conoce alguna Propiedad o Cualidad positiva de la Palta?

	Base 182		
No	67%		
Si	33%	¿Cuales?	%
		Cosmetica Piel Cutis	27
		Vitaminas	23
		Baja el Colesterol	22
		Tiene Aceites Buenos	8
		Le hace bien al cabello	5
		Tiene Proteinas	3
		Es Nutritiva	2

Base: Consumidores (182)

28

Julio de 2005

Hábitos de Compra -Lugar de Compra-

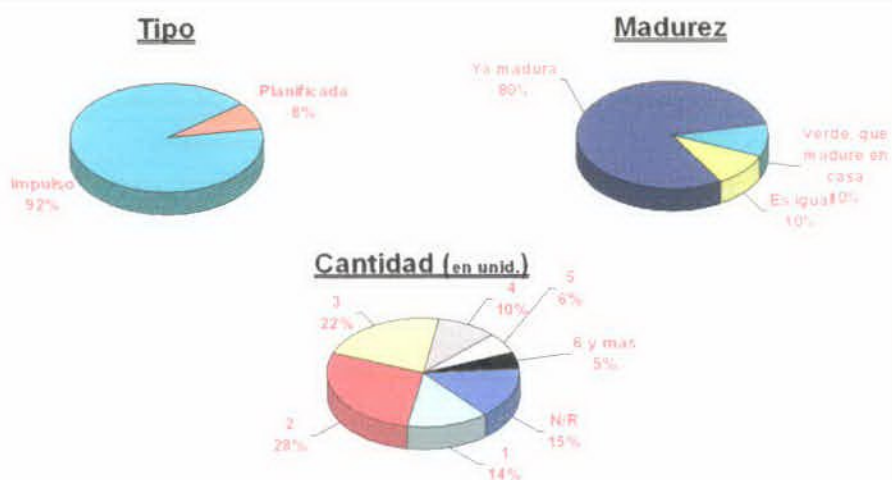
	Lugar Habitual	Ultima vez
	152	152
	100	100
	%	%
Fruteria / Verduleria	53	51
Supermercado	25	24
Hipermercado	13	10
Feria	4	5
Autoservicio	2	3
Otras	2	3
No Recuerda	1	4

Base: Compraron en el Ultimo Año (152)

29

Julio de 2005

Hábitos de Compra -Tipo, Madurez y Cantidad-



Base: Compradores Ultimo Año (152)

30

Conocimiento de Precio

¿Recuerda a que precio la pagó la última vez?



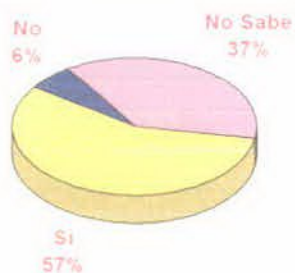
¿A qué Precio?	
Recuerdan por Unidad	
\$ 0,30.- a \$ 0,79.-	34
\$ 0,80.- a \$ 0,99.-	15
\$ 1,00.-	33
\$ 1,20.- a \$ 1,99.-	13
\$ 2,00.-	5
Valor medio	\$ 0,94

Base: Compraron en el Último Año (152)

31

Percepción de Variación Estacional de Precio

¿Varía el Precio según la estación del año?



Base: Consumidores (152)

¿Cuándo está mas Cara?



Base: Opinan que Vana (104)

Base: Compraron en el Último Año (152)

32

**FRUTAS
TROPICALES;
PALTAS**

II
*Investigación
cuantitativa*

**Anexo:
Resultados
Mendoza
Agosto
2005**

1

Julio de 2005

Objetivos

- Conocimiento, Prueba y Consumo de Frutas Tropicales
- Hábitos de compra y consumo de Paltas.
- Atributos que se asocian a la Palta.
- Perfil del consumidor. Razones de consumo y no consumo.
- Actitud al consumo futuro de no consumidores actuales.
- Conocimiento de tipos y variedades. Preferencias.
- Tipo de compra, razonada o por impulso.
- Hábitos de compra. Lugar, frecuencia, cantidad.
- Formas de preparación, usos, recetas.
- Frecuencia de Consumo.
- Momentos y ocasiones de consumo, hábito estacional.
- Conocimiento y actitudes en relación al Precio.

2

Metodología

Se realizaron encuestas telefónicas a una muestra probabilística de población, de nivel socioeconómico ABC y D1 según la definición de la Asociación Argentina de Marketing.

El respondente fué un miembro de la familia entre 18 y 65 años.

Se utilizó la técnica CATI, Computer Assisted Telephone Interviewing, que garantizó una idónea selección del entrevistado en cada hogar.

El cuestionario tuvo una duración promedio de 15 minutos.

Muestra

Muestra Probabilística: 300 casos de hogares de NSE ABC y D1.

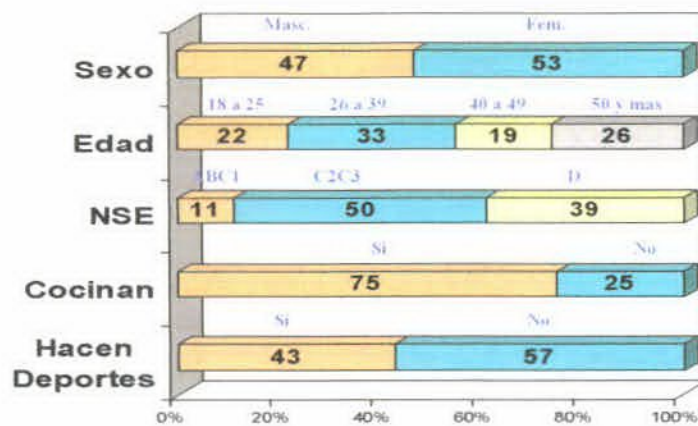
La muestra fué estabilizada por cuotas según el peso real de Nivel Socio Económico, sexo y edad en la población del área en estudio.

