



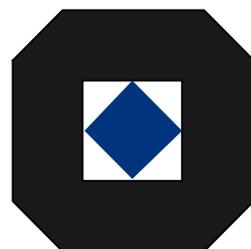
MINISTERIO DE
AGRICULTURA PESCA Y
ALIMENTACIÓN

Estudio del mercado del Plátano en la Unión Europea (LOTE II)

Informe FASE II

Noviembre 2002 - Expediente MC 2/2002

Estudio Realizado para el M.A.P.A. Por:



INSTITUT CERDÀ

Fundación Privada

Noviembre 2002

Estudio Mercado Plátano Unión Europea (Lote II) - Expediente MC 2/2002

ÍNDICE



➤ **Protocolo de Actuación Fase II**

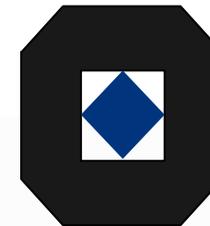
- Objetivos
- Visión General de la Metodología
- Ficha Técnica

➤ **Resumen de Resultados**

- Conclusiones Fase II
- Recomendaciones para la Fase III

➤ **Resultados Estudio**

- Venta de fruta y disposición de los lineales
- Características diferenciadoras entre el plátano y la banana
- Envasado de los distintos tipos de Fruta
- Origen Bananas y Plátanos de Canarias
- Material de Marketing presente en los establecimientos sobre Bananas y Plátanos de Canarias



**Protocolo de Actuación
Fase II:**

Objetivos

Noviembre 2002 - Expediente MC 2/2002

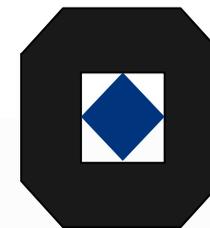
OBJETIVOS



PROYECTO DE DISTRIBUCIÓN (FASE II), se fundamenta en la observación en los puntos de venta de cada uno de los países objetivo (Reino Unido, Alemania y Bélgica), en las ciudades de Londres, Frankfurt y Bruselas.

Los objetivos individualizados de esta fase son:

- 1.** Presencia en los establecimientos de lineales diferenciados según tipo de fruta.
- 2.** Observación en los lineales de las frutas, frutas exóticas y bananas/plátanos:
 - Identificación de los diferentes tipos de frutas presentes.
 - Colocación de la fruta en el lineal (fruta colgada, en estantes, en estantes inclinados, etc.).
 - Tipo de envasado (bolsa, red, bandeja...).
 - Convivencia de la banana/plátano con el resto de las frutas.
- 3.** Grado de especificación del origen de las bananas y plátanos. Distribución por área de procedencia.
- 4.** Estrategias de marketing para frutas, frutas exóticas y bananas/plátanos en los puntos de venta:
 - Tipo de material gráfico presente.
 - Mensaje escrito en el material gráfico.
 - Promociones y/o degustaciones en el punto de venta.



**Protocolo de Actuación
Fase II:**

**Visión General
Metodología**

Noviembre 2002 - Expediente MC 2/2002

VISIÓN GENERAL DE LA METODOLOGÍA



FASE II: Estudio del lineal de la distribución

Revisión de los objetivos y diseño definitivo del cuestionario

- Diseño de un cuestionario que refleje y cubra los objetivos generales y los particulares indicados en el apartado de diseño del cuestionario
- Cuestionario definitivo aprobado por comisión de seguimiento (según pliego)
- Revisión de la estrategia de realización de la entrevista
- Briefing a los entrevistadores

Trabajo de campo: realización de las observaciones

- Revisión previa de los lugares donde llevar a cabo las observaciones para tener una composición de lugar
- Observaciones realizadas in situ en una muestra de Hipermercados, Supermercados, Canal tradicional
- Se cumplimentará un cuestionario tras las observaciones

Tabulación de datos y Análisis

- Definición del plan de codificación
- Tabulación y depuración de datos
- Análisis de los datos (análisis tradicional)
- Revisión de los resultados por parte del equipo de Distribución Comercial del Institut Cerdà para que den sus aportaciones

Estudio Mercado Plátano Unión Europea (Lote II) - Expediente MC 2/2002

VISIÓN GENERAL DE LA METODOLOGÍA: Cuestionario (1/4)



Cuestionario definitivo aprobado con fecha de 8 de octubre de 20 02 por el Grupo de Seguimiento.



