

El consumidor de Bacalao y Salazón

Estudio de percepción y desarrollo de insights



ÍNDICE

- 1 Metodología
- 2 Bloque Salazón - cual es el conocimiento y el utilizzo del los productos en salazón?
- 3 Bloque Bacalao - cual es el conocimiento y el utilizzo del bacalao?
- 4 Bloque Consumo - como se consume el bacalao?
- 5 Como se compra el bacalao?
- 6 Restauración - cuales son las necesidades en comer el bacalao fuera de casa?

El consumidor de Bacalao

Estudio de percepción y desarrollo de insights

AUTOR

Cristina Cislaghi
Cristina Pérez

CLIENTE

ANFABASA
Ricardo Suescun

SECTOR

TNS

FECHA DE CREACIÓN

Mayo 2012

1200154|© TNS

Business Issue

Business Issue

Conocer la percepción del bacalao profundizando el conocimiento, los usos y las motivaciones de compra en función del tipo de bacalao



Metodología

1

Universo

Amas de casa compradoras de Bacalao en los últimos 3 meses en España.

Muestra y metodología

300 entrevistas al universo descrito anteriormente

El margen de error para resultados globales, si la muestra se hubiera seleccionada por método aleatorio puro, sería de +/- 5,77% bajo el supuesto de máxima indeterminación ($p=q=50\%$) y para un intervalo de confianza del 95,5% (especificar margen de error también para aquellos segmentos por los que luego se analizarán los resultados).

Entrevista **online** autoadministrada (CAWI) con una duración máxima de 15 minutos.

Demográficos

	TOTAL
Edad	
18 a 34 años	20,8
35 a 49 años	43,6
50 y más años	35,5
Tamaño del hogar	
1	8,5
2	27,4
3	30,6
4	27,7
5 o más	5,9
Vive con algún hijo	
Sí	60,5
No	39,5

Total entrevistados

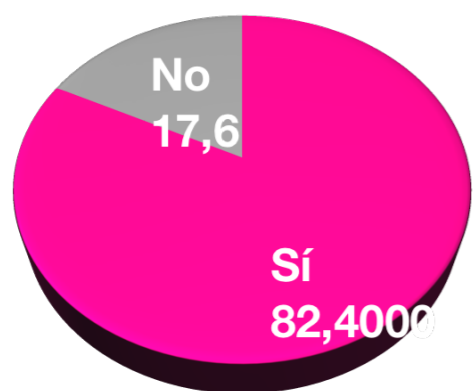
307

Bloque Salazón – *cuál es el conocimiento y el uso de los productos en salazón?*

2

La mayoría de los entrevistados conoce el método de conservación en salazón, sobre todo para la mojama

S1. ¿Conoce el método de conservación en salazón?

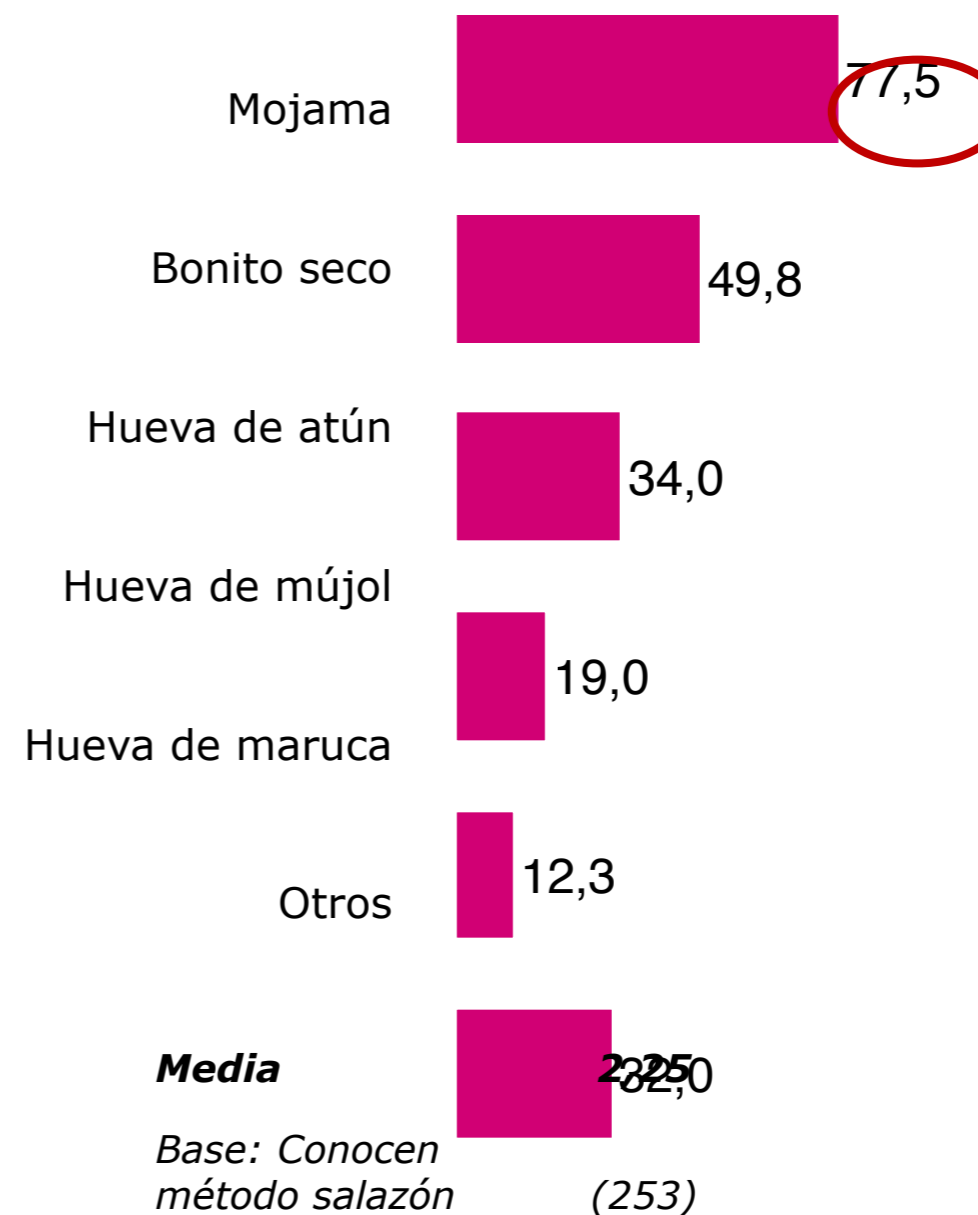


Base: Total

(307)



S2. ¿Y cuál/es de los siguientes productos en salazón conoce?



Las marcas conocidas resultan dispersas, sin ningún claro líder

	Total
Ortiz	5,5
Almar	4,7
Islandia	4,3
Hacendado	4,0
Iceland seafood	4,0
Conservas del Cantábrico	4,0
Matías López	3,6
Pescanova	3,2
El velero	2,8
Calvo	2,8
Isabel	2,4
Ubago	2,0
Conservas Nardín	2,0
Skandia	2,0
Sanfilippo	1,6
Saray	1,6
Serrano	1,6
Conservas Codesa	1,2
Salazones Diego	1,2
<i>Marcas blancas/ de supermercado</i>	4,0
<i>Menciona producto no marca</i>	6,7
Ninguna	16,6
Otros	30,4
Ns/Nc	21,3
Media	1,33

Base: Conocen método salazón

(253)

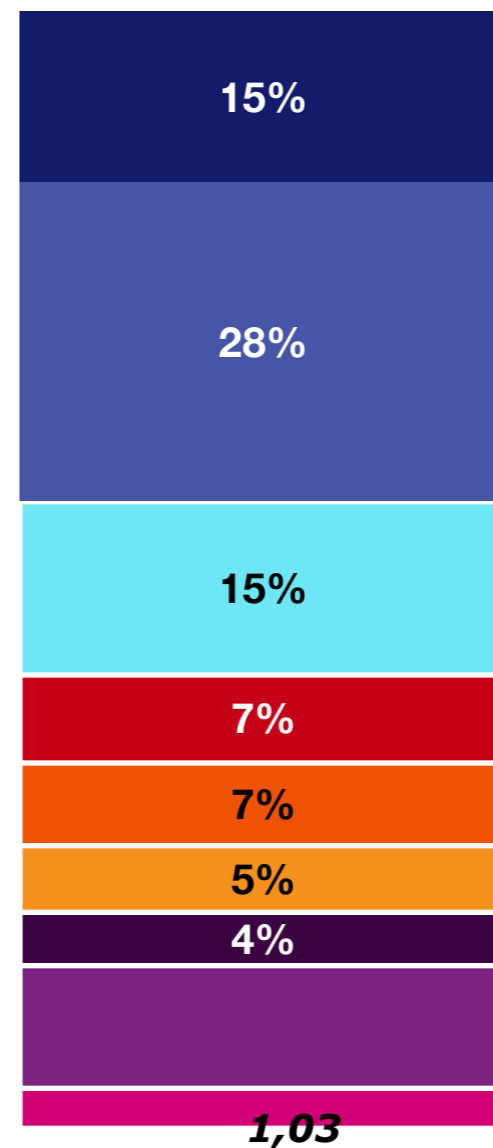
Analizando por edad y tamaño del hogar, no destaca ninguna marca en particular (sólo Hacendado parece ser más conocida entre los jóvenes)

Total	Edad			Tamaño		
	18 a 34 (A)	35 a 49 (B)	50 y más (C)	2 (B)	3 (C)	4 (D)

Ortiz	5,5	4,0	7,0	4,5	5,6	4,1	6,9
Almar	4,7	8,0	4,4	3,4	2,8	6,8	4,2
Islandia	4,3	10,0B	0,9	5,6b	2,8	2,7	8,3
Hacendado	4,0	10,0C	3,5	1,1	5,6	4,1	4,2
Iceland seafood	4,0	2,0	5,3	3,4	2,8	5,4	2,8
Conservas del Cantábrico	4,0	4,0	6,1C	1,1	5,6	5,4	2,8
Matías López	3,6	4,0	2,6	4,5	2,8	2,7	2,8
Pescanova	3,2	2,0	5,3c	1,1	2,8	1,4	6,9c
El velero	2,8	2,0	2,6	3,4	0,0	5,4B	2,8
Calvo	2,8	4,0	2,6	2,2	5,6D	4,1d	0,0
Isabel	2,4	2,0	1,8	3,4	2,8	1,4	1,4
Ubago	2,0	0,0	2,6a	2,2	0,0	2,7	2,8
Conservas Nardín	2,0	2,0	2,6	1,1	0,0	1,4	5,6B
Skandia	2,0	0,0	1,8	3,4a	1,4	0,0	5,6C