Parámetros estadísticos: Nivel de confianza 95%
Margen de error +/- 4.5%.

Resultados Graficados

5

Características de la Muestra

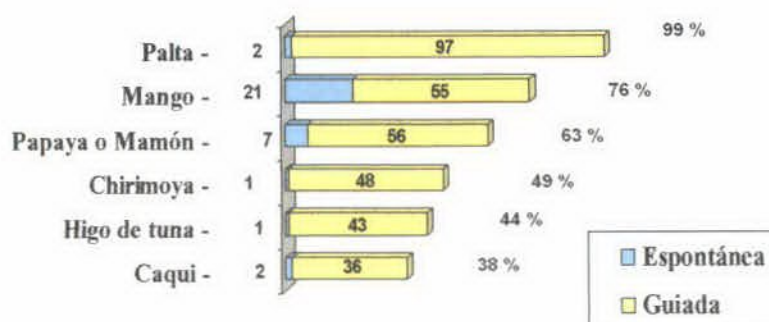


Base: Total Muestra (300)

6

Conocimiento de Frutas Sub-Tropicales

¿Que Frutas Sub-Tropicales conoce ?



Base: Total Muestra (300)

7

Conocimiento de Frutas Sub-Tropicales

¿Que Frutas Sub-Tropicales conoce ?

Espontánea + Guiada		Palta	Mango	Caqui	Papaya	Higo	Chirimo
		%	%	%	%	%	%
TOTAL		99	76	38	63	44	49
Sexo	Masc.	99	73	39	61	39	50
	Fem.	100	78	38	66	48	48
Edad	18 a 25	100	75	22	52	29	39
	26 a 39	99	79	28	60	38	42
	40 a 49	100	65	47	70	56	60
	50 o mas	99	80	59	72	54	58
NSE	ABC1	100	91	47	69	31	59
	C2/C3	99	79	37	67	46	56
	D	99	68	37	58	44	36
Cocina	Si	100	81	41	67	46	53
	No	97	60	31	52	36	35
Hace Deporte	Si	98	78	40	67	41	54
	No	100	74	37	61	46	45

Base: Total Muestra (300)

8

Estructura de Hábitos en Frutas Sub-Tropicales

-Conocimiento, Prueba, Consumo y Compra-

	Palta	Mango	Caqui	Papaya	Higo Tuna	Chirimoya
<i>Equivalente a Probado</i>	300 100 %	300 100 %	300 100 %	300 100 %	300 100 %	300 100 %
Conoce	99	76	38	63	44	49
Probó	99	61	27	43	30	29
Consume	89	18	9	9	9	6
Cons. Ult. Año	89	21	9	11	5	9
Compra	88	14	5	5	3	5

Base: Total Muestra (300)

9

Estructura de Hábitos en Palta

-Conocimiento, Prueba, Consumo y Compra-

	Total	Sexo		Edad				NSE		
		Masc	Fem	18 a 25	26 a 39	40 a 49	50 y mas	ABC1	C2/C3	D
<i>Equivalente a Probado</i>	300 100 %	142 100 %	158 100 %	65 100 %	100 100 %	51 100 %	76 100 %	32 100 %	150 100 %	118 100 %
Conoce	99	99	100	100	99	100	99	100	99	99
Probó	99	97	100	99	98	100	99	100	99	99
Consume	89	89	87	77	87	97	96	91	90	87
Cons. Ult. Año	89	89	89	83	86	97	91	91	89	88
Compra	88	87	89	79	91	95	89	88	88	89

Base: Total Muestra (300)

10

Posición Frente a la Palta

-Conocimiento, Prueba y Consumo-

<i>Expositores - Ciudad</i>	TOTAL	Sexo		Edad				NSE		
		Masc.	Fem.	18 a 25	26 a 39	40 a 49	50 y más	ABC1	C2/C3	D
	300	142	158	65	100	57	78	32	150	118
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
No Conoce	1	1	0	0	1	0	1	2	1	1
Conoce y no Probó	1	1	0	2	1	0	0	14	1	1
Conoce, Probó y no Consume	10	9	11	15	12	3	8	16	10	10
Consume	88	89	89	83	86	97	91	91	88	88

Base: Total Muestra (300)

11

Forma de Prueba y Razones de No Consumo

<i>Forma de Prueba</i>		<i>Razones de No Consumo</i>	
	30		30
	100		100
	%		%
Con Aceite y Sal	43	No me gusta	67
Pisada como puré	30	Falta de costumbre	7
Con limón	27	Es cara	7
En ensalada	13	No es buena para la salud	7
Otras	13	No se consigue	7
Con sal	10	No sé cómo prepararla	3
Con mayonesa/ salsa golf	7	No me llama la atención	2
Sola	7		
C/ Ingred. en una Preparación	3		
No recuerdo	3		

Base: Probadores No Consumidores (30)

12

Iniciación de Consumo

¿Alguien le convidó o le invitó a consumirla?

