


MEDICIÓN DEL PROGRAMA EUROPEO 2020: MERCADO EXTERIOR “MOMENTO 1”

INFORME DE RESULTADOS

- o La presente investigación ha sido realizada por el Instituto de Investigaciones de Mercado y Marketing Estratégico **Ikerfel** por encargo de **Ailimpo**.
- o El objetivo principal de esta investigación es llevar a cabo la medición de los resultados acerca del consumo del limón fresco en los países destinatarios para el programa de información y promoción europeo en el mercado exterior.
- o Este objetivo se ha abordado desde una perspectiva metodológica **cuantitativa**, concretamente se han realizado **14 Entrevistas Online** a distribuidores, 5 de ellas en EE.UU. y 9 en Canadá.
- o El trabajo de campo ha sido realizado de Marzo a Abril de 2021.



Ikerfel es uno de los Institutos de Investigación líderes en el mercado nacional debido a su amplia trayectoria en el sector así como su filosofía de trabajo. Más de 40 años de experiencia en el sector y más de 9.500 estudios ad hoc avalan a la compañía. Cercanía, trabajo en equipo, preocupación por la calidad y flexibilidad son las principales señas de identidad de Ikerfel.

La compañía y sus profesionales pertenecen desde hace años i+a (Insights + Analytics España)  la nueva Comunidad del Market Research y Data Science, asociación que surge de la integración de ANEIMO y AEDEMO. Entre sus principales clientes se encuentran compañías nacionales e internacionales de los principales sectores de actividad (Telecomunicación, Asegurador, Banca, Automoción, Alimentación, Distribución, etc.).

ÍNDICE

MEDICIÓN DEL PROGRAMA EUROPEO 2020: MERCADO EXTERIOR “MOMENTO 1”

A.- OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	4
A.1. Objetivos de la investigación	5
A.2. Ficha técnica	7
B. - RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	9
B.1. La comercialización del limón	10
B.2. Evolución en la demanda de limón	17
B.3. La imagen del limón. El limón de calidad	22
B.4. El limón de calidad	26
B.5. El limón de origen europeo	32
B.6. La comunicación en relación con el limón de origen europeo	48
C. – KPI’S	55

A. – OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

A.1. Objetivos de la investigación
A.2. Ficha técnica

A. – OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

A.1. Objetivos de la investigación

A.2. Ficha técnica

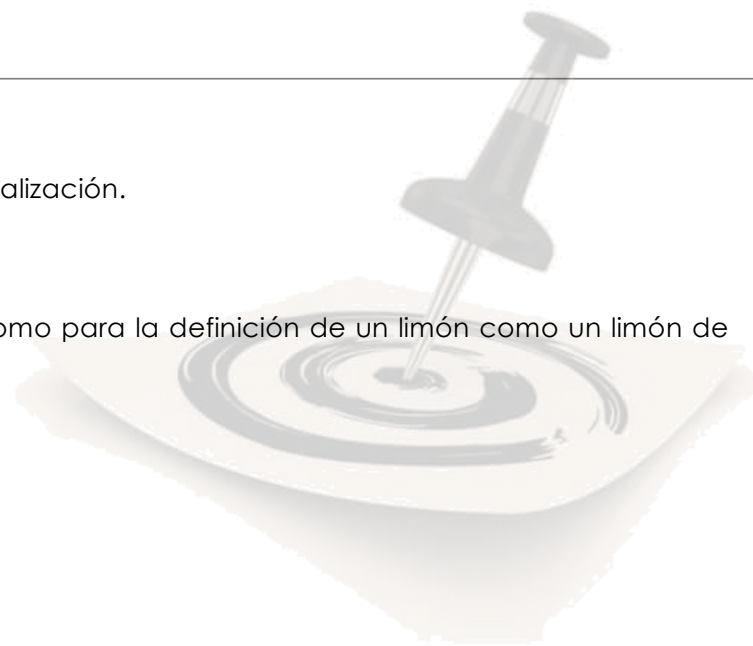
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo Principal

Llevar a cabo la medición de los resultados acerca de la distribución del limón fresco en los países destinatarios para el programa de información y promoción europeo en el mercado exterior.

Objetivos específicos

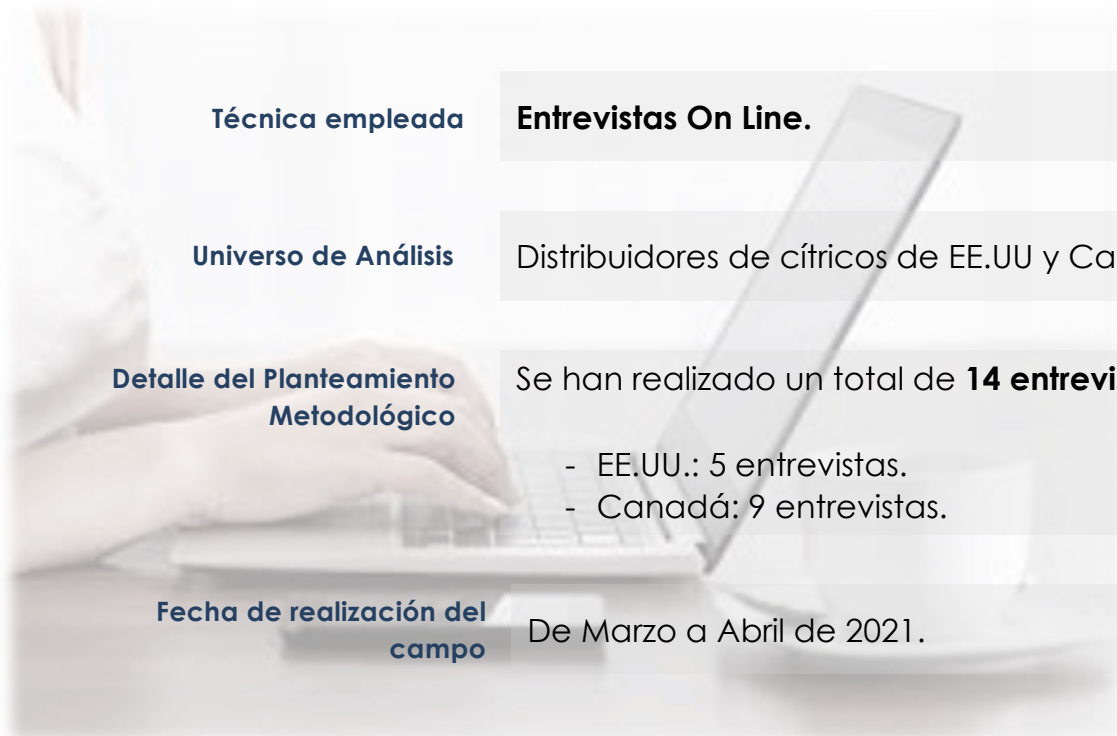
- ▶ Concretar los cítricos que distribuyen habitualmente.
- ▶ Determinar si comercializan limones, y en caso contrario, determinar los motivos de no comercialización.
- ▶ Caracterización de los limones que comercializan: origen, variedades, ...
- ▶ Analizar la evolución en la demanda de limones.
- ▶ Identificar las características del limón tenidas en cuenta tanto para la compra de limones como para la definición de un limón como un limón de calidad.
- ▶ Recoger la imagen y valoración de los limones de origen europeo.
- ▶ Registrar la comercialización del limón de origen europeo y sus "drivers".
- ▶ Establecer el grado de recomendación del limón de origen europeo.



A. – OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

A.1. Objetivos de la investigación

A.2. Ficha técnica



Técnica empleada	Entrevistas On Line.
Universo de Análisis	Distribuidores de cítricos de EE.UU y Canadá.
Detalle del Planteamiento Metodológico	Se han realizado un total de 14 entrevistas , de ellas: <ul style="list-style-type: none">- EE.UU.: 5 entrevistas.- Canadá: 9 entrevistas.
Fecha de realización del campo	De Marzo a Abril de 2021.

NOTA METODOLÓGICA: Dado lo reducido de las bases muestrales los datos deben interpretarse desde una perspectiva más cualitativa.

B. – RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

- B.1. La comercialización del limón
- B.2. Evolución en la demanda de limón
- B.3. Criterios de compra del limón
- B.4. El limón de calidad
- B.5. El limón de origen europeo
- B.6. La comunicación en relación con el limón de origen europeo

B. – RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

B.1. La comercialización del limón

B.2. Evolución en la demanda de limón

B.3. Criterios de compra del limón

B.4. El limón de calidad

B.5. El limón de origen europeo

B.6. La comunicación en relación con el limón de origen europeo

ORIGEN DE LOS CÍTRICOS COMERCIALIZADOS

- Los cítricos de origen europeo se sitúan en segundo lugar, junto a los africanos, entre los cítricos comercializados por los distribuidores consultados, por detrás de los cítricos de origen americano.
- Entre los distribuidores de Canadá destaca la comercialización de cítricos de origen africano, asiático y de Oceanía, mientras que los distribuidores estadounidenses no comercializan cítricos de estos dos últimos continentes.
- Los cítricos de origen español están muy bien posicionados entre los limones de origen europeo, de hecho, todos los distribuidores consultados que comercializan cítricos de origen europeo distribuyen cítricos con origen en España.
- El limón, la mandarina y la naranja son comercializados por todos los distribuidores. Por su parte, el pomelo también es popular, destacando en Canadá, mientras que la comercialización de la lima es algo más minoritaria entre los distribuidores.



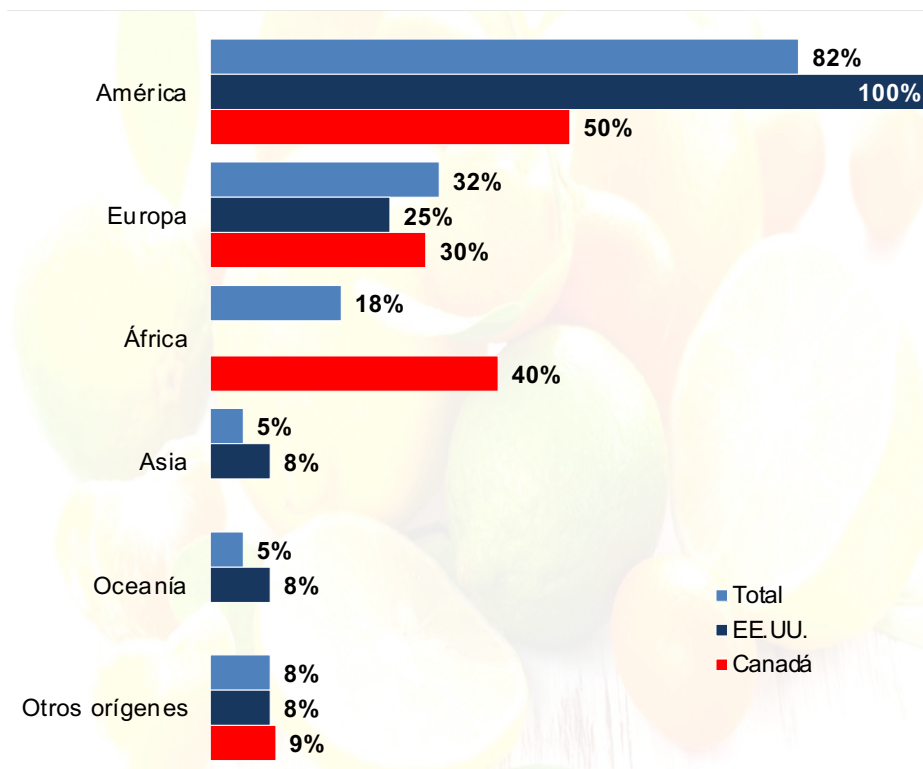
BUEN POSICIONAMIENTO DE LOS CÍTRICOS DE ORIGEN ESPAÑOL DENTRO DE UNA SITUACIÓN DE “DEBILIDAD” DE LOS CÍTRICOS DE ORIGEN EUROPEO EN RELACIÓN CON LOS CÍTRICOS DE ORIGEN AMERICANO, Y DE ORIGEN AFRICANO EN EL CASO DE CANADÁ

EL LIMÓN, LA NARANJA Y LA MANDARINA SON COMERCIALIZADOS POR TODOS LOS DISTRIBUIDORES

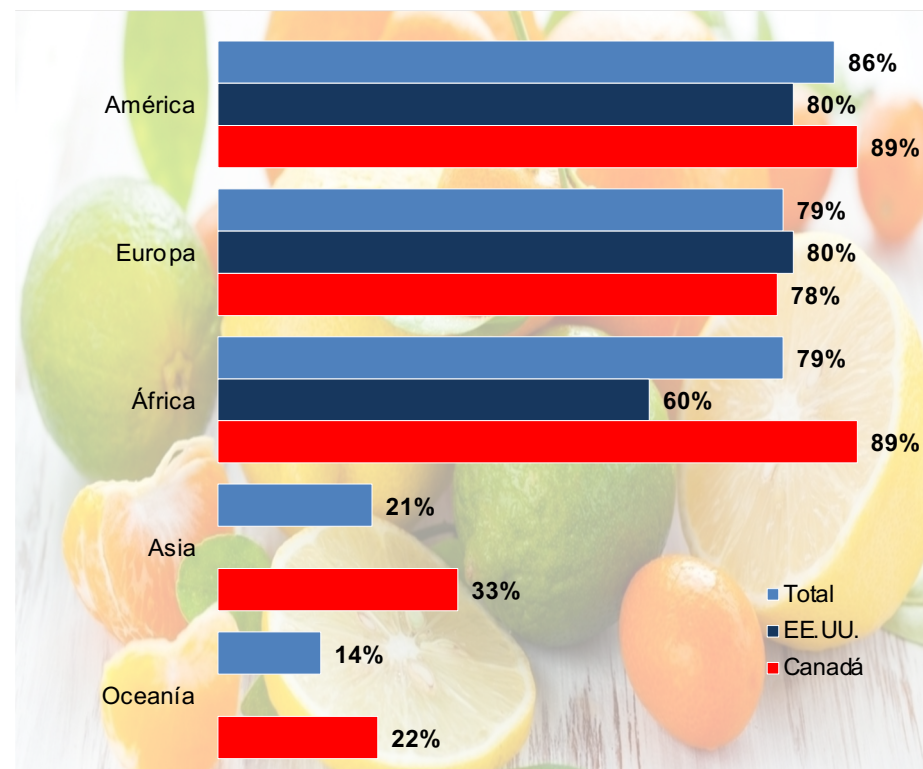


ORIGEN DE LOS CÍTRICOS COMERCIALIZADOS

MOMENTO 0



MOMENTO 1



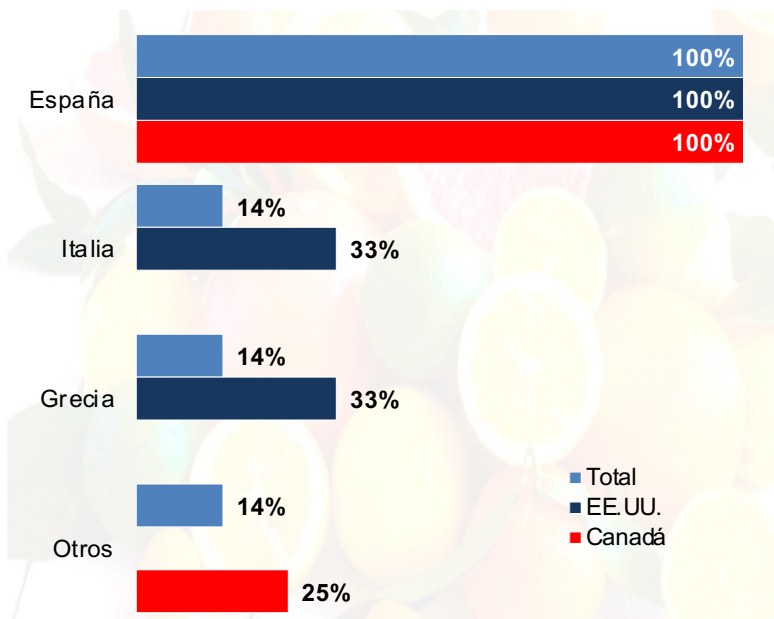
□ EN GENERAL, ¿CUÁL ES EL ORIGEN DE LOS CÍTRICOS QUE VENDE? (P.1)

Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=22) (EE.UU.=12; Canadá=10)

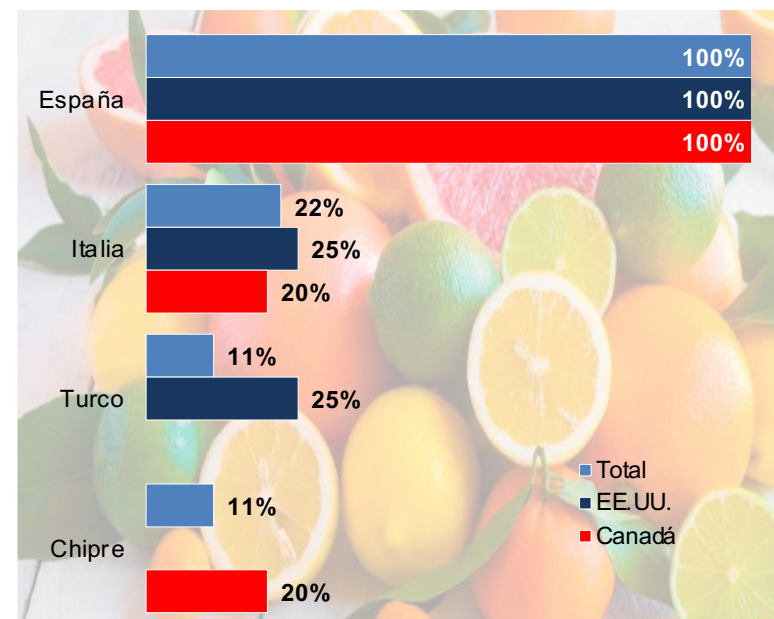
Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=14) (EE.UU.=5; Canadá=9)