La frecuencia de consumo de productos en salazón es alrededor de una vez al mes

- Con más frecuencia
- 1 vez al mes
- 1 vez cada 2 meses
- 1 vez cada 3 meses
- 1 vez cada 4-5 meses
- Cada 6 meses
- 1 vez al año
- Con menos frecuencia
- Nunca



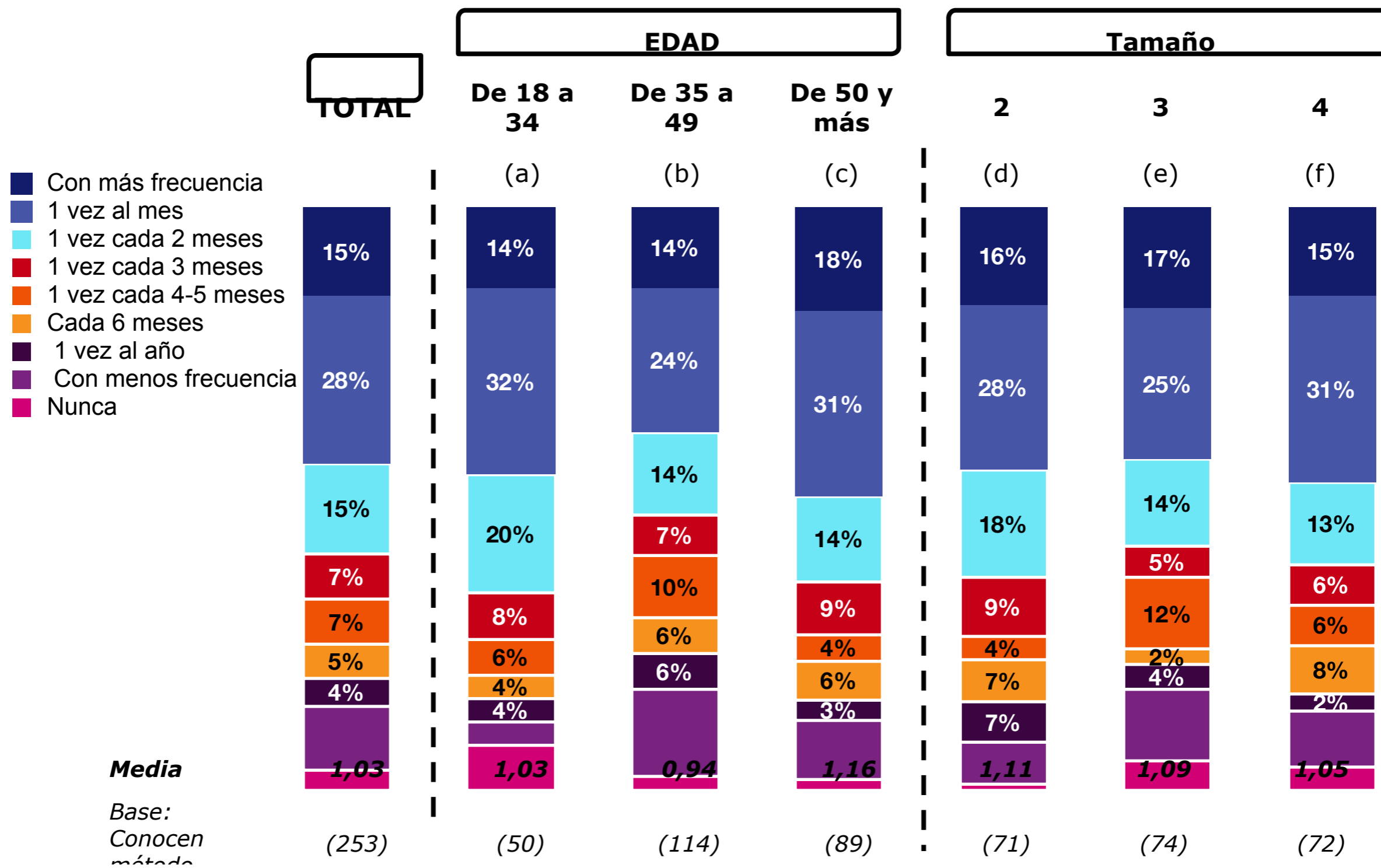
Media

Base: Conocen método salazón

(253)

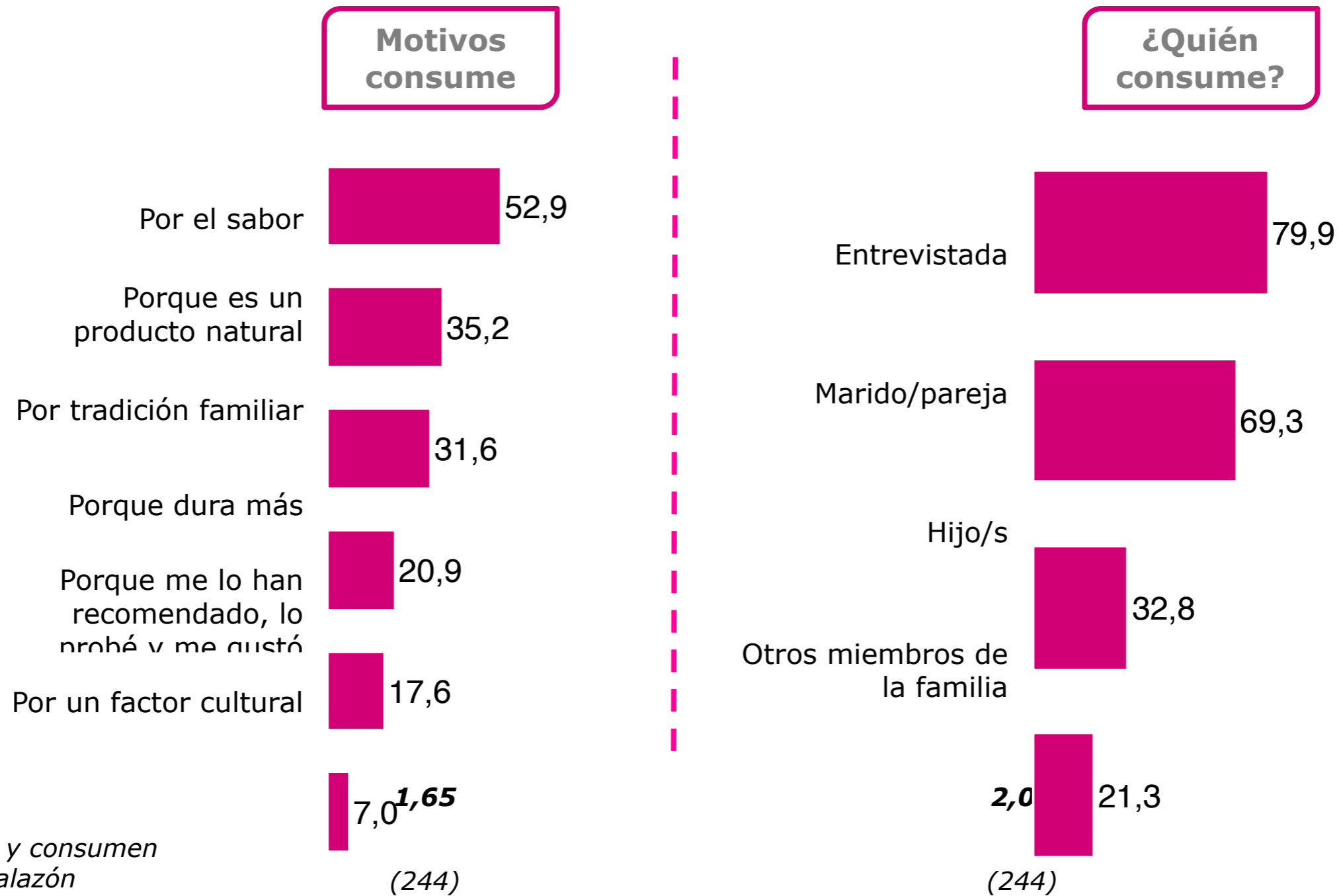
S4. ¿Y con qué frecuencia CONSUME usted o su familia productos en salazón?

No hay diferencias en la frecuencia por edad o tamaño del hogar



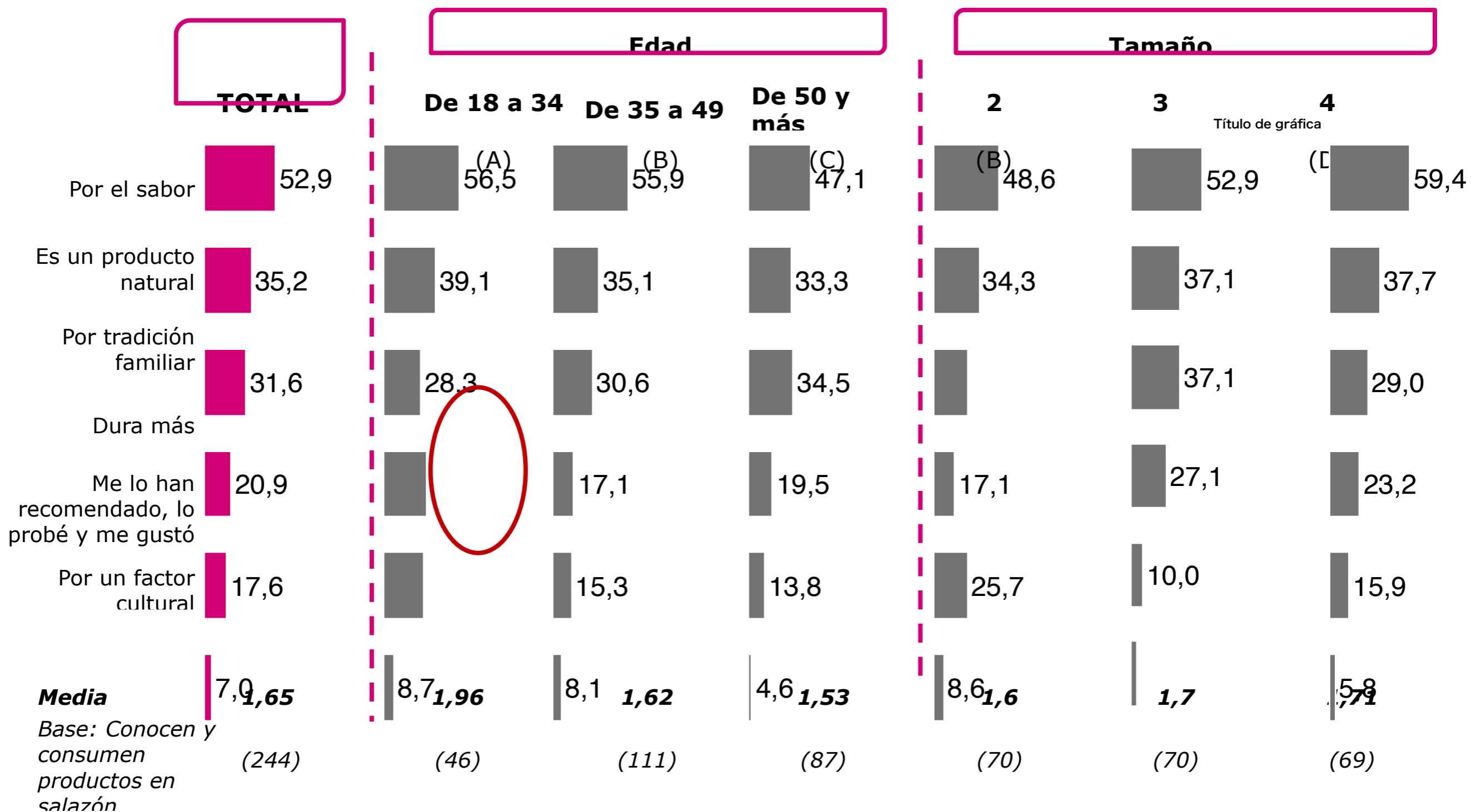
S4. ¿Y con qué frecuencia CONSUME usted o su familia productos en salazón?