Institut Cerdà - Plátanos 2002 - Estudio 6.423

MYSTERY SHOPPING - ESTUDIO PLÁTANOS CUESTIONARIO

Código País	Numero de la entrevista		

+		NOMBRE Y APELLIDOS DEL ENCUESTADOR : _____	
CARACTERÍSTICAS DEL PUNTO DE VENTA			
DIRECCIÓN: _____			
CÓDIGO POSTAL: / _____ /			
CIUDAD:	LONDON	1	
	BRUSELS	2	
	FRANKFURT	3	
TIPO DE PUNTO DE VENTA :			
	Hipermercado, en la parte Frutería	1	
	Supermercado, en la parte Frutería	2	
	Tiendas tradicionales, en la parte Frutería	3	
	Mercados/ Mercadillos, en la parte Frutería	4	
	Tiendas delicatessen / Gourmet	5	
	Hard Discount	6	
	Otros(Por ejemplo :tiendas abiertas 24h.) Especificar	7	
FECHA DE LA VISITA: / ____ / ____ / 2002		HORA DE LA VISITA: / ____ / H / ____ /	
DIA MES			
DURACION DE LA VISITA:		minutos	

Estudio Mercado Plátano Unión Europea (Lote II) - Expediente MC 2/2002

VISIÓN GENERAL DE LA METODOLOGÍA: Cuestionario (2/4)



Institut Cerdà - Plátanos 2002 - Estudio 6.423

INFORMACIÓN GENERAL SOBRE TIPOS DE FRUTA PRESENTES EN EL ESTABLECIMIENTO

1-	<p>¿Cuáles son las frutas que hay dentro de la tienda ?</p> <p>Banana..... 1</p> <p>Plátanos de canarias..... 2</p> <p>Frutas exóticas : mango, papaya, maracuyá..... 3</p> <p>Frutas comunes : manzanas, naranjas, peras..... 4</p> <p>Frutos secos..... 5</p> <p>Si no hay bananas ni tampoco bananas de canarias, salir del punto de venta y no tener en cuenta la visita</p>
2-	<p>¿Las bananas/plátanos de Canarias están en la zona de las frutas exóticas o en la zona de las frutas comunes?</p> <p>Frutas exóticas..... 1</p> <p>Frutas comunes..... 2</p> <p>En una zona aparte..... 3</p>
3-	<p>¿Hay alguna diferenciación de lineales según tipo de fruta ?</p> <p>Sí.....1</p> <p>No.....2→Pasar a P5</p>
4-	<p>En caso afirmativo ¿cuáles son los lineales diferenciados que hay?</p> <p>Bananas..... 1</p> <p>Frutas exóticas : mango, papaya, maracuyá..... 2</p> <p>Frutas comunes : manzanas, naranjas, peras..... 3</p> <p>Frutos secos..... 4</p> <p>Otro, <i>Especificar</i>..... 5</p>
5-	<p>¿Se diferencia la banana y el plátano de Canarias?</p> <p>Sí, se diferencian..... 1</p> <p>No..... 2</p> <p>No hay plátano de Canarias..... 3→Pasar a P8</p>
6-	<p>En el caso de que haya tanto bananas como plátano de Canarias. ¿Están juntas (conviven) la banana y el plátano de Canarias o están separadas en el lineal?</p> <p>Juntas..... 1</p> <p>Separadas..... 2</p> <p>Otros, <i>Especificar</i>..... 3</p>
7-	<p>En el caso de que haya tanto bananas como plátanos de Canarias, preguntar a un dependiente: ¿qué diferencia hay entre las bananas y los plátanos de Canarias?</p> <p>Una diferencia de color..... 1</p> <p>Una diferencia de origen.....2</p> <p>Una diferencia de sabor..... 3</p> <p>Una diferencia de tamaño..... 4</p> <p>Otros, <i>Especificar</i>.....5</p> <p>No lo sabe.....6</p>

