



EQUIPOS
Consultores Asociados

FRUTAS Y VERDURAS FRESCAS

Monitor de consumo en hogares



Montevideo, Noviembre de 2009



TEMA	Pág.
OBJETIVOS	3
METODOLOGÍA	5
PERFIL DE LA MUESTRA	8
RESULTADOS	9
Consumo de frutas y verduras frescas	10
Compra de frutas y verduras frescas	14
Productos de Cuarta Gama	25
Destacados del Mercado Modelo	32
SÍNTESIS	38



OBJETIVOS

Finalidad y objetivos

La finalidad de la investigación cuyo informe se presenta es colaborar con el Mercado Modelo en la profundización del conocimiento del mercado hogareño de frutas y verduras desde la perspectiva de los decisores de compras del hogar.

Los objetivos del estudio abarcan el conocimiento de los hábitos de consumo y de la imagen de frutas y verduras, así como asuntos referidos a los comportamientos de compra y de consumo y conocimiento general del Mercado Modelo. Específicamente este módulo de investigación permite conocer:

- Penetración y frecuencia de consumo de frutas y verduras;
- Lugares, frecuencia, y horarios más frecuentes de compra;
- Productos de cuarta gama: conocimiento, variedades de interés, barreras para su consumo;
- Destacados del Mercado Modelo: medios más apropiados para la comunicación, y conocimiento de la propuesta global.

Son parte de los objetivos también el análisis de los indicadores según variables demográficas y socioeconómicas.



METODOLOGÍA

Metodología

Estudio cuantitativo en base al análisis de información relevada a través de una encuesta telefónica con las características generales que se detallan a continuación.

Universo y muestra

El universo lo conforman todos los hogares particulares con teléfono de **Montevideo y su área metropolitana** (Gran Montevideo). El estudio se aplicó sobre una muestra probabilística de 311 casos, por lo que la inferencia de los datos muestrales está expuesta a un margen de error máximo de +/- 5.6% para el total de la muestra, a un nivel de confianza del 95%.

Unidad de relevamiento

El miembro informante del hogar fue el encargado o principal **decisor de las compras** para el consumo en el hogar.

Fecha del trabajo de campo

El trabajo de campo se desarrolló entre los días 27 de noviembre y 3 de diciembre de 2009.

Metodología

Nivel socioeconómico (NSE) y ponderación

Los criterios utilizados para la elaboración del índice de NSE se basan en el trabajo Validación Nacional del Índice de Nivel Socio Económico para estudios de mercado y opinión pública del Departamento de Sociología de la Universidad de la República (Noviembre 2006), en el marco del trabajo de la Comisión Agrupada del Índice de Nivel Socioeconómico (CAINSE).

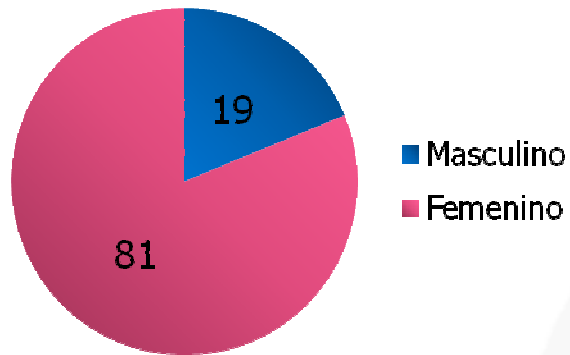
La base de datos se ponderó por NSE según información de Equipos Mori.

Consumidores

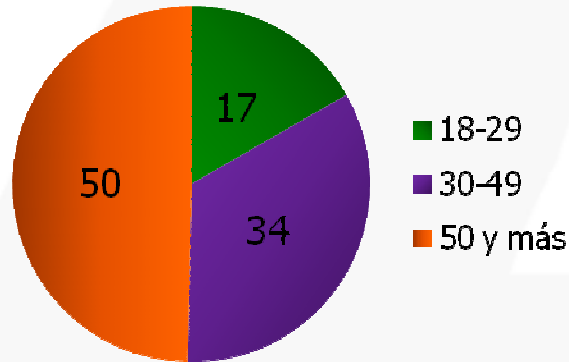
Aquellos hogares o personas que declaran haber consumido frutas o verduras en los **últimos 30 días**. Es importante tener presente que se indagó acerca del consumo **en el hogar** y que por tanto la encuesta no contempla el consumo fuera de éste.

Perfil de la muestra

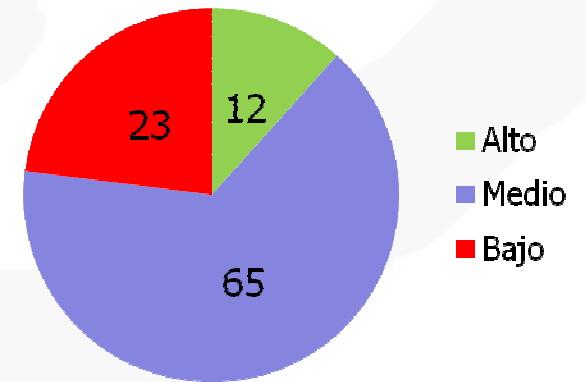
Sexo



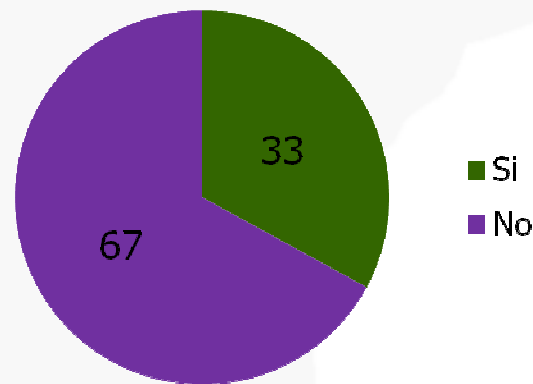
Edad



NSE



Niños en el hogar <=12



Pregunta: En su hogar viven niños de hasta 5 años?
¿Y niños entre 6 y 12 años?