ORIGEN DE LOS CÍTRICOS COMERCIALIZADOS

MOMENTO 0



MOMENTO 1

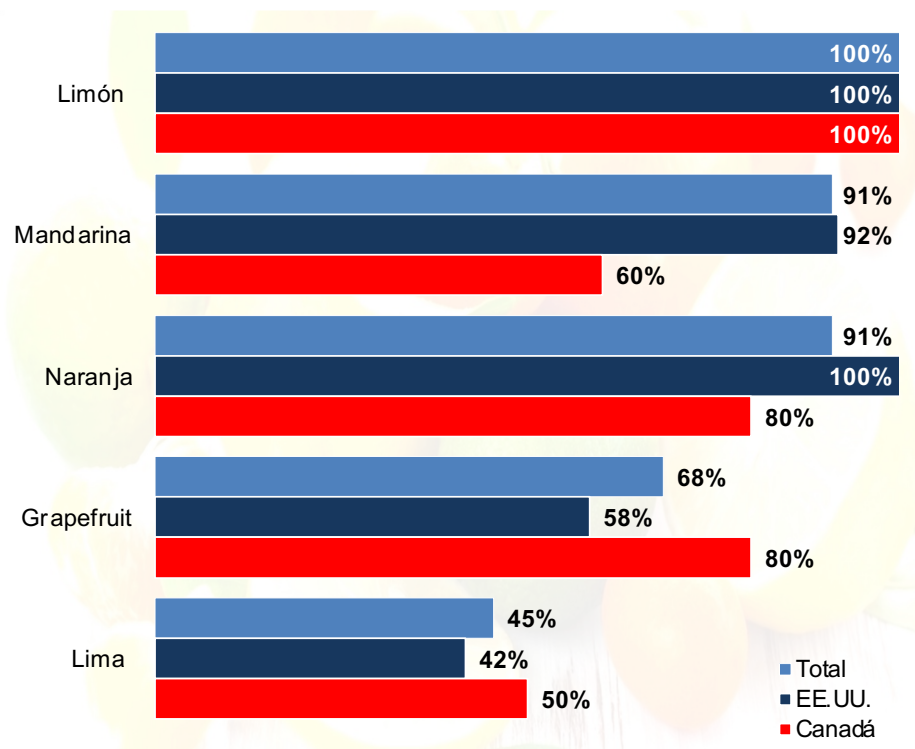


□ ¿Y EN CONCRETO DE QUÉ PAÍSES EUROPEOS ? (P.2)

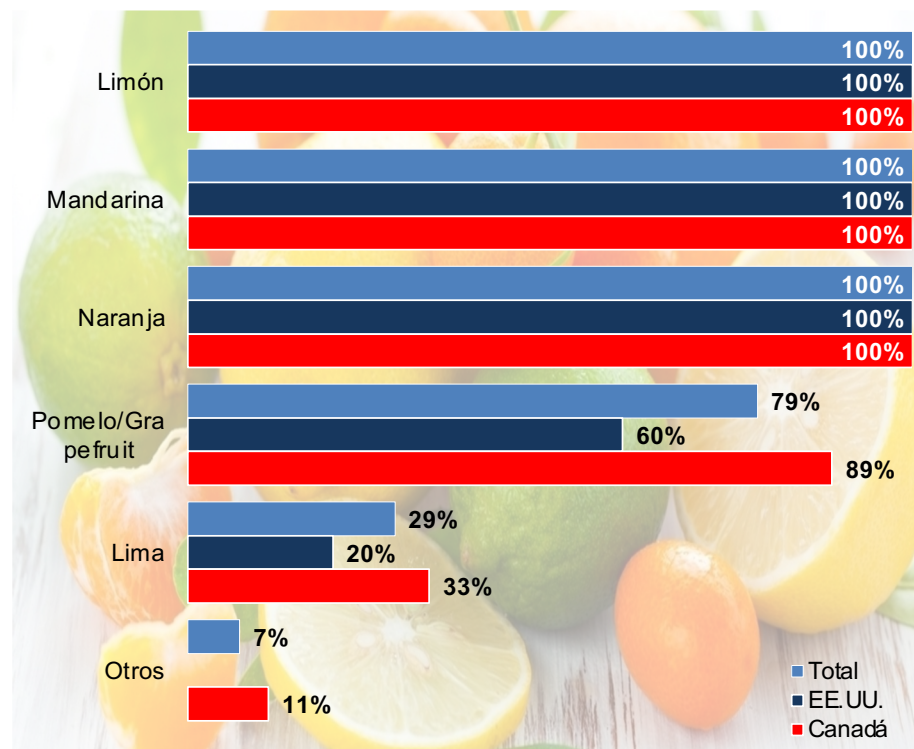
Base: Distribuidores que comercializan limones de origen europeo

LOS CÍTRICOS COMERCIALIZADOS

MOMENTO 0



MOMENTO 1



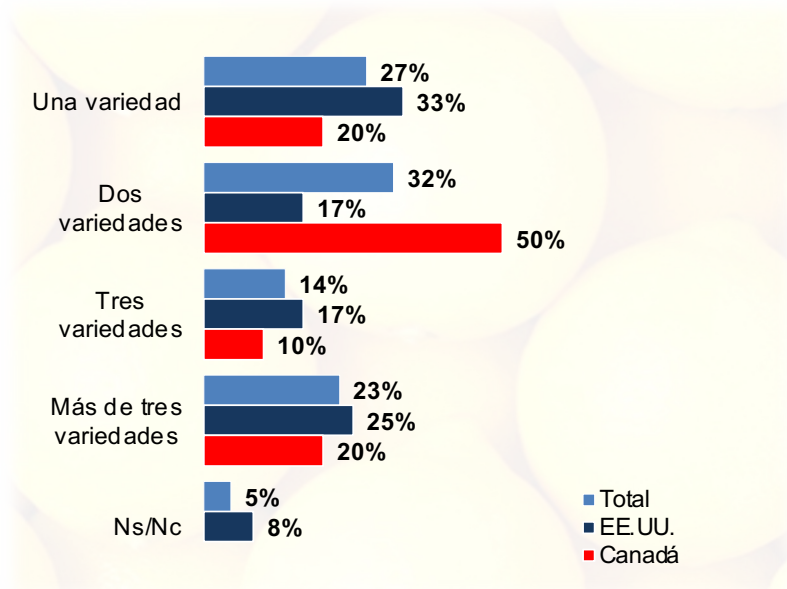
□ ¿QUÉ CÍTRICOS SUELE VENDER HABITUALMENTE? (P.3)

Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=22) (EE.UU.=12; Canadá=10)

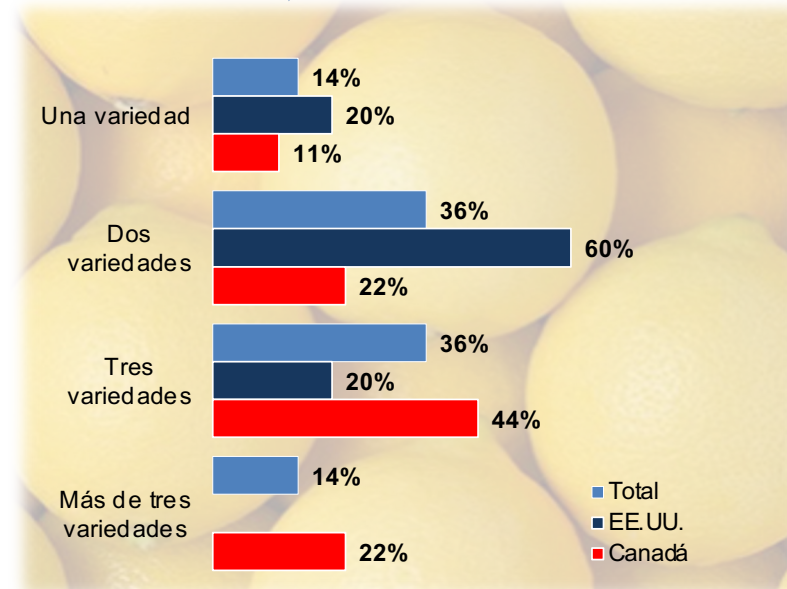
Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=14) (EE.UU.=5; Canadá=9)

LAS VARIEDADES DE LIMÓN

MOMENTO 0



MOMENTO 1



- Los distribuidores consultados presentan una importante "dispersión" en cuanto a las variedades de limones que ofrecen, siendo algo más habitual la comercialización de dos variedades en EE.UU. y tres variedades de limones en Canadá.



PARECE QUE LA TENDENCIA SE SITÚA EN LA COMERCIALIZACIÓN DE ENTRE DOS Y TRES VARIEDADES DE LIMONES

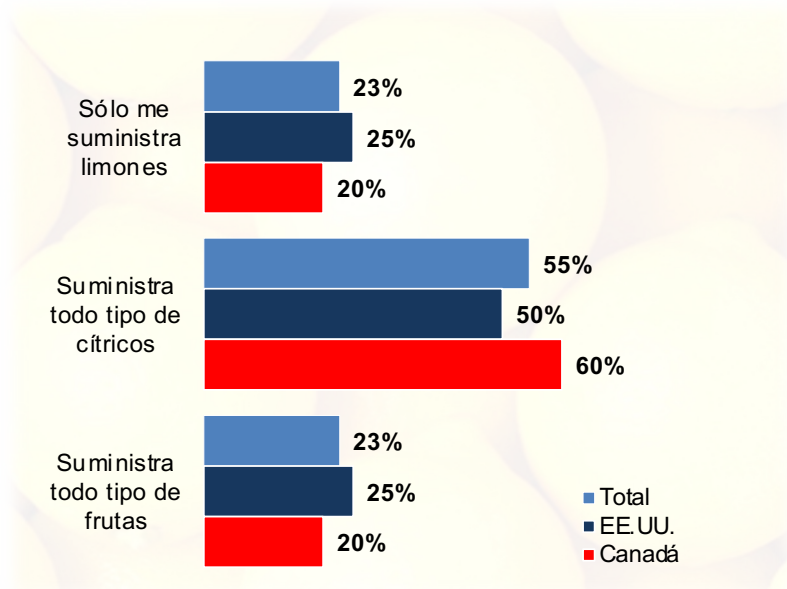
□ Y CENTRÁNDONOS EN LOS LIMONES, ¿CUÁNTAS VARIEDADES DE LIMÓN OFRECE EN SU ESTABLECIMIENTO? (P.4)

Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=22) (EE.UU.=12; Canadá=10)

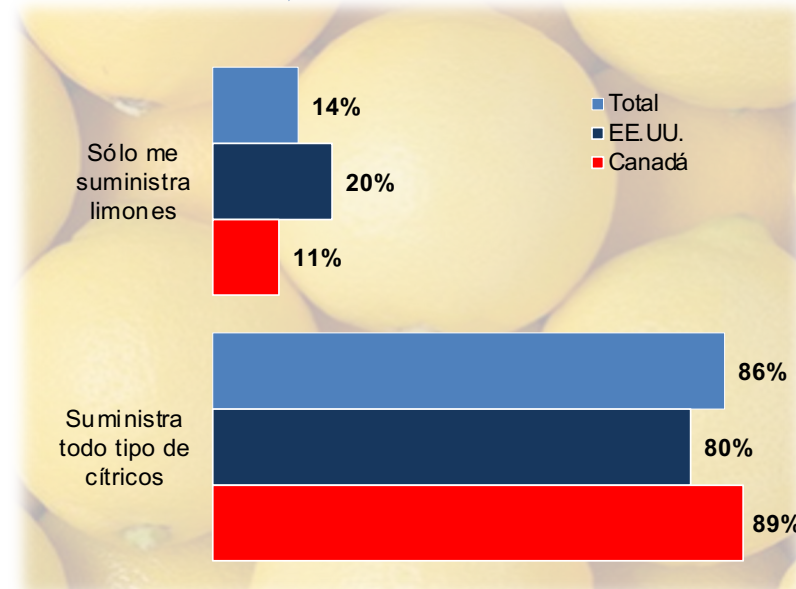
Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=14) (EE.UU.=5; Canadá=9)

EL PROVEEDOR DE LIMONES

MOMENTO 0



MOMENTO 1



• Los proveedores de limones a los distribuidores consultados suministran todo tipo de cítricos en mayor medida, mientras que son mucho menores los proveedores especialistas en limón.



PREDOMINIO DE LOS PROVEEDORES DE TODO TIPO DE CÍTRICOS ENTRE LOS PROVEEDORES DE LIMÓN

□ ¿EL PROVEEDOR QUE LE SUMINISTRA LOS LIMONES...? (P.5)

Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=22) (EE.UU.=12; Canadá=10)

Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=14) (EE.UU.=5; Canadá=9)

B. – RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

- B.1. La comercialización del limón
- B.2. Evolución en la demanda de limón**
- B.3. Criterios de compra del limón
- B.4. El limón de calidad
- B.5. El limón de origen europeo
- B.6. La comunicación en relación con el limón de origen europeo

EVOLUCIÓN PASADA Y FUTURA EN LA DEMANDA DE LIMÓN

- Cuatro de cada diez distribuidores consultados señalan que en los dos últimos años la demanda de limón se ha incrementado. En EE.UU. El porcentaje asciende a seis de cada diez, mientras que en Canadá es uno de cada tres.
- Las expectativas de cara al futuro próximo es que la demanda de limón seguirá incrementándose, expectativa que es algo menos favorable en Canadá.
- Los efectos de la pandemia y los excedentes de recolección son los motivos argumentados para justificar la percepción de descenso de demanda de limón.

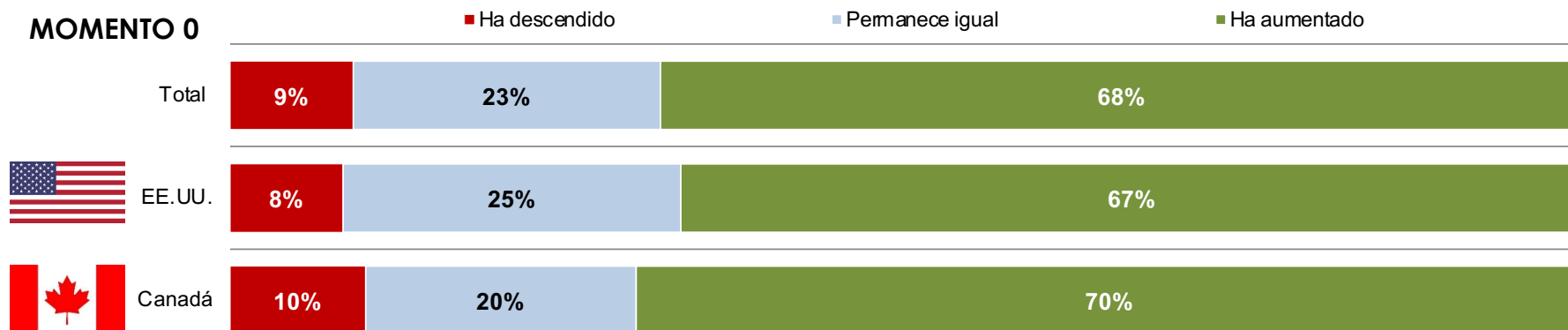


BUENAS PERSPECTIVAS PARA EL LIMÓN, ALGO MEJORES EN EL MERCADO DE EE.UU. QUE EN EL MERCADO CANADIENSE

EVOLUCIÓN EN LA DEMANDA DEL LIMÓN RESPECTO A HACE DOS AÑOS



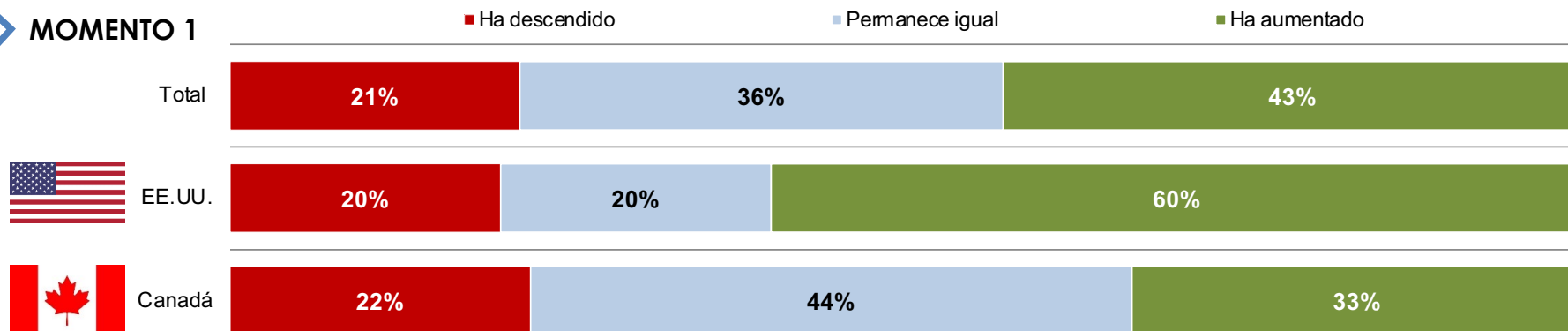
MOMENTO 0



Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=22) (EE.UU.=12; Canadá=10)



MOMENTO 1



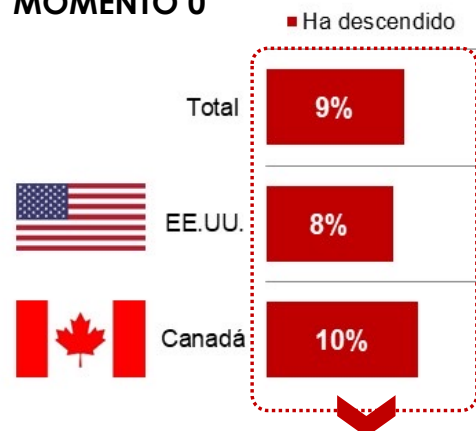
Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=14) (EE.UU.=5; Canadá=9)