Estudio Mercado Plátano Unión Europea (Lote II) - Expediente MC 2/2002

VISIÓN GENERAL DE LA METODOLOGÍA: Cuestionario (3/4)



Institut Cerdà - Plátanos 2002 - Estudio 6.423

INSTITUT CERDÀ
Nov. de Recerca i d'Innovació en el Sector Agrari

DETALLE DE INFORMACIÓN SOBRE LOS DIFERENTES TIPOS DE FRUTA

		FRUTACOMÚN	FRUTAEXÓTICA	PLÁTANO CANARIAS/ BANANAS
8-	¿Cómo están envasados los distintos tipos de fruta?			
	Bandeja	1	1	1
	Bolsa	2	2	2
	Red	3	3	3
	En cajas de cartón a granel	4	4	4
	En cajas de cartón por kilos	5	5	5
	Otros, <i>Especificar</i>	6	6	6
	Suelta, ningún envase.....	7	7	7

INFORMACION ESPECIFICA SOBRE BANANAS Y PLATANOS DE CANARIAS

		BANANAS	PLATANOS DE CANARIAS
9-	¿Existe alguna información sobre el origen de las bananas /plátanos de Canarias?		
	Si	1	1
	No	2	2
10-	En caso afirmativo, ¿qué tipo de información está indicado sobre el origen de las bananas /plátanos de Canarias?		
	Fecha de recogida	1	1
	La empresa/ marca	2	2
	La región	3	3
	El país	4	4
11-	En caso afirmativo en la región o el país de procedencia, ¿cuál es la región / el país de origen de las bananas /plátanos de Canarias?		
	Canarias	1	1
	Caribe	2	2
	Camérún	3	3
	Colombia	4	4
	Costa de Marfil	5	5
	Costa Rica	6	6
	Dominica/ Santa Lucía	7	7
	Ecuador	8	8
	Ghana	9	9
	Guatemala	10	10
	Guadalupe/ Martinica (o Francia)	11	11
	Honduras	12	12
	Jamaica	13	13
	Madeira (o Portugal)	14	14
	México	15	15
	Nicaragua	16	16
	Panamá	17	17
	República Dominicana	18	18
	Otro, <i>Especificar</i>	19	19

Estudio Mercado Plátano Unión Europea (Lote II) - Expediente MC 2/2002

VISIÓN GENERAL DE LA METODOLOGÍA: Cuestionario (4/4)



Institut Cerdà - Plátanos 2002 - Estudio 6.423

MATERIAL DE MARKETING

		BANANAS	PLATANOS DE CANARIAS
12-	¿Hay algún tipo de material gráfico/ merchandising presente sobre los bananos / plátanos de Canarias? Si No	1 2	1 2
13-	En caso afirmativo ¿qué tipo de material hay? Carteles de ubicación de los bananos / bananos de Canarias dentro del punto de venta..... Otros carteles/ pósteres Folleto (recoger el folleto) Etiquetas en las frutas..... Display..... Otros, <i>Especificar</i>	1 2 3 4 5 6	1 2 3 4 5 6
14-	Si hay etiquetas en las frutas, ¿cuál es el grado de etiquetaje que se observa? Sólo en algunas unidades En todas las unidades	1 2	1 2
15-	¿Hay algún tipo de promoción / degustación de las bananos / plátanos de Canarias en el punto de venta? Promociones Degustaciones.....	1 2	1 2
16-	En caso afirmativo a las promociones ¿qué tipo de promoción hay? Un descuento sobre el precio..... Una oferta para comprar más cantidad..... Un regalo Otros, <i>Especificar</i>	1 2 3 4	1 2 3 4

Comentarios adicionales :

Incluir cualquier información específica interesante sobre las Bananas/ Plátanos de Canarias en general (p.e. si existe algún slogan, si hay algún aspecto que llama la atención, etc.).