RESULTADOS

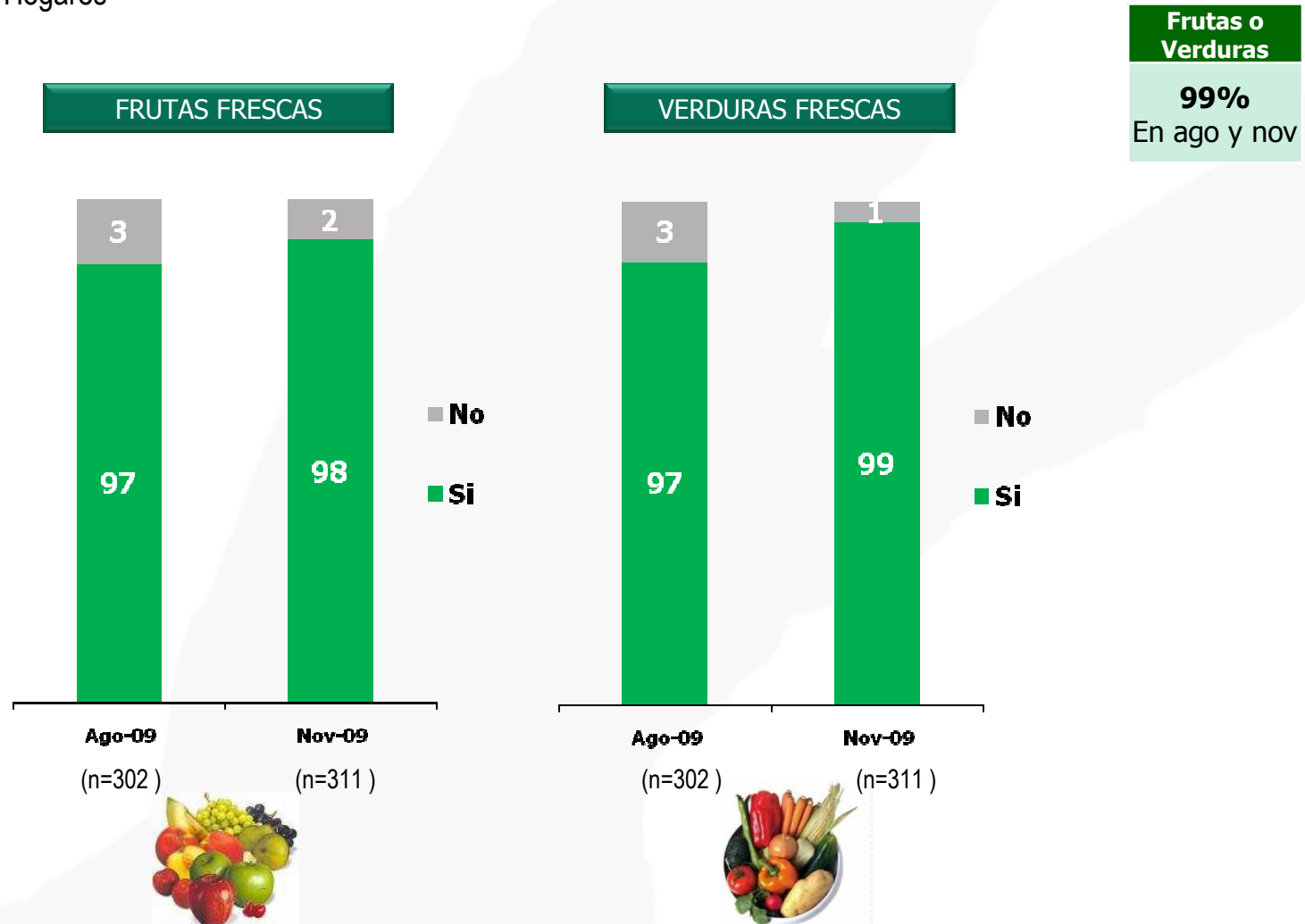


Consumo de frutas y verduras frescas



Penetración en hogares en los últimos 30 días (%)

Base: Total Hogares



Pregunta: Ahora hablaremos de las frutas y verduras FRESCAS, es decir, no congeladas y sin ningún procesamiento previo al momento de comprarlas, claro que después pueden cocinarse de diversas maneras. En su HOGAR ¿han consumido en los ÚLTIMOS 30 DÍAS frutas frescas / verduras frescas?

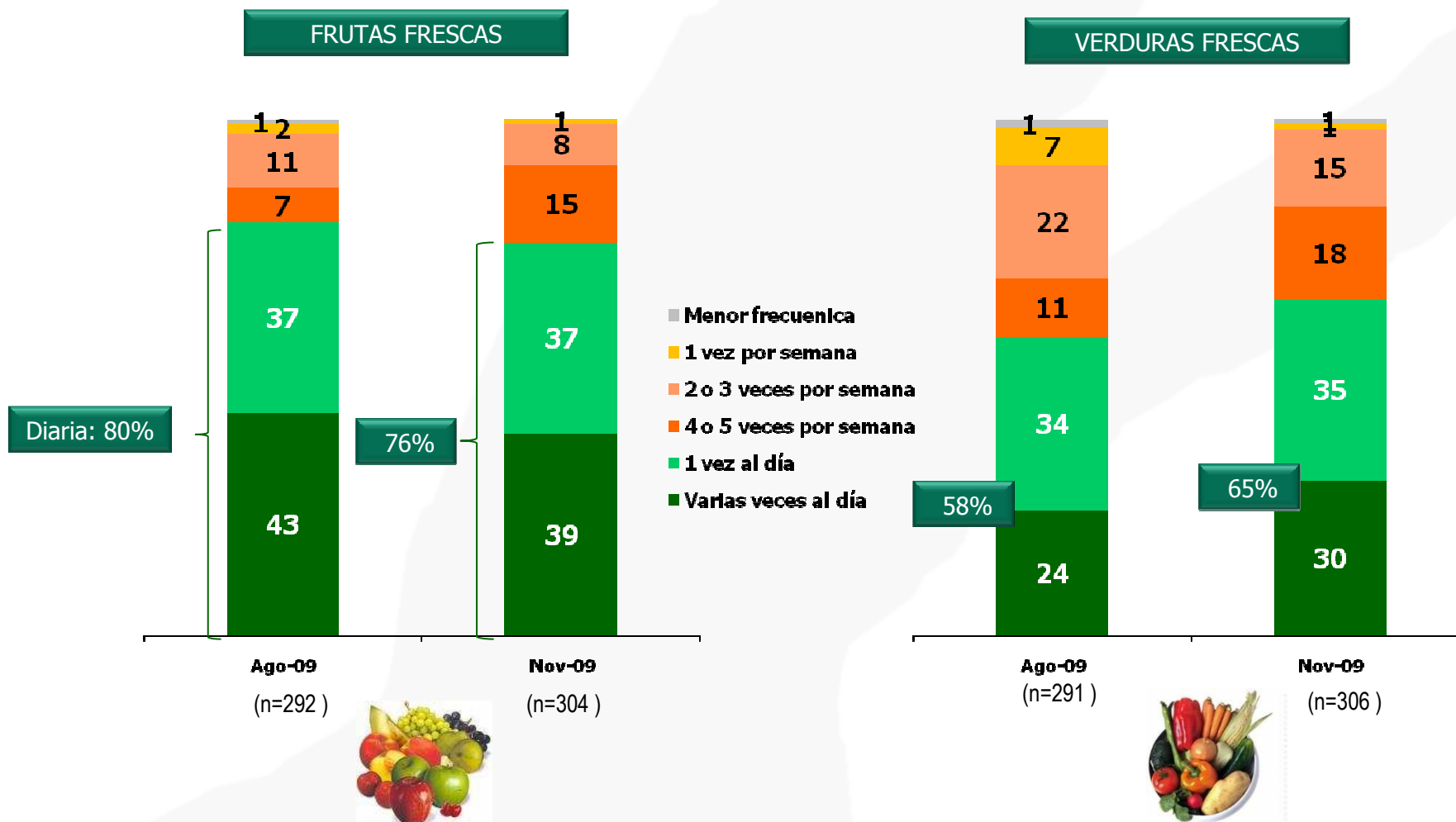
Frecuencia de consumo (%)