□ EN COMPRACIÓN CON HACE DOS AÑOS, ¿ LA DEMANDA DE LIMONES SE HA INCREMENTADO O ASE HA REDUCIDO? (P.6)

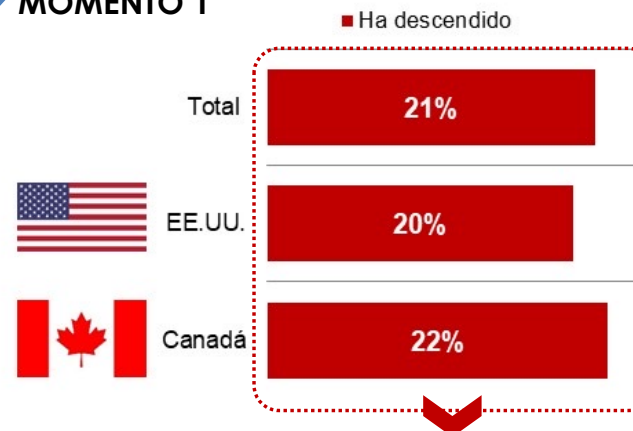
EVOLUCIÓN EN LA DEMANDA DEL LIMÓN RESPECTO A HACE DOS AÑOS









MOMENTO 0



MOMENTO 1



Debido a su precio	1 respuesta	
Se están consumiendo otros productos en vez de los limones	1 respuesta	
Por una mala experiencia	1 respuesta	

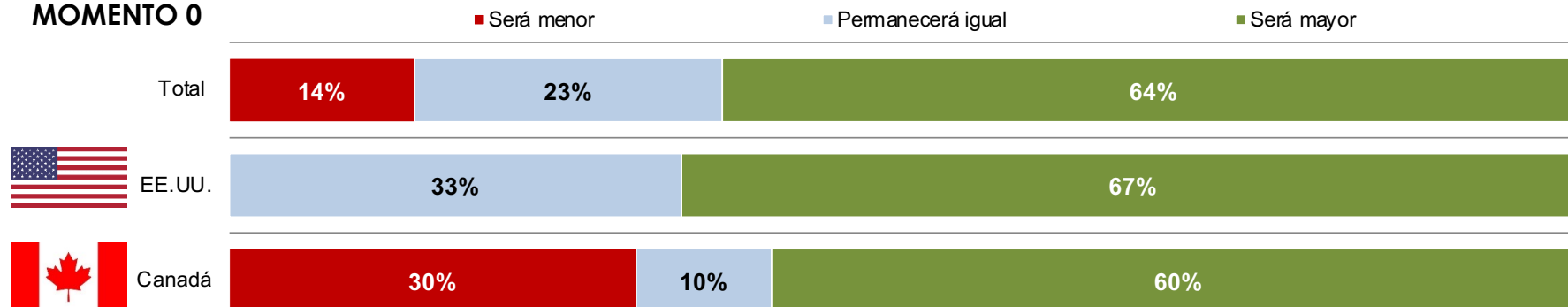
Por los efectos de la pandemia	2 respuestas	 
Excedente de recolección/se han recogido más limones	1 respuesta	

□ ¿POR QUÉ CREE QUE LA DEMANDA DE LIMONES HA DESCENDIDO? (P.7)

Base: Distribuidores que consideran que la demanda de limones ha descendido

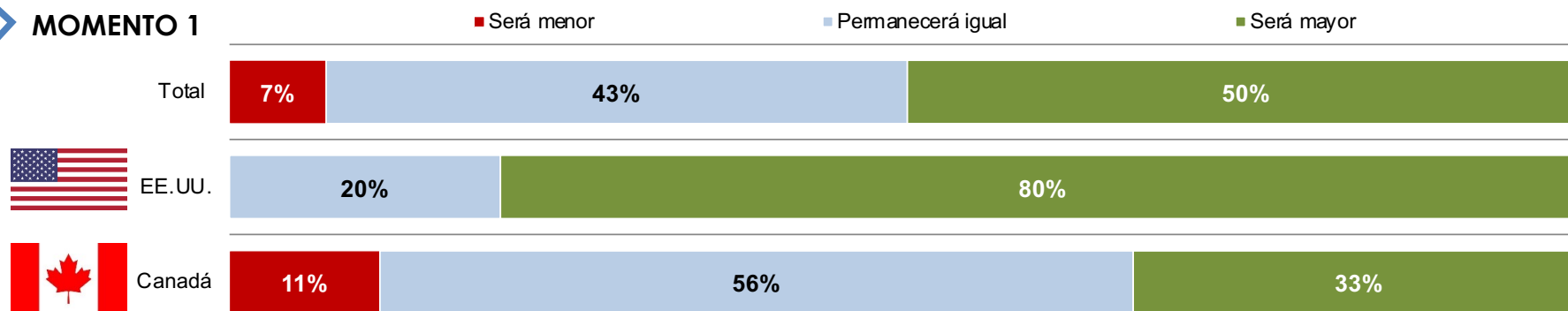
EVOLUCIÓN ESPERADA EN LA DEMANDA DEL LIMÓN DE AQUÍ A DOS AÑOS

MOMENTO 0



Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=22) (EE.UU.=12; Canadá=10)

MOMENTO 1



Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=14) (EE.UU.=5; Canadá=9)



□ DESDE SU EXPERIENCIA, ¿CÓMO CREE QUE VA A EVOLUCIONAR LA DEMANDA DE LIMONES EN LOS DOS PRÓXIMOS AÑOS? (P.8)

B. – RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

- B.1. La comercialización del limón
- B.2. Evolución en la demanda de limón
- B.3. Criterios de compra del limón**
- B.4. El limón de calidad
- B.5. El limón de origen europeo
- B.6. La comunicación en relación con el limón de origen europeo

CRITERIOS DE COMPRA DEL LIMÓN

PRINCIPALES CRITERIOS DE COMPRA DEL LIMÓN

CITA ESPONTÁNEA

Calidad del limón

Precio del limón

Tamaño,
disponibilidad y
origen



CITA SUGERIDA

Aspecto del limón



Frescura del limón



Color amarillo
intenso



Precio del limón

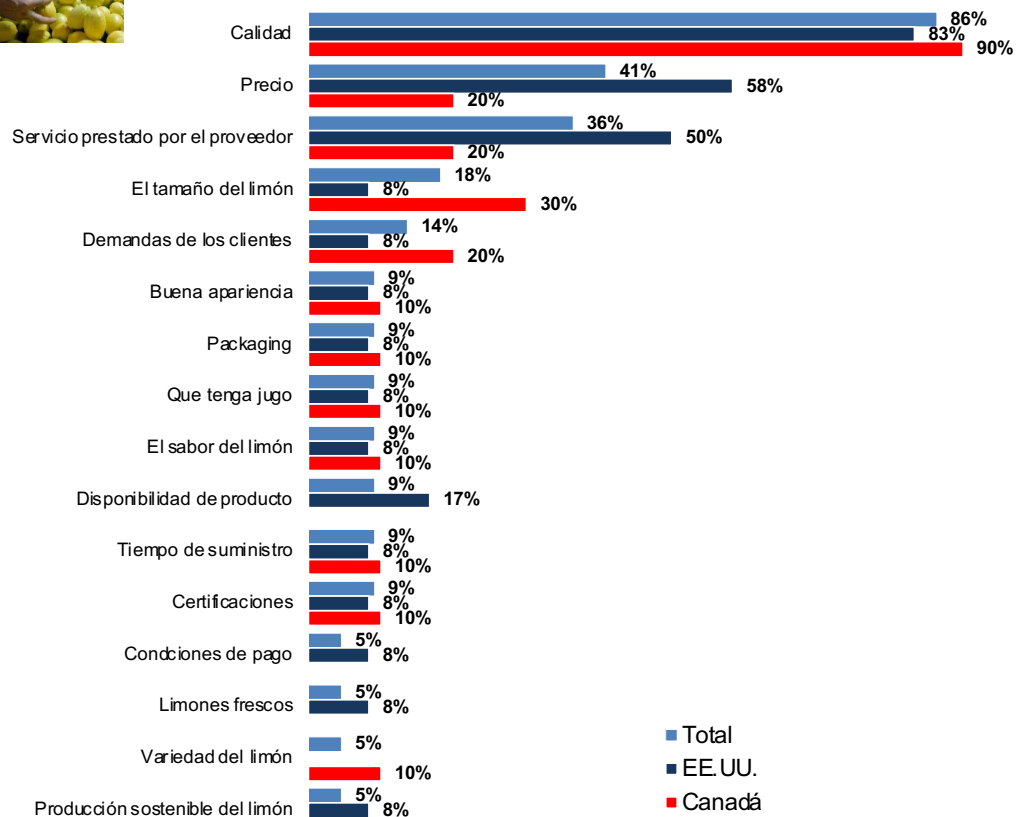


LOS ASPECTOS RELATIVOS A LA APARIENCIA DEL LIMÓN
SON MÁS REFERIDOS EN CANADÁ

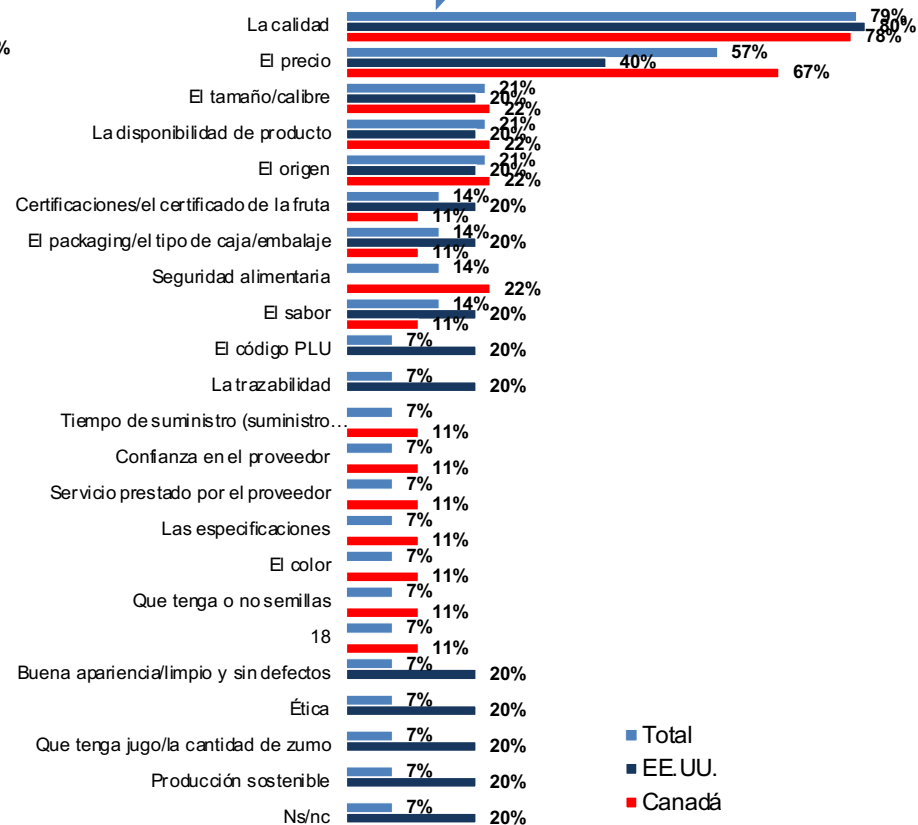
CRITERIOS DE COMPRA AL PROVEEDOR – CITA ESPONTÁNEA



MOMENTO 0



MOMENTO 1



¿QUÉ FACTORES TIENEN EN CUENTA CUANDO COMPRA LIMONES A SUS PROVEEDORES? (P.9)

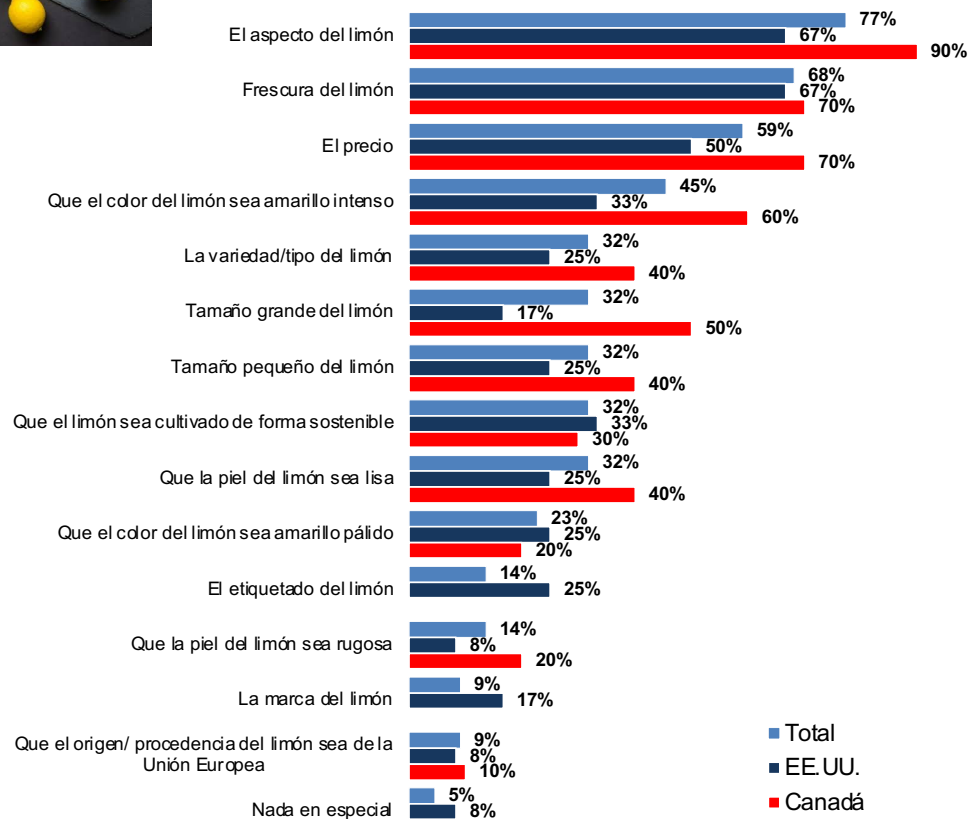
Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=22) (EE.UU.=12; Canadá=10)

Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=14) (EE.UU.=5; Canadá=9)

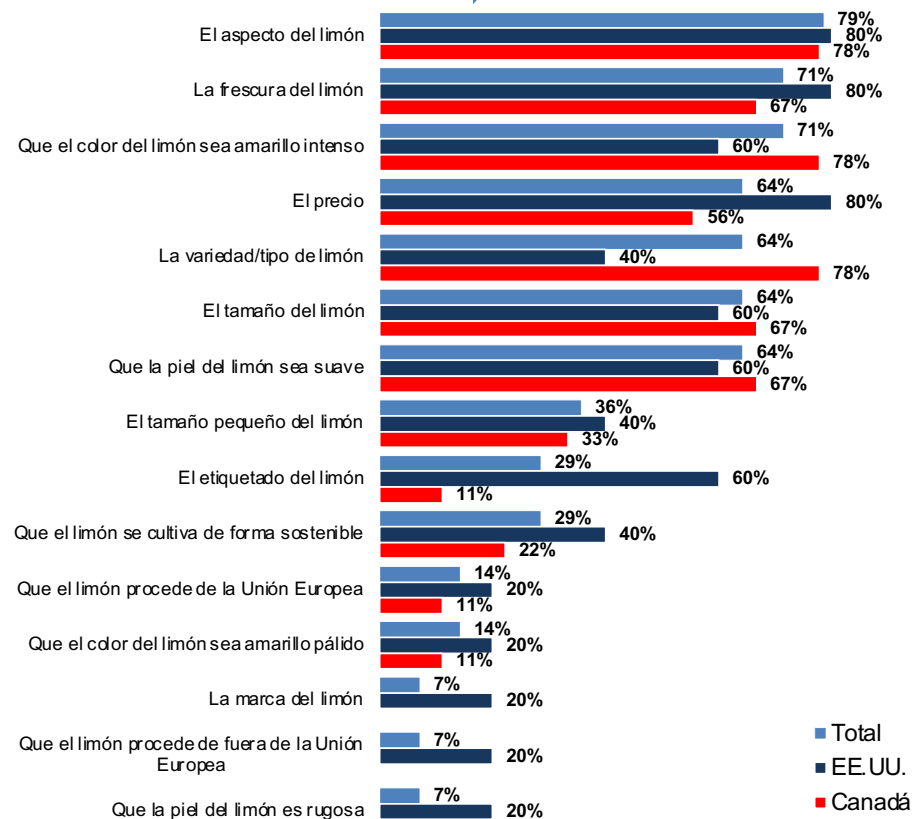
CRITERIOS DE COMPRA AL PROVEEDOR – CITA SUGERIDA



MOMENTO 0



MOMENTO 1



¿Y DE LOS SIGUIENTES ASPECTOS CUÁLES HACEN QUE USTED DEMANDE UN TIPO DE LIMÓN U OTRO A SUS PROVEEDORES? (P.9A)

Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=22) (EE.UU.=12; Canadá=10)

Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=14) (EE.UU.=5; Canadá=9)

B. – RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

- B.1. La comercialización del limón
- B.2. Evolución en la demanda de limón
- B.3. Criterios de compra del limón
- B.4. El limón de calidad**
- B.5. El limón de origen europeo
- B.6. La comunicación en relación con el limón de origen europeo

¿CÓMO ES UN LIMÓN DE CALIDAD?