**Protocolo de Actuación
Fase II :
Ficha Técnica**

FICHA TÉCNICA



- **Universo:** Canales de Distribución de Bélgica, Alemania y Reino Unido.
- **Ámbito de la investigación:** La investigación se ha llevado a cabo en Bruselas, Frankfurt y Londres.
- **Recogida de información:**
 - **Técnica de investigación:** Encuesta personal mediante observación y posterior cumplimentación de un cuestionario (Pseudocompras ó Mystery Shopper).
 - **Entrevistadores:** El trabajo de campo ha sido realizado por entrevistadores expertos en la utilización de la técnica de Mystery Shopping, en este tipo de establecimientos, con una experiencia mínima de 5 años.
- **Muestra:**
 - Se han llevado a cabo 453 pseudocompras (Mystery Shopper) en total.
 - La distribución de la muestra por ciudades es:
 - Bruselas 152 evaluaciones.
 - Frankfurt 150 evaluaciones.
 - Londres 151 evaluaciones.

FICHA TÉCNICA



■ Selección:

- La investigación se ha realizado en diferentes tipos de establecimientos: hipermercados, supermercados, tiendas tradicionales, mercados/mercadillos, ... etc, que representan los canales típicos de venta minorista de fruta en estas ciudades.
- La selección final de los establecimientos se ha realizado de forma aleatoria, polietápica y estratificada en función de 2 cuotas previamente definidas por la dirección técnica de la investigación:
 - Representatividad de los canales (volumen de ventas, número de establecimientos), por ciudad y en el total de la muestra.
 - Obligatoriedad de que cada establecimiento venda al público bananas y/o plátanos de Canarias.
- La distribución de la muestra en los diferentes tipos de establecimientos ha sido realizada en función de los resultados preliminares disponibles de la Fase I en el momento de iniciar el trabajo de campo del estudio. **Distribución de la muestra:**

	Hipermercados	Supermercados	Tiendas Tradicionales	Mercados	Tiendas Delicatessen	Tiendas/almacenes Hard Discount	Otros	TOTAL
LONDRES	41	29	45	10	11	10	5	151
BRUSELAS	14	42	56	10	11	19	0	152
FRANKFURT	11	31	40	14	10	27	17	150

FICHA TÉCNICA



- **Realización de las entrevistas:** El trabajo de campo ha tenido lugar entre el 21 de octubre y el 4 de noviembre de 2002.
- **Error estándar:**
 - El **error máximo** de la investigación para los datos tanto globales como por ciudad son, en las condiciones estadísticas convencionales $p=q=50$ y un nivel de confianza del 95,5%, son de:

	n	% Margen de error máximo (+)
Bruselas	152	8,1
Frankfurt	150	8,2
Londres	151	8,1
TOTAL	453	4,7

- **Control de calidad:**
 - La supervisión, depuración y codificación de las entrevistas se ha realizado entre el 5 y el 8 de noviembre.
 - El control de calidad ha sido realizado en nuestras oficinas en España.

A decorative graphic consisting of several octagons and diamonds. One octagon in the center-right is black with a blue diamond inside. Three other octagons are light gray with white diamonds inside. The background is white with a large, faint gray octagon containing a white diamond.

