



Govern de les Illes Balears
Conselleria de Presidència

ESTUDI DEL CONSUMIDOR D'AMETLLA A L'ILLA DE MALLORCA

Federico Martín i Miquel A. Frau
Institut de Qualitat Alimentària de les Illes Balears

Març de 2011



Govern de les Illes Balears
Conselleria de Presidència

OBJECTIUS

Quantificar el percentatge de consumidors

Definir el perfil del consumidor

Avaluar la importància de l'Ametlla de Mallorca



METODOLOGIA

Característiques de la mostra

Total:	568
No consumidors:	167
Consumidors:	401

nivell de confiança: 95,5%
màxim d'error: $\pm 5\%$



PERFIL DE LA MOSTRA

n = 568

Sexe		
	Home	28,5
	Dona	71,5
Edat		
	<25 anys	6,6
	<44 anys	50,1
	<65 anys	28,2
	>65 anys	15,1
Origen		
	Nascut Illes Balears	49,1
	No nascut Illes Balears	50,9
Residencia		
	Illes Balears	98,2
	Altres CCAA/Països	1,8



PERFIL DE LA MOSTRA

n = 568

Lloc de l'entrevista	%
Supermercat	65,1
Hipermercat	16,1
Mercat o Botiga tradicional	18,8



PERFIL DE LA MOSTRA

n = 568

Localitat	%
Palma	46,5
Calvià	5,4
Manacor	4,0
Llucmajor	3,7
Marratxí	6,7
Inca	3,0
Municipis A	15,5
Municipis B	15,2



Govern de les Illes Balears

Conselleria de Presidència

PERFIL DE LA MOSTRA

Municipis A

Alcúdia
Andratx
Capdepera
Felanitx
Pobla (Sa)
Pollença
Sta Margalida
Santany
Soller
Son Servera

Municipis B

Alaró
Algaida
Artà
Binissalem
Búger
Bunyola
Campanet
Campos
Consell
Costitx

Esporles
Lloret
Lloseta
Llubí
Mancor
Maria
Montuïri
Muro
Petra
Porreres

Puigpunyent
Salines (Ses)
Sant Joan
Sant Llorenç
Santa Eugènia
Santa Maria
Selva
Sencelles
Sineu
Valldemossa
Vilafranca



METODOLOGIA

Actituds del consumidor:

- És consumidor d'ametlla?
- Tipus d'ametlla que compra
- Freqüència de compra
- Lloc de compra
- Origen de l'ametlla
- Qualitat de l'ametlla
- Cóm la consumeix



Govern de les Illes Balears
Conselleria de Presidència

METODOLOGIA

Factors:

- Sexe
- Edat
- Origen: nascuts IB/No nascuts IB
- Residència: IB/No IB
- Tamany de la localitat
- Lloc de compra