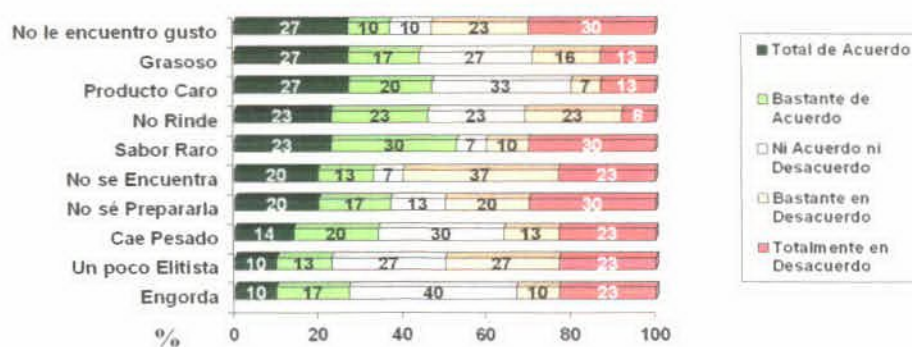
	Probadores No Consumidores	Consumidores
	30	266
	100	100
	%	%
Amigo	30	36
Madre/ Padre/ Hermano	13	22
Vecino	0	5
Otros parientes	17	24
Otros	10	11
Nadie	37	26

Base: Probadores No Consumidores (30) - Consumidores (266)

13

Frases Actitudinales

-Probaron y No Consumen-



Base: Probaron y No Consumen (30)

14

Actitud al Consumo Futuro de Palta

	Conocen y No Probaron	Probaron pero No Consumen
	2 100 %	30 100 %
Actitud Positiva	100	40
Seguramente Si	100	7
Probablemente Si	0	33
Quizá Si, Quizá No	0	20
Probablemente No	0	3
Seguramente No	0	37
Actitud Negativa	0	40

Base: No Probadores y Probadores No Consumidores

15

Razones de Consumo

¿Cuál es la principal razón por la que usted come Palta?

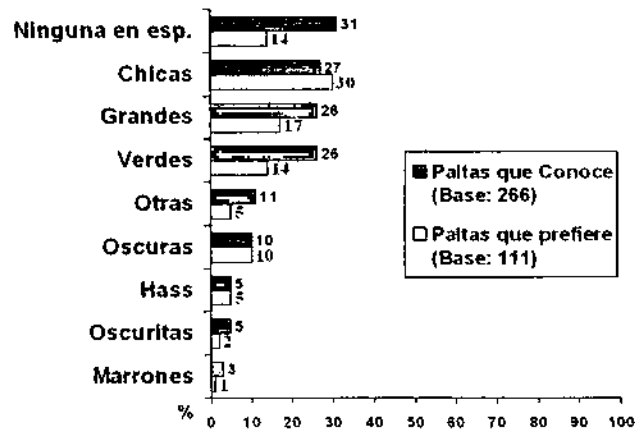
	266 100 %
<i>Porque es rica / me gusta</i>	85
<i>Es sana / saludable</i>	8
<i>Es nutritiva / Vitamina / Alimento</i>	4
<i>Baja el Colesterol</i>	1
<i>Ninguna razón especial</i>	2
<i>Por costumbre</i>	0

Base: Consumidores (266)

16

Conocimiento y Preferencia de Variedades

¿Que variedad de Paltas conoce y cuales Prefiere?



Base: Total Consumen (266)

17

Conocimiento de Madurez

¿Como sabe cuando la Palta está madura?

	266 100 %
<i>La toco y me doy cuenta</i>	61
<i>Cuando se pone oscurita</i>	14
<i>Cuando está blandita</i>	11
<i>Se le desprende el carozo</i>	2
<i>Otras</i>	2
<i>No sé cuando está madura</i>	19

Base: Consumidores (266)

18

Julio de 2005

Hábitos de Consumo

-Momento del Día-

	Más frecuente
	266
	100
	%
<i>Como Ingrediente de una Preparación</i>	69
<i>Como Entrada, Almuerzo o Cena</i>	29
<i>Entre Comidas</i>	12
<i>En cualquier momento</i>	8
<i>Después de la comida como Fruta</i>	4
<i>Otras</i>	1

Base: Consumidores (266)

19

Julio de 2005

Formas de Consumo

	HABITUAL
	266
	100
	%
<i>Con Aceite, Sal, Limón</i>	35
<i>En Ensaladas (cebolla, Tomate, Otras Verduras, Manzana, Apio, Etc.)</i>	31
<i>Prisada, como Pasta con Mayonesa o salsa Gofit</i>	21
<i>Otras Salado</i>	18
<i>Prisada, como Pasta untada en galletitas o pan</i>	13
<i>Sola</i>	11
<i>Con Mayonesa Salsa Gofit</i>	10
<i>Con Azúcar, Edulcorante</i>	2
<i>Guacamole</i>	2
<i>Con camarones</i>	1

Base: Consumidores (266)

20

Forma y Cantidad de Consumo

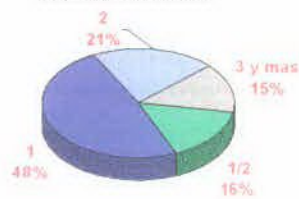
Cantidad Consumida

Como Plato
35%

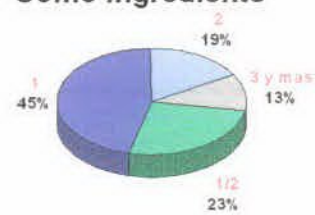


Como Ingrediente
65%

Como Plato



Como Ingrediente



Base: Consumidores (266)

21

Hábitos de Consumo

Frecuencia



Base: Consumidores (266)

22

Hábitos de Consumo

¿Hay una época en que se consigue más?



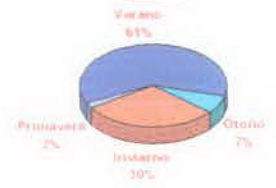
¿Cuál?



¿Hay una época en que se consume más?