Base: Hogares consumidores de frutas y verduras frescas respectivamente

	Ago-09	Nov-09
Frecuencia DIARIA Frutas o Verduras	84	80

FRUTAS FRESCAS

VERDURAS FRESCAS



Pregunta: Ago: En esta época, con qué frecuencia consumen frutas frescas/ verduras frescas en su hogar
Nov: Con qué frecuencia han CONSUMIDO en su hogar...(frutas/verduras) en los últimos 30 días?

Frecuencia de consumo según básicas (%)

Base: Hogares consumidores de frutas y verduras frescas respectivamente



	NSE			Niños <= 12		Total
	Alto	Medio	Bajo	Si	No	
FRUTAS FRESCAS	(n=36)	(n=198)	(n=70)	(n=102)	(n=202)	(n=304)
Varias veces al día	52	36	44	41	39	39
1 vez al día	30	38	35	38	36	37
Menor frecuencia	18	26	21	22	25	24
No sabe	---	---	---	---	---	---
Total	100	100	100	100	100	100
VERDURAS FRESCAS	(n=36)	(n=200)	(n=70)	(n=103)	(n=203)	(n=306)
Varias veces al día	33	29	31	32	29	30
1 vez al día	33	36	33	37	34	35
Menor frecuencia	34	35	35	32	36	35
No sabe	---	---	---	---	---	---
Total	100	100	100	100	100	100

Pregunta: : Con qué frecuencia han CONSUMIDO en su hogar...(frutas/verduras) en los últimos 30 días?

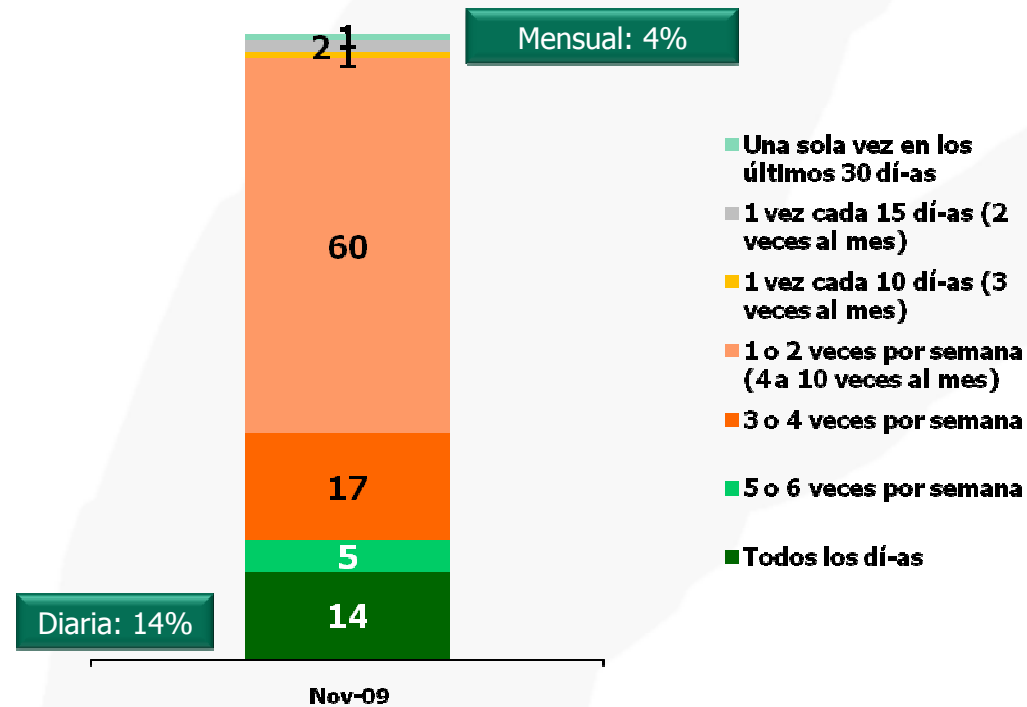


Compra de frutas o verduras frescas



Frecuencia de compra de frutas o verduras (%)

Base: Hogares consumidores de frutas o verduras frescas (n=309)



Pregunta: Y con qué frecuencia COMPRARON frutas o verduras en su hogar en los últimos 30 días?

Frecuencia de compra de frutas o verduras según básicas (%)

Base: Hogares consumidores de frutas o verduras frescas (n=309)

