



Estudio de mercado Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria

Monográfico Pomelo

Resultados Julio 2010

1. OBJETIVOS GENERALES

- 1.1.- Objetivos Observatorio de Consumo
- 1.2.- Objetivos Observatorio de Distribución

2.- FICHAS TÉCNICAS

- 2.1 Investigación Cualitativa
 - a. Reuniones de grupo entre Consumidores
- 2.1.2. Investigación Cuantitativa
 - c. Entrevistas telefónicas a Consumidores en origen

3.- CONCLUSIONES

4.- RESULTADOS OBSERVATORIO DEL CONSUMO Y LA DISTRIBUCIÓN

4.1.A- RESULTADOS CONSUMIDORES

4.1.- Fase cualitativa: Reuniones de Grupo

- Consumo de Pomelo

4.1.B.- Fase cuantitativa: Entrevistas Telefónicas

4.1.C.- Pomelo

4.1.C.1- Conocimiento del Pomelo

- Países que producen pomelos
- El pomelo como fruta exótica
- Pomelo y dietas de adelgazamiento

4.1.C.2- Consumo de Pomelo

- *Consumo de Pomelo*
- Consumo de Pomelo en establecimientos de restauración
- Momentos del día en que se consume pomelo
- Modo en que se consume pomelo

4.1.C.3- Compra de Pomelo

1.- OBJETIVOS

- **DISPONER PERIÓDICAMENTE DE UNA SERIE DE VARIABLES CUALITATIVAS Y CUANTITATIVAS SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO Y DISTRIBUCIÓN DE TODOS LOS PRODUCTOS ALIMENTARIOS, QUE COMPLETARÁ LOS DATOS DEL PANEL DE CONSUMO DEL MARM.**

- **DISPONER PERIÓDICAMENTE DE DATOS SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE TODOS LOS PRODUCTOS ALIMENTARIOS.**
- **COMPLETAR LOS DATOS DEL PANEL DE CONSUMO DEL MARM.**

- **DISPONER PERIÓDICAMENTE DE DATOS SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO Y TENDENCIAS DE LA DISTRIBUCIÓN DE TODOS LOS PRODUCTOS ALIMENTARIOS.**
- **COMPLETAR LOS DATOS DEL PANEL DE CONSUMO DEL MARM.**

2.- FICHA TÉCNICA

- El informe que a continuación se presenta recoge los resultados de una **investigación cualitativa y cuantitativa** estructurada de la siguiente manera:

**INVESTIGACIÓN
CUALITATIVA****A. REUNIONES DE GRUPO** ENTRE CONSUMIDORES**INVESTIGACIÓN
CUANTITATIVA****B. ENTREVISTAS TELEFÓNICAS** A CONSUMIDORES

A. REUNIONES DE GRUPO ENTRE CONSUMIDORES

- ◆ Se han realizado **2 Reuniones de Grupo**. La temática a tratar fue **hábitos de compra y consumo de pomelo**.
- ◆ Las 2 reuniones se celebraron en Madrid los días 13 y 14 de julio de 2010 en horario de mañana (10:30 horas). Las reuniones han tenido una duración media de 2 horas.
- ◆ Todos los participantes se caracterizaban por ser los ***“responsables de compra en el hogar”*** y ser residentes en Madrid (100%).
- ◆ Las 2 reuniones estuvieron compuestas por **8 participantes**.
- ◆ Para la selección de componentes se han tenido en cuenta cuotas de **edad, trabajo fuera del hogar y clase social** según la siguiente distribución:
 - ◆ Sexo: 100% Mujeres (1/2 amas de casa y 1/2 trabajando o estudiando fuera del hogar).
 - ◆ Edad: 50% con edades entre 18 y 30 años y 50% con edades entre 31 y 55 años.
 - ◆ Nivel socioeconómico: Clase Media-Baja (20%), Medida (60%) y Media-Alta (20%).

B. ENTREVISTAS TELEFÓNICAS A CONSUMIDORES

- ◆ Se han realizado **1.000** entrevistas telefónicas a **CONSUMIDORES**.
- ◆ La persona finalmente entrevistada ha sido seleccionada por ser la responsable de las compras en el hogar y residir en un domicilio con teléfono fijo.
- ◆ El **margen de error** máximo, para datos globales, para las 1.000 entrevistas, en las condiciones estadísticas convencionales $p=q=50$ y un nivel de confianza del 95,5% es de **$\pm 3,2\%$** .
- ◆ El trabajo de campo se realizó entre los días 8 y 15 de julio de 2010.
- ◆ La revisión, depuración, supervisión y tabulación de los cuestionarios se efectuó en Madrid entre los días 9 y 19 de julio de 2010.
- ◆ La distribución final de las entrevistas ha tenido en cuenta los criterios de representatividad: Sexo, Edad, Comunidad Autónoma y tamaño de hábitat.
- ◆ Las entrevistas se han realizado por entrevistadores especializados en la técnica de entrevista telefónica a hogares.