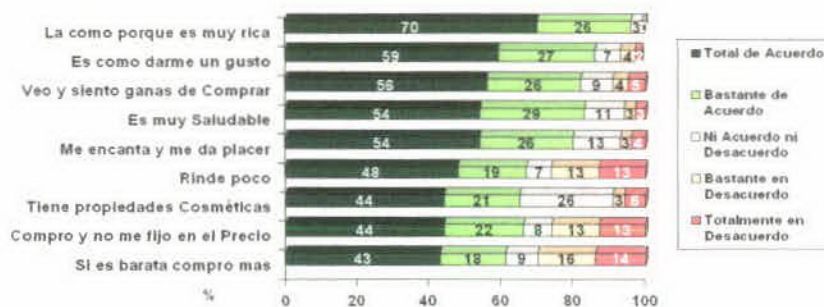
¿Cuál?



Base: Consumidores (266)

23

Frases Actitudinales -Consumen actualmente Palta-

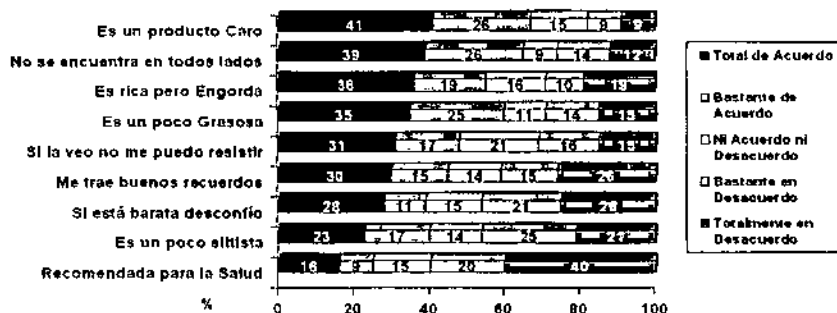


Base: Total Consumen (266)

24

Frases Actitudinales Cont.

-Consumen actualmente Palta-



Base: Total Consumen (266)

25

Conocimiento de Propiedades

¿Conoce alguna Propiedad o Cualidad positiva de la Palta?

	Base 266		
No	62%		
Si	38%	¿Cuáles?	%
		Cosmetica Piel Cutis	34
		Vitaminas	25
		Baja el Colesterol	7
		Es Nutritiva	7
		Tiene Proteinas	6
		Tiene Azúcares Buenos	3
		Le hace bien al cabello	3

Base: Consumidores (266)

26

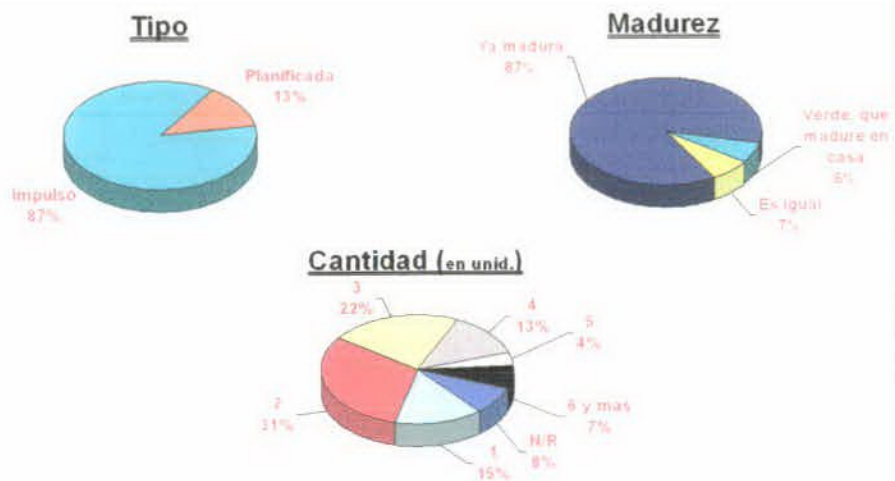
Hábitos de Compra -Lugar de Compra-

	Lugar Habitual	Última vez
	253	253
	100	100
	%	%
Frutería / Verdulería	57	52
Supermercado	29	30
Hipermercado	4	3
Feria	2	4
Autoservicio	2	2
Otras	4	5
No Recuerda	0	4

Base: Compraron en el Último Año (253)

27

Hábitos de Compra -Tipo, Madurez y Cantidad-

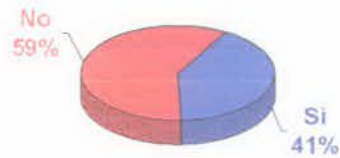


Base: Compradores Último Año (253)

28

Conocimiento de Precio

¿Recuerda a que precio la pagó la última vez?



¿A qué Precio?	
Recompras por Unidad	164
%	100
\$ 0,10.- a \$ 0,79.-	25
\$ 0,80.- a \$ 0,99.-	16
\$ 1,00.-	13
\$ 1,10.- a \$ 1,99.-	38
\$ 2,00.-	8
Valor medio	\$ 1,17

Base: Compraron en el Último Año (253)

29

Percepción de Variación Estacional de Precio

¿Varia el Precio según la estación del año?



Base: Consumidores (266)

¿Cuándo está mas Cara?



Base: Opinan que Varía (203)

Base: Compraron en el Último Año (266)

30

**FRUTAS
TROPICALES;
PALTAS**

II
*Investigación
cuantitativa*

**Anexo:
Resultados
Rosario
Agosto
2005**

1

Julio de 2005

Objetivos

- Conocimiento, Prueba y Consumo de Frutas Tropicales
- Hábitos de compra y consumo de Paltas.
- Atributos que se asocian a la Palta.
- Perfil del consumidor. Razones de consumo y no consumo.
- Actitud al consumo futuro de no consumidores actuales.
- Conocimiento de tipos y variedades. Preferencias.
- Tipo de compra, razonada o por impulso.
- Hábitos de compra. Lugar, frecuencia, cantidad.
- Formas de preparación, usos, recetas.
- Frecuencia de Consumo.
- Momentos y ocasiones de consumo, hábito estacional.
- Conocimiento y actitudes en relación al Precio.