Conclusiones

Noviembre 2002 - Expediente MC 2/2002

CONCLUSIONES



PRESENCIA PLÁTANO DE CANARIAS

- El Plátano de Canarias tiene una presencia muy reducida, en la actualidad, en los establecimientos minoristas que venden frutas en las ciudades de Bruselas, Frankfurt y Londres.
- La cuota de penetración del plátano en el global de estas ciudades es del 6,4%: Bruselas (6,6%), Frankfurt (7,3%) y Londres (5,3%).
- La mayor penetración del plátano, por tipo de establecimiento, se da en:
 - Tiendas Delicatessen (9,4%).
 - Hipermercados/Grandes almacenes (7,6%).
 - Tiendas tradicionales/comercio especializado (7,1%).

CONCLUSIONES



SITUACIÓN DE BANANAS Y PLÁTANOS

- Las Bananas y los Plátanos de Canarias son consideradas principalmente, dentro del establecimiento, frutas comunes y su ubicación corresponde al lugar que ocupan éstas.
- Esta tendencia es muy homogénea en Frankfurt y Londres. En Bruselas, aunque mayoritaria, el 23,7% de los establecimientos sitúan las Bananas/Plátanos de Canarias en la zona de frutas exóticas.
- Las Bananas y los Plátanos de Canarias se encuentran en los establecimientos preferentemente:
 - ➔ Seltas (57,0%)
 - ➔ En cajas de cartón a granel (23,6%)
 - ➔ Bolsas (22,3%)

CONCLUSIONES



DIFERENCIACIÓN DE BANANAS Y PLÁTANOS

- Más de la mitad de los establecimientos evaluados (51,0%), diferencian los lineales según el tipo de frutas que venden. Los lineales de las Bananas están diferenciados en el 90,0% de los casos.
- En 28 establecimientos conviven la Banana y el Plátano de Canarias. En 20 de éstos las Bananas y los Plátanos de Canarias se diferencian y en 26 de los casos están separadas en el lineal.
- Los propietarios/empleados que trabajan en los establecimientos en donde conviven la Banana y el Plátano de Canarias encuentran diferencias apreciables (sólo en 2 casos no comentan diferencias) entre estas frutas, estas diferencias las determinan, por orden jerárquico, principalmente en:
 1. Tamaño
 2. Origen
 3. Sabor
 4. Color

CONCLUSIONES



INFORMACIÓN SOBRE EL ORIGEN

- En el 76,8% de los establecimientos que venden Bananas (452) existe información sobre el origen de éstas. En el 65,5% de los establecimientos que venden Plátanos de Canarias (29) existe información sobre el origen de éstos.
- En el caso de los Plátanos de Canarias prima la información referente a la región (68,4%) y el país (31,6%). En el caso de las Bananas prima la información sobre el país (74,6%) y sobre la empresa/marca (31,1%).
- El origen de las Bananas es heterogéneo por ciudades, en el global destacan:
 - 1.- Costa Rica (36,5%).
 - 2.- Colombia (24,0%).
 - 3.- Costa de marfil (14,6%).

CONCLUSIONES



MATERIAL GRÁFICO Y PROMOCIONES

- El material gráfico/merchandising que existe sobre las Bananas y los Plátanos de Canarias en los establecimientos es irrelevante, en la mayoría de los casos se limita a las etiquetas en las frutas.
- Solamente en 1 establecimiento de los 29 que ofrecen Plátano de Canarias hay una promoción del producto. La promoción consiste en un descuento sobre el precio.
- En 41 establecimientos de los 452 que ofrece Bananas hay promociones (21) o degustaciones (20). En la mayoría de los casos (76,4%) se fundamenta en un descuento sobre el precio.

Recomendaciones Fase III



PRINCIPALES RECOMENDACIONES PARA LA FASE III

- Posicionar el Plátano de Canarias como una fruta exótica o elitista para diferenciarlo de la banana.
- Resaltar las características específicas y diferenciadoras del Plátano respecto a las bananas en general.
- Utilizar las Tiendas Delicatessen/Gourmet y las fruterías tradicionales/especializadas de más calidad como canal preferente de comercialización minorista.
- Ofrecer degustaciones y promociones selectivas en los establecimientos seleccionados para potenciar la diferenciación en Sabor.