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DE UN LIMÓN DE CALIDAD

CITA SUGERIDA

Mucha cantidad de zumo

La apariencia



La variedad



Textura lisa

Color amarillo intenso

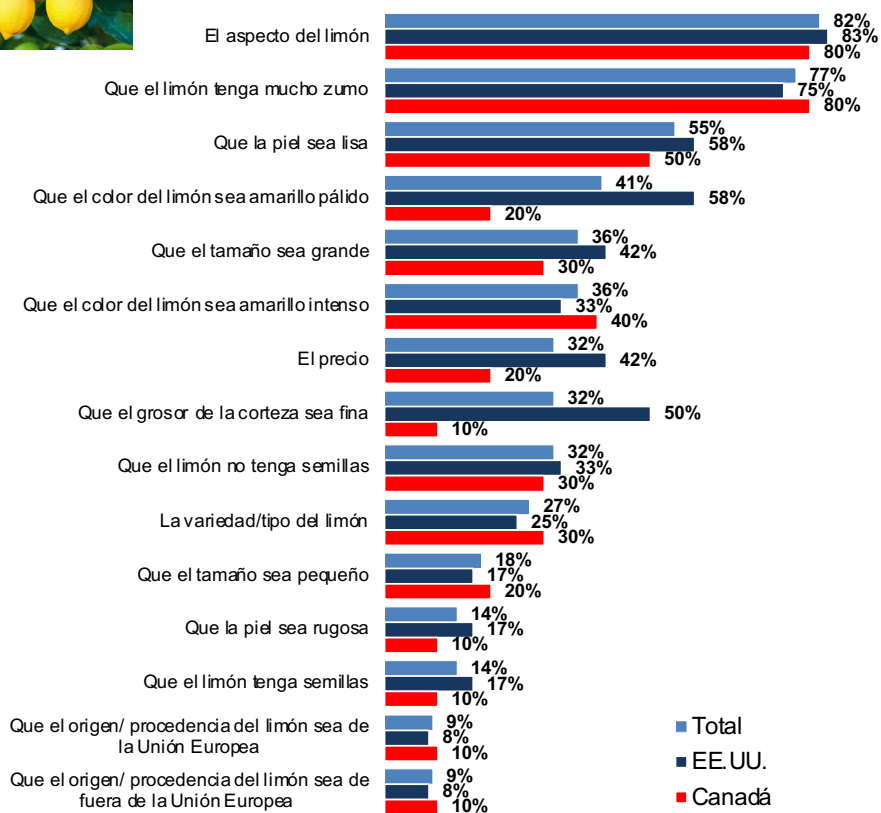


**ESCASAS REFERENCIAS AL ORIGEN DEL LIMÓN,
TENGA ÉSTE ORIGEN O NO EN LA UNIÓN EUROPEA**

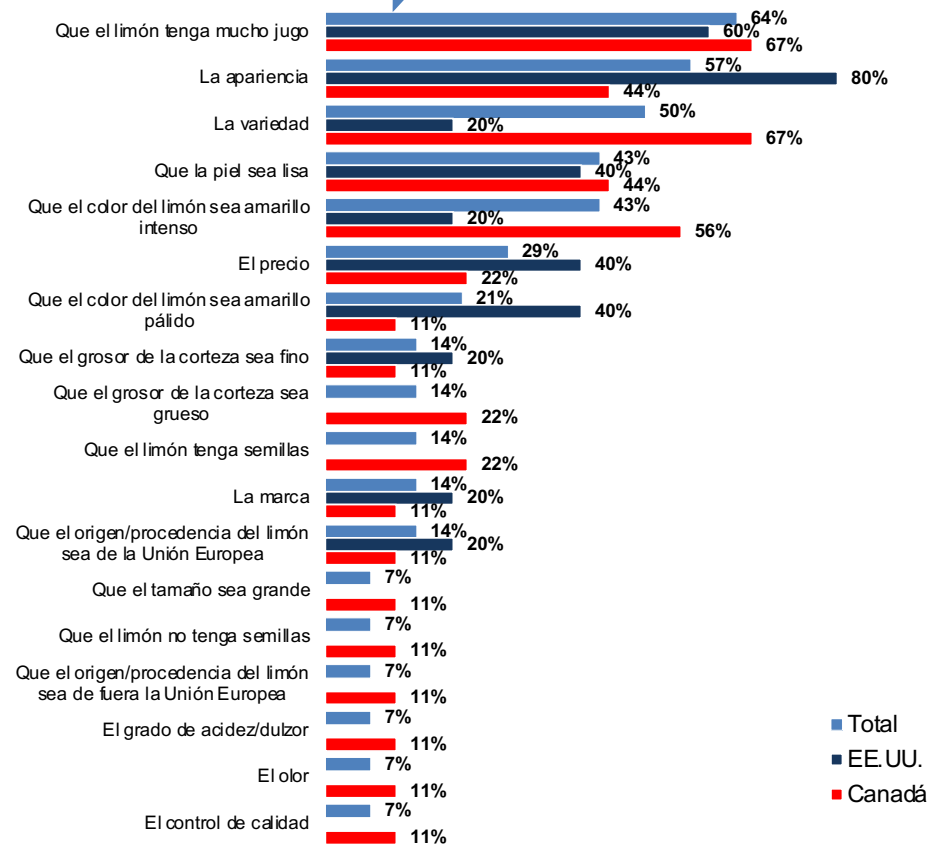
¿CÓMO ES UN LIMÓN DE CALIDAD? – CITA SUGERIDA



MOMENTO 0



MOMENTO 1

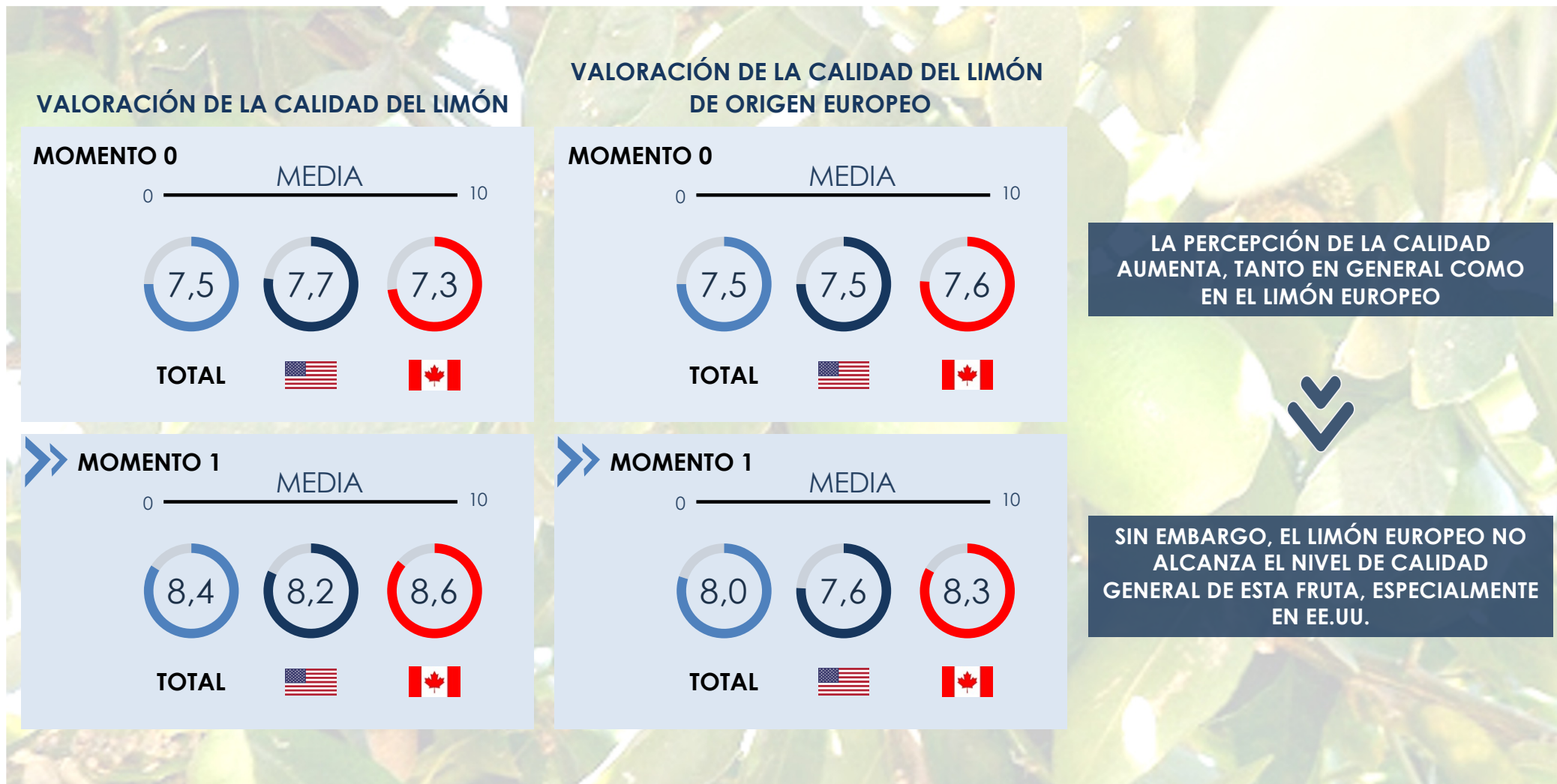


¿Y DE LOS SIGUIENTES ASPECTOS CUÁLES HACEN QUE PIENSE QUE UN LIMÓN ES DE BUENA CALIDAD? (P.10A)

Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=22) (EE.UU.=12; Canadá=10)

Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=14) (EE.UU.=5; Canadá=9)

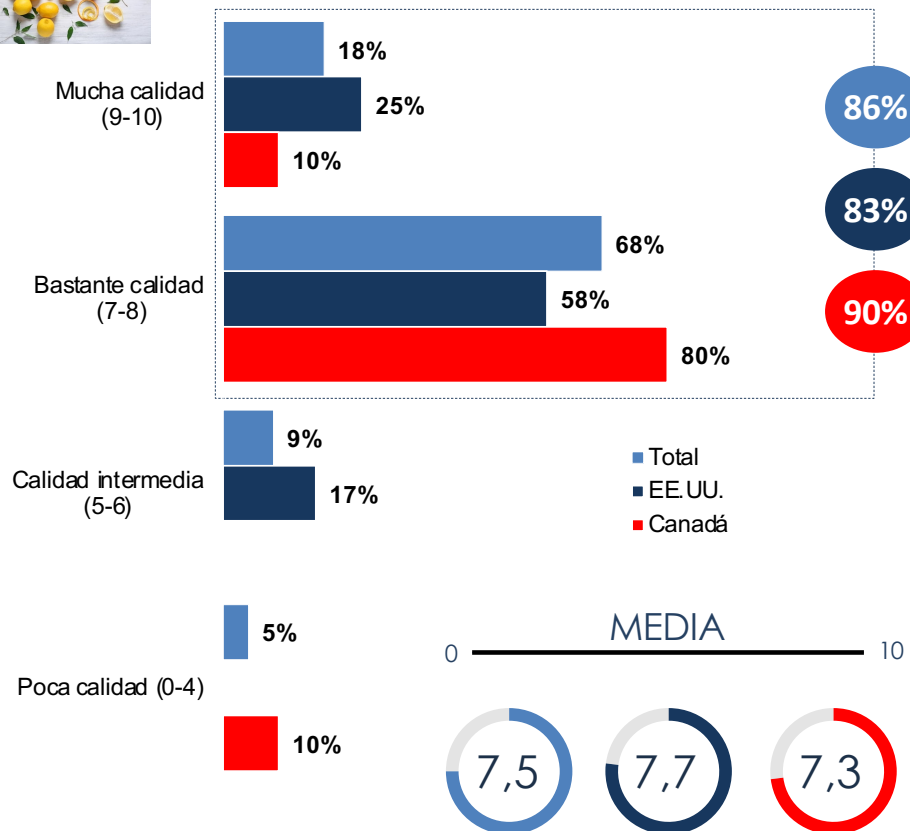
VALORACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS LIMONES



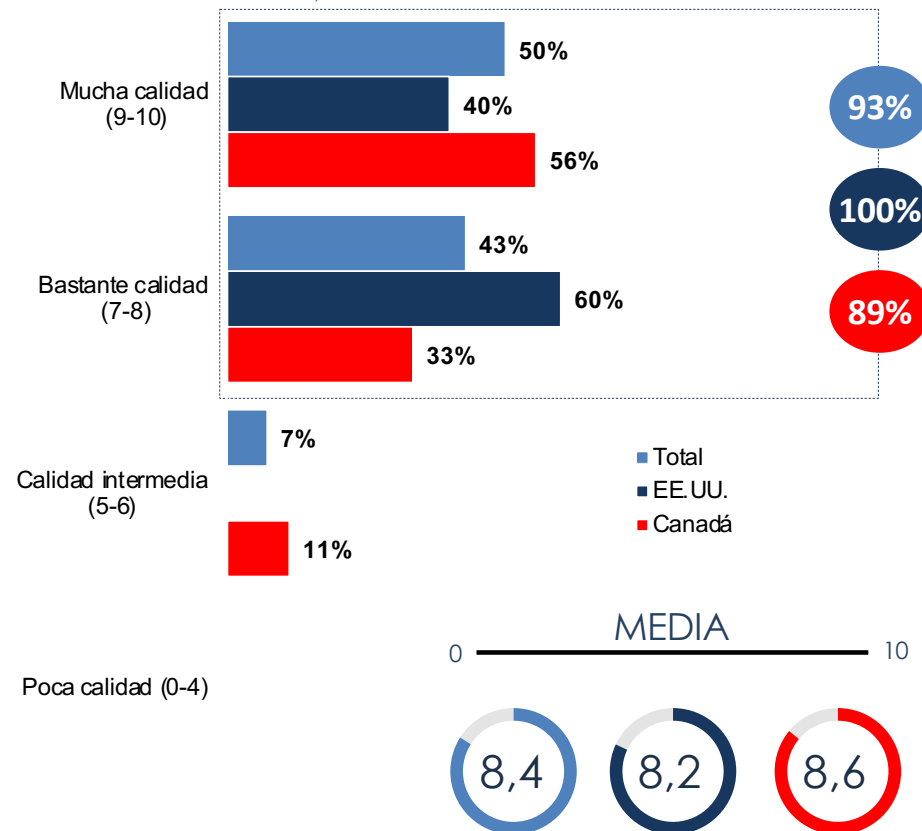
VALORACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS LIMONES



MOMENTO 0



MOMENTO 1



EN GENERAL, ¿CÓMO VALORA LA CALIDAD DE LOS LIMONES? EN UNA ESCALA 0-10, DONDE 0 ES LA PEOR CALIDAD Y 10 ES LA MÁXIMA CALIDAD? (P.11)

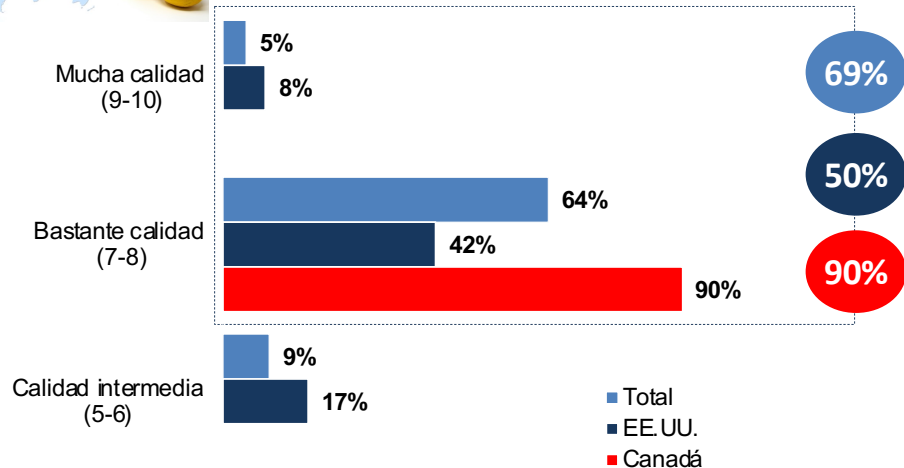
Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=22) (EE.UU.=12; Canadá=10)

Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=14) (EE.UU.=5; Canadá=9)

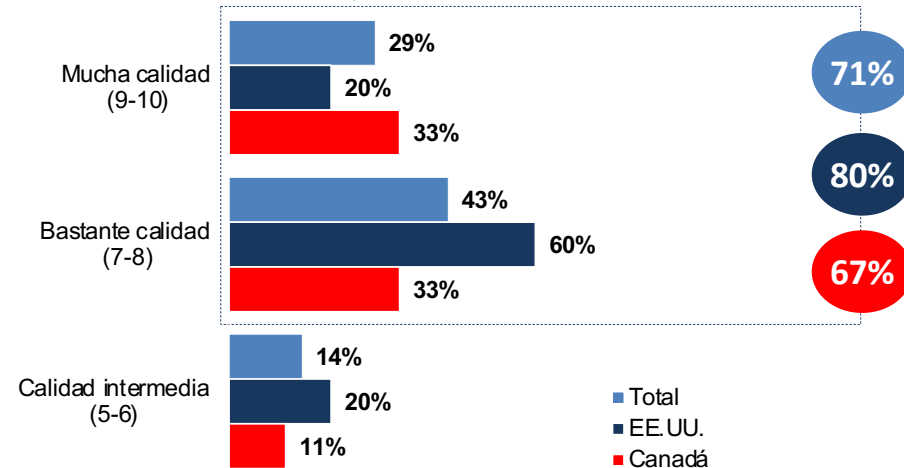
VALORACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS LIMONES DE ORIGEN EUROPEO



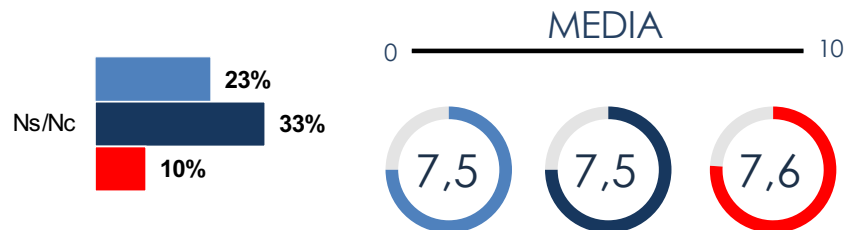
MOMENTO 0



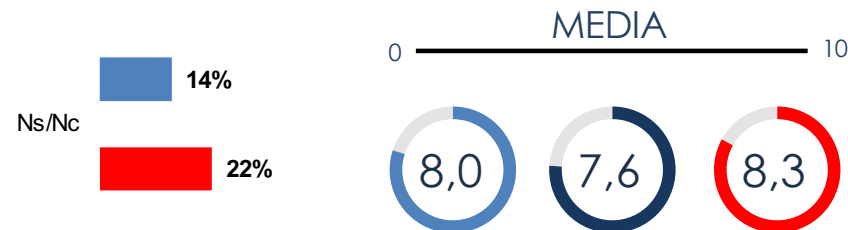
MOMENTO 1



Poca calidad (0-4)