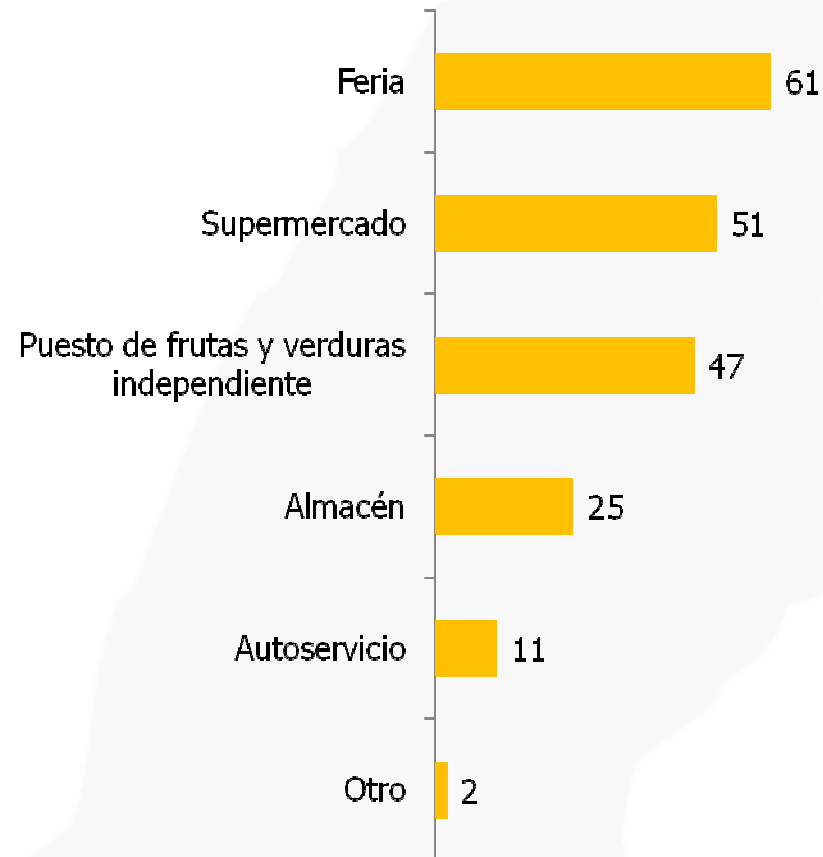


FRUTAS/VERDURAS	NSE			Niños <=12		Total
	Alto (n=36)	Medio (n=201)	Bajo (n=71)	Si (n=103)	No (n=206)	
Todos los días	10	14	18	20	11	14
5 o 6 veces por semana	2	7	2	4	6	5
3 o 4 veces por semana	21	16	16	19	15	17
1 o 2 veces por semana (4 a 10 veces al mes)	64	59	61	53	63	60
1 vez cada 10 dí-as (3 veces al mes)	2	2	---	3	1	1
1 vez cada 15 dí-as (2 veces al mes)	---	3	---	---	3	2
Una sola vez en los últimos 30 dí-as	---	---	2	---	1	1
No sabe	2	---	---	---	0	0
Total	100	100	100	100	100	100

Pregunta: Y con qué frecuencia COMPRARON frutas o verduras en su hogar en los últimos 30 días?

Lugar de Compra de frutas o verduras últimos 30 días (RM) (%)

Base: Hogares consumidores de frutas o verduras frescas (n=309)



Pregunta: De los siguientes lugares que voy a mencionarle, en cuáles han comprado frutas y verduras en los últimos 30 días?

Lugar de Compra últimos 30 días según básicas I (%)

Base: Hogares consumidores de frutas o verduras frescas (n=309)



	NSE			Niños <=12		Frec de Consumo		Total
	Alto	Medio	Bajo	Si	No	Diaria	Resto	
FRUTAS/VERDURAS	(n=36)	(n=201)	(n=71)	(n=103)	(n=206)	(n=246)	(n=63)	(n=309)
Feria	57	59	65	59	61	60	64	61
Supermercado	70	51	41	48	53	51	49	51
Puesto de frutas y verduras independiente	25	51	47	58	42	48	44	47
Almacén	23	26	20	30	22	23	30	25
Autoservicio	18	8	16	12	10	10	13	11
Otro	---	1	4	---	2	2	---	2

Pregunta: De los siguientes lugares que voy a mencionarle, en cuáles han comprado frutas y verduras en los últimos 30 días?

Lugar de Compra últimos 30 días según básicas II (%)

Base: Hogares consumidores de frutas o verduras frescas (n=309)



	Frecuencia de compra			Edad			Total
	Más de 2 veces por semana	1 o 2 veces por semana	Menos de 1 vez por semana	18 a 29	30 a 49	50 y más	
FRUTAS/VERDURAS	(n=110)	(n=186)	(n=13)	(n=52)	(n=108)	(n=149)	(n=309)
Feria	44	70	61	73	62	55	61
Supermercado	56	49	40	60	49	49	51
Puesto de frutas y verduras independiente	56	41	55	47	52	44	47
Almacén	32	21	11	35	25	21	25
Autoservicio	12	10	16	7	12	12	11
Otro	1	1	11	--	--	3	2

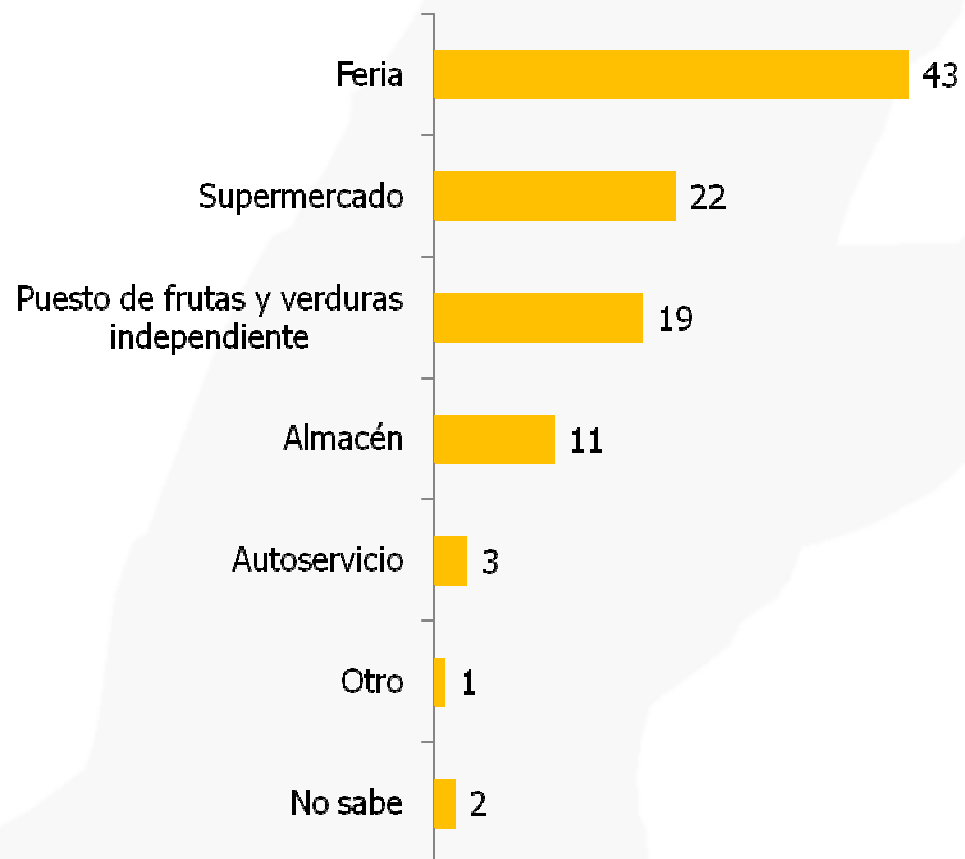
Pregunta: De los siguientes lugares que voy a mencionarle, en cuáles han comprado frutas y verduras en los últimos 30 días?