DISTRIBUCIÓN
FINAL DE LAS
ENTREVISTAS

COMUNIDAD AUTÓNOMA	PROVINCIA	De 0 a 10.000	De 10.001 a 50.000	50.001 a 100.000	Más de 100.000	TOTAL
ANDALUCÍA	ALMERÍA	4	3	4	4	15
	CADIZ	2	6	8	9	25
	CORDOBA	5	6	0	7	18
	GRANADA	7	7	1	5	20
	HUELVA	3	5	0	3	11
	JAEN	5	5	1	3	14
	MALAGA	4	6	9	15	34
	SEVILLA	6	14	3	18	41
Total ANDALUCÍA		36	52	26	64	178
ARAGON	HUESCA	2	1	4	0	7
	TERUEL	2	0	0	0	2
	ZARAGOZA	5	1	0	14	20
Total ARAGON		9	2	4	14	29
ASTURIAS	ASTURIAS	3	6	3	11	23
Total ASTURIAS		3	6	3	11	23
BALEARES	BALEARES	3	11	1	9	24
Total BALEARES		3	11	1	9	24
NAVARRA	NAVARRA	6	3	0	4	13
Total NAVARRA		6	3	0	4	13
C VALENCIANA	ALICANTE	5	15	6	15	41
	CASTELLÓ	3	5	1	4	13
	VALENCIA	11	21	6	17	55
Total C VALENCIANA		19	41	13	36	109
CANARIAS	LAS PALMAS	2	8	3	10	23
	STA CRUZ TENERIFE	3	9	2	7	21
Total CANARIAS		5	17	5	17	44
CANTABRIA	CANTABRIA	4	4	1	4	13
Total CANTABRIA		4	4	1	4	13
CASTILLA LA MANCHA	ALBACETE	3	2	0	4	9
	CIUDAD REAL	4	4	3	0	11
	CUENCA	3	0	1	0	4
	GUADALAJARA	2	2	2	0	6
	TOLEDO	8	3	3	0	14
Total C LA MANCHA		20	11	9	4	44
CASTILLA Y LEON	AVILA	3	0	1	0	4
	BURGOS	3	2	0	4	9
	LEON	4	2	2	3	11
	PALENCIA	2	0	2	0	4
	SALAMANCA	3	1	0	3	7
	SEGOVIA	2	0	1	0	3
	SORIA	1	1	0	0	2
	VALLADOLID	4	1	0	7	12
	ZAMORA	2	0	1	0	3
Total CASTILLA Y LEON		24	7	7	17	55
CATALUÑA	BARCELONA	13	27	18	59	117
	GIRONA	6	8	2	0	16
	LLEIDA	5	1	0	3	9
	TARRAGONA	6	7	0	5	18
Total CATALUÑA		30	43	20	67	160
EXTREMADURA	BADAJOZ	7	3	1	3	14
	CACERES	5	2	2	0	9
Total EXTREMADURA		12	5	3	3	23
GALICIA	CORUÑA	7	9	3	5	24
	LUGO	4	1	2	0	7
	LOURENSE	4	1	0	2	7
	PONTEVEDRA	4	9	2	7	22
Total GALICIA		19	20	7	14	60
LA RIOJA	LA RIOJA	3	1	0	3	7
Total LA RIOJA		3	1	0	3	7
MADRID	MADRID	8	13	15	101	137
Total MADRID		8	13	15	101	137
MURCIA	MURCIA	1	12	3	15	31
Total MURCIA		1	12	3	15	31
PAIS VASCO	ALAVA	1	1	0	5	7
	GUIPÚZCOA	3	6	1	4	14
	VIZCAYA	5	9	3	8	25
Total PAIS VASCO		9	16	4	17	46
Total CEUTA	CEUTA	0	0	2	0	2
Total MELILLA	MELILLA	0	0	2	0	2
Total general		211	264	125	400	1000

3.- CONCLUSIONES

CONSUMIDORES

- Centrándonos en el tema del **Pomelo**, un 65,5% desconoce qué países son productores de esta fruta. Un 23,6% menciona a España como país productor.
- En cuanto a la imagen de este producto, algo **más de la mitad** de entrevistados (54,7%) considera que **el pomelo es una fruta exótica** y también la mayoría (**54,2%**) **asocia el pomelo con dietas de adelgazamiento**.
- El **consumo de pomelo** está **poco extendido** entre los españoles. Un 16,4% lo consume con cierta frecuencia y un 83,6% no lo consume (un 39,2% lo ha probado en alguna ocasión pero no le gustó).
- Entre los que consumen pomelo, el 49,4% lo consume por la mañana en el desayuno y un 20,7% a media mañana. Un 14,0% manifiesta consumirlo esporádicamente. La mayoría de entrevistados que consume esta fruta, manifiesta consumirlo sólo (67,7%).