2

Metodología

Se realizaron encuestas telefónicas a una muestra probabilística de población, de nivel socioeconómico ABC y D1 según la definición de la Asociación Argentina de Marketing.

El respondente fué un miembro de la familia entre 18 y 65 años.

Se utilizó la técnica CATI, Computer Assisted Telephone Interviewing, que garantizó una idónea selección del entrevistado en cada hogar.

El cuestionario tuvo una duración promedio de 15 minutos.

Muestra

Muestra Probabilística: 300 casos de hogares de NSE ABC y D1.

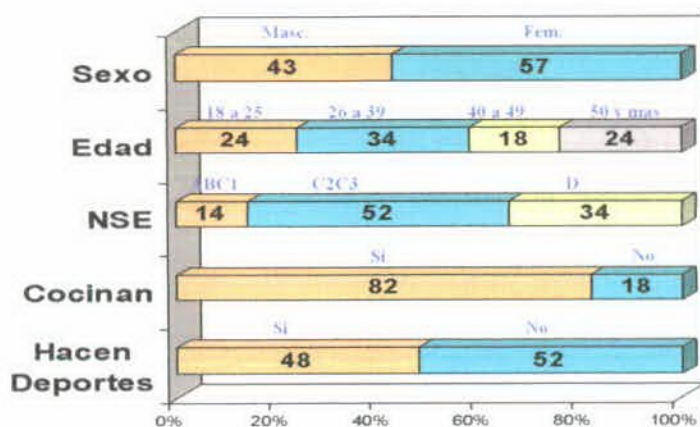
La muestra fué estabilizada por cuotas según el peso real de Nivel Socio Económico, sexo y edad en la población del área en estudio.

Parámetros estadísticos: Nivel de confianza 95%
Margen de error +/- 4.5%.

Resultados Graficados

5

Características de la Muestra

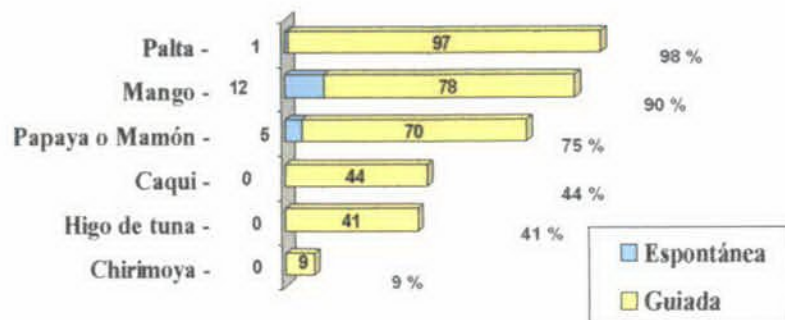


Base: Total Muestra (300)

6

Conocimiento de Frutas Sub-Tropicales

¿Que Frutas Sub-Tropicales conoce ?



Base: Total Muestra (300)

7

Conocimiento de Frutas Sub-Tropicales

¿Que Frutas Sub-Tropicales conoce ?

Espontánea / Guiada		Palta	Mango	Caqui	Papaya	Higo	Chirimo
		100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %
TOTAL		98	90	44	75	41	9
Sexo	Masc.	99	89	35	75	43	11
	Fem.	97	91	51	75	40	8
Edad	18 a 25	96	89	28	63	24	10
	26 a 39	98	89	38	75	37	5
	40 a 49	100	88	52	71	43	13
	50 o mas	99	97	63	90	64	13
NSE	ABC1	100	98	48	79	41	7
	C2/C3	98	92	44	79	39	11
	D	97	85	43	68	46	8
Cocina	Si	98	90	47	76	43	9
	No	100	93	32	72	34	9
Hace Deporte	Si	99	94	44	80	38	12
	No	97	87	45	71	45	7

Base: Total Muestra (300)

8

Julio de 2005

Estructura de Hábitos en Frutas Sub-Tropicales

-Conocimiento, Prueba, Consumo y Compra-

Exposición - Goleado	Palta	Mango	Caqui	Papaya	Higo-Tuna	Chirimoya
	300 100 %	300 100 %	300 100 %	300 100 %	300 100 %	300 100 %
Conoce	98	90	44	75	41	9
Probó	84	70	20	46	28	3
Consume	48	19	4	16	5	1
Cons. Ult. Año	44	20	5	18	7	0
Compra	33	15	3	13	3	1

Base: Total Muestra (300)

9

Julio de 2005

Estructura de Hábitos en Palta

-Conocimiento, Prueba, Consumo y Compra-

Exposición - Goleado	Total	Sexo		Edad				NSE			
		Masc	Fem	18 a 25	26 a 39	40 a 49	50 y más	A B C 1	C 2	C 3	D
	300 100 %	150 100 %	150 100 %	71 100 %	101 100 %	56 100 %	72 100 %	42 100 %	155 100 %	103 100 %	
Conoce	98	99	97	96	98	100	99	100	98	97	
Probó	84	87	82	76	85	82	92	93	85	79	
Consume	48	47	49	34	46	54	63	55	48	47	
Cons. Ult. Año	44	45	43	34	40	48	56	43	45	43	
Compra	33	29	35	30	25	41	40	38	30	34	

Base: Total Muestra (300)

10

Posición Frente a la Palta

-Conocimiento, Prueba y Consumo-

<i>Exposición = Conado</i>	TOTAL	Sexo		Edad				NSE		
		Masc.	Fem.	18 a 25	26 a 39	40 a 49	50 y más	ABC1	C2/C3	D
	300	130	170	71	101	56	72	42	155	103
	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
No Conoce	2	1	3	4	2	0	1	0	2	3
Conoce y no Probó	14	12	15	20	13	18	7	7	13	18
Conoce, Probó y no Consume	40	42	39	42	46	34	36	50	41	36
Consume	44	45	43	34	40	48	56	43	44	43

Base: Total Muestra (300)

11

Razones de No Prueba de Palta

¿Por qué razón nunca comió Palta?