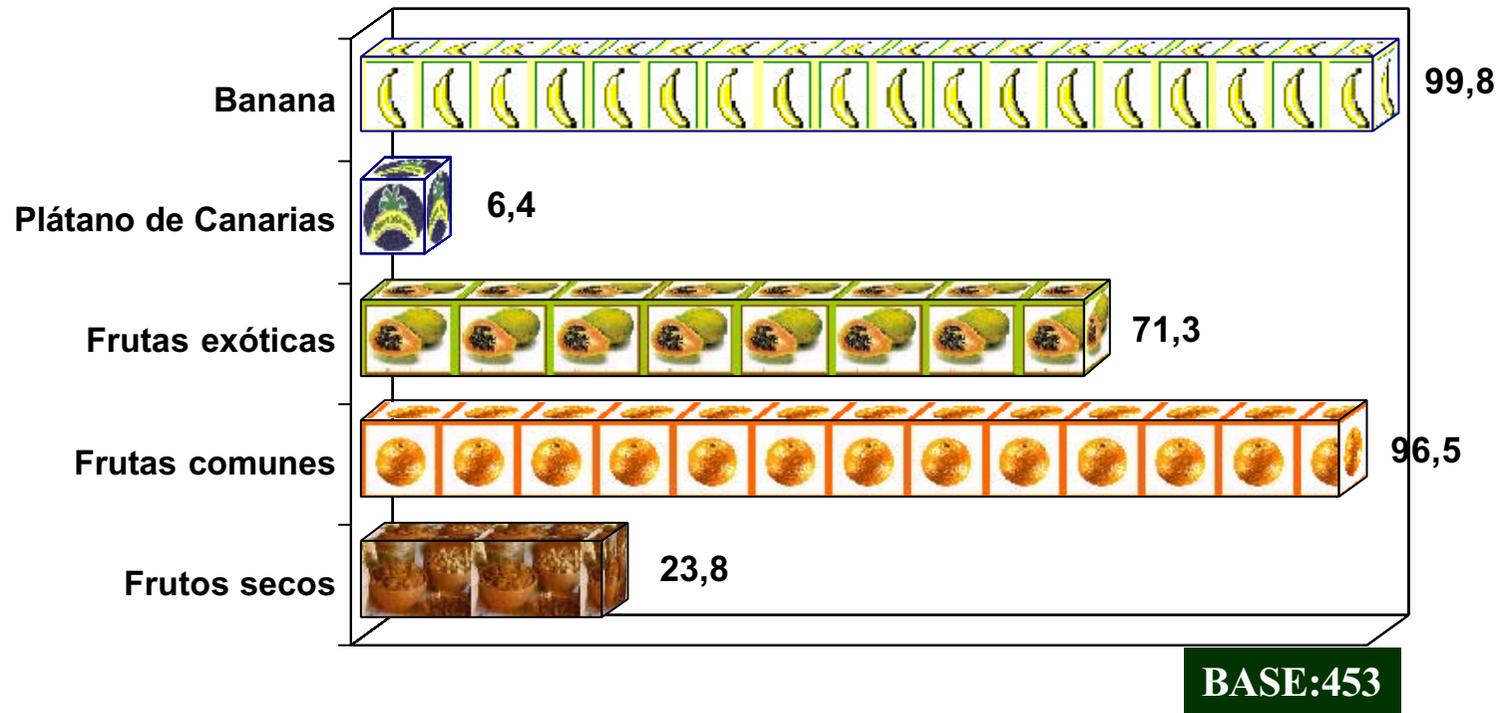
Resultados Estudio:

**Venta de fruta y
disposición de los lineales**

TIPOS DE FRUTAS DENTRO DEL ESTABLECIMIENTO (%)