Observatorio del Consumo y la Distribución

4.- CONSUMIDORES

4.1.- Fase Cualitativa

Reuniones de Grupo

4.1.- Consumo de pomelo

- Para terminar las reuniones analizamos el consumo de **pomelo**. El consumo de esta fruta es **muy poco frecuente**. Su bajo consumo se justifica principalmente por su **sabor amargo**. Otros factores que determinan su escaso consumo son:
 - La **dificultad de encontrarlo en los establecimientos** habituales de compra:
 - **Precio:** resulta bastante elevado en comparación con otras frutas.
 - **Tamaño:** suele ser bastante grande.
- Entre los diferentes miembros de la familia, normalmente suelen ser las propias participantes las que consumen pomelo.
- El pomelo **se suele consumir como fruta directamente** y, en muy contadas ocasiones, en zumo. El Corte Inglés es de los pocos establecimientos que comercializan zumo de pomelo.
- El sabor amargo hace que algunas participantes lo mezclen con otras frutas como manzanas o naranjas o que le añadan azúcar para contrarrestar el amargor. Algunas destacan la existencia de otra variedad de pomelo (de color rosa) cuyo sabor es menos amargo.
- El consumo de pomelo se hace **indistintamente a lo largo del año** con independencia de la época.

- Los **motivos principales** para consumir pomelo tienen que ver con:
 - **Salud:** es un alimento recomendado por médicos por su efecto depurativo.
 - **Pérdida de peso:** como complemento en las dietas de adelgazamiento.
 - **Vitaminas:** aporta gran cantidad , por encima incluso de otros cítricos como la naranja y el limón.
 - **Antioxidantes:** es un alimento rico en antioxidantes.
 - Cuidado de la piel en muchas cremas de cuidado corporal está presente como ingrediente.
- El **aspecto que más gusta** del pomelo es su **olor** y el que **menos gusta** su **sabor amargo**.
- El pomelo se considera una **fruta exótica** aunque las participantes no tienen claro cuál o cuáles son sus países de origen.
- La mayoría lo asocian a dietas de adelgazamiento ya que varias de ellas lo han probado en algún momento de sus vidas como complemento en alguna dieta.
- El pomelo **no se suele encontrar de manera habitual en los establecimientos de compra**. Los establecimientos de mayor tamaño (hipermercados y grandes superficies) son los que suelen tenerlo. En los establecimientos de menor tamaño es raro encontrarlo.
- En muy raras ocasiones las participantes han consumido pomelos fuera del hogar. Normalmente los hoteles suelen ser los únicos establecimientos en los que han consumido esta fruta.