Govern de les Illes Balears

Conselleria de Presidència

RESULTATS



Govern de les Illes Balears
Conselleria de Presidència

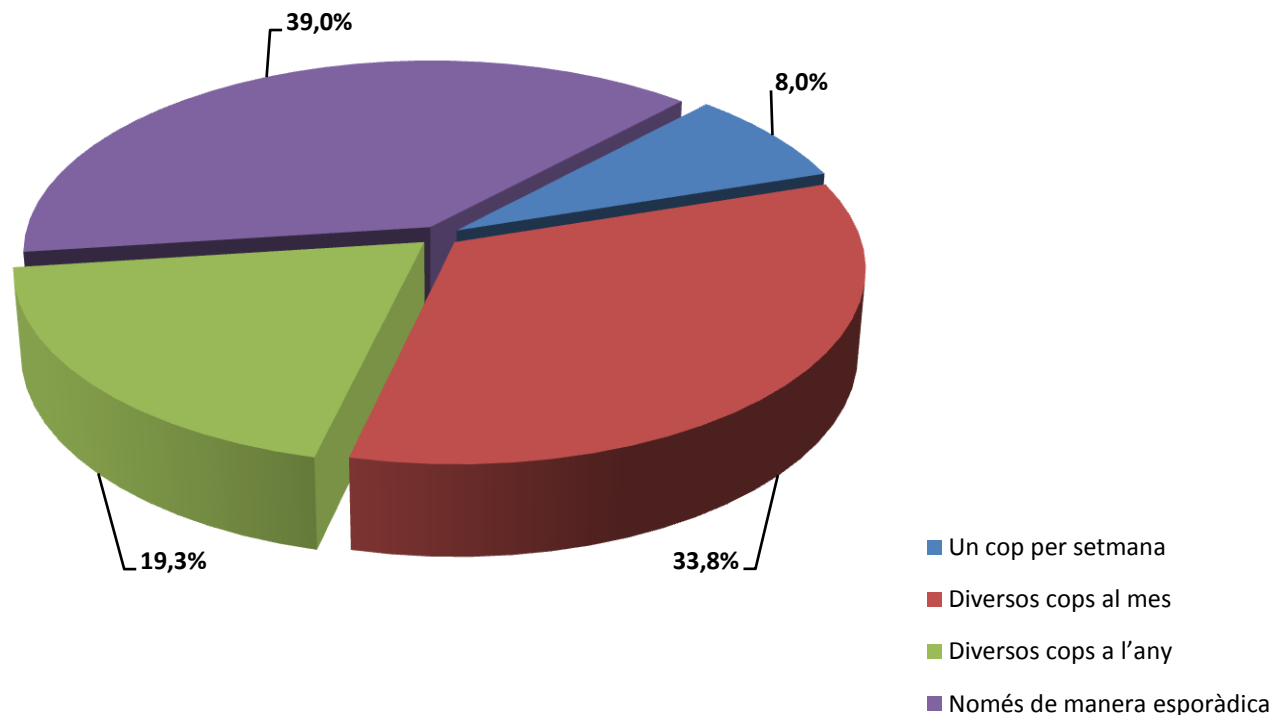
n = 568

Consumidors
70,6%



ESTUDI DELS HÀBITS DE CONSUM

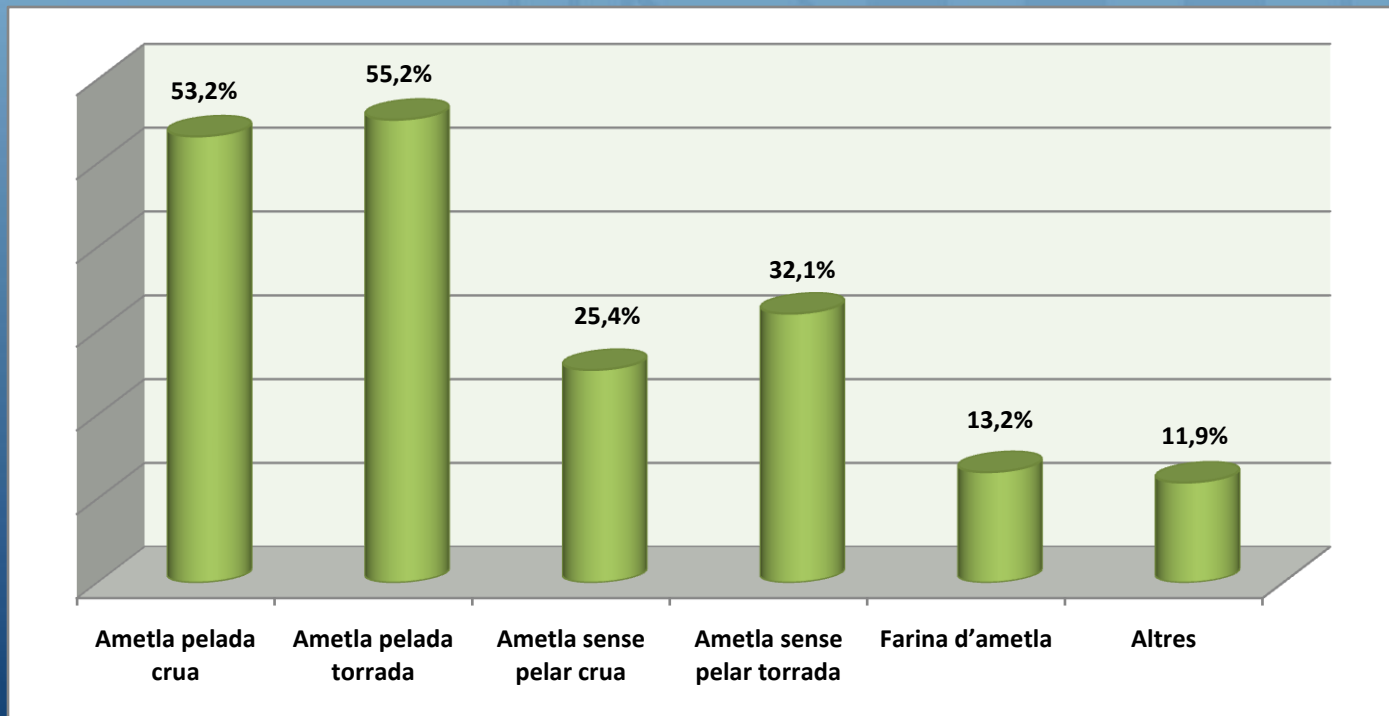
Freqüència de compra





ESTUDI DELS HÀBITS DE CONSUM

Productes que es compren



ESPAÑA 2009

GRUPO DE PRODUCTOS: Frutos secos

Producto	Volumen (miles de kg)	Precio medio kg	Precio medio kg	Consumo per capita	Consumo per capita
Frutos secos	122.148,69	6,93	6,00	2,67	2,32
Frutos secos, almendra	11.503,58	9,21	9,50	0,23	0,26
Almendra con cáscara	4.822,21	8,41	8,22	0,1	0,12
Almendra sin cáscara	6.681,40	9,83	10,42	0,16	0,15
Frutos secos, cacahuetes	11.873,17	3,37	3,39	0,26	0,27
Cacahuete con cáscara	4.798,88	2,44	2,64	0,12	0,11
Cacahuete sin cáscara	7.074,28	3,82	3,90	0,13	0,19
Frutos secos, nueces	28.082,80	9,56	5,39	0,62	0,35
Nueces con cáscara	23.859,90	4,35	4,22	0,51	0,17
Nueces sin cáscara	4.222,90	14,32	12,02	0,12	0,19
Avellana	3.853,74	8,72	8,02	0,09	0,08
Pistacho	5.739,27	9,65	8,94	0,13	0,09
Surtido	6.907,12	7,72	6,57	0,13	0,22
Otros frutos secos	54.189,01	5,80	5,61	1,19	1,03

CANTIDAD COMPRADA PER CÁPITA (Hogares)

FRUTOS SECOS

2009: 2,67 kg
2010: 2,80 kg



Total nacional	1,91	1,76	1,40	1,30	1,20	1,21	1,17	1,28	2,02	2,32	2,56	2,61	2,65	2,51	2,69
----------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