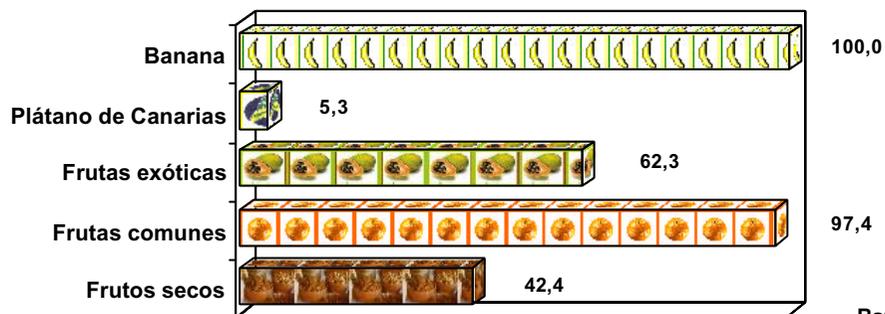
TOTAL



TIPOS DE FRUTAS POR CIUDAD (%)

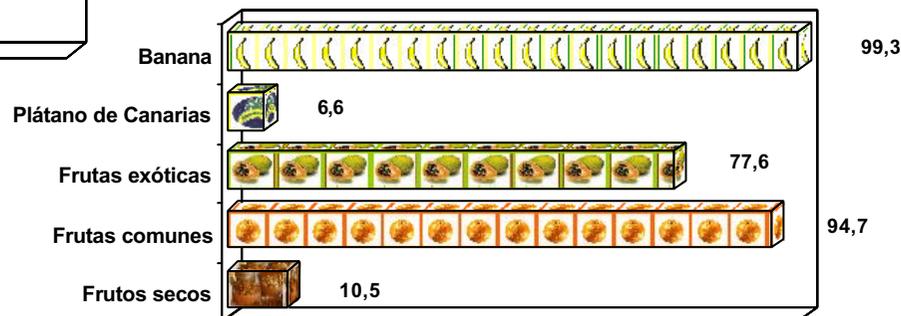


LONDRES



BASE:151

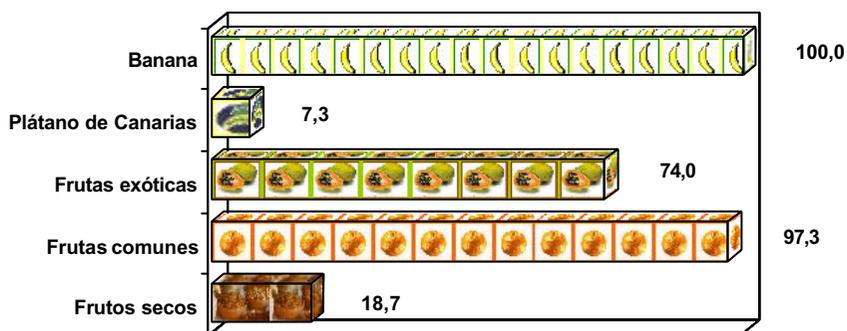
BRUSELAS



BASE:152