4.1.-B Fase Cuantitativa

Entrevistas Telefónicas

4.1.C.- POMELO

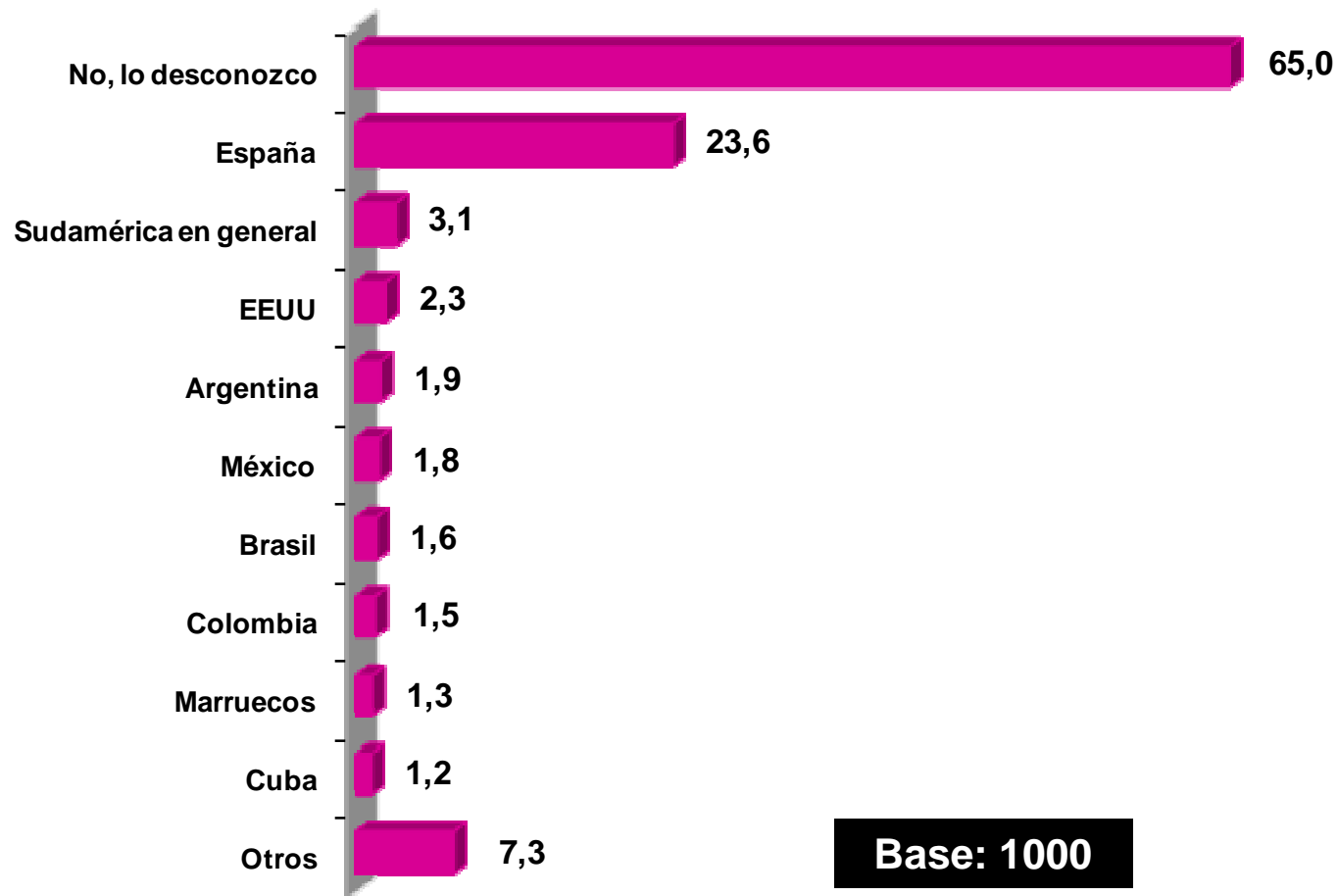
4.1.C1.- Conocimiento del Pomelo

PAÍSES QUE PRODUCEN POMELOS

¿Sabe qué países producen pomelos?