	42
	100
	%
<i>No me llama la atención</i>	38
<i>No se dió la ocasión</i>	31
<i>No creo que me guste</i>	24
<i>Nada en especial</i>	10
<i>Otros</i>	5

Base: Conocedores No Probadores (42)

12

Forma de Prueba y Razones de No Consumo

<i>Forma de Prueba</i>		<i>Razones de No Consumo</i>	
	121 100 %		121 100 %
<i>Sola</i>	23	<i>No me gusta</i>	65
<i>Con mayonesa/ salsa golf</i>	22	<i>Falta de costumbre</i>	10
<i>Pisada como puré</i>	14	<i>No me llama la atención</i>	7
<i>Con Aceite y Sal</i>	13	<i>No se consigue</i>	7
<i>Con Azúcar</i>	8	<i>Engorda</i>	3
<i>Con sal</i>	8	<i>No como frutas</i>	3
<i>C/ Ingred. en una Preparación</i>	7	<i>No es buena para la salud</i>	1
<i>No recuerdo</i>	11	<i>Es grasosa</i>	1
<i>Otras</i>	5	<i>No sé cómo prepararla</i>	1
		<i>Otras</i>	4

Base: Probadores No Consumidores (121)

13

Iniciación de Consumo

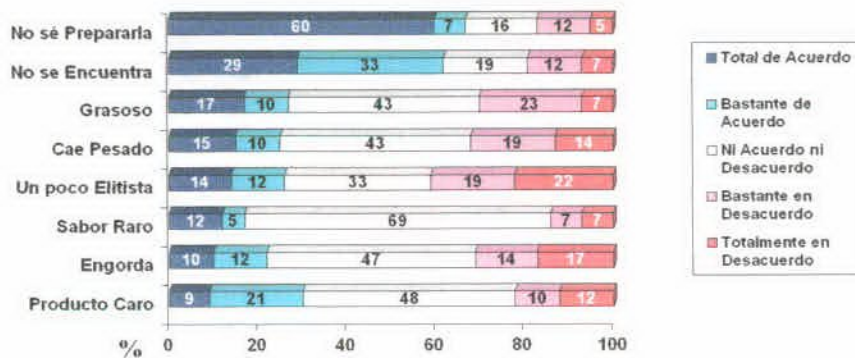
¿Alguien le convidó o le invitó a consumirla?

	<i>Probadores No Consumidores</i>	<i>Consumidores</i>
	121 100 %	131 100 %
<i>Amigo</i>	25	29
<i>Otros parientes</i>	17	30
<i>Madre/ Padre/ Hermano</i>	12	17
<i>Vecino</i>	4	8
<i>Otros</i>	9	4
<i>Nadie</i>	42	26

Base: Probadores No Consumidores (121) - Consumidores (131)

14

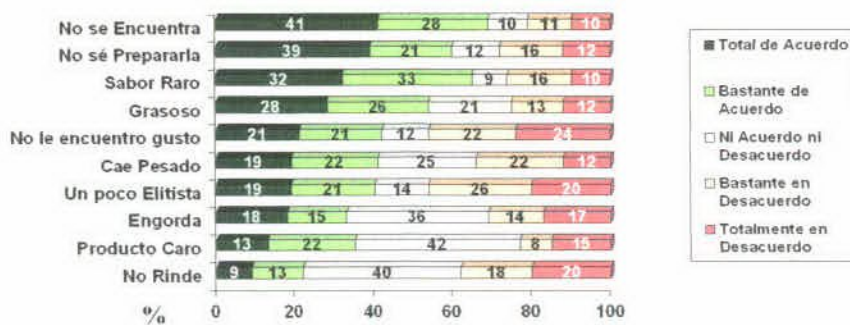
Frases Actitudinales -Conocen y No Probaron-



Base: Conocen y No Probaron (42)

15

Frases Actitudinales -Probaron y No Consumen-



Base: Probaron y No Consumen (121)

16

Actitud al Consumo Futuro de Palta

	Conocen y No Probaron	Probaron pero No Consumen
	42	121
	100	100
	%	%
Actitud Positiva	67	40
Seguramente Si	12	9
Probablemente Si	55	31
Quizá Si, Quizá No	24	22
Probablemente No	5	17
Seguramente No	4	21
Actitud Negativa	10	38

Base: No Probadores y Probadores No Consumidores

17

Razones de Consumo

¿Cuál es la principal razón por la que usted come Palta?

	131
	100
	%
Porque es rica / me gusta	74
Es sana / saludable	10
Es nutritiva / Vitamina / Alimento	5
Tiene árbol	2
Baja el Colesterol	1
Ninguna razón especial	7
Por costumbre	1

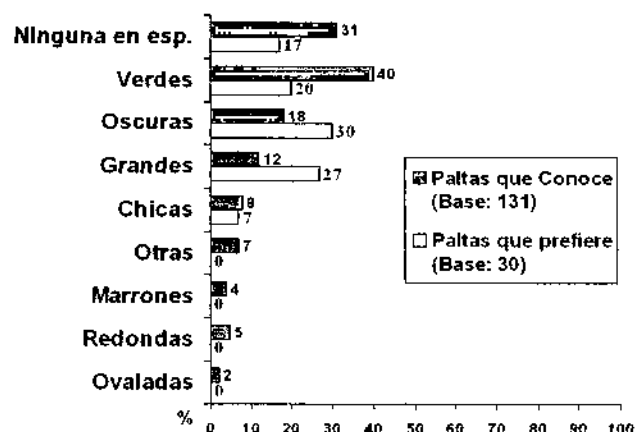
Base: Consumidores (131)

18

Julio de 2005

Conocimiento y Preferencia de Variedades

¿Que variedad de Paltas conoce y cuales Prefiere?