Almendra

0,30



2009: 0,23



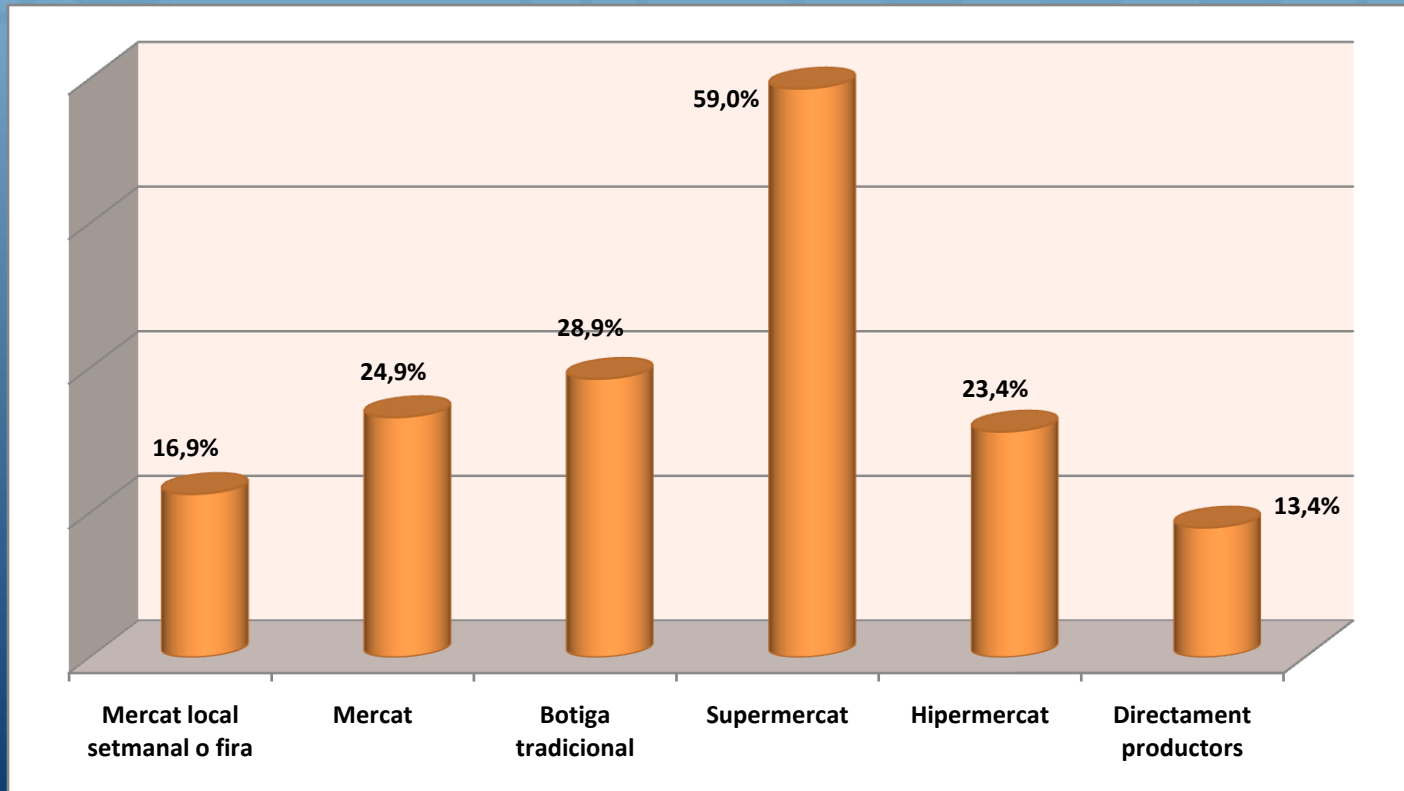
Consum total per persona d'ametl·la Espanya (kg/any)

Any	Ametl·la	F.Secs
2000:	0,3	2,6
2001:	0,4	2,9 (13,70 %)
2002:	0,4	3,1
2003:	0,5	3,2
2004:	0,4	3,2
2005:	0,4	3,0
2006:	0,4	3,2 (12,50%)

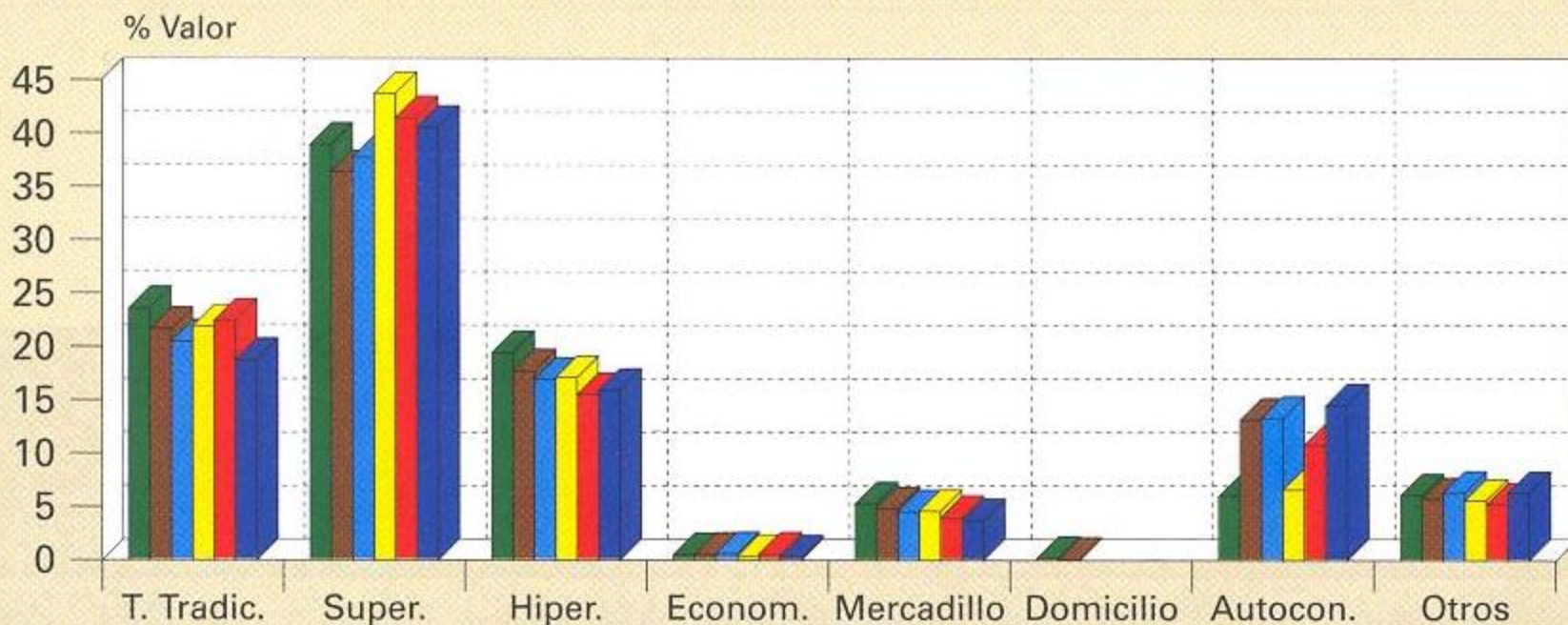


ESTUDI DELS HÀBITS DE CONSUM

Lloc de compra



CUOTA DE MERCADO (Hogares) FRUTOS SECOS



Año	T. Tradic.	Super.	Hiper.	Econom.	Mercadillo	Domicilio	Autocon.	Otros
Año 2001	23,6	38,9	19,4	0,5	5,3	0,2	6,0	6,1
Año 2002	21,6	36,3	17,7	0,6	4,8	0,1	13,1	5,7
Año 2003	20,5	37,7	16,9	0,6	4,5		13,3	6,4
Año 2004	21,9	43,7	17,1	0,4	4,6		6,6	5,6
Año 2005	22,4	41,4	15,5	0,6	4,0		10,8	5,2
Año 2006	18,7	40,5	15,9	0,3	3,7		14,5	6,3