Consumidores

%



Base: 1000

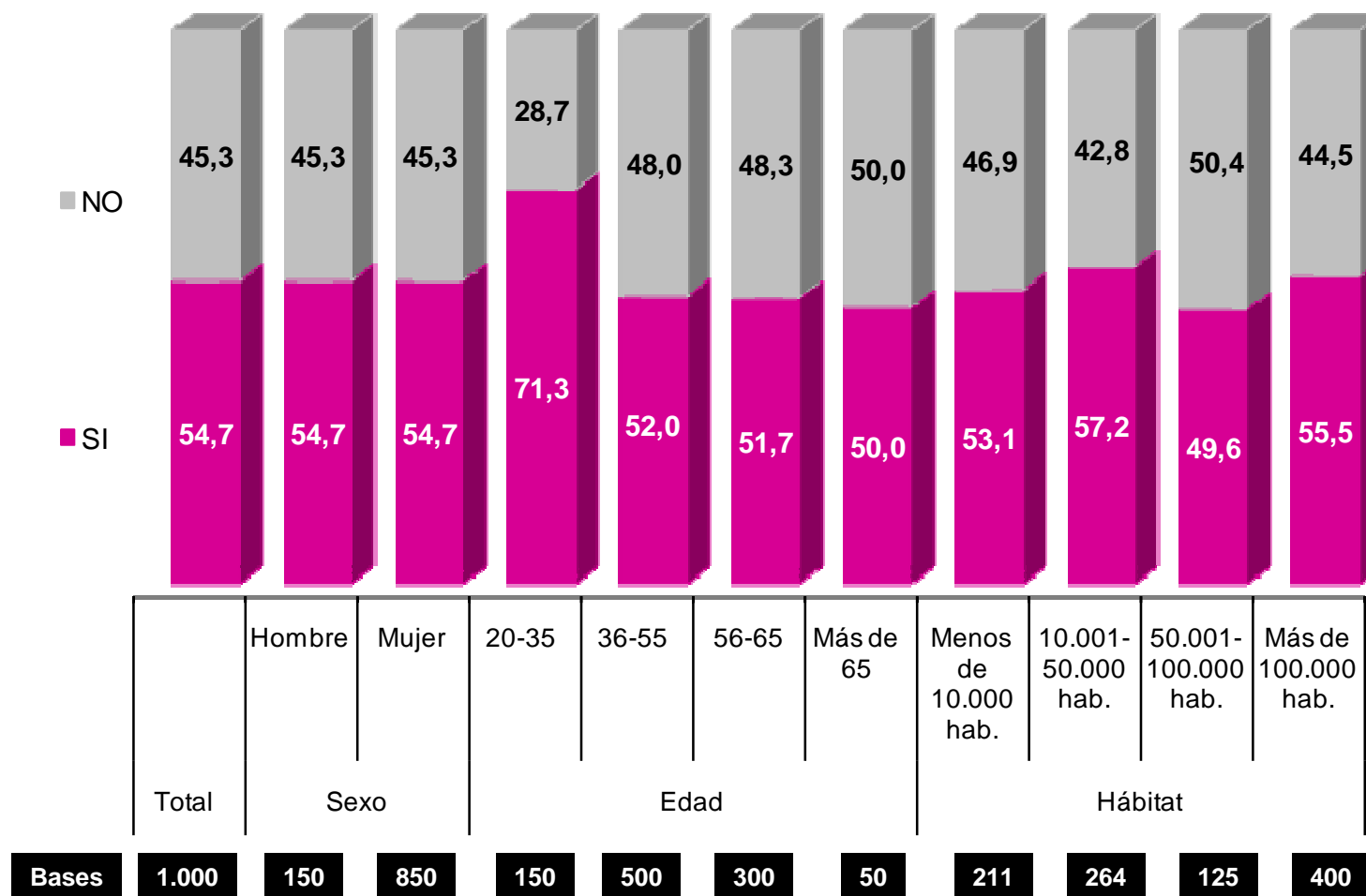
ASOCIACIÓN DEL POMELO A FRUTA EXÓTICA

¿Considera el pomelo una fruta exótica?