Poca calidad (0-4)



Y CONCRETAMENTE, ¿CÓMO VALORA LA CALIDAD DE LOS LIMONES EUROPEOS? EN UNA ESCALA 0-10, DONDE 0 ES LA PEOR CALIDAD Y 10 ES LA MÁXIMA CALIDAD? (P.12)

Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=22) (EE.UU.=12; Canadá=10)

Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=14) (EE.UU.=5; Canadá=9)

B. – RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

- B.1. La comercialización del limón
- B.2. Evolución en la demanda de limón
- B.3. La imagen del limón. El limón de calidad
- B.4. El limón de calidad
- B.5. El limón de origen europeo**
- B.6. La comunicación en relación con el limón de origen europeo

IMAGEN DEL LIMÓN DE ORIGEN EUROPEO

LA IMAGEN DEL LIMÓN DE ORIGEN EUROPEO

ASPECTOS MÁS DEFINITORIOS



- Es una fruta versátil, se utiliza de muchas maneras en la cocina (9,2) 🇨🇦
- El limón tiene escaso valor calórico y bajo contenido en grasa (8,8)
- Evita la oxidación de frutas y verduras (8,5) 🇨🇦
- El consumo de limón es sano y saludable para cualquier persona (8,4)
- El limón es un alimento básico en la cocina (8,4) 🇨🇦
- Los limones aportan una cantidad importante de vitamina C (8,0)



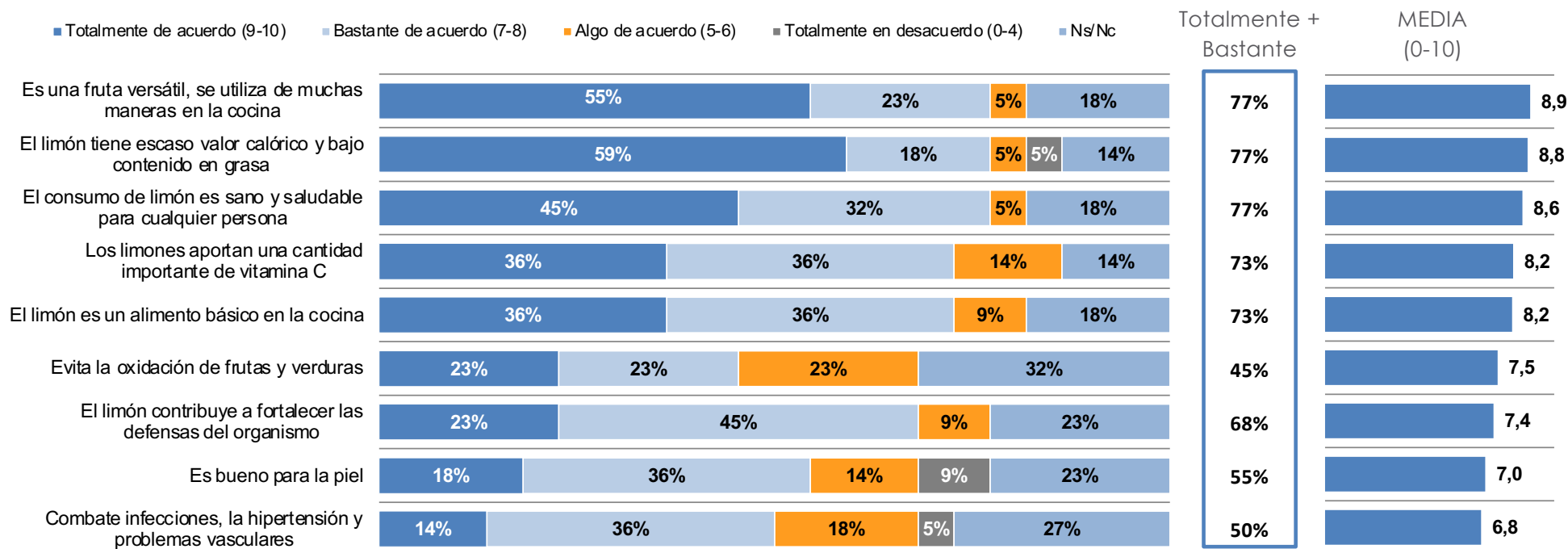
ASPECTOS MENOS DEFINITORIOS

- El limón contribuye a fortalecer las defensas del organismo (7,5) 🇺🇸
- Es bueno para la piel (6,0) 🇨🇦
- Combate infecciones, la hipertensión y problemas vasculares (5,9) 🇨🇦

EL LIMÓN TIENE UNA IMAGEN ALGO MÁS VERSÁTIL EN CANADÁ, MIENTRAS QUE EN EEUU SE EXPRESA EN MENOR MEDIDA EL ACUERDO CON SUS CARACTERÍSTICAS

IMAGEN DEL LIMÓN DE ORIGEN EUROPEO

MOMENTO 0

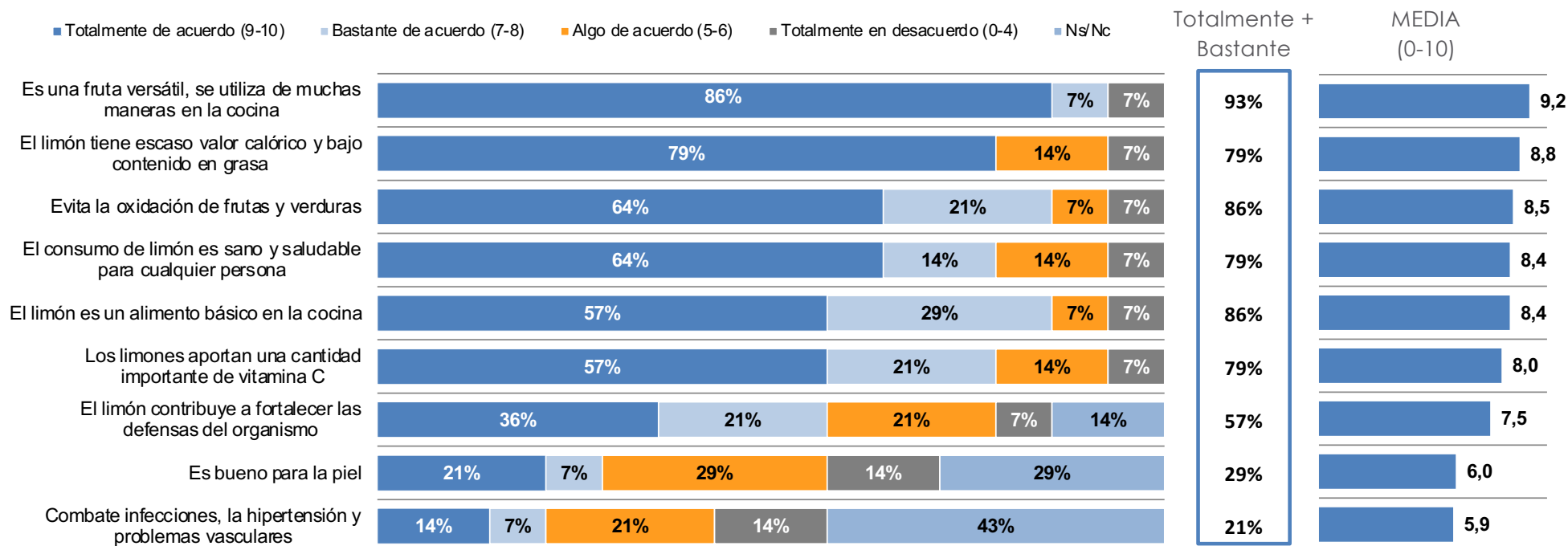


□ A CONTINUACIÓN, LE PEDIMOS QUE VALORE DE 0 A 10, DONDE 0 ES TOTALMENTE EN DESACUERDO Y 10 TOTALMENTE DE ACUERDO, CADA UNA DE LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS DEL LIMÓN EUROPEO (P.12)

Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=22) (EE.UU.=12; Canadá=10)

IMAGEN DEL LIMÓN DE ORIGEN EUROPEO

>> MOMENTO 1

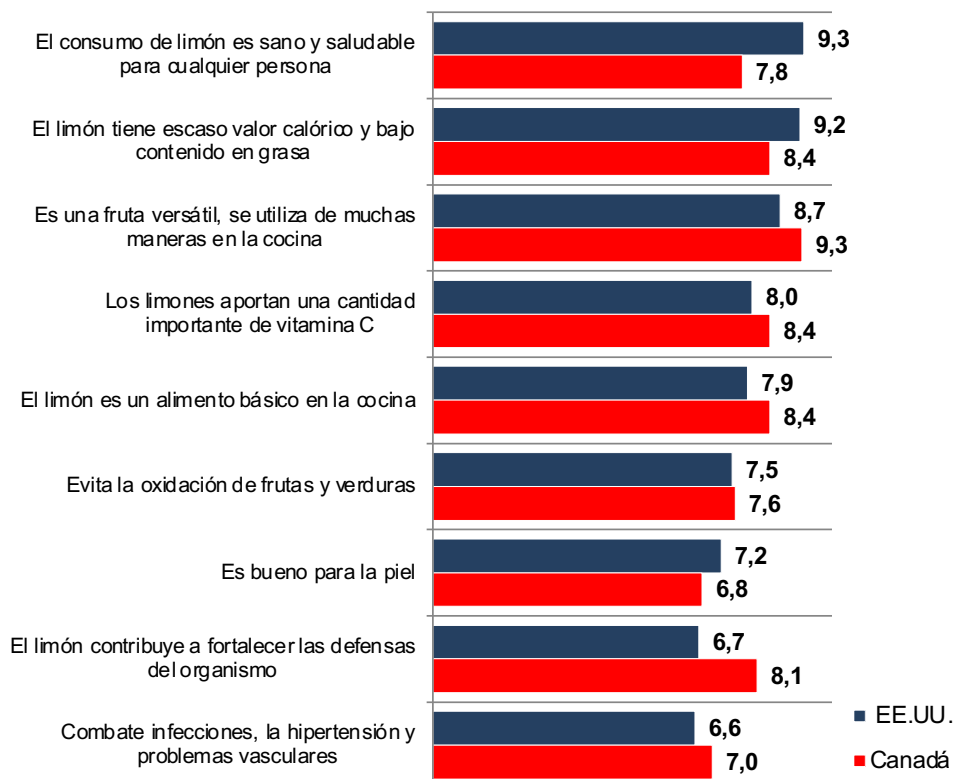


□ A CONTINUACIÓN, LE PEDIMOS QUE VALORE DE 0 A 10, DONDE 0 ES TOTALMENTE EN DESACUERDO Y 10 TOTALMENTE DE ACUERDO, CADA UNA DE LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS DEL LIMÓN EUROPEO (P.12)

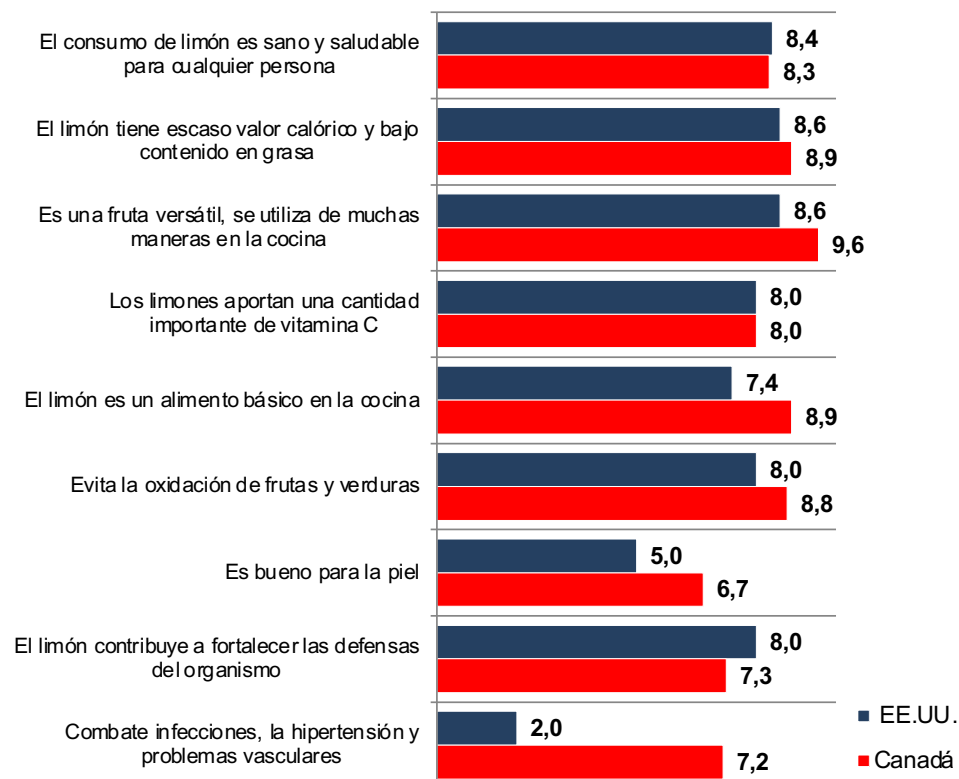
Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=14) (EE.UU.=5; Canadá=9)

IMAGEN DEL LIMÓN DE ORIGEN EUROPEO

MOMENTO 0



MEDIA (0-10)



MOMENTO 1

□ A CONTINUACIÓN, LE PEDIMOS QUE VALORE DE 0 A 10, DONDE 0 ES TOTALMENTE EN DESACUERDO Y 10 TOTALMENTE DE ACUERDO, CADA UNA DE LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS DEL LIMÓN EUROPEO (P.12)

Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=22) (EE.UU.=12; Canadá=10)

Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=14) (EE.UU.=5; Canadá=9)

LA CALIDAD DEL LIMÓN DE ORIGEN EUROPEO

- El porcentaje de distribuidores más destacado es el que considera que el limón de origen europeo es de similar calidad que el limón procedente de otros orígenes.
- Son algunos más los distribuidores que consideran que los limones de origen europeo son de mejor calidad que aquellos que consideran que son de peor calidad en comparación con los limones de otros orígenes, por efecto de los distribuidores de EE.UU.
- La menor calidad del limón de origen europeo (cuando ésta se produce) no tiene una causa "única", sino que se hace referencia a diferentes cuestiones: mayor suavidad, variedad, más baratos...
- Se considera que el limón procedente de la Unión Europea se somete a mayores medidas de control, que garanticen una mayor trazabilidad del producto que los limones de orígenes no europeo.
- Estas percepciones son ligeramente menos favorables en Canadá que en EE.UU. Respecto a la garantía de trazabilidad del producto.

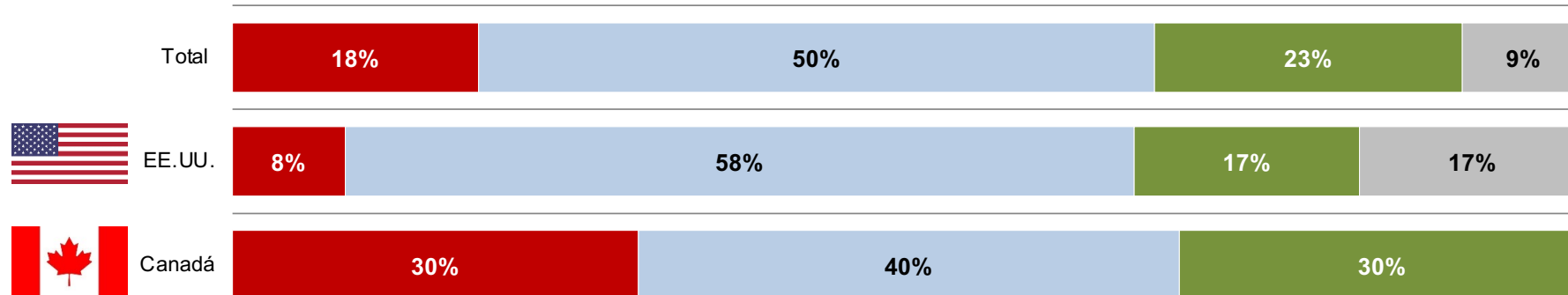


EL LIMÓN DE ORIGEN EUROPEO SE CONSIDERA LIGERAMENTE DE MEJOR CALIDAD QUE LOS LIMONES DE OTROS ORÍGENES, Y SE TIENE LA IDEA DE QUE EL LIMÓN PROCEDENTE DE LA UNIÓN EUROPEA OFRECE MAYORES GARANTÍAS DE TRAZABILIDAD DEL PRODUCTO Y MAYORES MEDIDAS DE CONTROL