Base: Total Consumen (131)

19

Julio de 2005

Conocimiento de Madurez

¿Como sabe cuando la Palta está madura?

	131 100 %
<i>La toco y me doy cuenta</i>	53
<i>Cuando se pone oscurita</i>	18
<i>Cuando está blandita</i>	4
<i>Se le desprende el carozo</i>	2
<i>Otras</i>	7
<i>No sé cuando está madura</i>	28

Base: Consumidores (131)

20

Hábitos de Consumo

-Momento del Día-

	Más frecuente
	131
	100
	%
<i>Como ingrediente de una Preparación</i>	41
<i>Como Entrada, Almuerzo o Cena</i>	33
<i>Después de la comida como Fruta</i>	18
<i>Entre Comidas</i>	12
<i>En cualquier momento</i>	12
<i>Otras</i>	2

Base: Consumidores (131)

21

Formas de Consumo

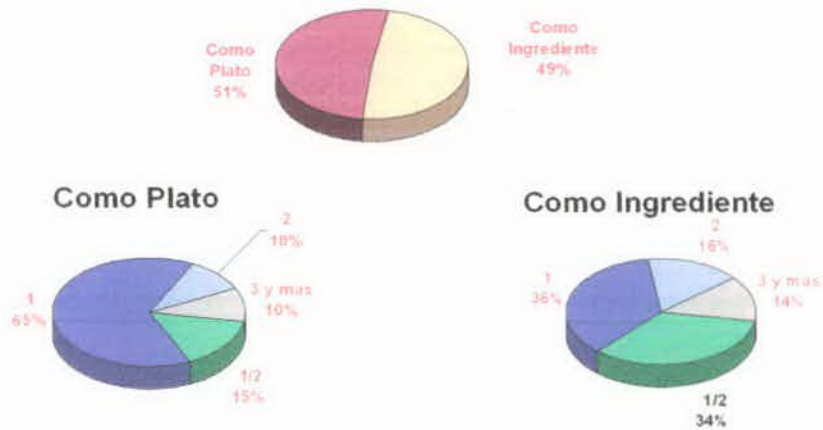
	HABITUAL
	131
	100
	%
<i>Con Aceite, Sal, Limón</i>	24
<i>Prsada, como Pasta con Mayonesa o salsa Golt</i>	21
<i>Con Mayonesa Salsa Golt</i>	21
<i>Soja</i>	18
<i>En Ensaladas (cebolla, Tomate, Otras Verduras, Manzana, Apio, Etc.)</i>	15
<i>Prsada, como Pasta untada en galletitas o pan</i>	12
<i>Con Azúcar, Edulcorante</i>	10
<i>Otras Salado</i>	10
<i>Guacamole</i>	2
<i>Licuada</i>	1

Base: Consumidores (131)

22

Forma y Cantidad de Consumo

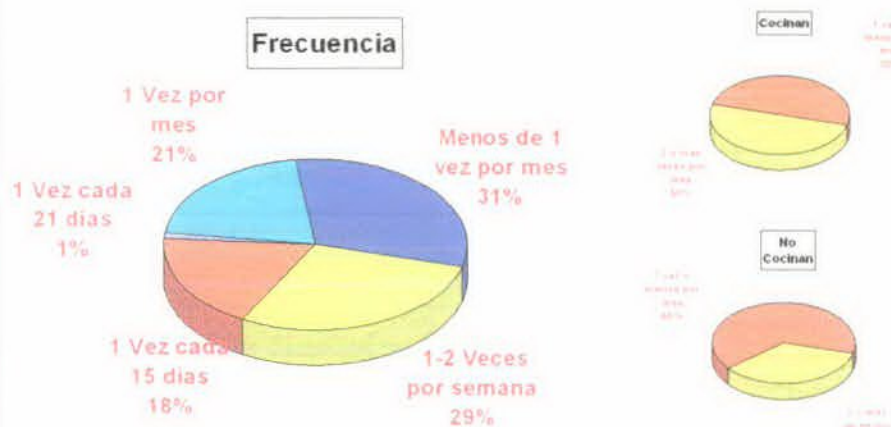
Cantidad Consumida



Base: Consumidores (131)

23

Hábitos de Consumo



Base: Consumidores (131)

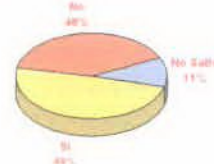
24

Hábitos de Consumo

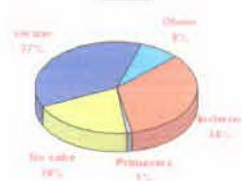
¿Hay una época en que se consume más?



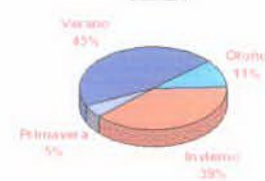
¿Hay una época en que se consume más?



¿Cuál?



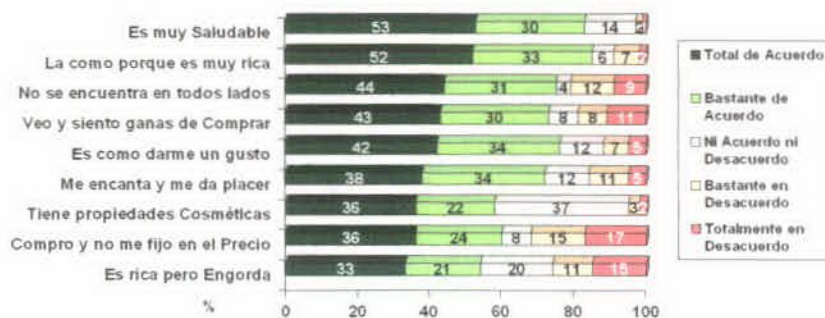
¿Cuál?