Dónde compran mayor cantidad (RU) (%)

Base: Hogares que compraron en más de un lugar (n=201)

Compró en más de 1 lugar en los últimos 30 días

65%

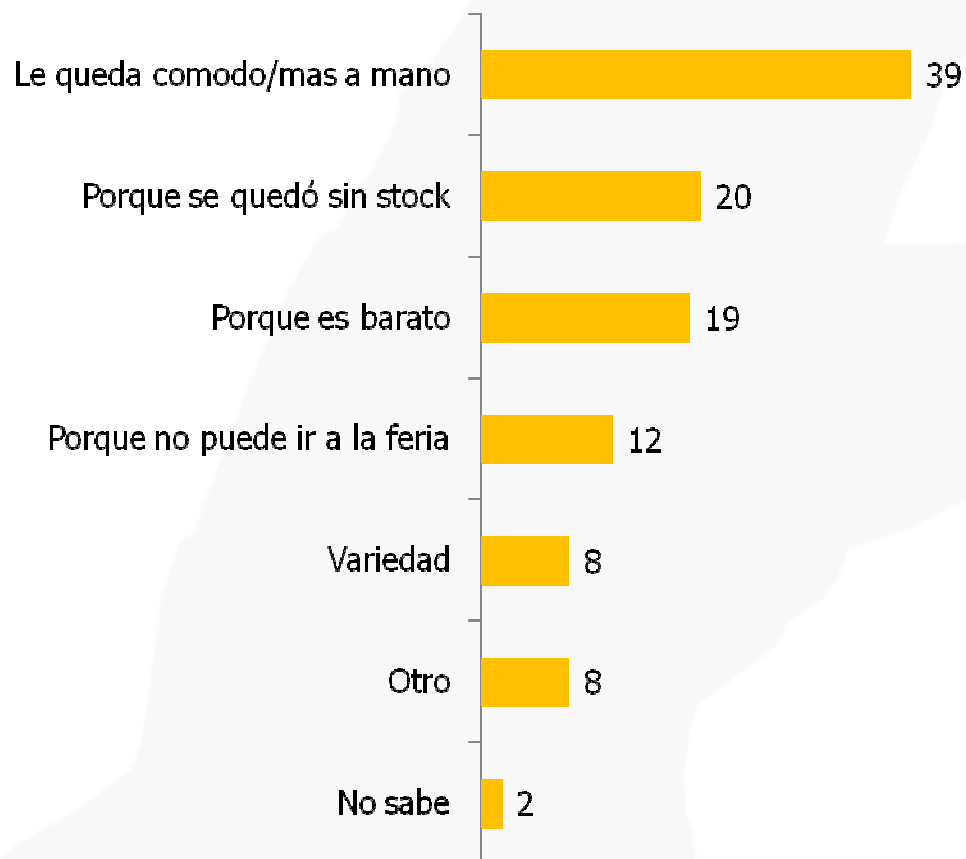


Pregunta: Y en cuál de estos lugares compraron la mayor cantidad de frutas y verduras en los últimos 30 días?

Motivos de compra de frutas/verduras en más de un lugar (RM Esp.) (%)

Base: Hogares que compraron en más de un lugar (n=201)

Compró en más de 1 lugar en los últimos 30 días	65%



Pregunta: Por qué motivos compran frutas y verduras en otros lugares además de...?

Motivos de compra de frutas/verduras en más de un lugar según básicas(%)

Base: Hogares que compraron en más de un lugar (n=201)

Compró en más de 1 lugar en los últimos 30 días	65%
---	------------

	NSE			Niños <=12		Frec de Consumo		Total
	Alto	Medio	Bajo	Si	No	Diaria	Resto	
	(n=24)	(n=129)	(n=48)	(n=73)	(n=128)	(n=163)	(n=38)	(n=201)
Le queda cómodo/mas a mano	43	38	39	35	40	40	32	39
Porque se quedó sin stock	25	21	15	22	20	16	38	20
Porque es barato	20	20	15	24	16	20	11	19
Porque no puede ir a la feria	13	13	9	12	12	13	11	12
Variedad	7	7	9	9	7	10	---	8
Otro	7	7	12	6	9	8	9	8
No sabe	5	2	---	1	3	2	2	2

Pregunta: Por qué motivos compran frutas y verduras en otros lugares además de...?

Motivos de compra en otros lugares según lugar en el que compran la mayor cantidad (%)

Base: Hogares que compraron en más de un lugar (n=201)

Compró en más de 1 lugar en los últimos 30 días	65%
---	------------

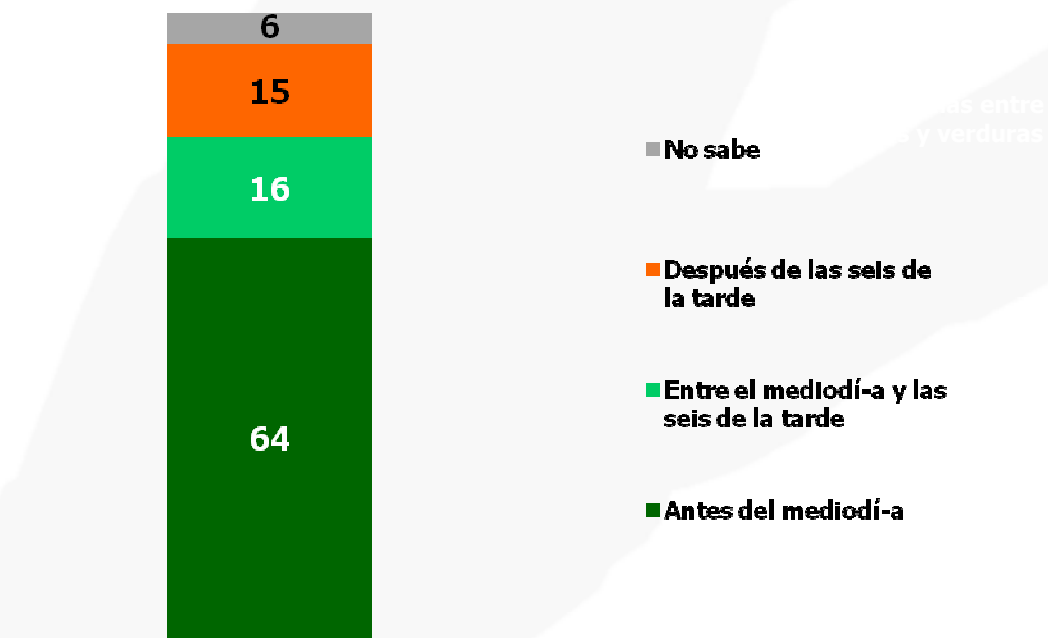
	LUGAR DONDE COMPRA MAYOR CANTIDAD*				Total (n=201)
	Super (n=45)	Almacén (n=21)	Feria (n=87)	Puesto indep. (n=38)	
Le queda cómodo/mas a mano	61	51	21	49	39
Porque se quedó sin stock	12	4	34	7	20
Porque es barato	12	16	23	16	19
Porque no puede ir a la feria	3	5	24	4	12
Variedad	8	14	5	10	8
Otro	12	7	3	14	8
No sabe	1	4	1	---	2

Nota: No se presentan todas las categorías por presentar número de casos insuficientes

Pregunta: Por qué motivos compran frutas y verduras en otros lugares además de...?