LA CALIDAD DEL LIMÓN DE ORIGEN EUROPEO

MOMENTO 0

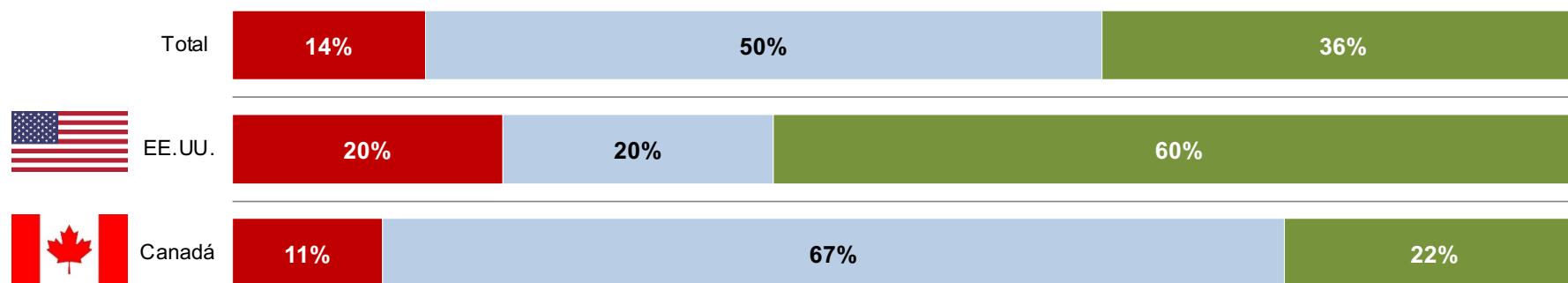
■ Peor calidad que la de los que proceden de otros orígenes ■ Igual calidad que el resto de los orígenes, no se aprecian diferencias entre unos y otros ■ Mejor calidad que la del resto de orígenes ■ Ns/Nc



Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=22) (EE.UU.=12; Canadá=10)

MOMENTO 1

■ Peor calidad que la de los que proceden de otros orígenes ■ Igual calidad que el resto de los orígenes, no se aprecian diferencias entre unos y otros ■ Mejor calidad que la del resto de orígenes ■ Ns/Nc

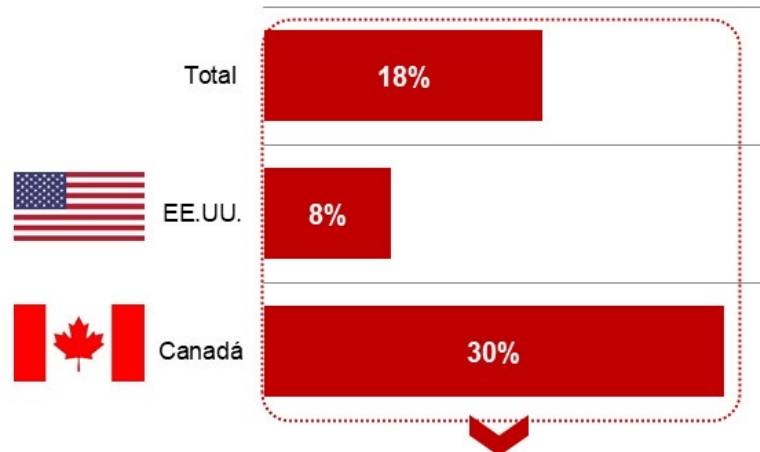


Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=14) (EE.UU.=5; Canadá=9)

□ Y CON RESPECTO AL ORIGEN DE LOS LIMONES... CONSIDERA QUE LA CALIDAD DE LOS LIMONES DE ORIGEN EUROPEO ES ... (P.13)

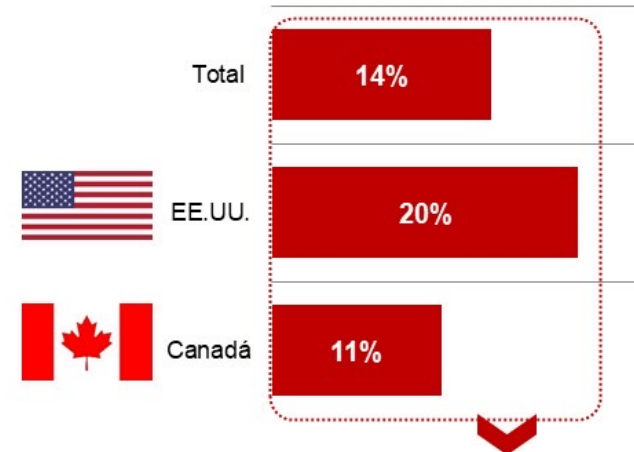
LA CALIDAD DEL LIMÓN DE ORIGEN EUROPEO

MOMENTO 0 ■ Peor calidad que la de los que proceden de otros orígenes



Otros orígenes tienen un clima más estable, lo que contribuye a una mayor calidad	2 respuestas	
Tiene menos zumo	1 respuesta	
Son más suaves	1 respuesta	
Tienen peor apariencia, menos color	1 respuesta	
Tienen variedades de peor calidad	1 respuesta	
Las pequeñas cooperativas no los empaquetan bien	1 respuesta	

MOMENTO 1 ■ Peor calidad que la de los que proceden de otros orígenes



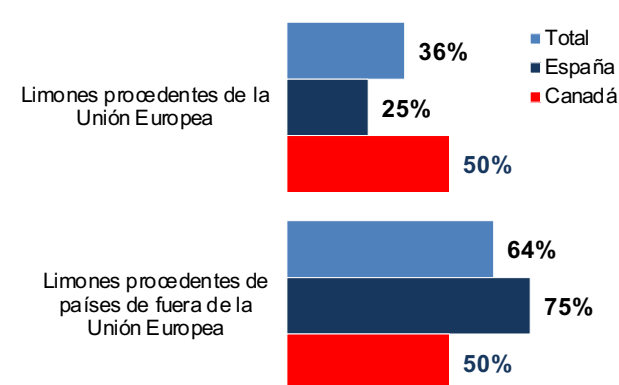
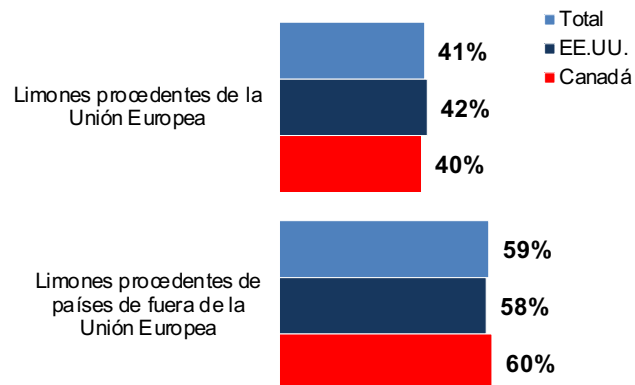
Son más suaves	2 respuesta	
Por la variedad	1 respuesta	
La competencia hace que sean más baratos y de peor calidad	1 respuesta	
Oscilación de un año a otro	1 respuesta	
Menos frescos	1 respuesta	

□ ¿POR QUÉ MOTIVOS CONSIDERA QUE LOS LIMONES CON ORIGEN EUROPEO SON PEORES QUE LOS QUE PROCEDEN DE OTROS ORÍGENES? (P.14)

Base: Distribuidores que consideran que los limones de origen europeo son peores

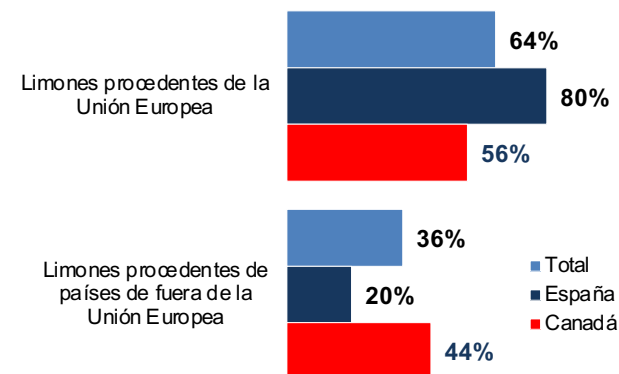
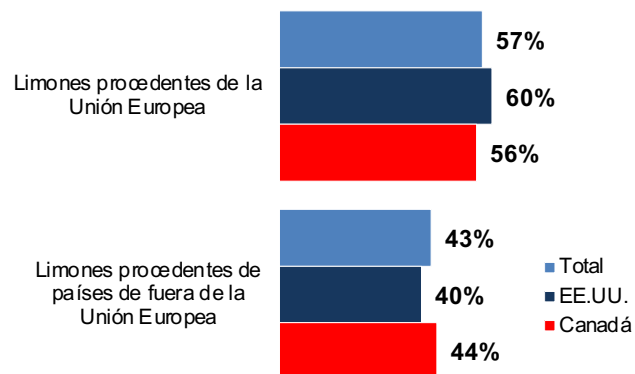
PERCEPCIÓN DEL LIMÓN

MOMENTO 0



Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=22) (EE.UU.=12; Canadá=10)

MOMENTO 1



Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=14) (EE.UU.=5; Canadá=9)

□ DESDE SU PUNTO DE VISTA ¿QUÉ LIMONES SON LOS QUE SE SOMETEN A MAYORES MEDIDAS DE CONTROL? (P.15.1)

□ ¿QUÉ LIMONES SON LOS QUE GARANTIZAN UNA MEJOR TRAZABILIDAD DEL PRODUCTO? (P.15.3)

LOS ORÍGENES DE LOS LIMONES COMERCIALIZADOS

- La presencia de limón de origen europeo es secundaria entre los distribuidores de EE.UU. y Canadá consultados.
- El limón de origen español es el único que se comercializa entre los limones de origen europeo comercializados en EE.UU y Canadá.
- Los motivos para la comercialización del limón de origen europeo son principalmente el precio y la variedad del limón.
- Las razones de no comercialización de limón de origen europeo tienen que ver principalmente con el precio del producto y, en menor medida por la percepción de calidad en EE.UU. y por la temporada en Canadá.
- No hay una recomendación destacada del limón con origen en la Unión Europea, aunque la mitad de los distribuidores entrevistados, manifiestan una predisposición favorable a la recomendación del limón procedente de la Unión Europea, son pocos los “convencidos” de esa recomendación (entre el 40% de EE.UU. y el 11% de Canadá).

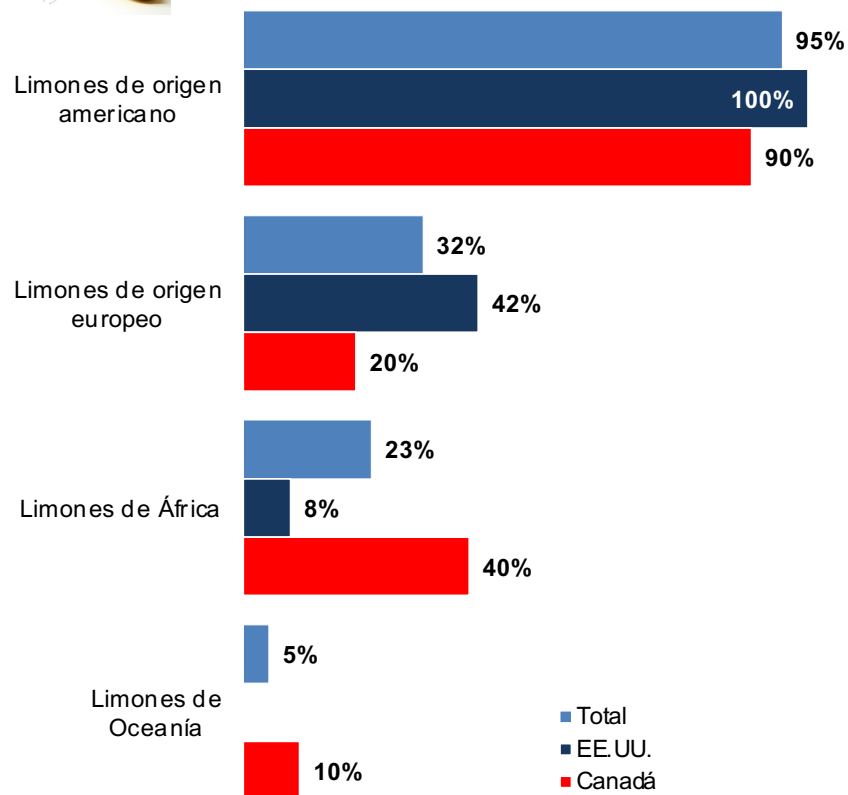


**AL LIMÓN DE ORIGEN EUROPEO LE QUEDA TODAVÍA CAMINO QUE RECORRER,
PRINCIPALMENTE FRENTE AL LIMÓN DE ORIGEN AMERICANO**

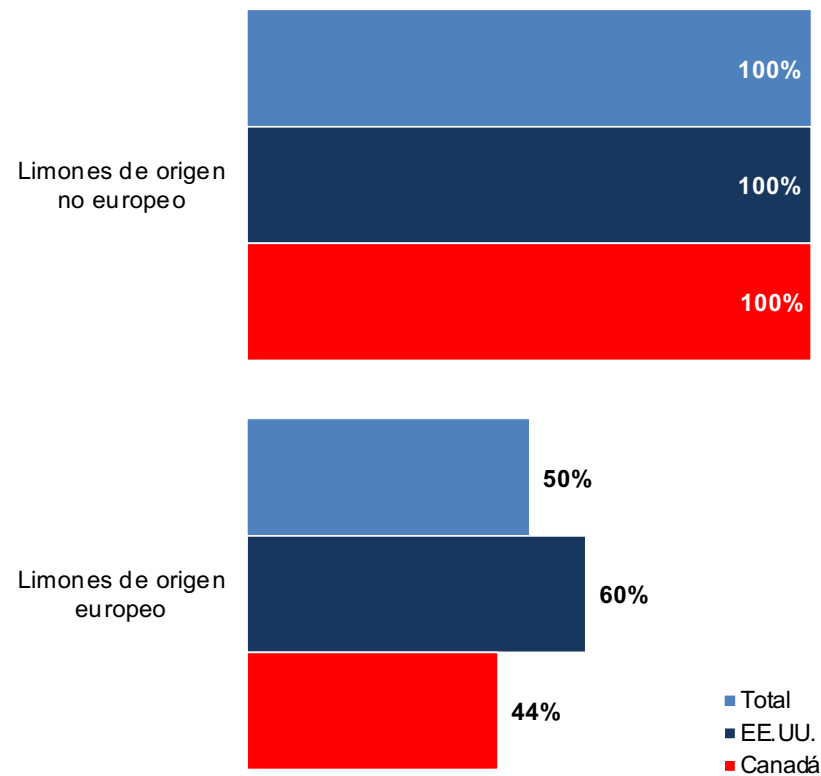
LOS ORÍGENES DE LOS LIMONES COMERCIALIZADOS – MOTIVOS DE COMERCIALIZACIÓN DEL LIMÓN DE ORIGEN EUROPEO



MOMENTO 0



MOMENTO 1

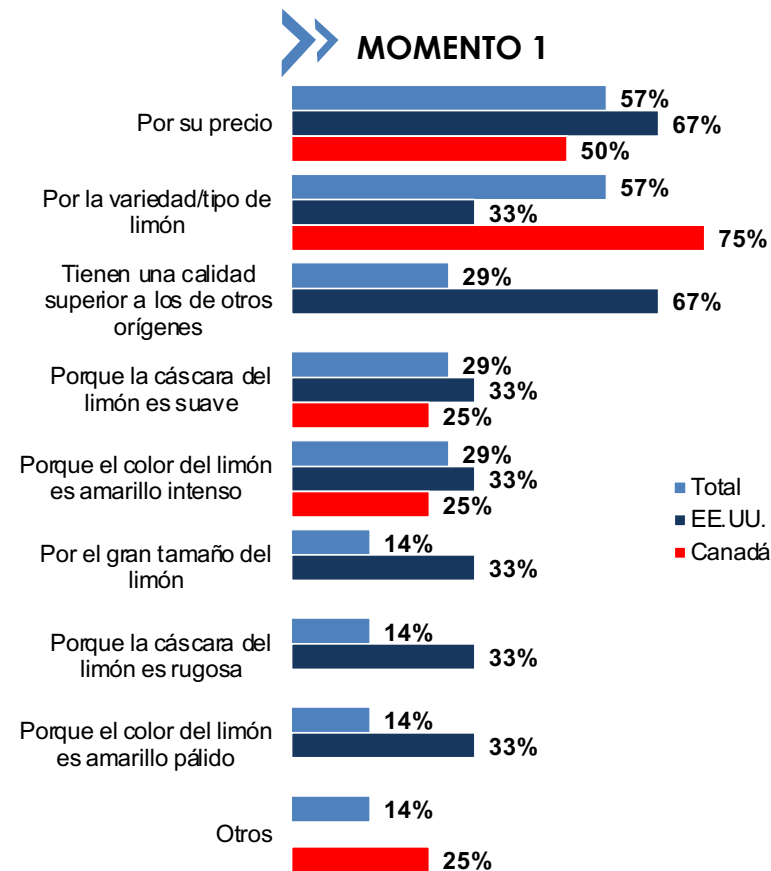
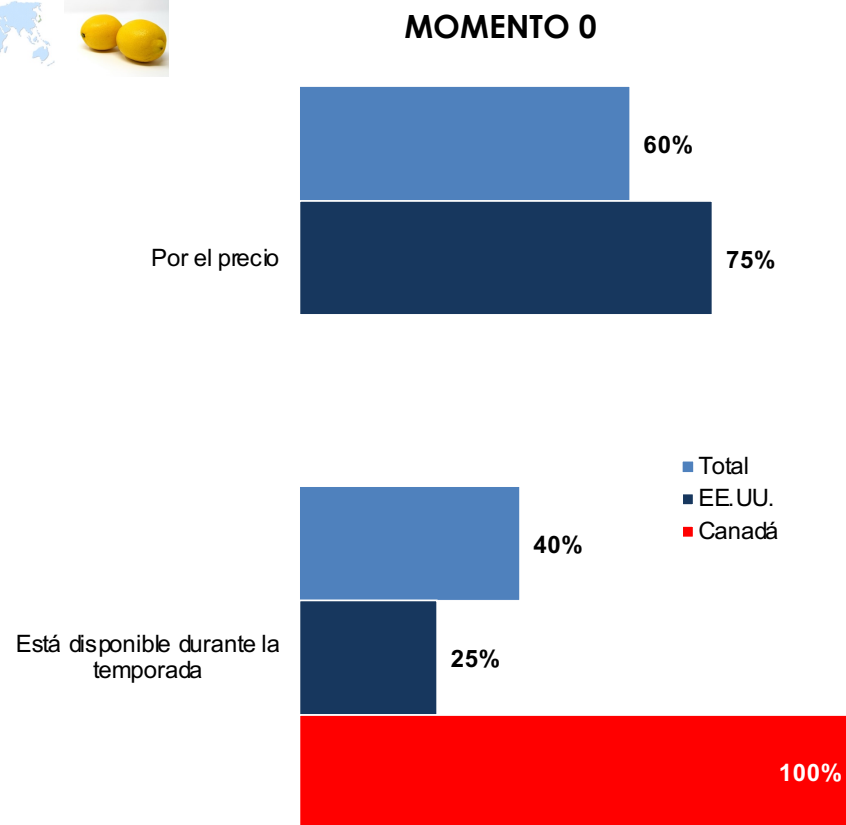