Consumidores

Resultados según sexo, edad y hábitat

%

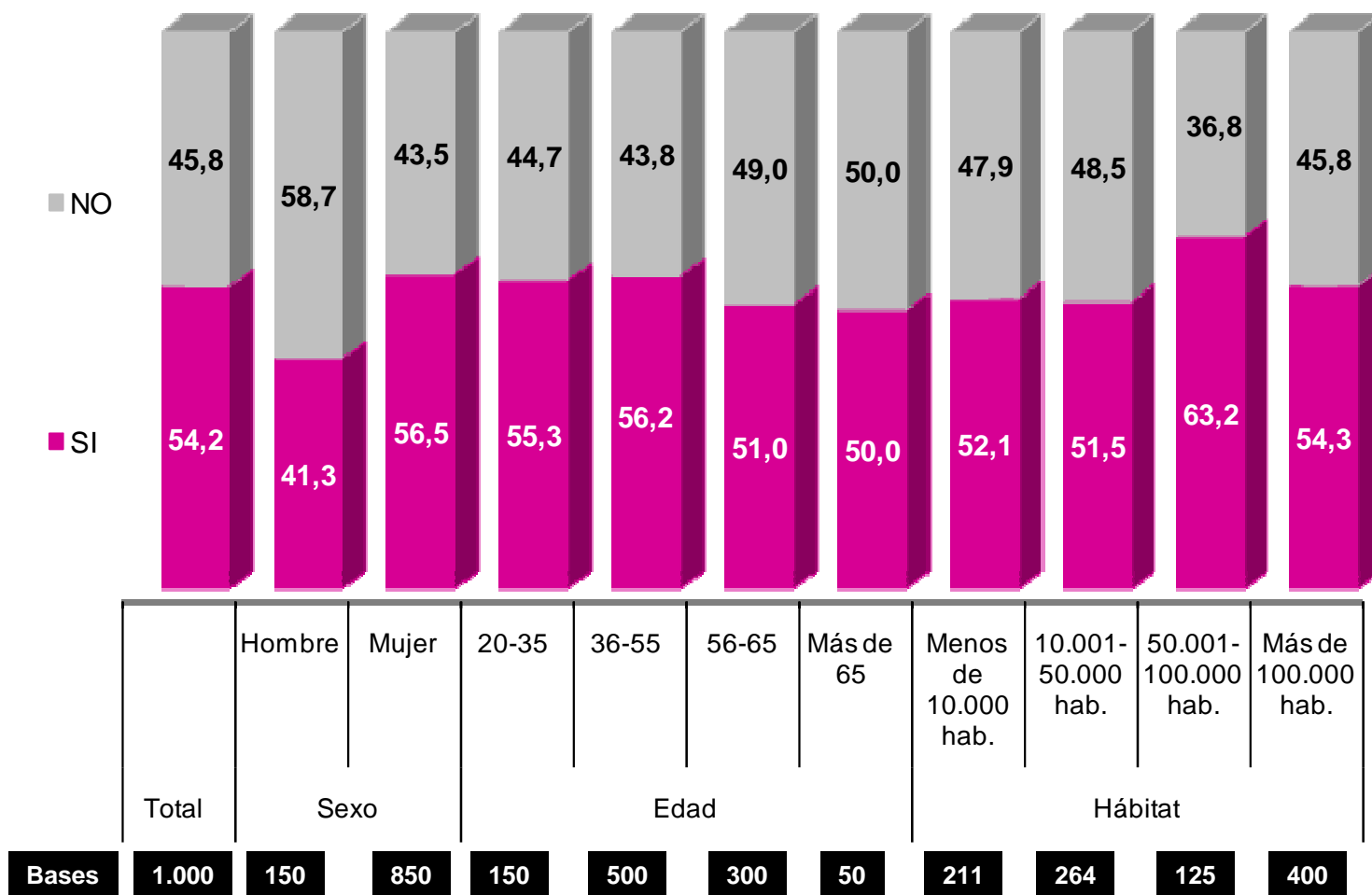


¿Asocia el pomelo a dietas de adelgazamiento?

Consumidores

Resultados según sexo, edad y hábitat

%



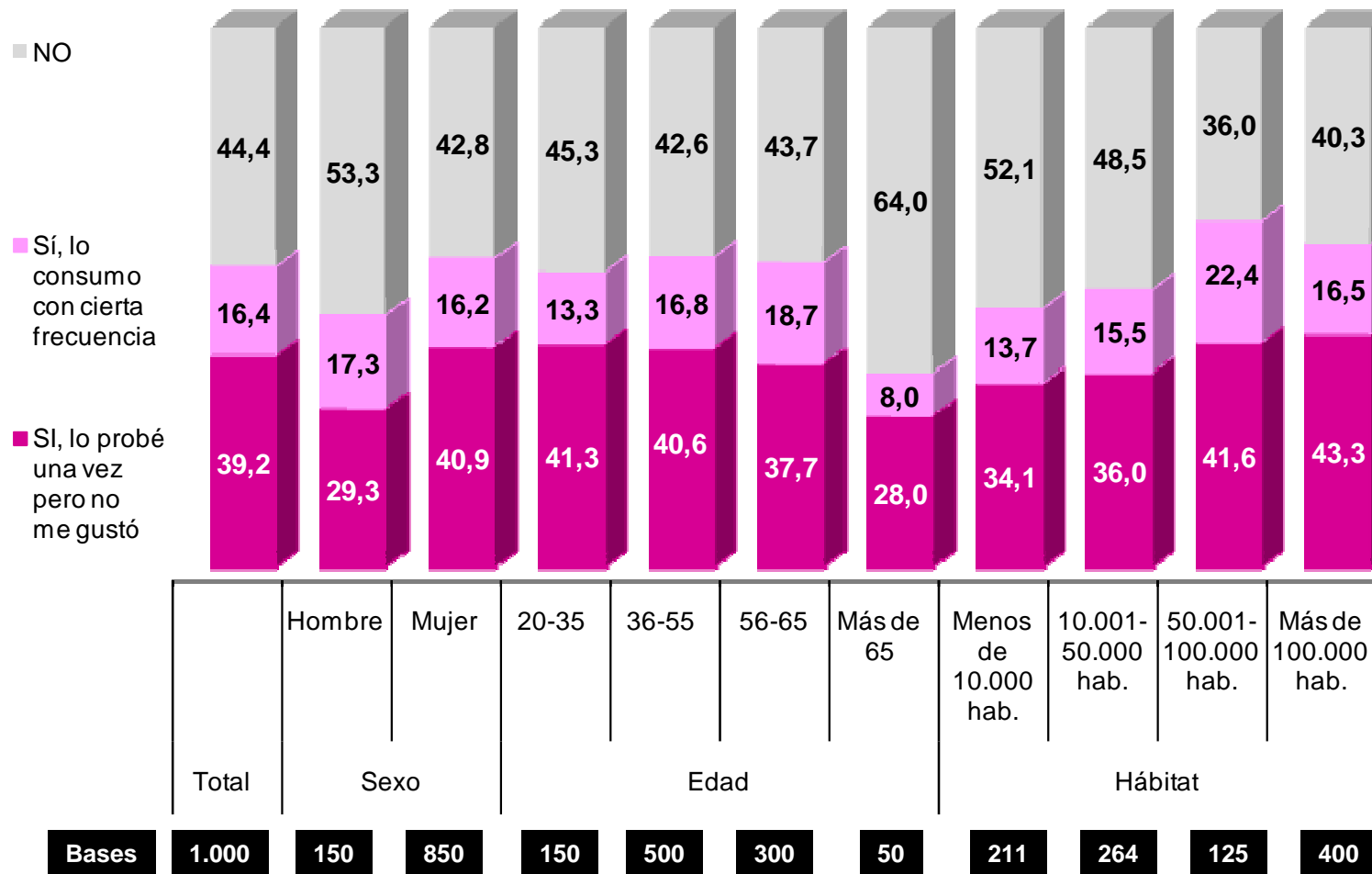
4.1.C2.- Consumo de Pomelo

¿Ha consumido alguna vez pomelo?