SEGÚN LUGAR DE COMPRA



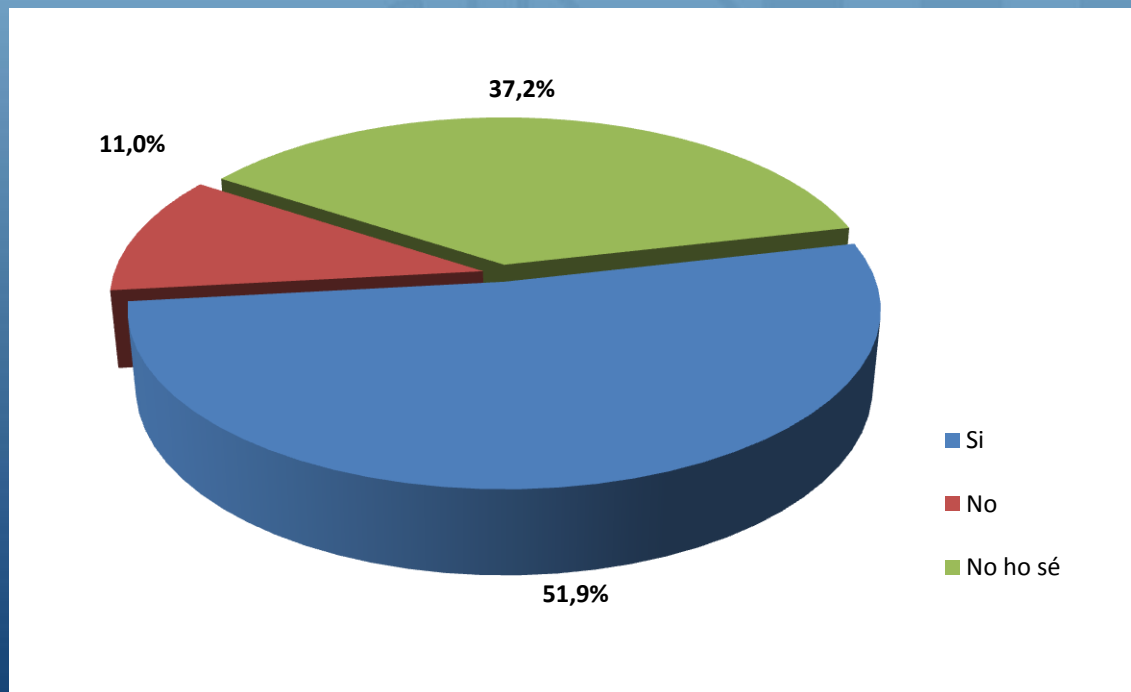


Govern de les Illes Balears

Conselleria de Presidència

ESTUDI DELS HÀBITS DE CONSUM

L'ametlla que compra es de Mallorca?

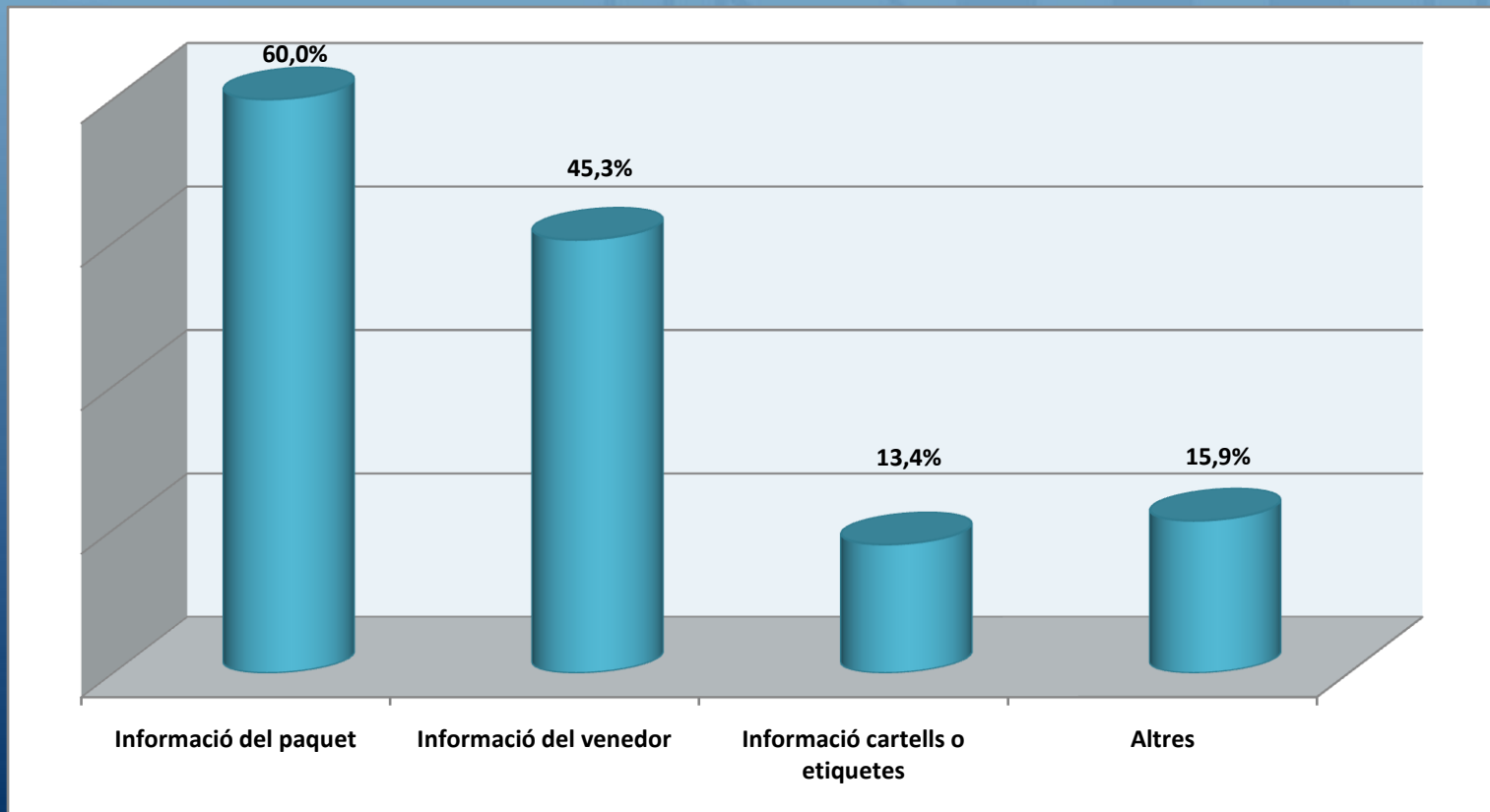


n= 401



ESTUDI DELS HÀBITS DE CONSUM

Com indentifica que és de Mallorca?