El sabor es el driver principal de consumo. Hay identificación entre comprador y consumidor del producto; es un consumo prevalentemente adulto



S4b. ¿Por cual/es de los siguientes motivos en su familia se consumen productos en salazón?
S5. ¿Quién come productos en salazón en su hogar?

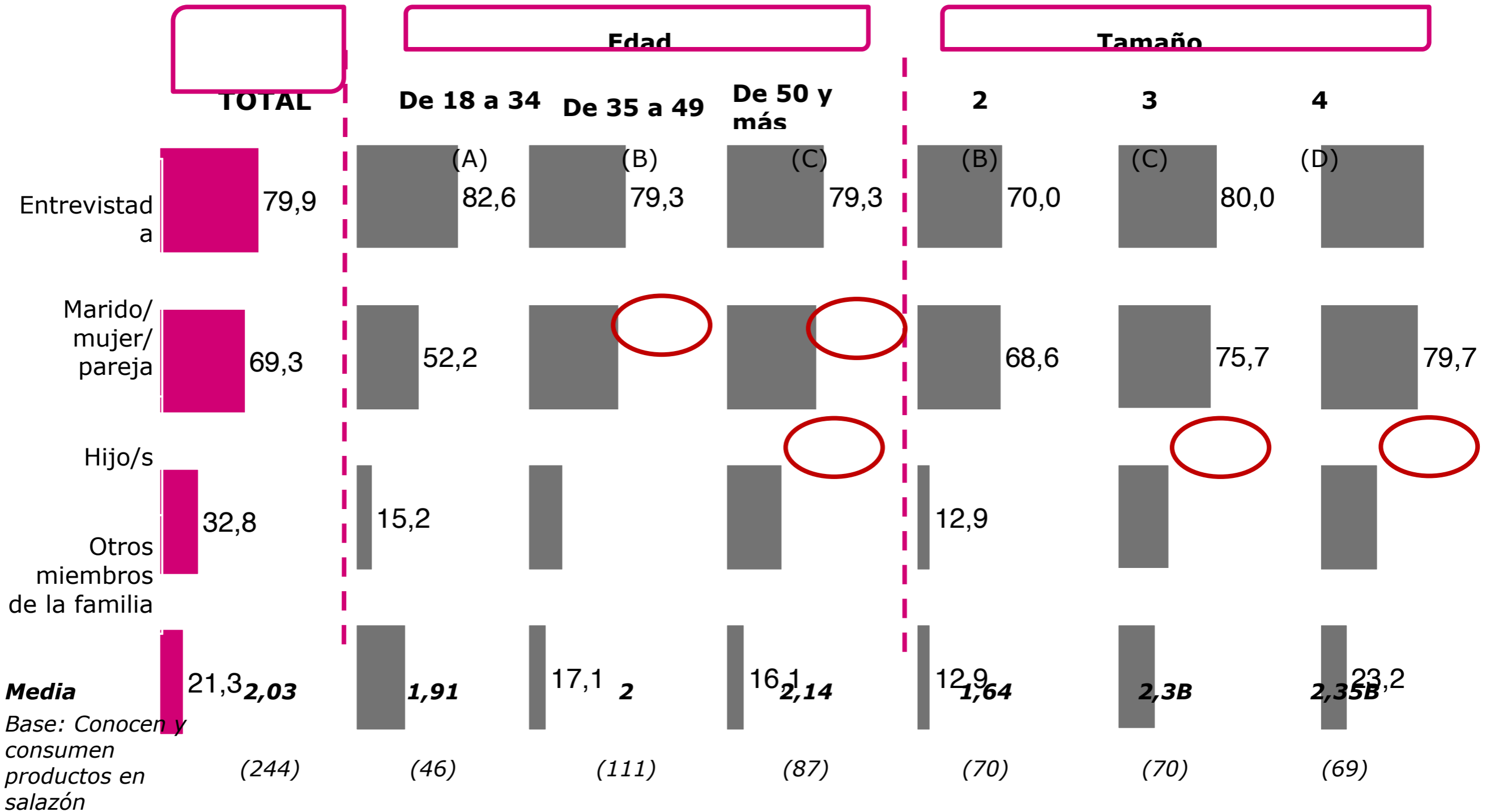
El análisis por target destaca que el target más joven es influenciado por el word of mouth además de que es un producto que conviene porque dura



S4b. salazón?

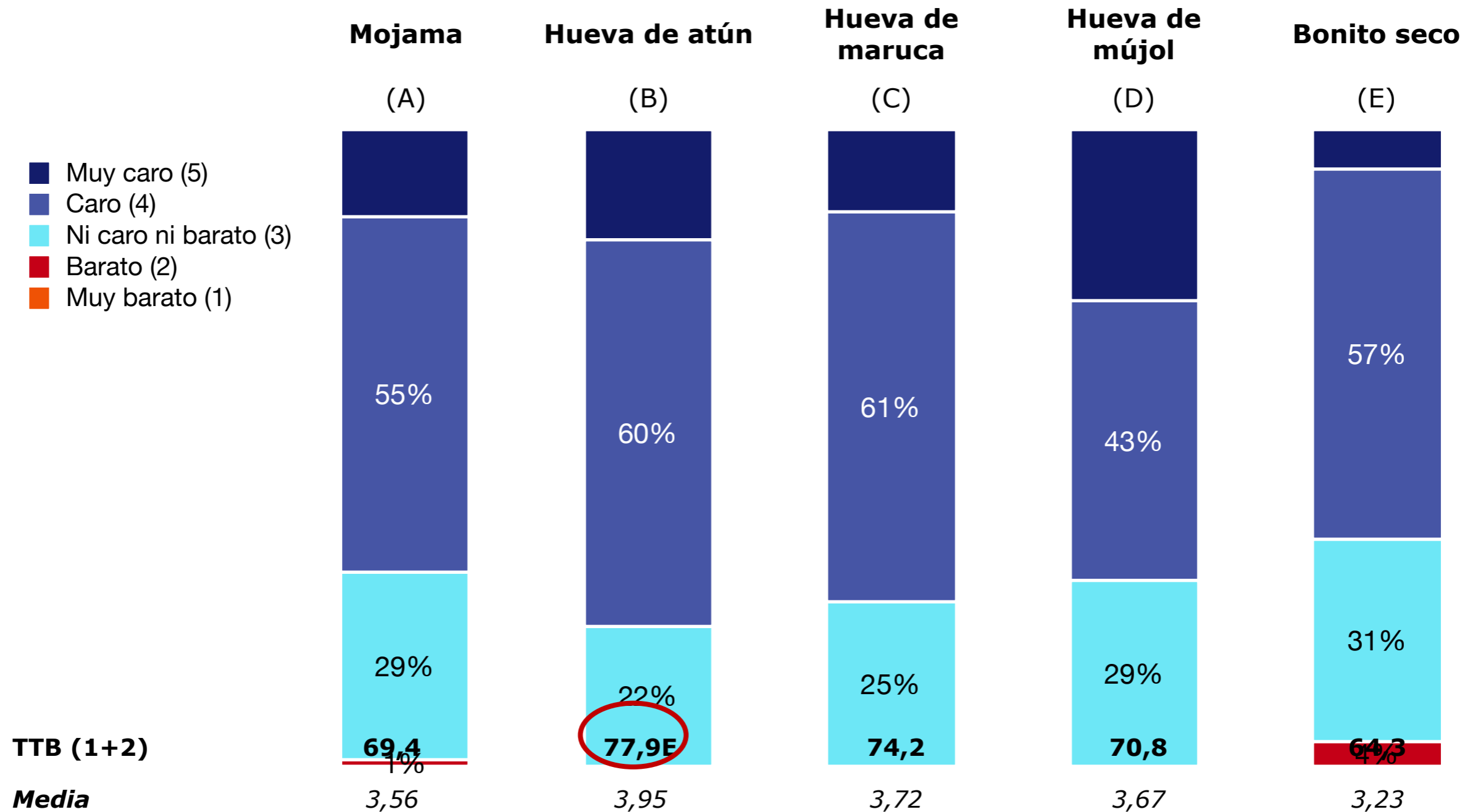
¿Por cual/es de los siguientes motivos en su familia se consumen productos en

A medida que va creciendo la edad, el comprador no es el solo consumidor y se van incluyendo los hijos



S5. ¿Quién come productos en salazón en su hogar?

La percepción general es que todos son productos bastante caros, sobre todo la hueva de atún



TTB (1+2)

Media

Base: Conocen productos en salazón

S6. ¿Por cada uno de estos productos, puede indicar su percepción en cuanto al precio?