Horario en el que realizan las compras de frutas/verduras (%)

Base: Hogares consumidores de frutas o verduras frescas (n=309)



Pregunta: La mayor parte de las veces, en qué horario realizan las compras de frutas y verduras:

Horario en el que compran frutas/verduras según básicas (%)

Base: Hogares consumidores de frutas o verduras frescas (n=309)

	NSE			Niños <=12		Frec de Consumo		Total
	Alto	Medio	Bajo	Si	No	Diaria	Resto	
FRUTAS/VERDURAS	(n=36)	(n=201)	(n=71)	(n=103)	(n=206)	(n=246)	(n=63)	(n=309)
Antes del mediodía	66	61	69	66	62	65	60	64
Entre el mediodía y las seis de la tarde	8	18	16	13	18	14	26	16
Después de las seis de la tarde	18	18	4	18	13	16	9	15
No sabe	8	3	10	3	7	6	5	6
Total	100	100	100	100	100	100	100	100

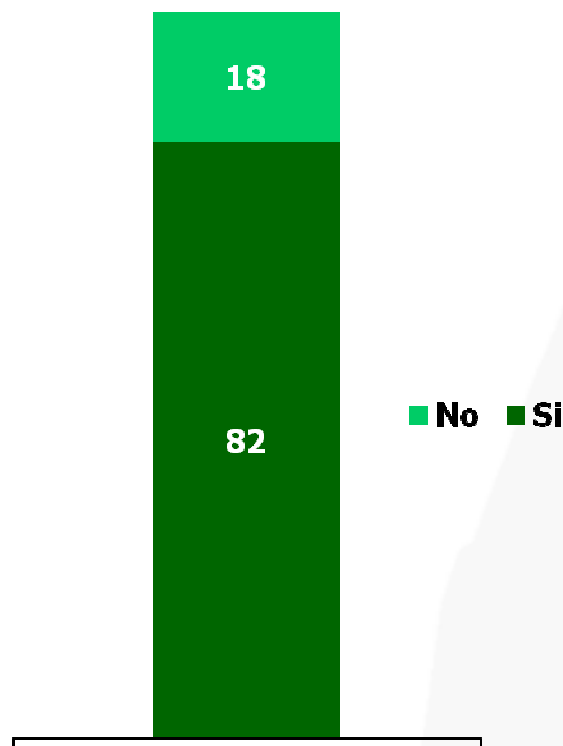
Pregunta: La mayor parte de las veces, en qué horario realizan las compras de frutas y verduras:



Productos de Cuarta Gama

Escucharon sobre frutas/verduras pre-elaboradas (%)

Base: Total Hogares (n=311)

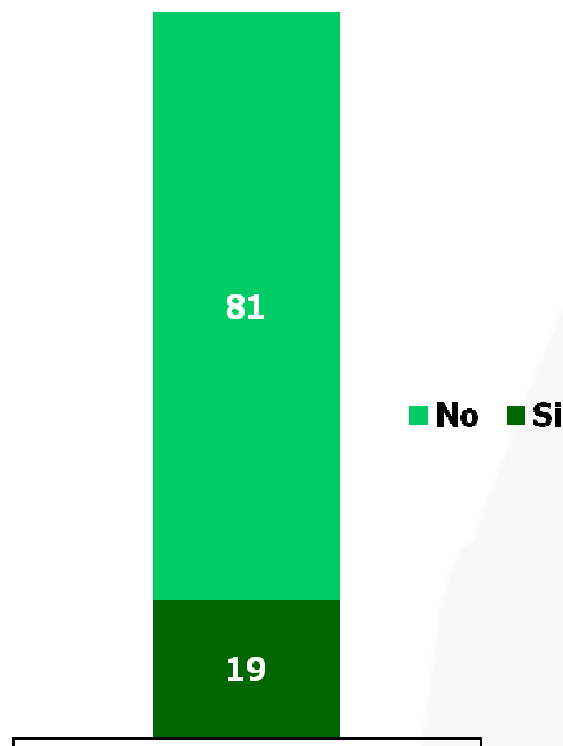


	NSE			Niños <=12		Frec de Consumo		Total
	Alto	Medio	Bajo	Si	No	Diaria	Resto	
	(n=36)	(n=204)	(n=71)	(n=103)	(n=208)	(n=246)	(n=65)	(n=311)
SI	90	83	73	84	81	81	84	82
NO	10	17	27	16	19	19	16	18
Total	100	100	100	100	100	100	100	100

Pregunta: En algunos lugares se venden frutas o verduras prontas para comer que pueden estar pre-lavadas, picadas, rayadas, peladas, a veces combinando diferentes frutas o verduras y envasadas en bandejas, potes o bolsas cerradas. Para hacerlo sencillo las llamaremos frutas o verduras pre-elaboradas. Ha visto o escuchado sobre estas frutas o verduras pre-elaboradas?

Consumo de frutas/verduras pre-elaboradas (%)

Base: Hogares que conocen frutas/verduras pre-elaboradas (n=254)



	NSE			Niños <=12		Frec de Consumo		Total
	Alto	Medio	Bajo	Si	No	Diaria	Resto	
	(n=33)	(n=169)	(n=52)	(n=87)	(n=168)	(n=200)	(n=54)	(n=254)
SI	40	17	11	24	16	19	18	19
NO	60	83	89	76	84	81	82	81
Total	100	100	100	100	100	100	100	100

Pregunta: En los últimos 30 días en su hogar consumieron frutas o verduras pre-elaboradas?

Barreras para el consumo de frutas/verduras pre-elaboradas (RM) (%)

Base: Hogares que no consumieron frutas/verduras pre-elaboradas (n=206)



Pregunta: Por qué no consumieron frutas o verduras pre-elaboradas?