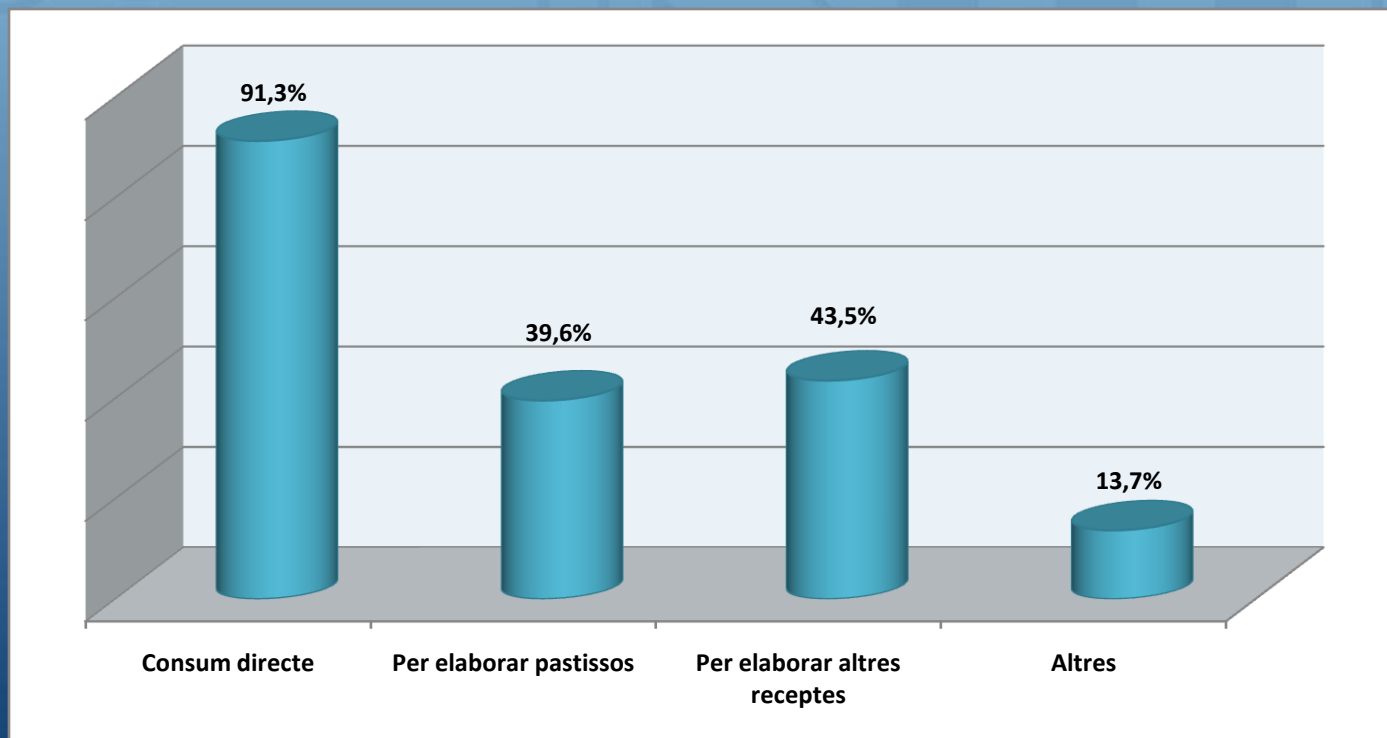


Govern de les Illes Balears

Conselleria de Presidència

ESTUDI DELS HÀBITS DE CONSUM

Com es consumeix l'ametlla?