(196)

(86)

(31)

(48)

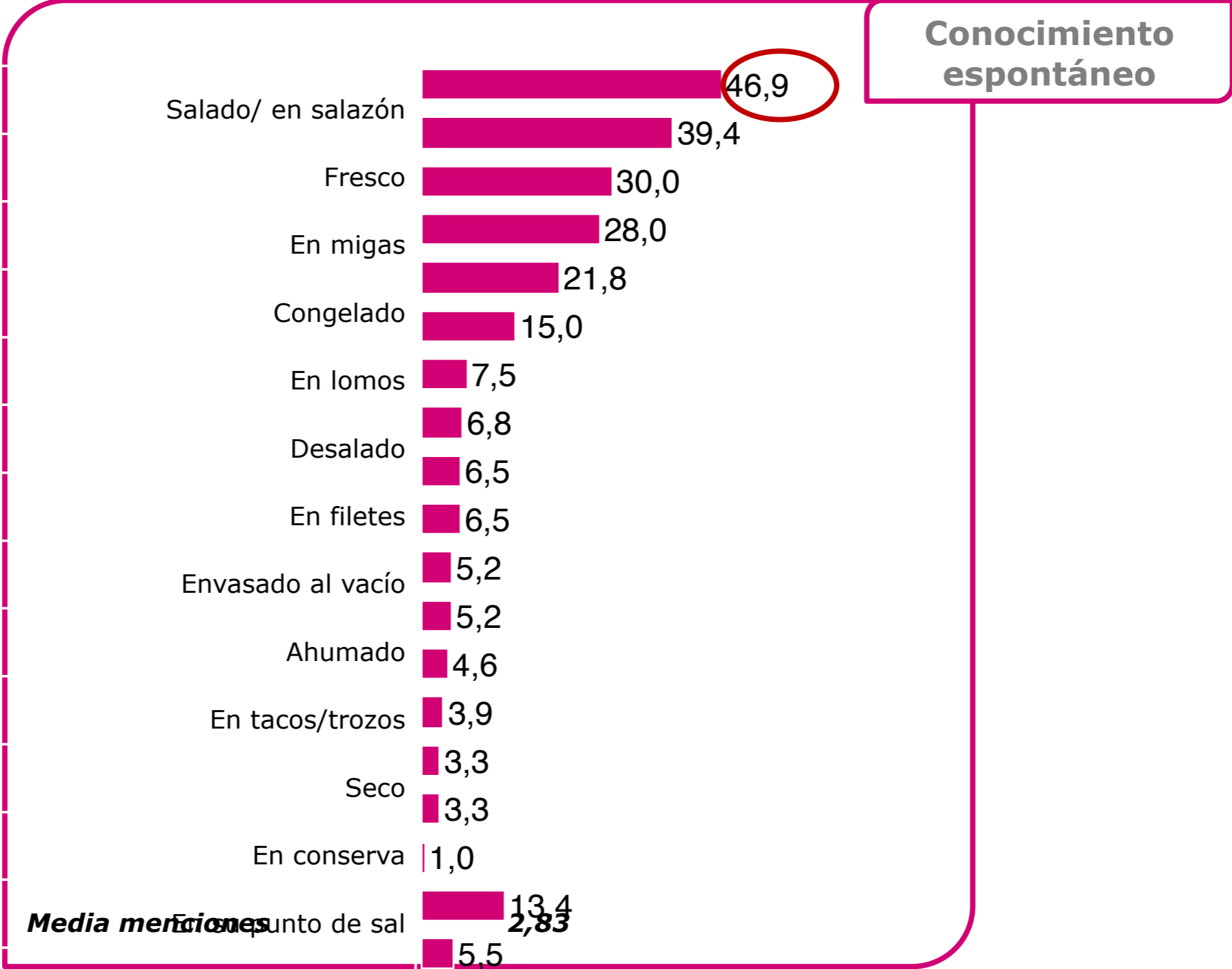
(126)

Bloque Bacalao - *cual es el conocimiento y el uso del bacalao?*

3

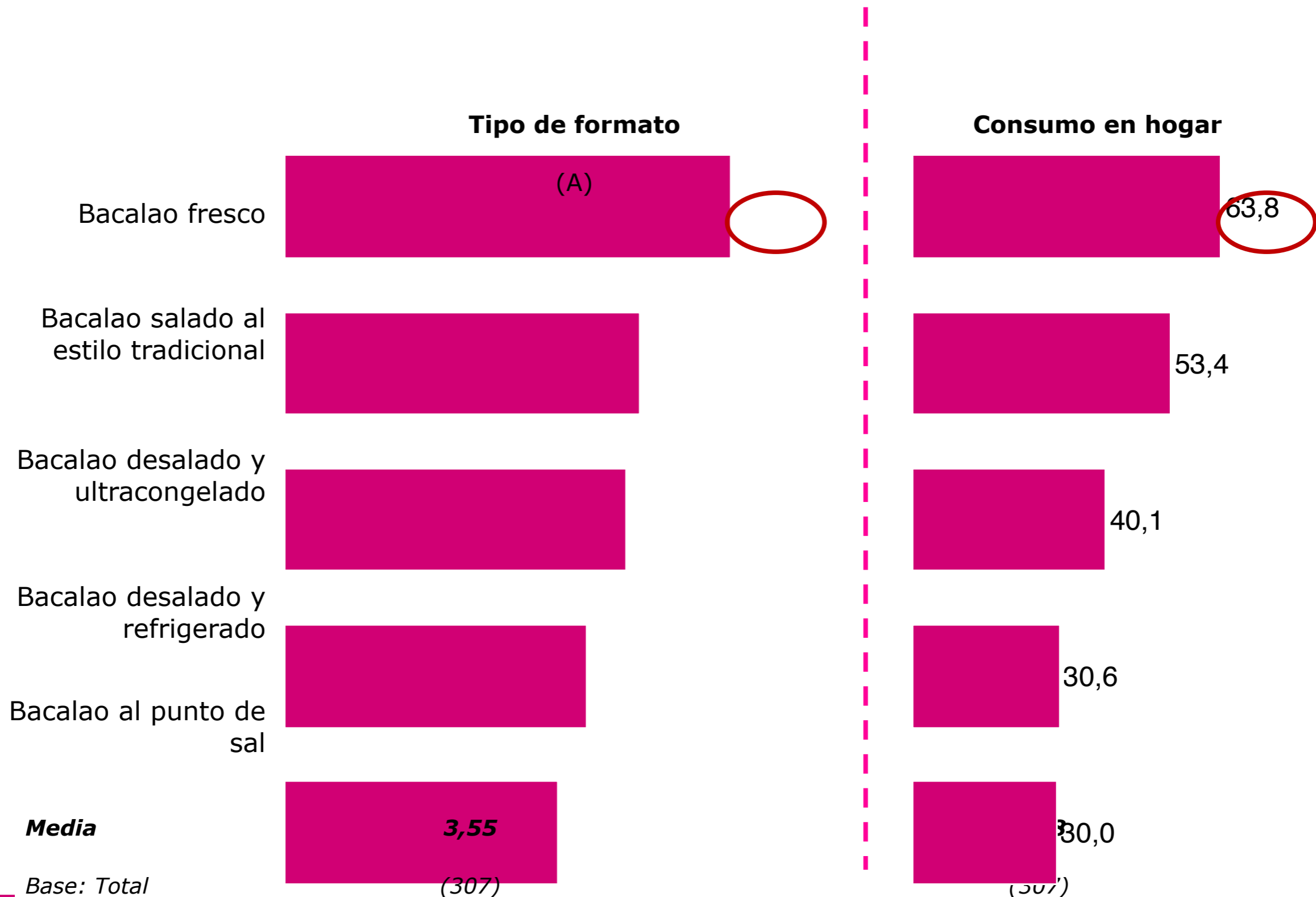


El bacalao salado en general es la forma de conservación más conocida espontáneamente (sin distinciones entre congelado/no congelado), seguido del bacalao fresco



P1. ¿Qué tipos de formatos de bacalao conoce? Por formato se entiende la forma en la que se presenta el bacalao en venta.
 Base: Total (307)

El bacalao fresco es el método de conservación más conocido en sugerido. El producto más conocido coincide con el más consumido



P2. ¿Y cuál/es de los siguientes tipos de formato de bacalao conoce/ha oído hablar?

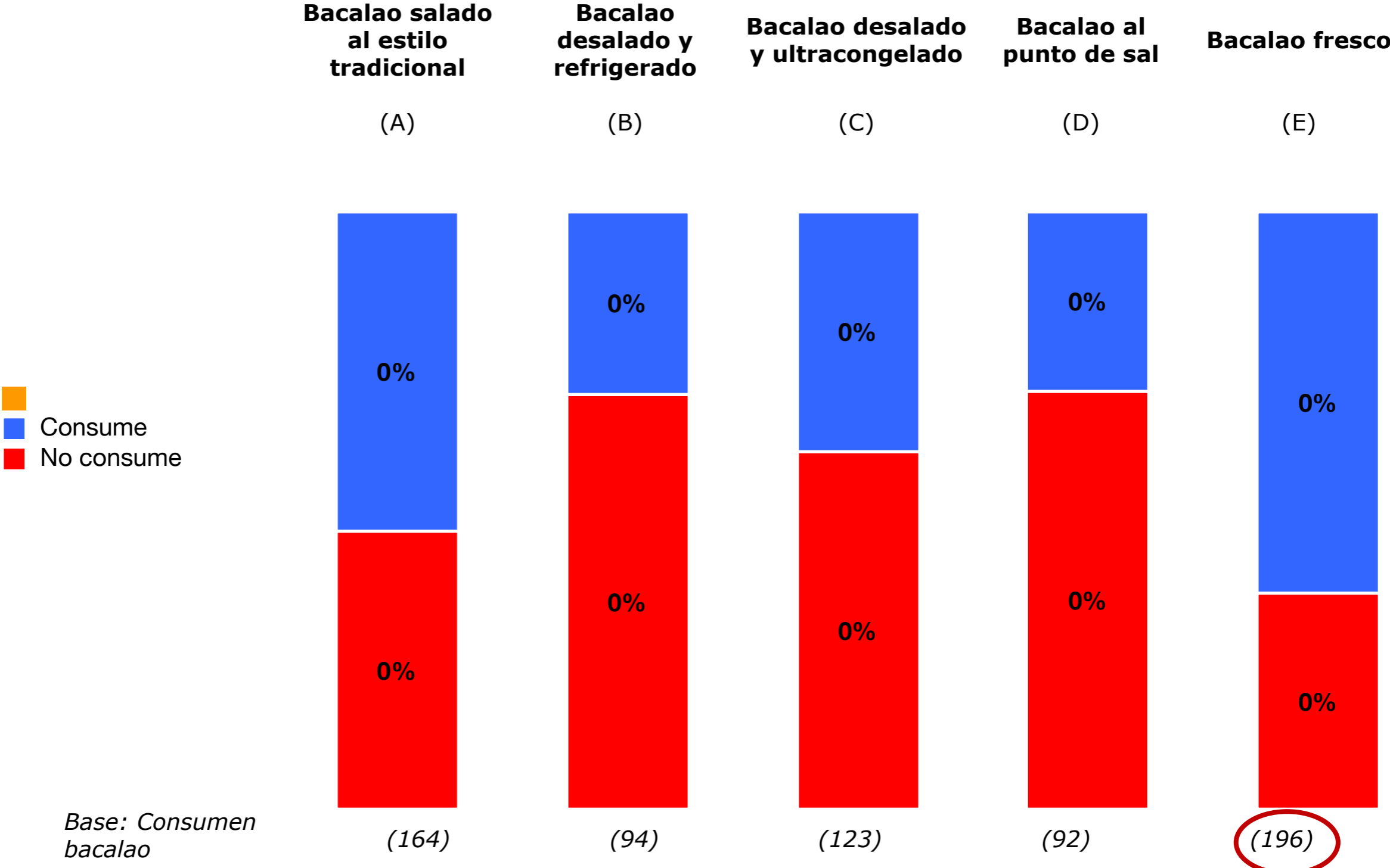
P3. ¿Y cual/es de los que ha mencionado se consume en su hogar?