Barreras para el consumo de frutas/verduras pre-elaboradas (RM) (%)

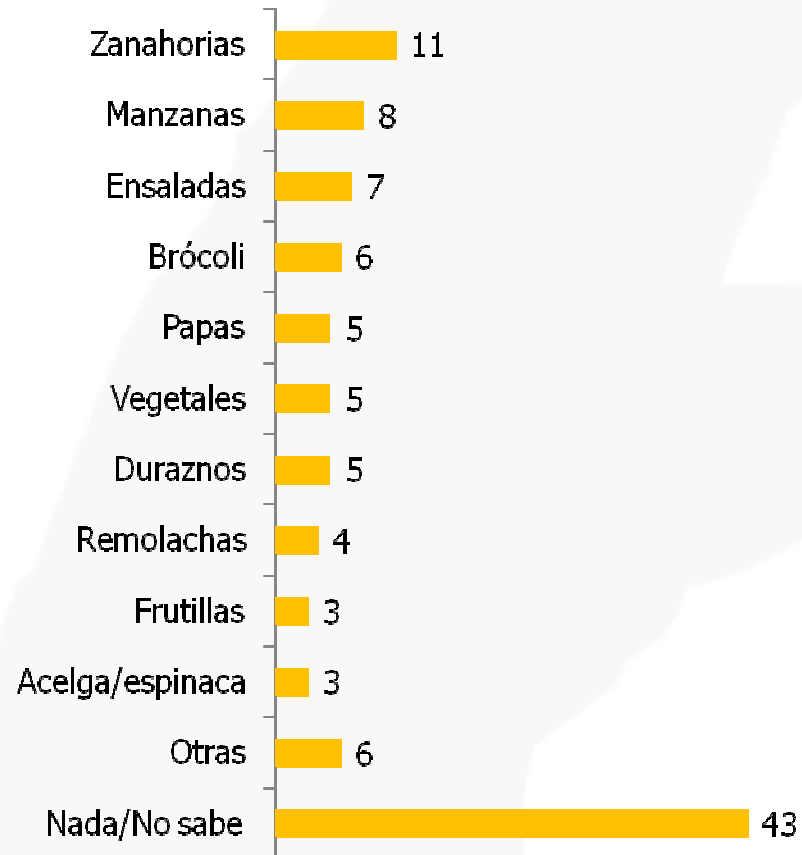
Base: Hogares no consumieron frutas/verduras pre-elaboradas (n=206)

	NSE			Niños <=12		Frec de Consumo		Total
	Alto	Medio	Bajo	Si	No	Diaria	Resto	
	(n=20)	(n=140)	(n=47)	(n=66)	(n=140)	(n=161)	(n=45)	(n=206)
No son frescas/naturales/sanas	30	44	59	49	45	45	50	46
No le gusta	9	18	25	11	22	19	17	19
Son más caras	24	23	3	23	17	18	19	19
Costumbre	15	8	6	8	9	10	2	8
Otra	11	5	7	7	6	5	9	6
No sabe	14	7	7	8	7	8	7	8

Pregunta: Por qué no consumieron frutas o verduras pre-elaboradas?

Frutas/verduras más adecuadas para comprar pre-elaboradas (RM) (%)

Base: Total Hogares (n=311)



Pregunta: Qué tipo de frutas o verduras le parecen más adecuadas para comprar de esta manera?

Frutas/verduras más adecuadas para comprar pre-elaboradas (RM) (%)

Base: Total Hogares (n=311)

	NSE			Niños <=12		Frec de Consumo		Total
	Alto	Medio	Bajo	Si	No	Diaria	Resto	
	(n=36)	(n=204)	(n=71)	(n=103)	(n=208)	(n=246)	(n=65)	(n=311)
Zanahorias	18	9	12	11	11	12	8	11
Manzanas	---	8	10	8	8	9	4	8
Ensaladas	7	10	2	4	9	6	13	7
Brócoli	7	8	2	7	6	7	3	6
Papas	7	5	2	8	3	4	6	5
Vegetales	15	4	2	3	5	3	11	5
Duraznos	2	7	4	4	6	5	5	5
Remolachas	2	4	4	5	3	4	2	4
Frutillas	5	3	4	5	3	4	---	3
Acelga/espinaca	7	3	---	2	3	4	1	3
Otras	13	5	8	9	5	7	5	6
Nada/No sabe	21	41	61	43	44	42	49	43

Pregunta: Qué tipo de frutas o verduras le parecen más adecuadas para comprar de esta manera?



Destacados del Mercado Modelo

Medios para transmitir información sobre precios y momentos para la compra de frutas y verduras (RM-Esp) (%)

Base: Total Hogares (n=311)



Pregunta: Cambiando de tema, a través de qué medios le parece mejor que se comunique la información sobre las frutas y verduras que están en precio o en un buen momento para la compra?

Medios para transmitir información sobre precios y momentos para la compra de frutas y verduras (%)

Base: Total Hogares (n=311)

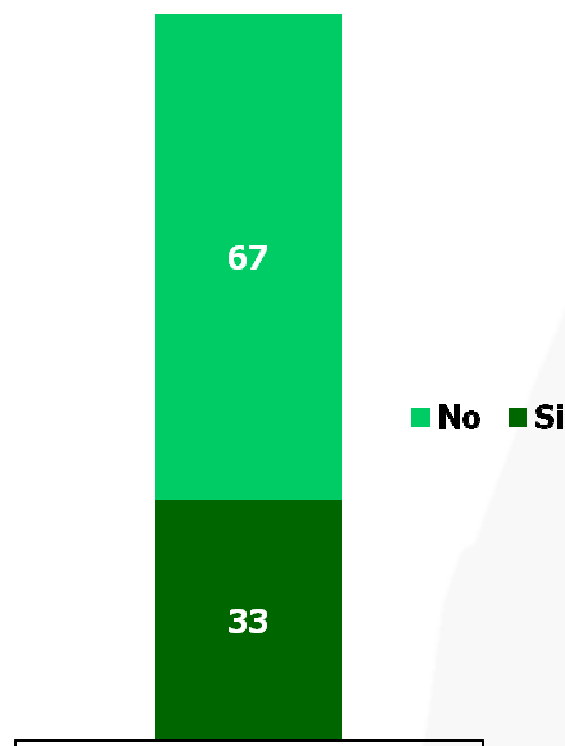
	NSE			Niños <=12		Frec de Consumo		Total
	Alto (n=36)	Medio (n=204)	Bajo (n=71)	Si (n=103)	No (n=208)	Diaria (n=246)	Resto (n=65)	
Televisión	85	81	73	83	78	80	78	79
Radio	21	19	20	20	19	19	22	20
Folletos/catálogos	2	5	6	7	4	6	2	5
Lugares de compra (carteles super, etc.)	5	4	2	3	4	3	8	4
Internet/Mail	---	5	---	3	3	4	2	3
Otro	2	2	10	3	4	4	3	4
No sabe	7	4	8	4	6	6	3	5

Pregunta: Cambiando de tema, a través de qué medios le parece mejor que se comunique la información sobre las frutas y verduras que están en precio o en un buen momento para la compra?