n= 401

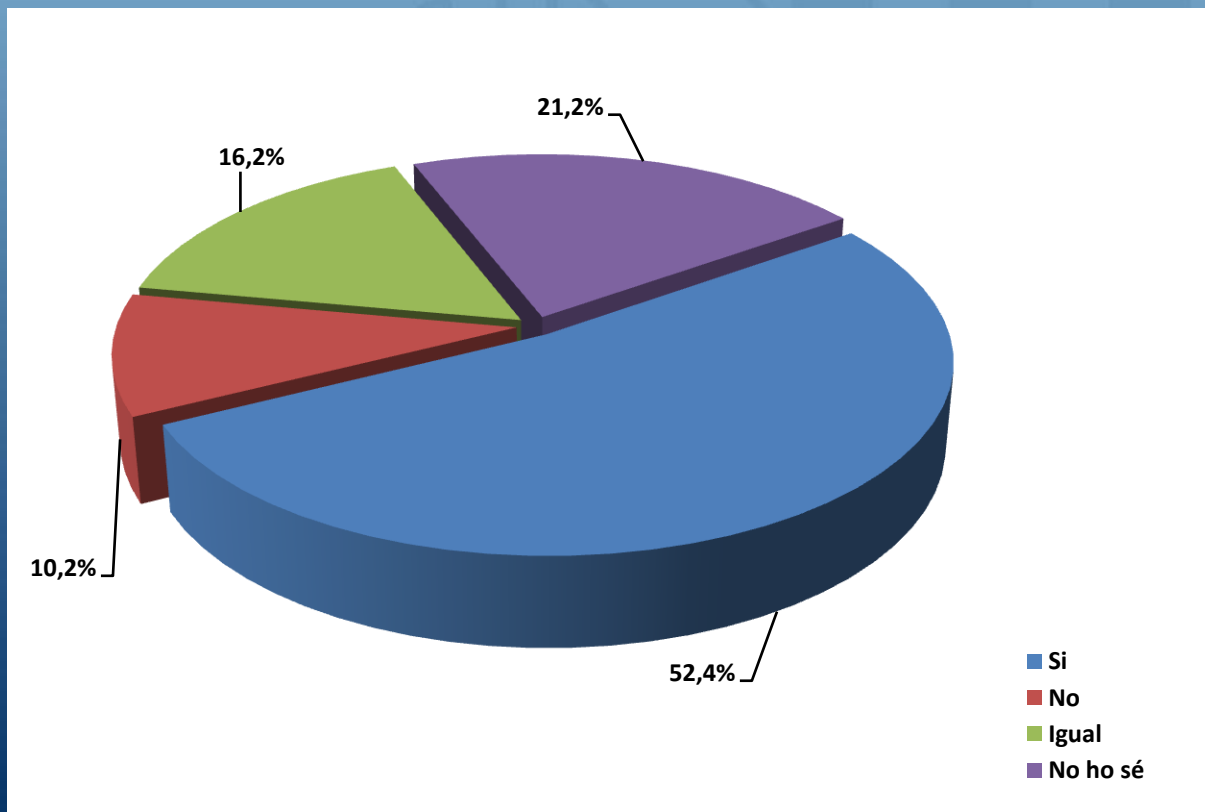


Govern de les Illes Balears

Conselleria de Presidència

ESTUDI DELS HÀBITS DE CONSUM

Considera que l'ametlla de Mallorca és de superior qualitat a la forana?

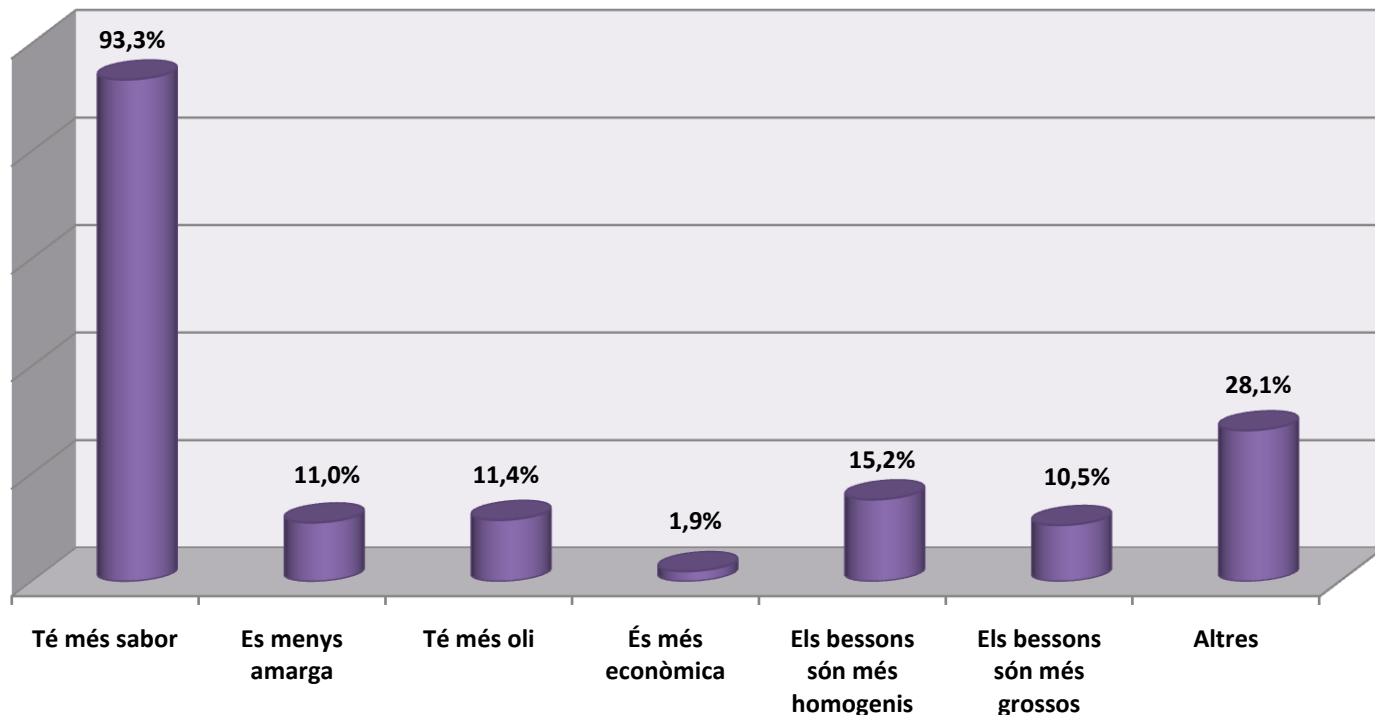


n= 401



ESTUDI DELS HÀBITS DE CONSUM

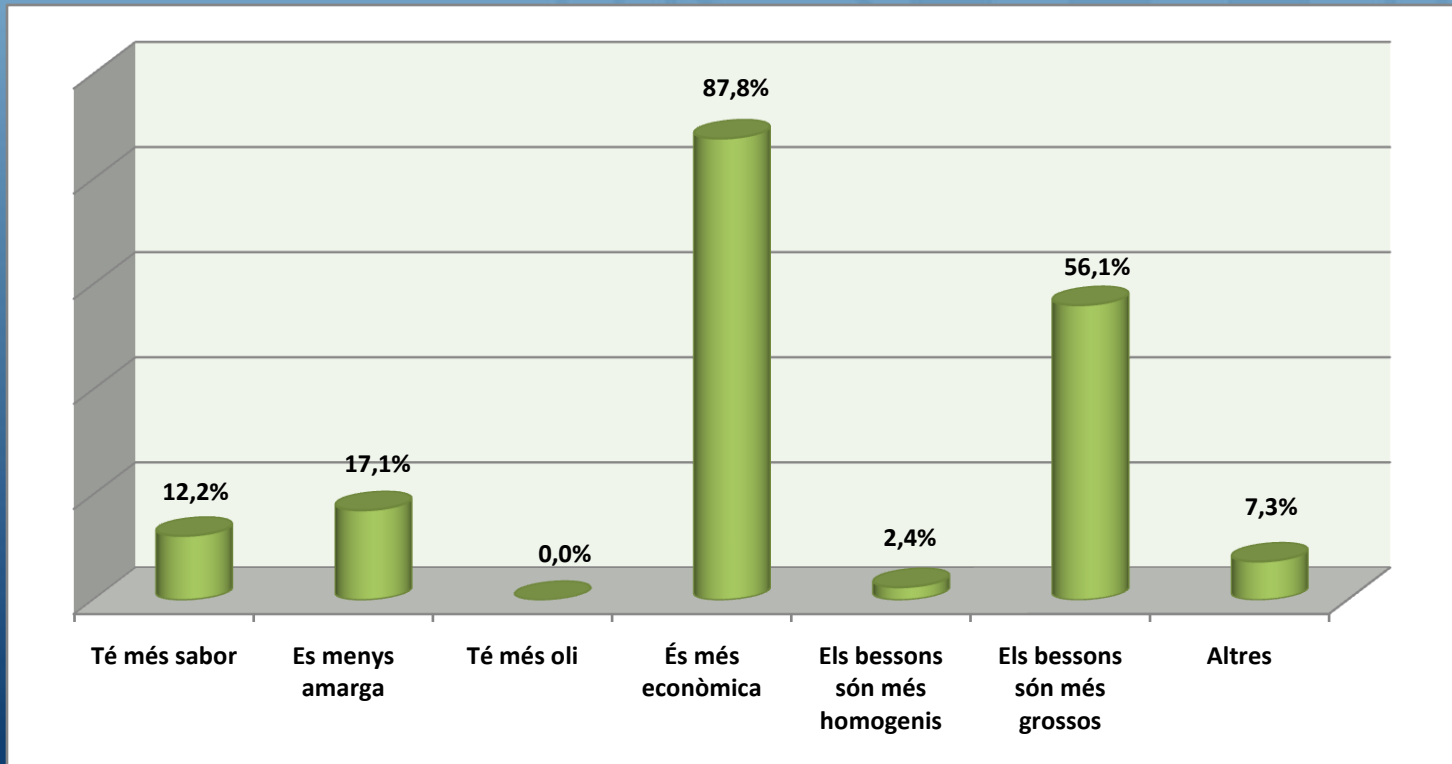
Perqué l'ametlla de Mallorca és de superior qualitat a la forana?