Bloque Consumo - *como se consume el bacalao?*

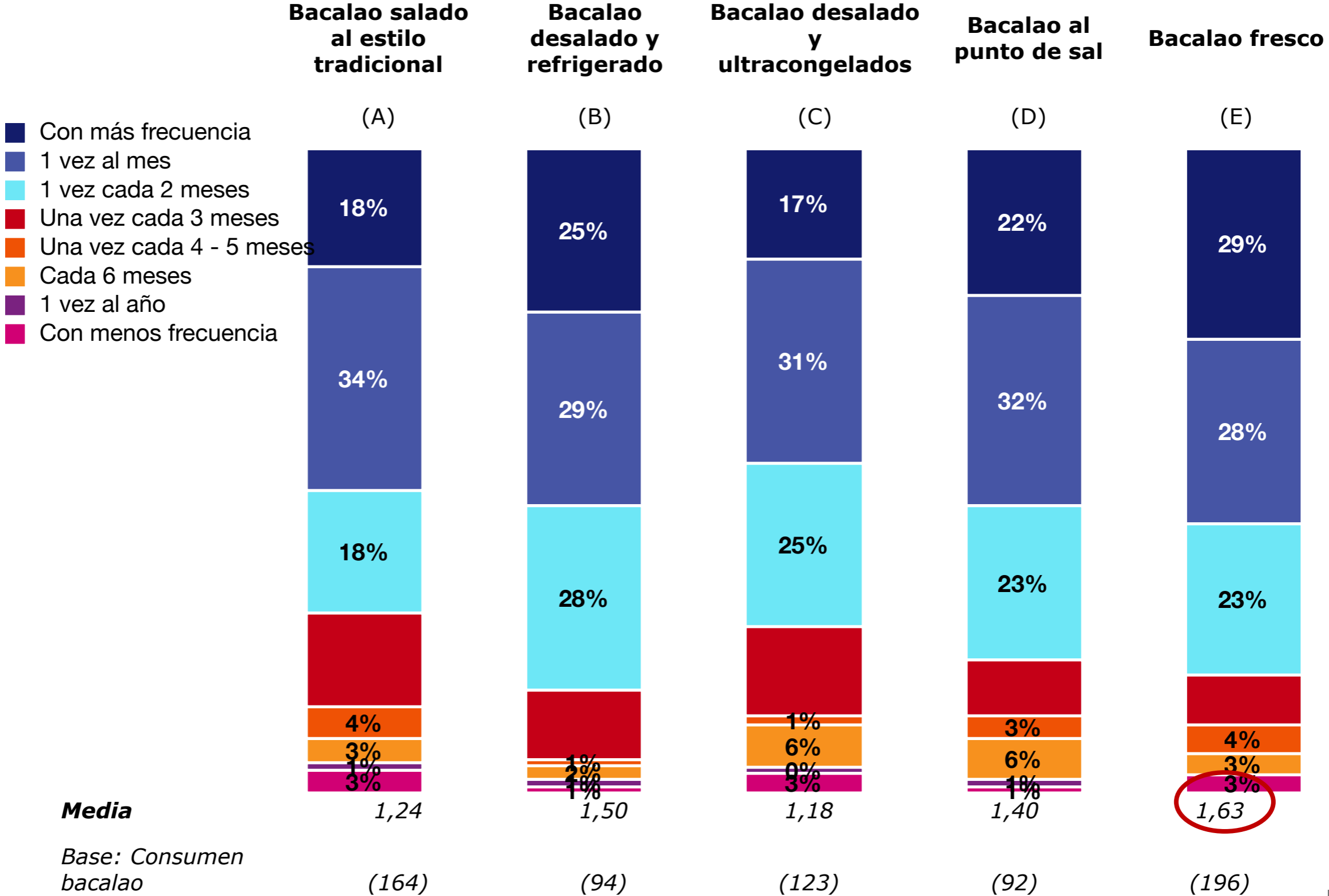
4



Sólo el bacalao fresco tiene más de un 60% de consumidores entre los encuestados



La frecuencia de consumo media es alrededor de una vez al mes por todos los productos, ligeramente más elevada por el bacalao fresco



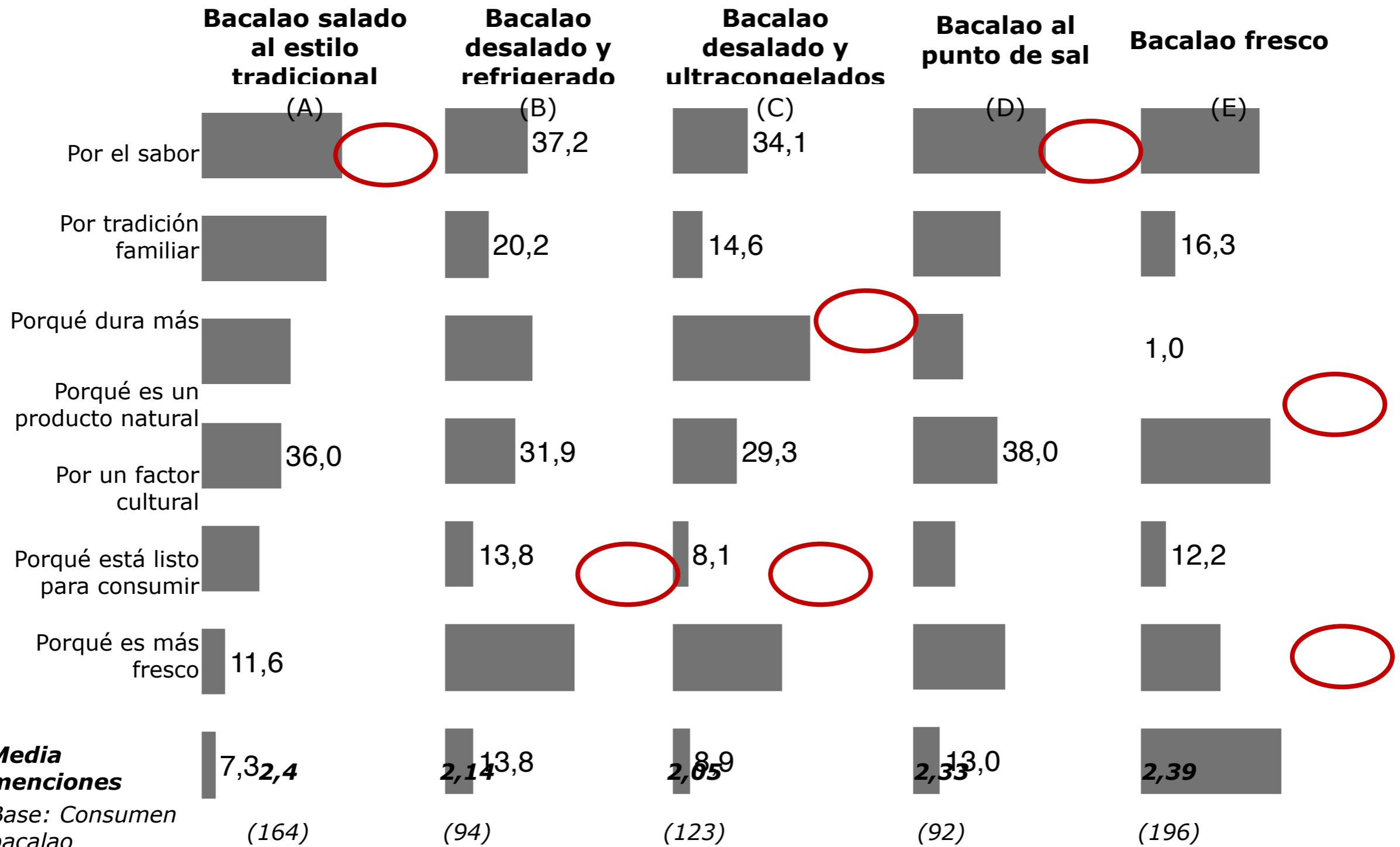
Media

Base: Consumen bacalao

P4. ¿Y con qué frecuencia CONSUME usted o su familia productos en salazón?



En general los productos congelados/refrigerados se consuman por la comodidad y la duración; los salados por el sabor, mientras el bacalao fresco, el producto más consumido, se consume por su frescura/por ser más natural