Consumidores

Resultados según sexo, edad y hábitat

%

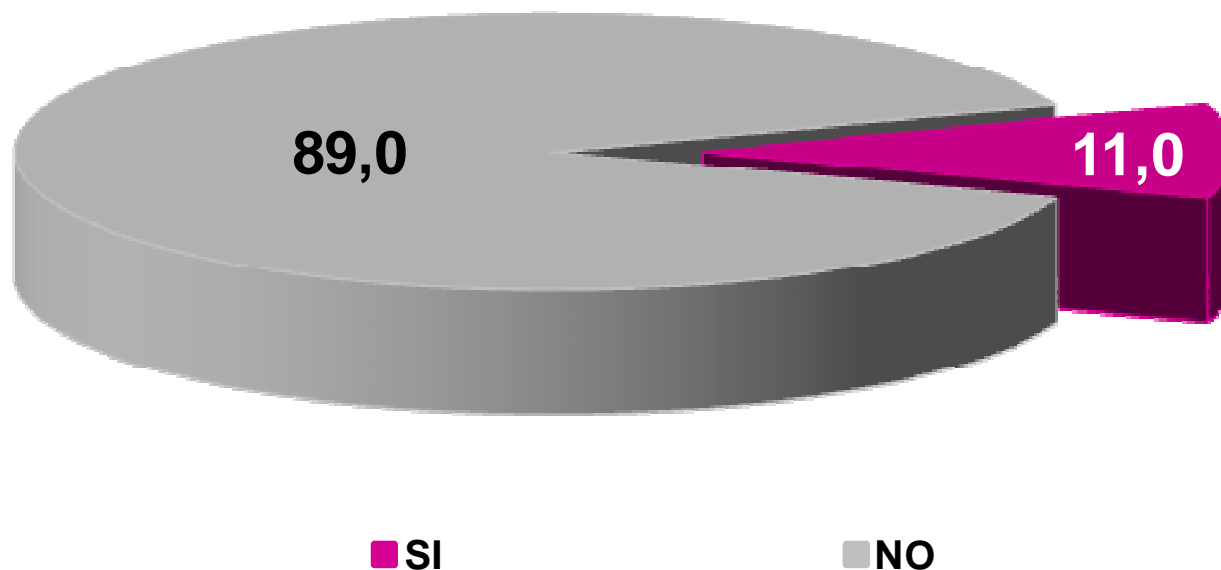


CONSUMO EN ESTABLECIMIENTOS DE RESTAURACIÓN

¿Acostumbra a consumir pomelo en establecimientos de restauración?