¿PODRÍA SEÑALAR CUÁLES SON LOS ORÍGENES DE LOS LIMONES QUE UDS. VENDEN EN SU/S ESTABLECIMIENTO/S O EN LOS ESTABLECIMIENTOS A LOS QUE UD. PROVEA? (P.16)

Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=22) (EE.UU.=12; Canadá=10)

Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=14) (EE.UU.=5; Canadá=9)

LOS ORÍGENES DE LOS LIMONES COMERCIALIZADOS – MOTIVOS DE COMERCIALIZACIÓN DEL LIMÓN DE ORIGEN EUROPEO



¿Y CUÁLES SON LOS PRINCIPALES MOTIVOS POR LOS QUE COMERCIALIZA LIMONES DE ORIGEN EUROPEO? (P.17)

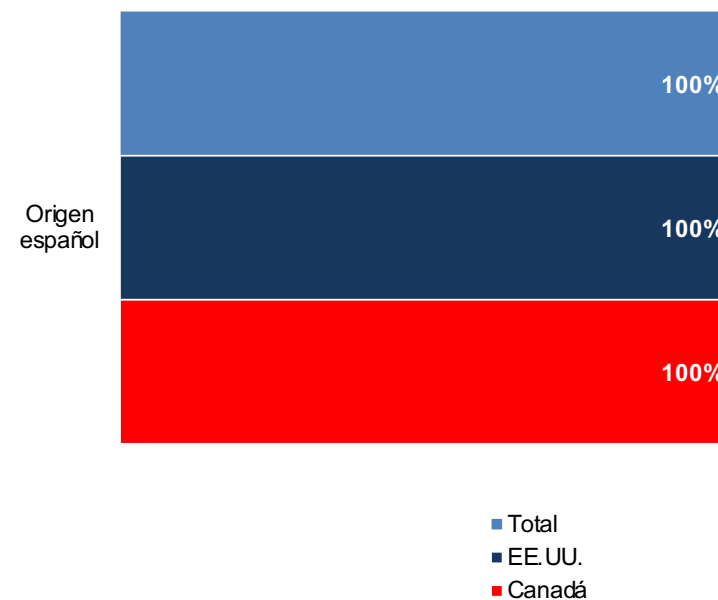
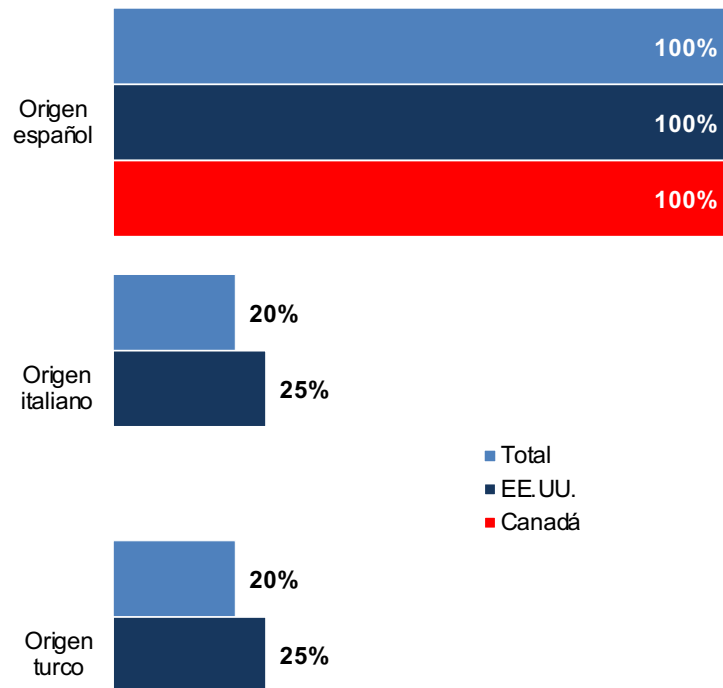
Base: Distribuidores de limón de origen europeo (n=7) (EE.UU.=5; Canadá=2)

Base: Distribuidores de limón de origen europeo (n=7) (EE.UU.=3; Canadá=4)

LOS ORÍGENES DE LOS LIMONES COMERCIALIZADOS – ORÍGENES DEL LIMÓN DE ORIGEN EUROPEO

MOMENTO 0

MOMENTO 1



□ ME HA DICHO QUE COMERCIALIZA LIMONES DE ORIGEN EUROPEO Y CONCRETAMENTE, ¿DE QUÉ PAÍS? (P.18)

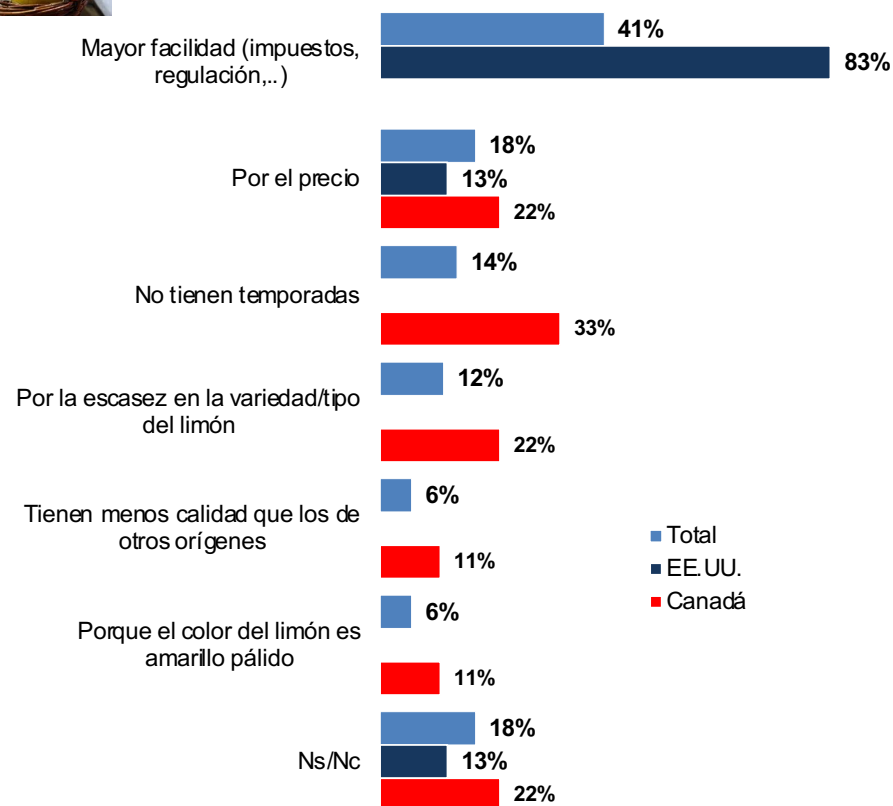
Base: Distribuidores de limón de origen europeo (n=7) (EE.UU.=5; Canadá=2)

Base: Distribuidores de limón de origen europeo (n=7) (EE.UU.=3; Canadá=4)

LOS ORÍGENES DE LOS LIMONES COMERCIALIZADOS – MOTIVOS DE NO COMERCIALIZACIÓN DEL LIMÓN DE ORIGEN EUROPEO



MOMENTO 0



MOMENTO 1



¿CUÁLES SON LOS PRINCIPALES MOTIVOS POR LOS QUE NO COMERCIALIZA LIMONES DE ORIGEN EUROPEO (P.19)

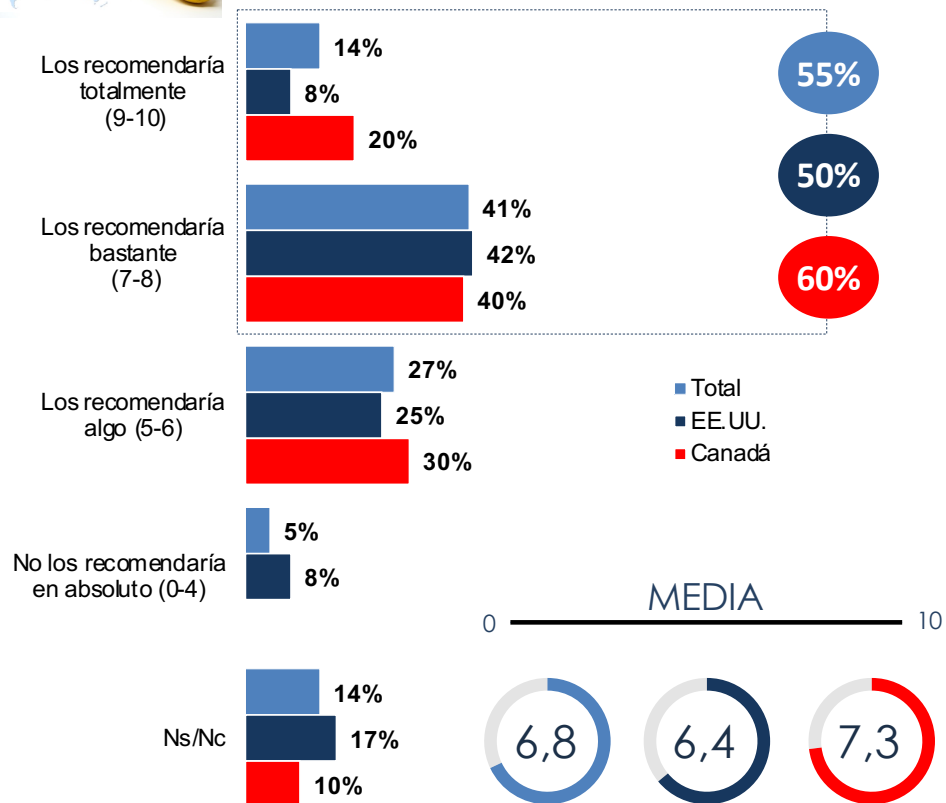
Base: No distribuidores de limón de origen europeo (n=15) (EE.UU.=7; Canadá=8)

Base: No distribuidores de limón de origen europeo (n=7) (EE.UU.=2; Canadá=5)

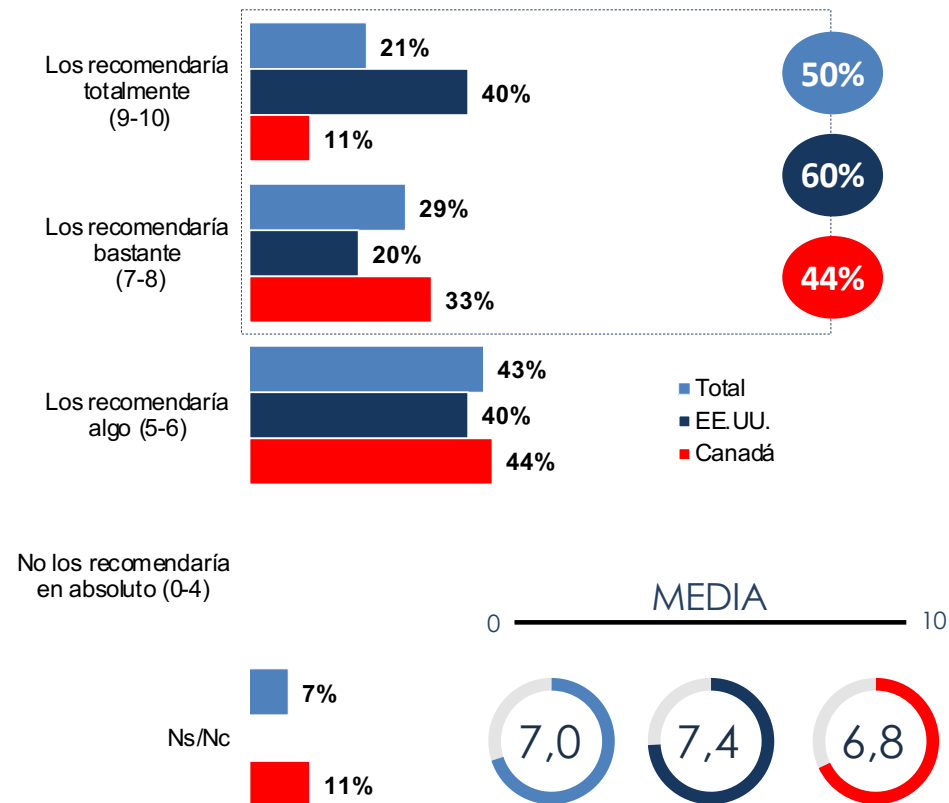
RECOMENDACIÓN DEL LIMÓN EUROPEO



MOMENTO 0



MOMENTO 1



EN FUNCIÓN DE LO QUE UD. CONOCE, O HA OÍDO HABLAR, SI TUVIERA LA OPORTUNIDAD DE RECOMENDAR LOS LIMONES DE LA UNIÓN EUROPEA, ¿HASTA QUÉ PUNTO LOS RECOMENDARÍA? (P.20)

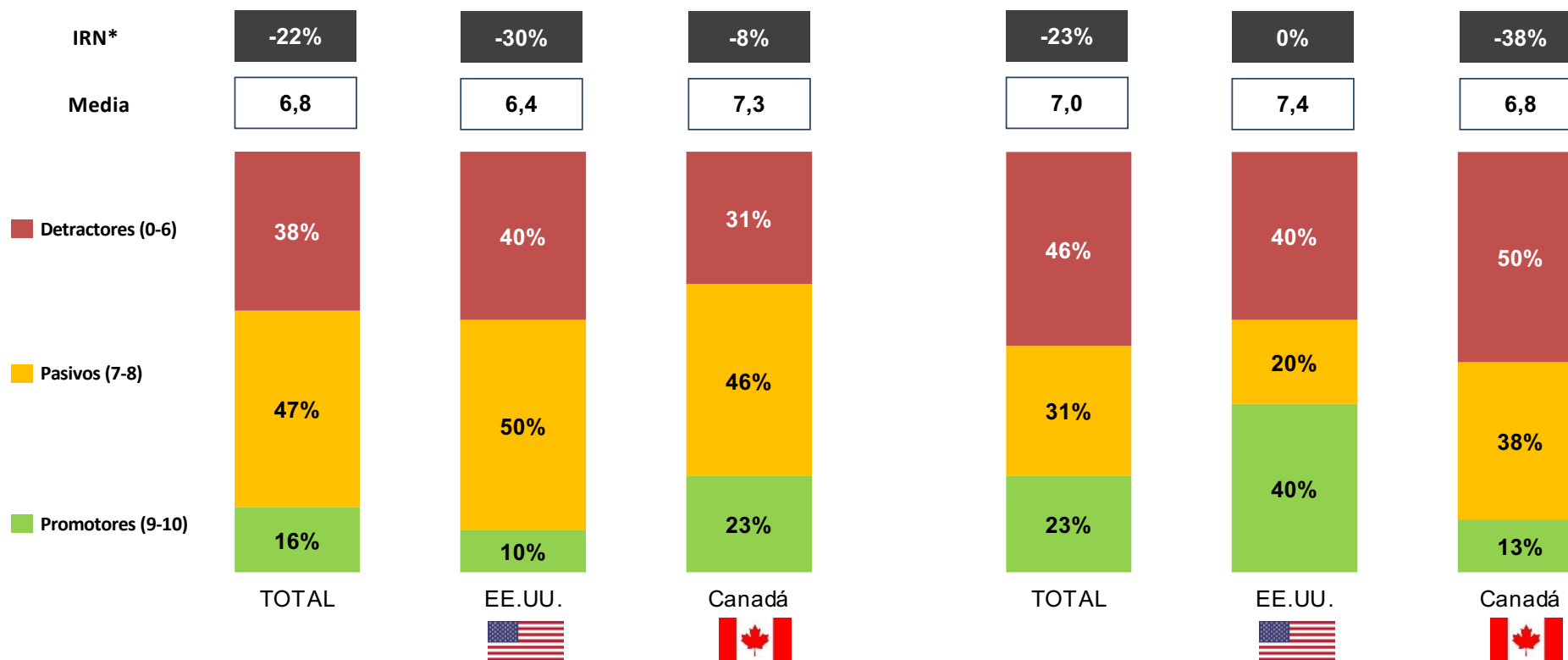
Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=22) (EE.UU.=12; Canadá=10)

Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=14) (EE.UU.=5; Canadá=9)

RECOMENDACIÓN DEL LIMÓN EUROPEO

MOMENTO 0

MOMENTO 1



EN FUNCIÓN DE LO QUE UD. CONOCE, O HA OÍDO HABLAR, SI TUVIERA LA OPORTUNIDAD DE RECOMENDAR LOS LIMONES DE LA UNIÓN EUROPEA, ¿HASTA QUÉ PUNTO LOS RECOMENDARÍA? (P.20)

Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=22) (EE.UU.=12; Canadá=10)

Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=14) (EE.UU.=5; Canadá=9)

B. – RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

- B.1. La comercialización del limón
- B.2. Evolución en la demanda de limón
- B.3. La imagen del limón. El limón de calidad
- B.4. El limón de calidad
- B.5. El limón de origen europeo
- B.6. La comunicación en relación con el limón de origen europeo**

- A juicio de los distribuidores consultados, la demanda del consumidor de limón de información en la etiqueta no es generalizada, aunque esta demanda es mayor en EE.UU. que en Canadá.
- Las demandas de información se centran en:
 - Código PLU.
 - Tamaño.
 - Código de seguimiento.
 - Origen de procedencia.
 - Tratamiento del limón.
- Las campañas publicitarias tanto en redes sociales como en prensa obtienen un impacto muy minoritario, y únicamente en EE.UU.
- Se mantiene el escepticismo sobre la ayuda de las campañas en la mejora de la percepción sobre la calidad del limón europeo, especialmente en EE.UU.