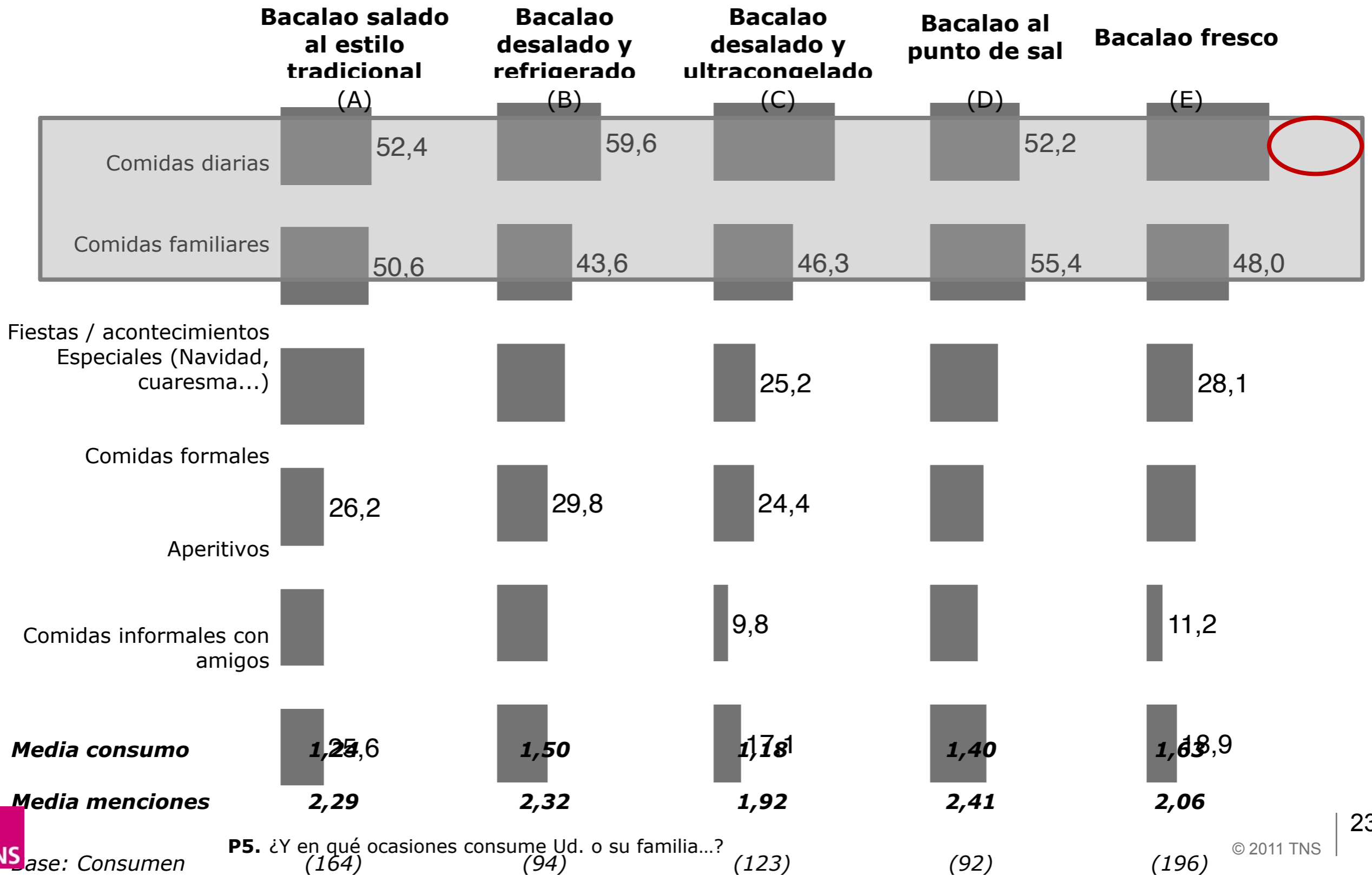


P4b.

¿Por cual/es de los siguientes motivo en su familia se consume (X producto)?

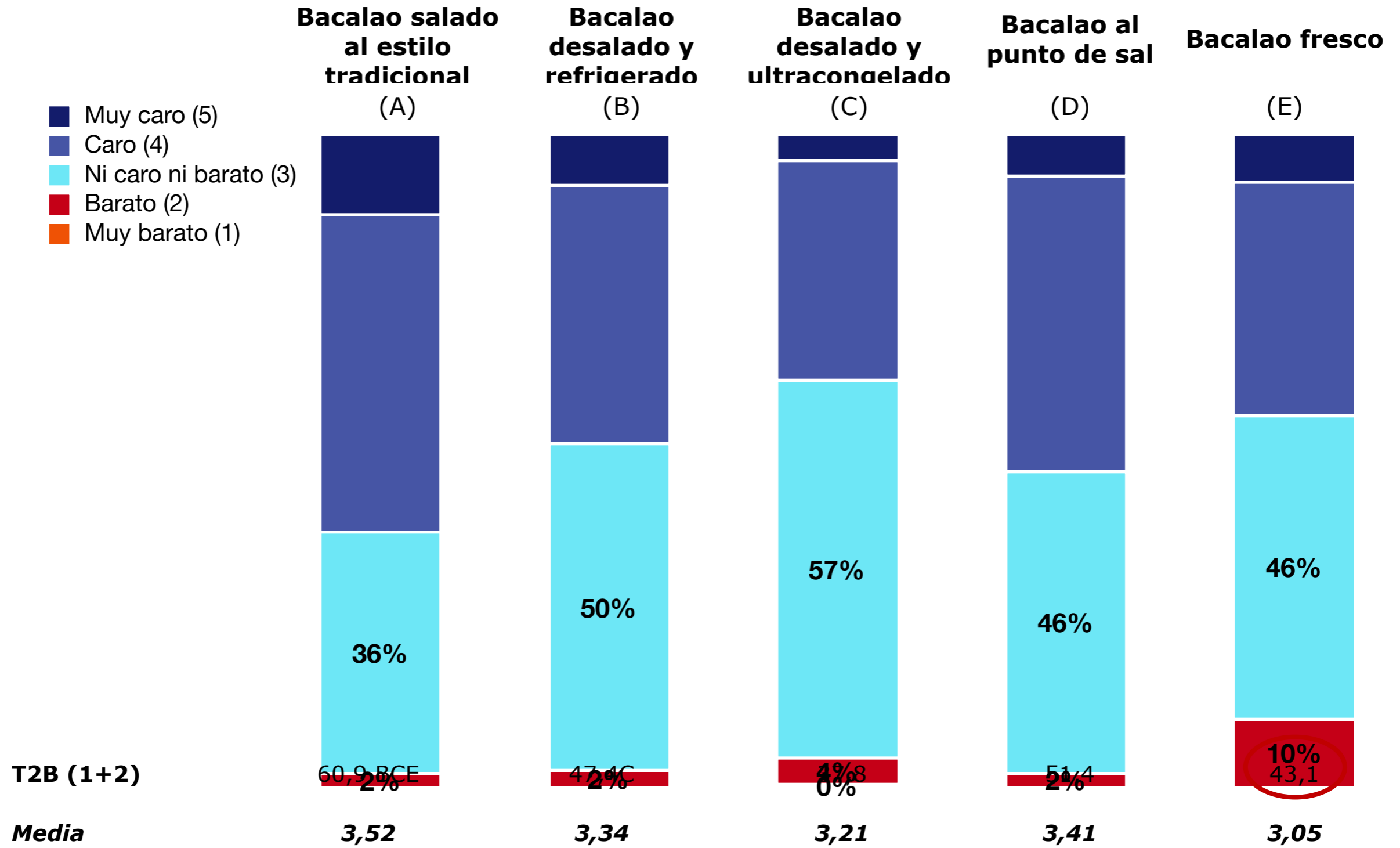
© 2011 TNS

En general todos los tipos de bacalaos se consuman mayoritariamente en comidas informales, familiares; el bacalao tradicional acompaña más las fiestas tradicionales



P5. ¿Y en qué ocasiones consume Ud. o su familia...?

El producto que más se consume, el bacalao fresco, es el que se percibe como menos caro



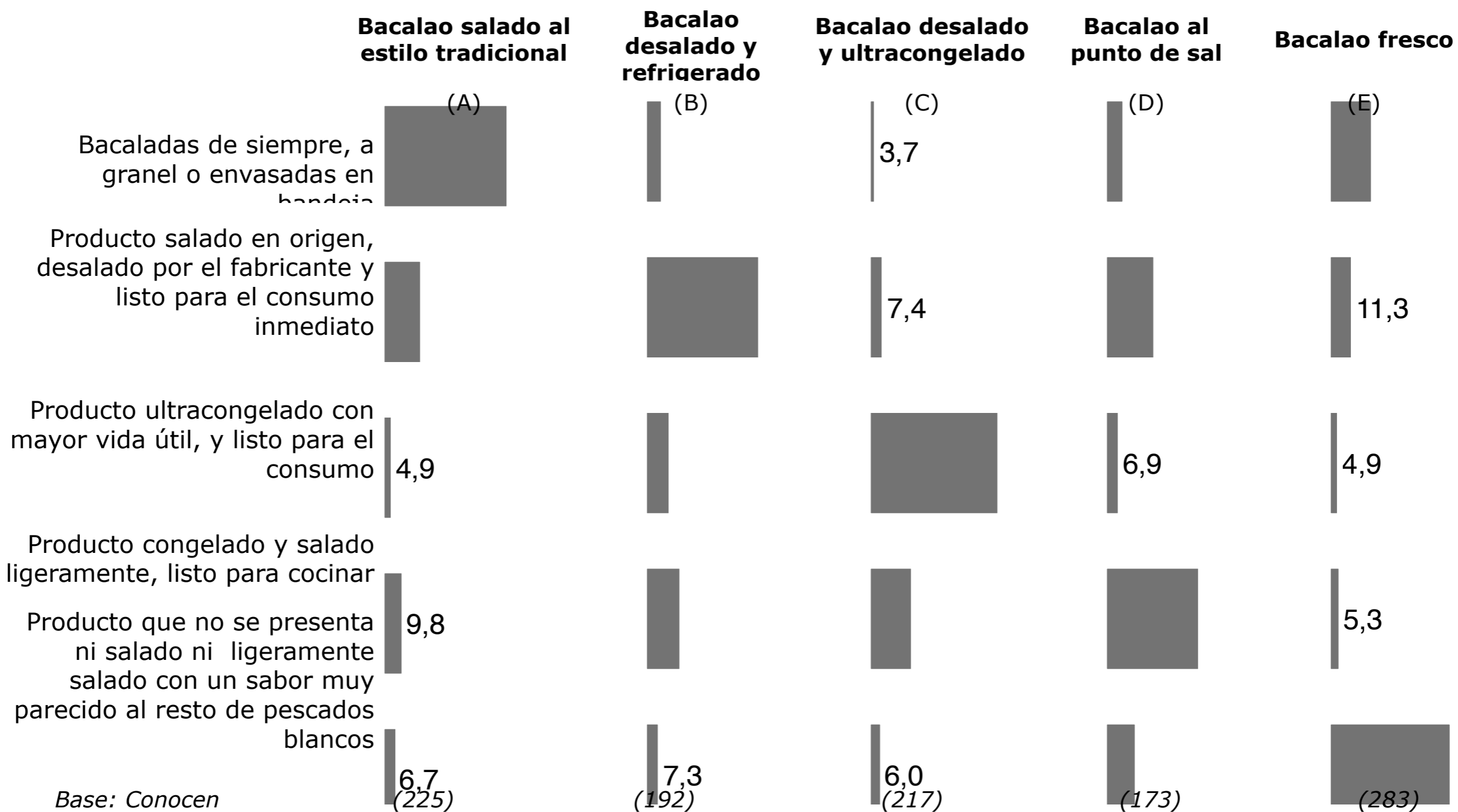
P6.

precio?