Base: Consumidores (1131)

25

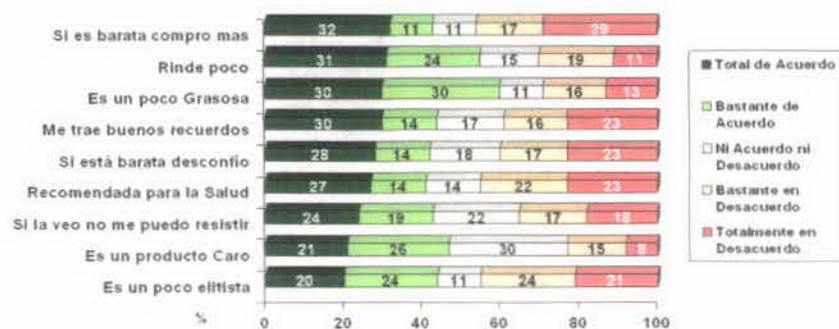
Frases Actitudinales -Consumen actualmente Palta-



Base: Total Consumen (131)

26

Frases Actitudinales Cont. -Consumen actualmente Palta-



Base: Total Consumen (131)

27

Conocimiento de Propiedades ¿Conoce alguna Propiedad o Cualidad positiva de la Palta?

Base: 131	
No	67%
Si	33%
¿Cuáles?	
Cosmetica: Piel: Cutis	31
Vitaminas	26
Baja el Colesterol	23
Tiene Aceites Buenos	5
Le hace bien al cabello	2
Tiene Proteinas	2
Otras	7

Base: Consumidores (131)

28

Julio de 2005

Hábitos de Compra -Lugar de Compra-

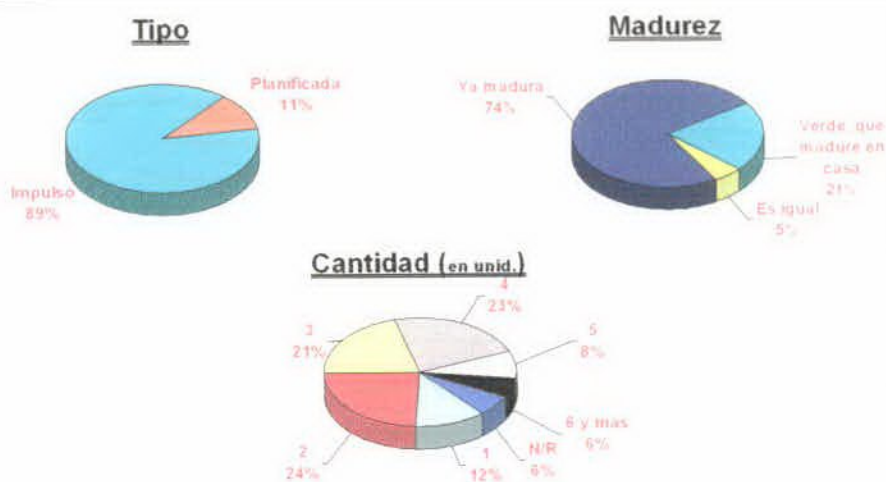
	Lugar Habitual	Última vez
	84	84
	100	100
	%	%
Frutería / Verdulería	62	57
Supermercado	24	25
Hipermercado	4	5
Feria	1	1
Otras	6	4
No Recuerda	4	8

Base: Compraron en el Último Año (84)

29

Julio de 2005

Hábitos de Compra -Tipo, Madurez y Cantidad-

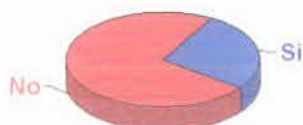


Base: Compradores Último Año (84)

30

Conocimiento de Precio

¿Recuerda a que precio la pagó la última vez?



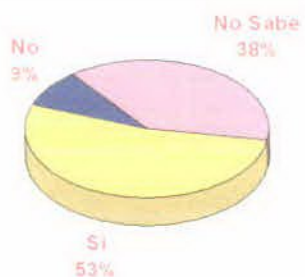
¿A qué Precio?	
Resuestas por Unidad	%
\$ 0,10.- a \$ 0,79.-	48
\$ 0,80.- a \$ 0,99.-	0
\$ 1,00.-	26
\$ 1,10.- a \$ 1,99.-	10
\$ 2,00.-	4
Valor medio	\$ 0,92

Base: Compraron en el Último Año (84)

31

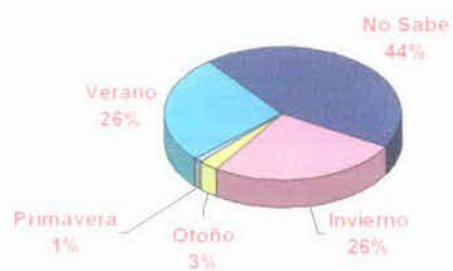
Percepción de Variación Estacional de Precio

¿Varía el Precio según la estación del año?



Base: Consumidores (131)

¿Cuándo está mas Cara?



Base: Opinan que Varía (70)

Base: Compraron en el Último Año (131)

32

Anexo 8: CD con Tablas de Información Primaria de la Encuesta Poblacional en c/u de las ciudades investigadas

Para imprimir las tablas contenidas en este anexo, se recomienda configurar las hojas a tamaño oficio.