ESTUDI DELS HÀBITS DE CONSUM

Perqué l'ametlla la forana és de superior qualitat a la de Mallorca ?





Govern de les Illes Balears
Conselleria de Presidència

n = 401

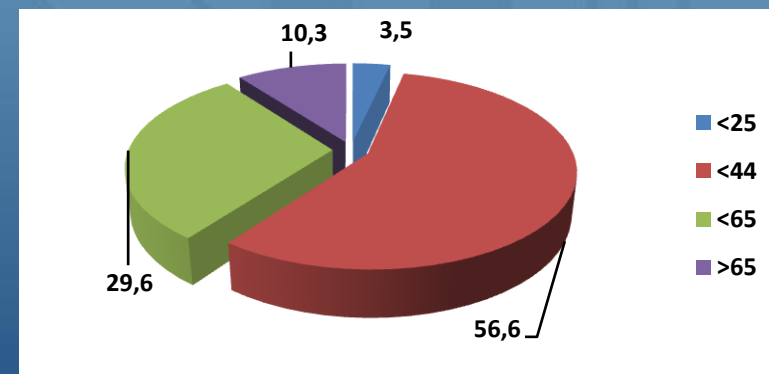
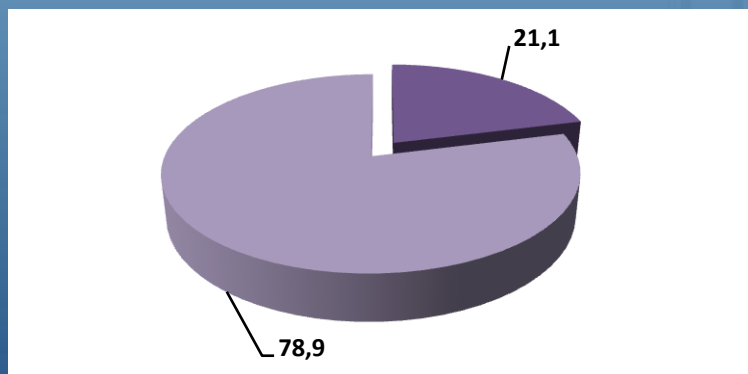
Perfil del consumidor



PERFIL DEL CONSUMIDOR

CONSUMIDORS	%
Home	21,1
Dona	78,9

Edat	%
<25	3,5
<44	56,6
<65	29,6
>65	10,3

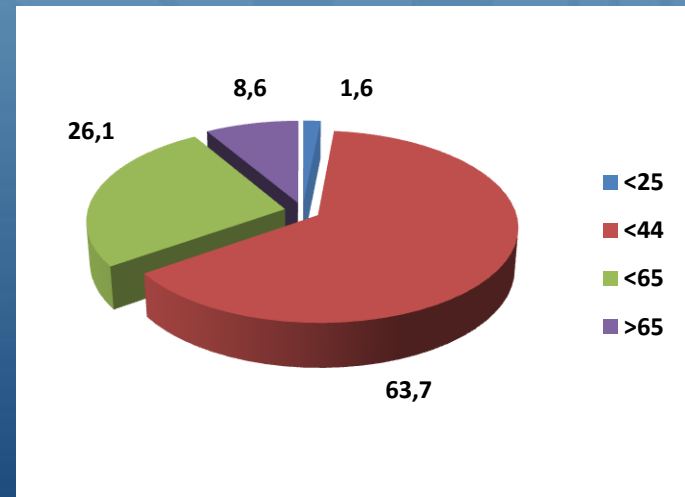
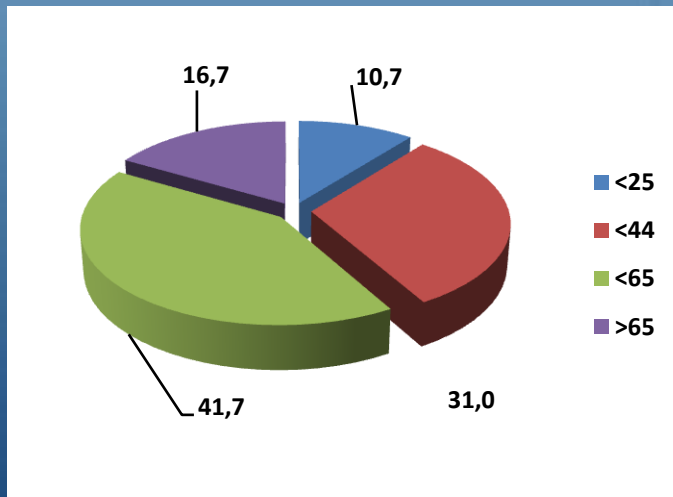