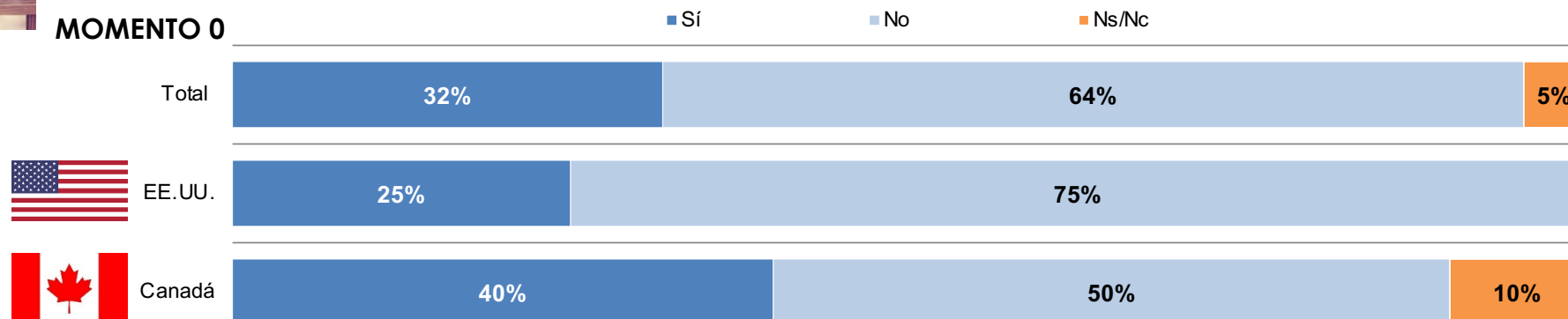


LAS CAMPAÑAS DE INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN DEL LIMÓN DE ORIGEN EUROPEO MANTIENEN UN CONSIDERABLE ESCEPTICISMO, MAYOR EN EE.UU. QUE EN CANADÁ

DEMANDA DE INFORMACIÓN EN LA ETIQUETA

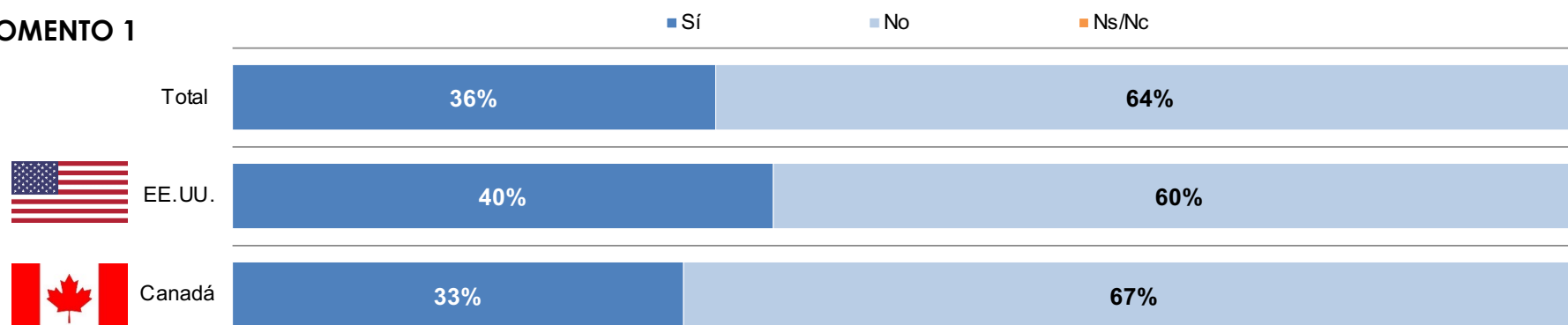


MOMENTO 0



Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=22) (EE.UU.=12; Canadá=10)

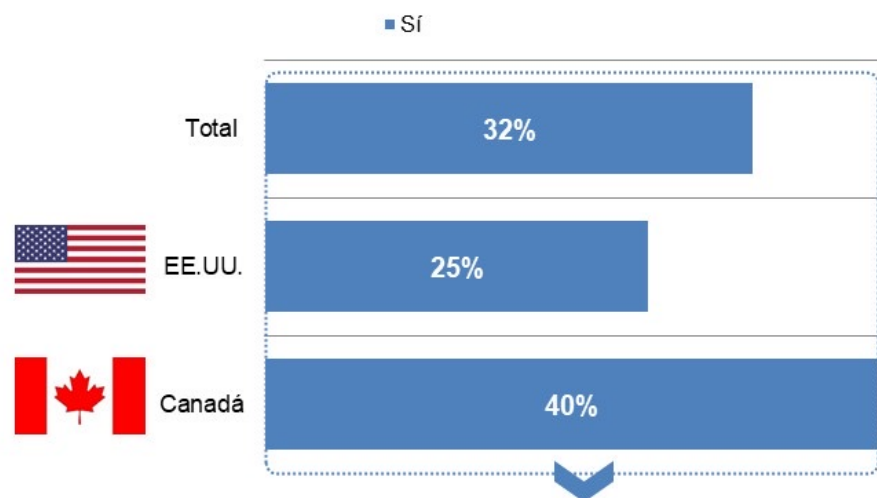
MOMENTO 1



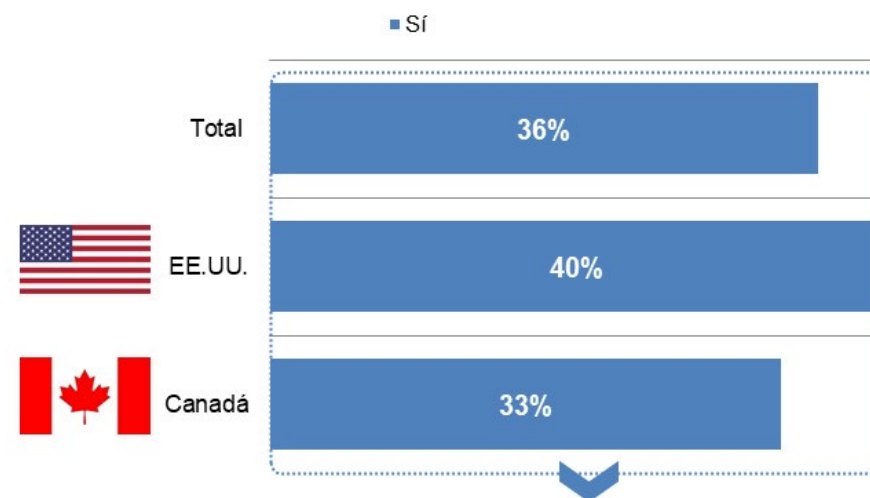
Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=14) (EE.UU.=5; Canadá=9)

□ DESDE SU PUNTO DE VISTA ¿CREE QUE EL CONSUMIDOR DE LIMÓN DEMANDA ALGÚN TIPO DE INFORMACIÓN ESPECIFICA EN EL ETIQUETADO? (P.21)

DEMANDA DE INFORMACIÓN EN LA ETIQUETA



País de origen	3 respuestas	
Código PLU	2 respuestas	
Variedad del limón	2 respuestas	
Controles de calidad	2 respuestas	
Producción orgánica/no orgánica	1 respuesta	

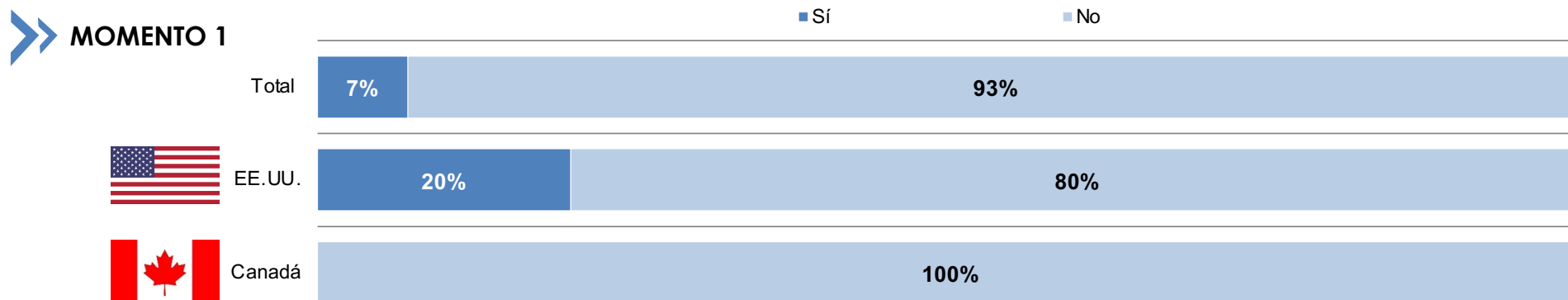


Código PLU	2 respuestas	
Tamaño / Calibre	1 respuesta	
Código de seguimiento	1 respuesta	
El origen	1 respuesta	
El tratamiento	1 respuesta	

¿PODRÍA INDICARNOS QUÉ TIPO DE INFORMACIÓN DEMANDA? (P.21A)

Base: Distribuidores que afirman el consumidor de limón demanda información en la etiqueta

LAS CAMPAÑAS DE INFORMACIÓN Y DE PROMOCIÓN DEL LIMÓN DE ORIGEN EUROPEO



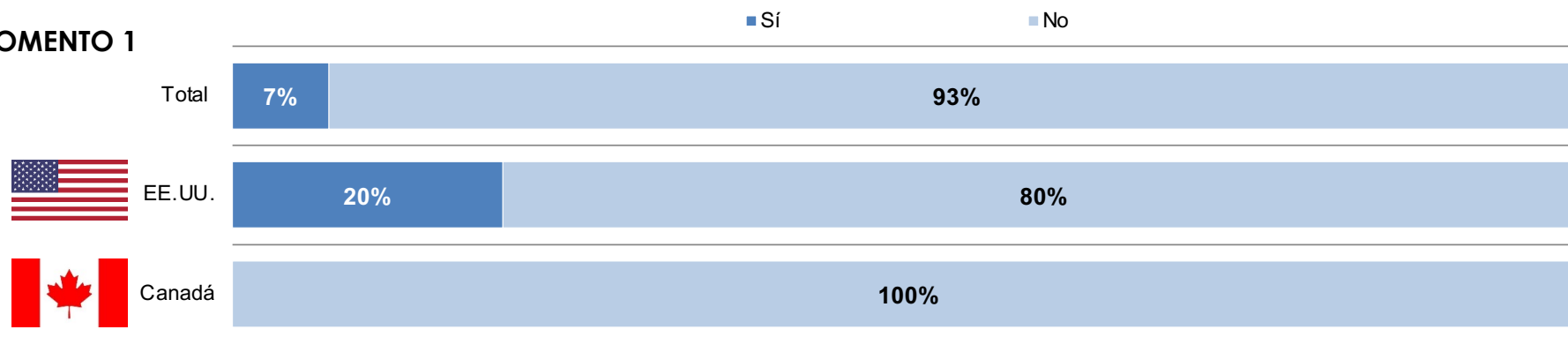
□ ¿HA VISTO RECIENTEMENTE EN REDES SOCIALES PUBLICIDAD PARA LA PROMOCIÓN DEL CUNSIMO DEL LIMÓN DE ORIGEN ESPAÑOL O DE LA UNIÓN EUROPEA? (P.22)*

Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=14) (EE.UU.=5; Canadá=9)

* A pesar de haber visto la campaña, no saben indicar en qué medio la vieron.

LAS CAMPAÑAS DE INFORMACIÓN Y DE PROMOCIÓN DEL LIMÓN DE ORIGEN EUROPEO

MOMENTO 1



□ ¿Y HA VISTO RECIENTEMENTE ALGUN COMUNICADO DE PRESNA O NOTICIA SOBRE EL LIMÓN DE ORIGEN ESPAÑOL O DE LA UNIÓN EUROPEA? (P.24)

Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=14) (EE.UU.=5; Canadá=9)






■ Total ■ EE.UU. ■ Canadá

□ ¿DÓNDE RECUERDA HABERLO VISTO? (P.25)

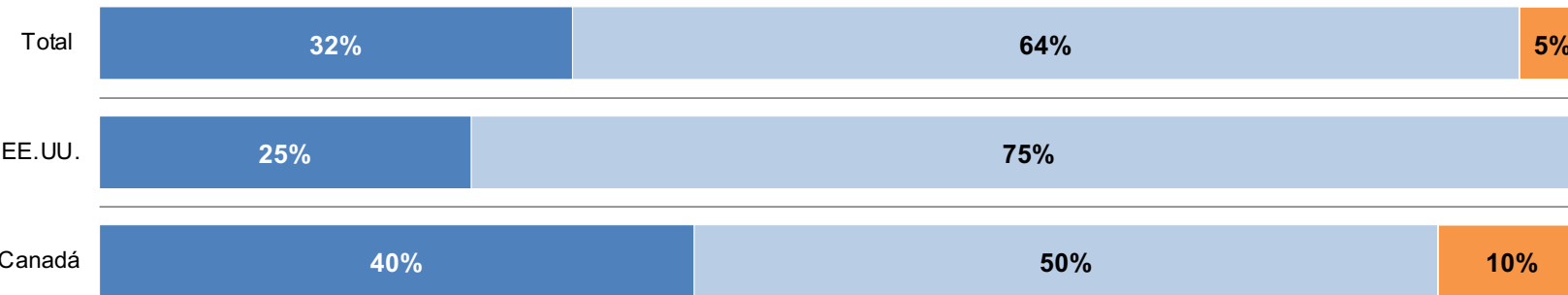
Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=14) (EE.UU.=5; Canadá=9)

LAS CAMPAÑAS DE INFORMACIÓN Y DE PROMOCIÓN DEL LIMÓN DE ORIGEN EUROPEO



MOMENTO 0

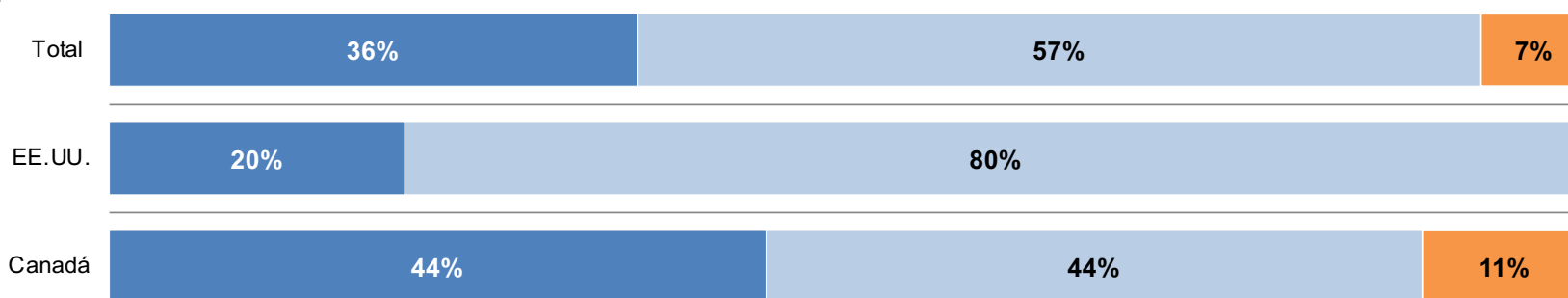
■ Sí ■ No ■ Ns/Nc



Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=22) (EE.UU.=12; Canadá=10)

MOMENTO 1

■ Sí ■ No ■ Ns/Nc



Base: Total de los distribuidores entrevistados (n=14) (EE.UU.=5; Canadá=9)

Y POR ÚLTIMO, PARA CONCLUIR... DESDE SU PUNTO DE VISTA, ¿CREE QUE LAS CAMPAÑAS DE INFORMACIÓN Y PROMOCIÓN DEL LIMÓN EUROPEO EN SU PAÍS AYUDARÁN A MEJORAR LA PERCEPCIÓN SOBRE SU CALIDAD? (P.22)

A person in a white lab coat is holding a magnifying glass over a futuristic digital interface. The interface features various charts, graphs, and data points, including a large circular gauge in the center. The background is a light gray with a grid of white lines and various geometric shapes like hexagons and circles. The overall aesthetic is clean and modern, suggesting a high-tech or scientific environment.

C. – KPI'S

GRANDES APRENDIZAJES DEL ESTUDIO

Las expectativas se mantienen favorables, con una percepción mayoritaria del incremento de la demanda a futuro.

El precio actúa en mayor medida como driver para la comercialización, aunque también se posiciona como uno de los frenos.

El limón de origen europeo se percibe de mejor calidad que el resto, percepción potenciada por el amento en la consideración de unos mayores controles de calidad y una mayor garantía de trazabilidad que el resto.

El limón de origen europeo ocupa un lugar secundario en los mercados estadounidense y canadiense, claramente por detrás de limón americano y a la altura del africano.

Las campañas de comunicación consiguen un impacto minoritario, mientras que mantienen el escepticismo respecto a su contribución a la mejora de la imagen del producto.

KPI's

	MOMENTO 0	MOMENTO 1	MOMENTO 2	MOMENTO 3
A la hora de comprar limón ¿Qué porcentaje de los distribuidores tiene en cuenta el origen? (ESPONTÁNEO)	---	21%		
A la hora de comprar ¿Qué porcentaje de los distribuidores tiene en cuenta que el origen de los limones sea europeo? (SUGERIDO)	9%	14%		
¿Qué porcentaje de los distribuidores considera el origen / procedencia sea europeo a la hora de determinar que un limón es de buena calidad? (SUGERIDO)	9%	14%		
¿Qué porcentaje de los consumidores echa en falta en el producto información sobre el origen a juicio de los distribuidores? (ESPONTÁNEO)	10%	5%		

KPI's