¿Por cada uno de estos productos, puede indicar su percepción en cuanto al

© 2011 TNS

Se asocia correctamente el nombre a cada producto

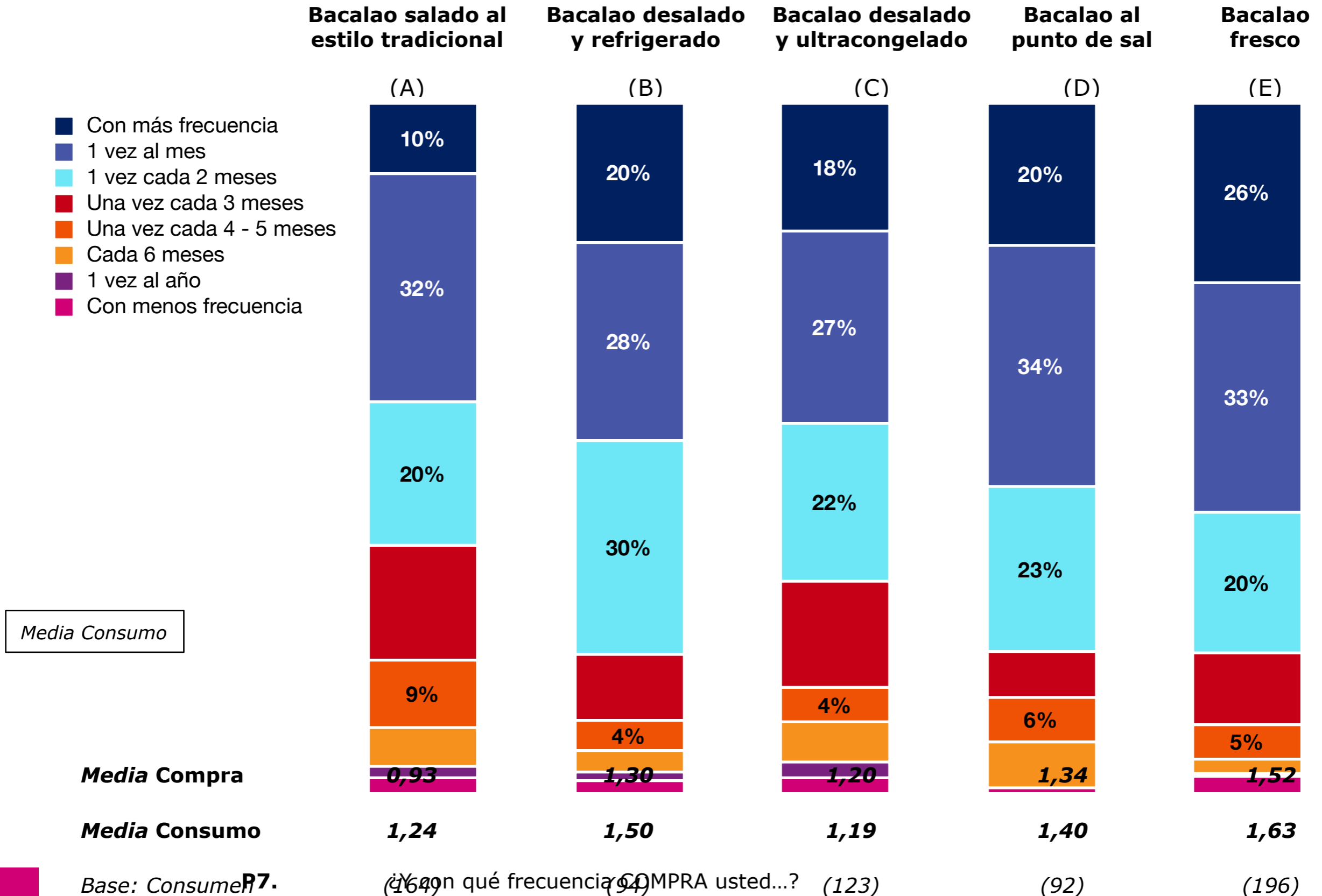


Como se compra el bacalao?

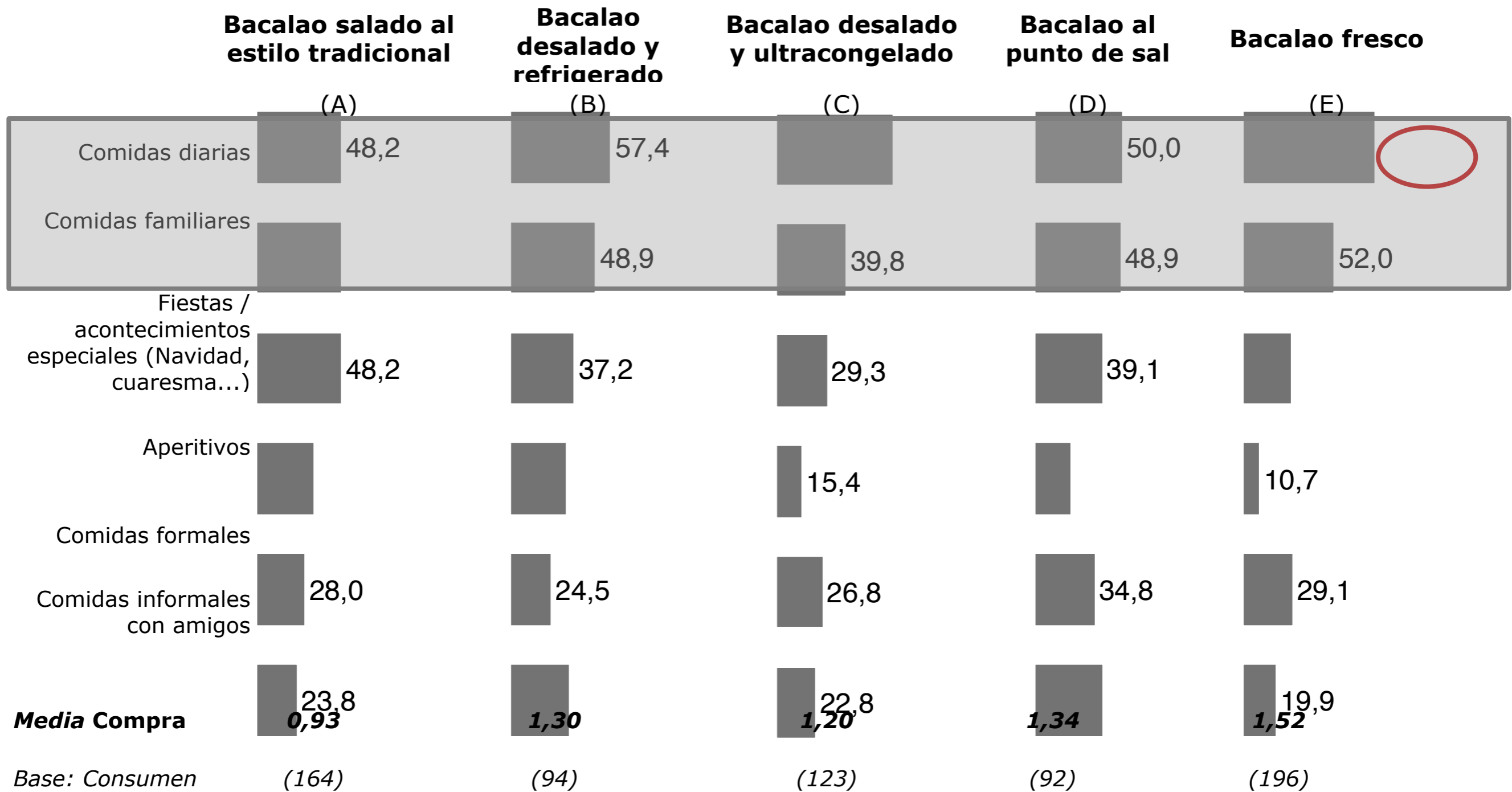
5



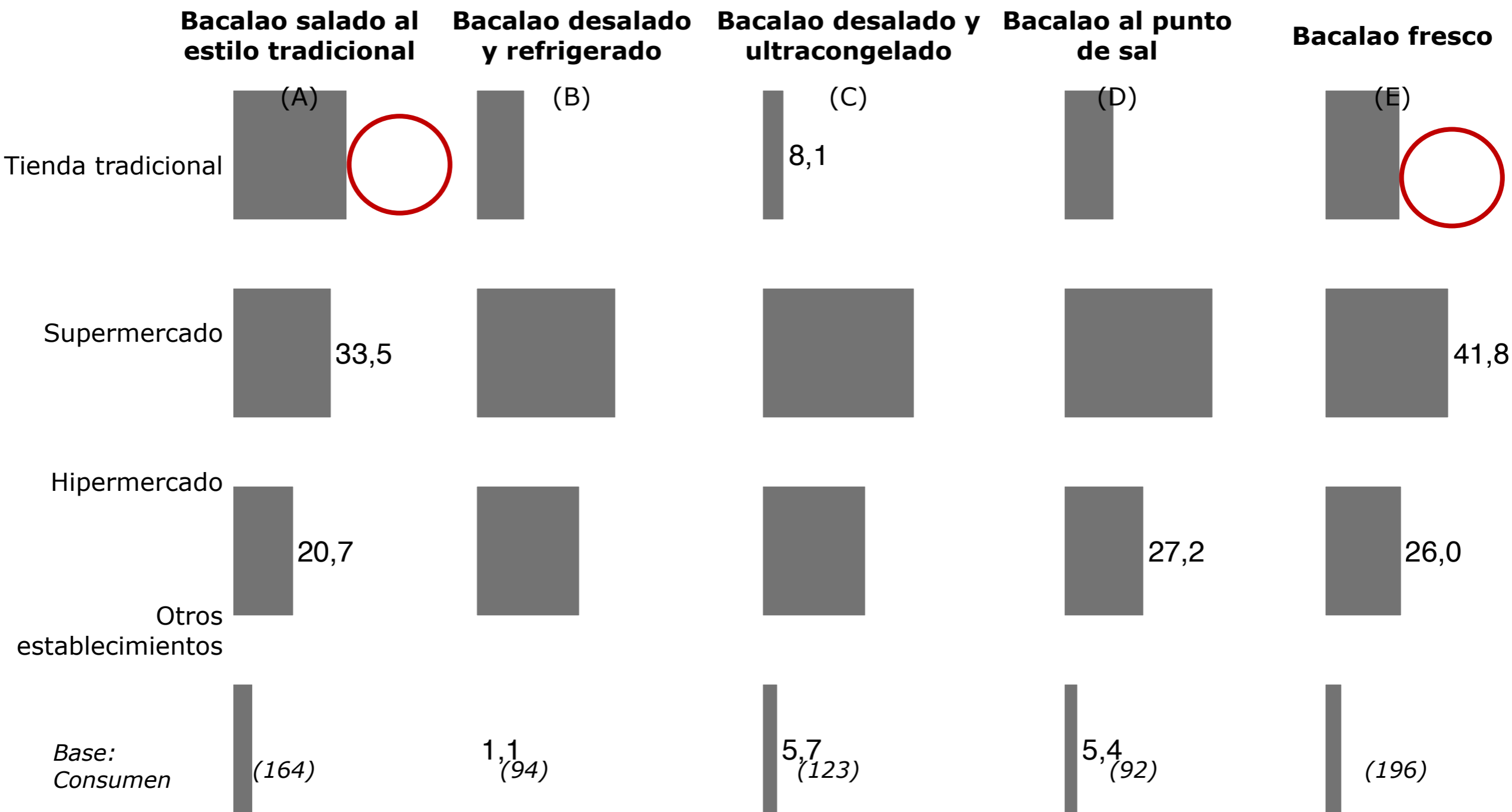
La frecuencia de compra coincide con la frecuencia de consumo, alrededor de una vez al mes; no se trata de una compra de reposición, el producto se compra a la hora de consumirlo