PERFIL DEL CONSUMIDOR

Edat Homes	
<25	10,7
<44	31,0
<65	41,7
>65	16,7

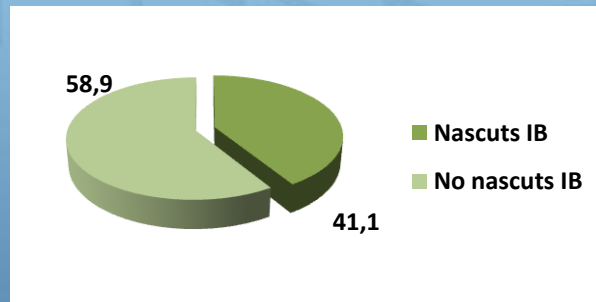
Edat Dones	
<25	1,6
<44	63,7
<65	26,1
>65	8,6



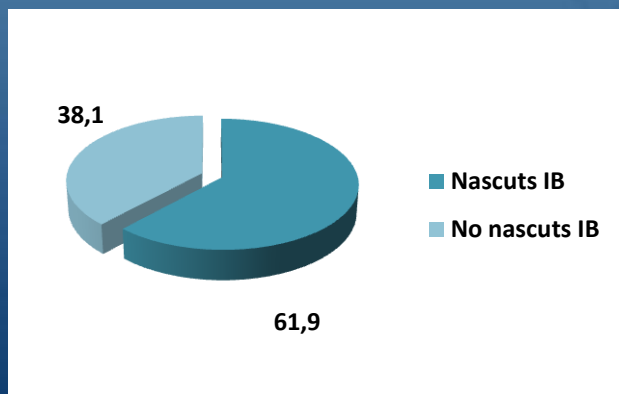


PERFIL DEL CONSUMIDOR

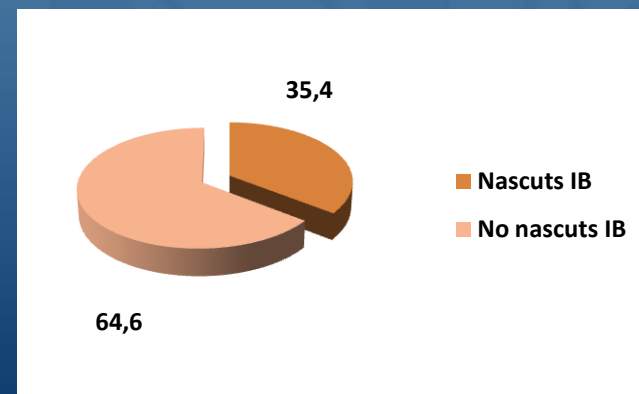
	Total
Nascuts IB	41,1
No nascuts IB	58,9



	Homes
Nascuts IB	61,9
No nascuts IB	38,1



	Dones
Nascudes IB	35,4
No nascudes IB	64,6





Govern de les Illes Balears

Conselleria de Presidència

n = 401

Anàlisi de factors



ANÀLISI DE FACTORS vs CONSUM

n = 568

Consumidor 70,6 %	% Consumidors
Sexe	
Home	52,5
Dona	78,1
Edat	
<25 anys	37,8
<44 anys	80,1
<65 anys	74,2
>65 anys	48,2
Origen	
Nascut Illes Balears	58,4
No nascut Illes Balears	83,3



ANÀLISI DE FACTORS vs CONSUM

n = 568

Tamany localitat	% Consumidors
Palma	72,3
Calvià	71,0
Manacor	87,0
Llucmajor	81,0
Marratxí	52,6
Inca	88,2
Municipis A	69,3
Municipis B	64,0



ANÀLISI FACTORS vs CONSUM

n = 568

Lloc de compra	%
Supermercat	77,2
Hipermercat	47,3
Botiga tradicional	67,0



ANÀLISI DE FACTORS vs AMETLLA DE MALLORCA

n = 401

La qualitat de l'Ametlla de Mallorca és superior a la forana?	% Consumidors
Si	52,4
No	10,2
Igual	16,2
No ho sé	21,2



ANÀLISI DE FACTORS vs AMETLLA DE MALLORCA

n = 401

Qualitat de l'Ametlla de Mallorca superior a la forana	% Consumidors
Sexe	
Home	38,1
Dona	55,7
Edat	
<25 anys	16,7
<44 anys	46,5
<65 anys	61,0
>65 anys	70,7
Origen	
Nascut Illes Balears	67,1
No nascut Illes Balears	41,7





ANÀLISI DE FACTORS vs AMETLLA DE MALLORCA

n = 401

Qualitat de l'Ametlla de Mallorca superior a la forana	% Consumidors
Lloc de compra	
Supermercat	48,2
Hipermercat	58,1
Botiga tradicional	63,4



ANÀLISI DE FACTORS vs AMETLLA DE MALLORCA

n = 401

Qualitat de l'Ametlla de Mallorca superior a la forana	% Consumidors
Tipus de municipi	
Palma	55,0
Calvià	31,8
Inca	55,0
Llucmajor	47,1
Manacor	60,0
Marratxí	66,7
Municipi A	41,0
Municipi B	58,2



Govern de les Illes Balears

Conselleria de Presidència

Conclusions



CONCLUSIONS

1. **El 70,6% dels consumidors adquireixen ametlla**
2. **Perfil del consumidor ?**
 - a) Dona : 78,1%
 - b) 25 - 44 anys: 63,7%
 - c) No nascuda en les Balears: 64,6%
3. **Hàbits del consumidor**
 - a) Comprada al supermercat: 59%
 - b) Consumida esporàdicament: 39%
 - c) Pelada torrada: 55,2%
 - d) Originària de Mallorca: 51,9%
 - e) Identificació de l'origen en l'etiquetatge: 59,9%



CONCLUSIONS

4. Opinió de l'ametlla de Mallorca

- a) De més qualitat: 52,4
- b) Té més sabor: 93,3%



RECOMENACIONS

- 1. Etiquetatge**
 - a) destacar Mallorca
 - b) destacar pelada / no pelada
 - c) destacar torrada / no torrada

- 2. Exposició en els lineals amb retols destacats
“Ametlla de Mallorca”**

- 3. Fomentar el missatge “Origen Mallorca”**



Govern de les Illes Balears

Conselleria de Presidència

**Institut de Qualitat Agroalimentària
de les Illes Balears**

Març de 2011