Consumidores

%



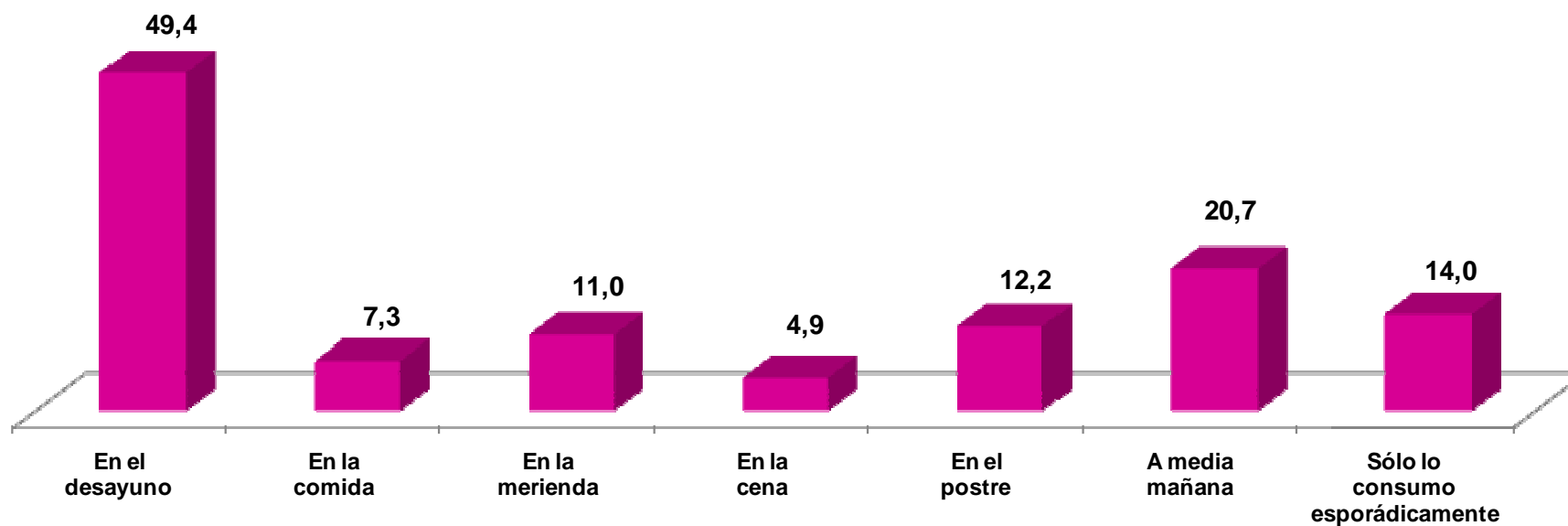
Base Consumen Pomelo: 164

MOMENTOS DEL DÍA EN QUE SE CONSUME POMELO

¿En qué momentos del día se consume pomelo en su hogar?

Consumidores

%



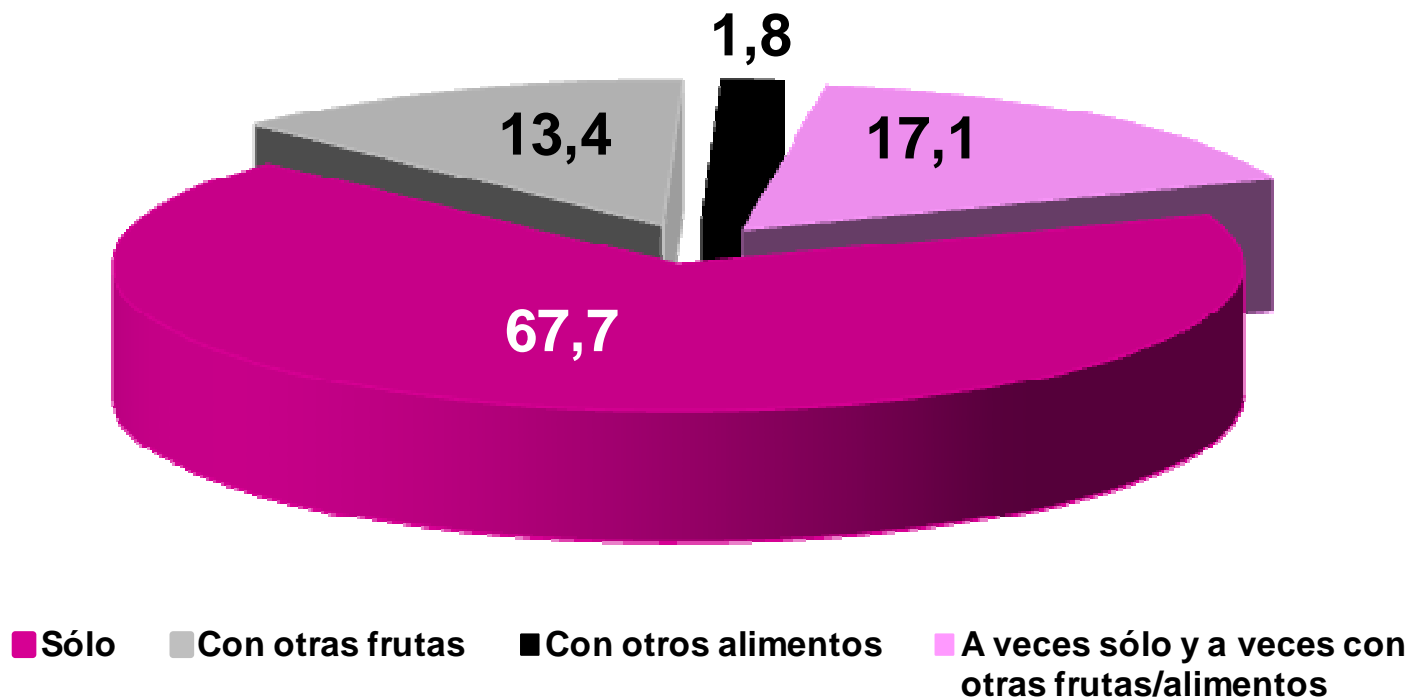
Base Consumen Pomelo: 164

MODO EN QUE SE CONSUME EL POMELO

¿Lo consume sólo o mezclado con otras frutas?

Consumidores

%



Base Consumen Pomelo: 164

4.1.C3.- Compra de Pomelo

¿Lo suele encontrar en su establecimiento habitual de fruta?

Consumidores

%



■ SI

■ NO

Base Consumen Pomelo: 164