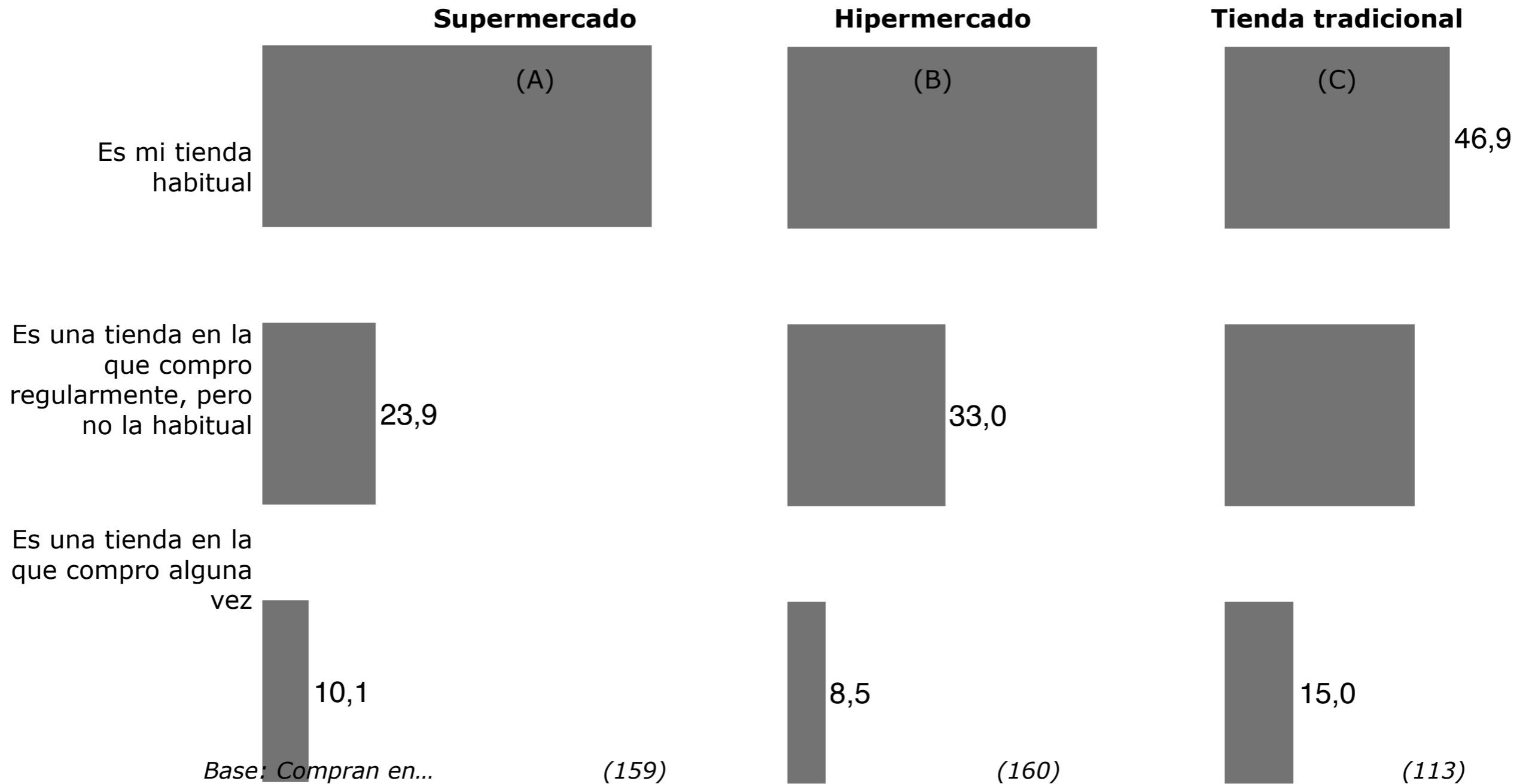
Las ocasiones de compra coinciden con las ocasiones de consumo, comidas diarias, con la familia



Se compra mayoritariamente en la gran distribución , para todos los productos analizados; el bacalao fresco y tradicional se compran también en la tienda de toda la vida



El híper y el supermercado son las tiendas donde se compra habitualmente; las tiendas tradicionales se reparten entre lugar de compra habitual y regular



P10.

¿Cuál de las siguientes características definen mejor dónde compra?

La tienda tradicional destaca por el ambiente de confianza, el asesoramiento, la relación con el personal; la gran distribución es más asociada al precio, las promociones, la facilidad de compra

Supermercado	Hipermercado	Tienda tradicional
0	0	0
1	2	1

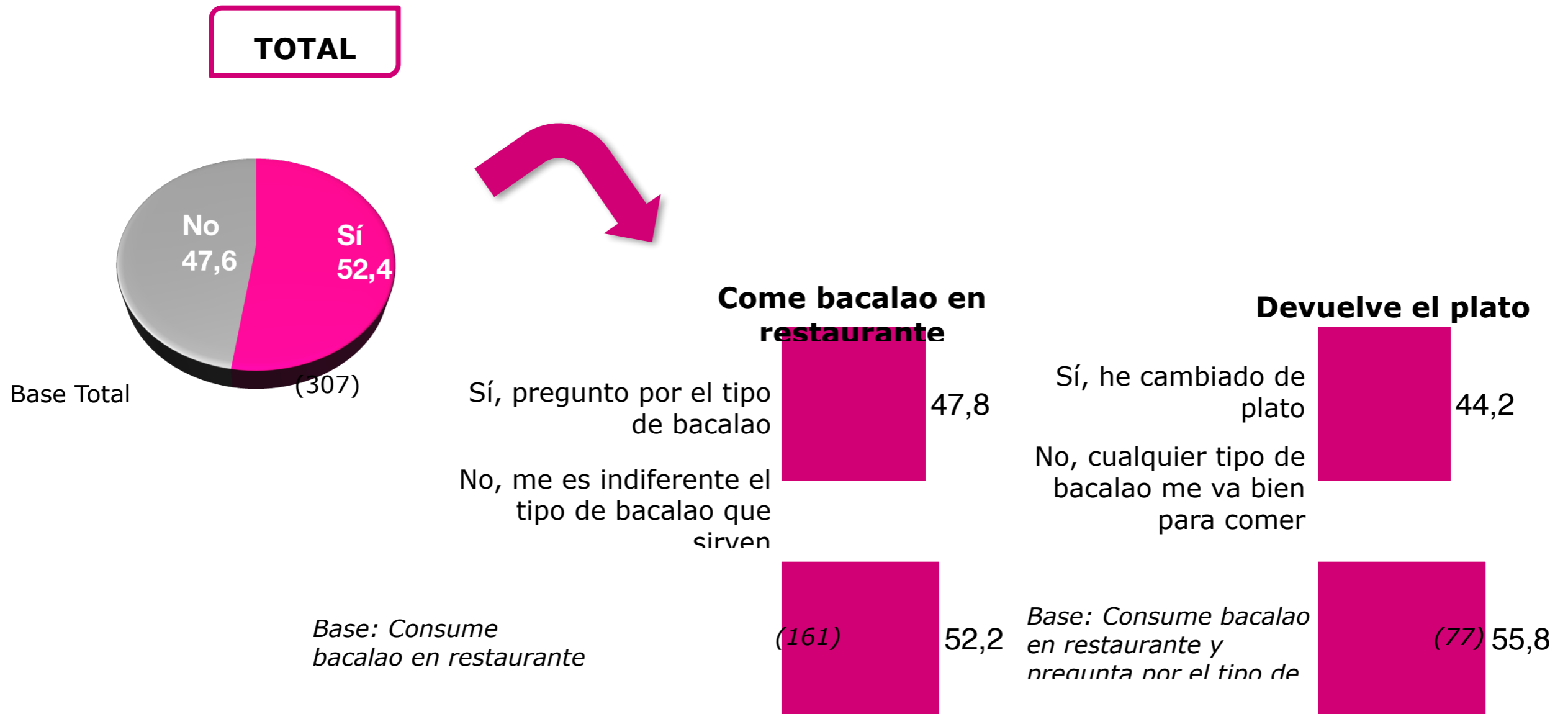
Factores relativos a la atención al cliente y al ambiente	Supermercado	Hipermercado	Tienda tradicional
Factores relativos a la atención al cliente y al ambiente	67,3	55,7	83,2AB
Es un establecimiento de confianza	32,1	22,6	47,8AB
La tienda está limpia y ordenada	23,9	15,1	22,1
Me oriento bien y es cómodo caminar por la tienda	11,9C 2	18,9C 1	4,4 3
El ambiente de esta tienda es agradable	11,3	7,5	11,5
Me gusta el asesoramiento que recibo en la tienda	10,1	4,7	38,1AB
Me siento a gusto porque me conocen	9,4B	2,8	35,4AB
La presentación de los productos es atractiva	9,4 3	9,4 4	8,8 4
Los pasillos son amplios y espaciosos	8,2C	7,5C	0,9
Factores relativos al precio y las promociones	64,2C 4	65,1C 3	37,2 5
Siempre tiene buena relación calidad-precio	47,8C	38,7	35,4
Tiene ofertas y promociones atractivas	25,2C 5	33,0C 5	5,3 2
Los descuentos de precio de los artículos en promoción son superiores a otras tiendas	5,7	17,9AC	1,8
Recibí una oferta en el buzón de casa	5,7C	2,8	0,9
Tiene una buena tarjeta cliente que me ahorra dinero	5,0C	17,9AC	0,0

Restauración - *cuales son las necesidades en comer el bacalao fuera de casa?*

6



Poco más de la mitad de la muestra pide bacalao en el restaurante; no destacan necesidades especiales en el consumo fuera de casa



- P14.** ¿Vd. suele comer bacalao en el restaurante?
- P15.** ¿Vd. Ha dicho que suele comer bacalao en el restaurante: suele preguntar por el tipo de bacalao (salado, a punto de sal...)?
- P16.** ¿Ha cambiado Vd. De plato, después de conocer el tipo de bacalao que sirven en el restaurante?

GRACIAS



www.tnsglobal.es