Bloque “Destacados del Mercado Modelo” (%)

Base: Total Hogares (n=311)

Vió el Bloque alguna vez

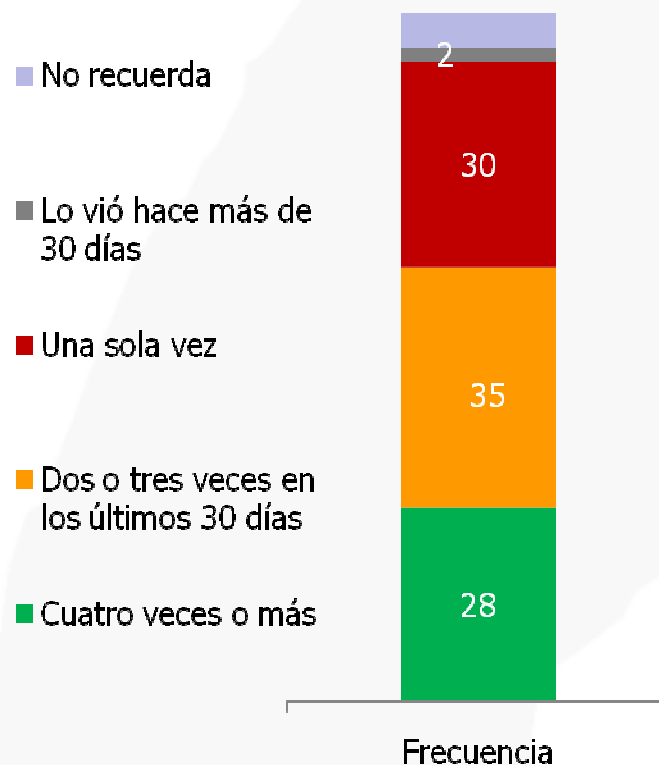


	NSE			Niños <=12		Frec de Consumo		Total
	Alto	Medio	Bajo	Si	No	Diaria	Resto	
	(n=36)	(n=204)	(n=71)	(n=103)	(n=208)	(n=246)	(n=65)	(n=311)
SI	33	31	39	30	34	34	27	33
NO	67	69	61	70	66	66	73	67
Total	100	100	100	100	100	100	100	100

Pregunta: Los programas televisivos de la mañana de canal 10 y 12 tienen un bloque que se llama los Destacados del Mercado Modelo y que brinda información sobre las frutas y verduras que están en precio o en un buen momento para la compra. ¿Vió alguna vez este bloque?

Frecuencia con que vieron el bloque “Destacados del Mercado Modelo” en los últimos 30 días (%)

Base: Hogares que vieron alguna vez el Bloque “Destacados del Mercado Modelo” (n=102)



Pregunta: Cuántas veces ha visto este bloque sobre frutas y verduras en los últimos 30 días?

Frecuencia con que vieron el bloque “Destacados del Mercado Modelo” en los últimos 30 días (%)

Base: Hogares que vieron alguna vez el Bloque “Destacados del Mercado Modelo” (n=102)

	NSE			Niños <=12		Frec de Consumo		Total
	Alto	Medio	Bajo	Si	No	Diaria	Resto	
	(n=12)	(n=63)	(n=28)	(n=31)	(n=71)	(n=85)	(n=18)	(n=102)
Cuatro veces o más	20	25	37	29	27	29	23	28
Dos o tres veces en los últimos 30 días	35	35	37	22	41	37	26	35
Una sola vez	35	35	16	37	27	27	45	30
Lo vió hace más de 30 días	---	4	---	7	---	1	7	2
No recuerda	10	2	11	5	5	6	---	5
Total	100	100	100	100	100	100	100	100

Pregunta: Cuántas veces ha visto este bloque sobre frutas y verduras en los últimos 30 días?



SÍNTESIS

Síntesis

1) Consumo de frutas y verduras en hogares

La casi totalidad de los hogares de Gran Montevideo (con teléfono) declararon a través de los decisores de compra haber consumido frutas y/o verduras en los **últimos 30 días**.

La **frecuencia** de consumo se mantiene en relación a la que se registrara en agosto, con un leve incremento en la que corresponde a verduras.

Corresponde recordar dos consideraciones señaladas en nuestro informe anterior en relación a la interpretación de los datos de frecuencia de consumo: a) se preguntó por frecuencia de consumo del hogar, no de las personas individualmente, y b) las conductas consideradas deseables socialmente suelen tener cierta sobre-declaración.

2) Compra de frutas y verduras para el consumo

La frecuencia de compra declarada para los últimos 30 días es mayormente una o dos veces a la semana(60%); los demás lo hacen con mayor frecuencia, desde 3 veces a la semana hasta todos o casi todos los días. Dicha frecuencia varía en forma inversa con el NSE de los hogares, vale decir, compras más frecuentes cuanto menor el NSE.

Las ferias barriales y los supermercados son, en ese orden, los lugares privilegiados para las compras de estos productos. Las primeras con creciente peso a menor NSE, y los segundos a la inversa.

Síntesis

Los “puestos” se mencionan luego y en mayor medida que los almacenes y otros establecimientos comerciales.

Dos de cada tres hogares consumidores han hecho compras de frutas/verduras en más de un lugar, y lo que los ha impulsado a ello ha sido mayormente “comodidad, más a mano” para quienes compran principalmente en supermercados, y “me quedé sin producto” para quienes lo hacen sobretodo en ferias.

Dos de cada tres hogares suelen hacer las compras de frutas y verduras antes del mediodía, y los demás se reparten en partes iguales entre quienes lo hacen tras el mediodía pero antes de las 18:00 hs.(NSE medio e inferiores) y quienes lo hacen luego de esta hora(NSE medio y superiores).

3) Productos de Cuarta Gama

Tras la aclaración del concepto Productos de Cuarta Gama, el 82% de los decisores de compra los **conocen** aunque sea de nombre, proporción que correlaciona directamente con el NSE de los hogares.

De ellos uno de cada 5 los han consumido en los últimos 30 días, se trata del 16% del total de hogares: mayor en los NSE más altos y en aquellos en los que hay chicos.

Síntesis

Las barreras para justificar el no consumo radican en primer lugar en razones de salud (no son naturales, no son frescos, no sanos), argumento con peso creciente a menor NSE, y luego en igual nivel el precio (son caras) y no gustan.

4) Los Destacados del Mercado Modelo

Uno de cada tres decisores de compras los conocen y los han visto. La mayoría de ellos los han visto dos o más veces en el último mes, estos son más quienes consumen a diario o casi diario, y de menor NSE. Los demás lo han visto una vez en este período.