BASE:150

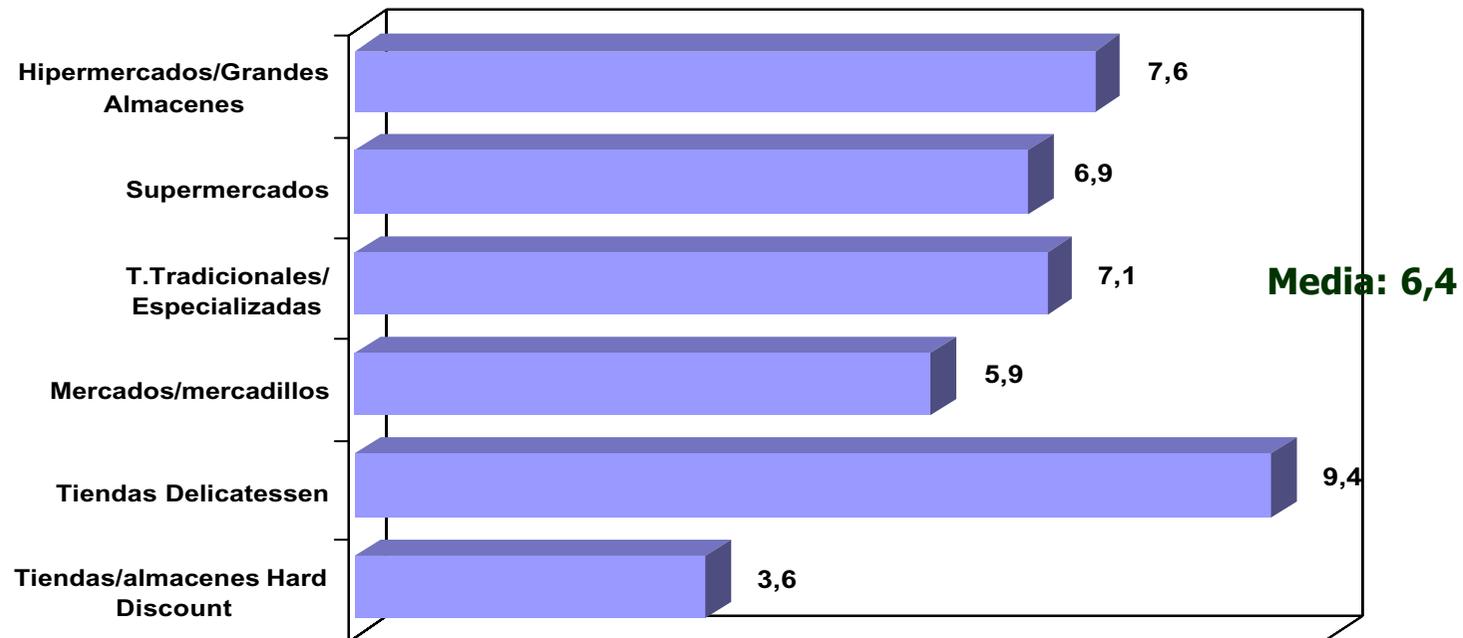
FRANKFURT



PENETRACIÓN DEL PLÁTANO DE CANARIAS POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO (%)

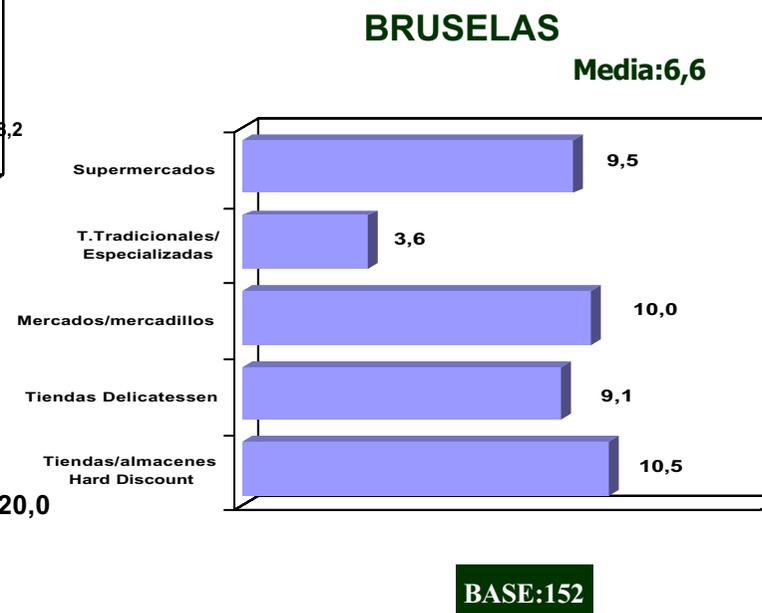
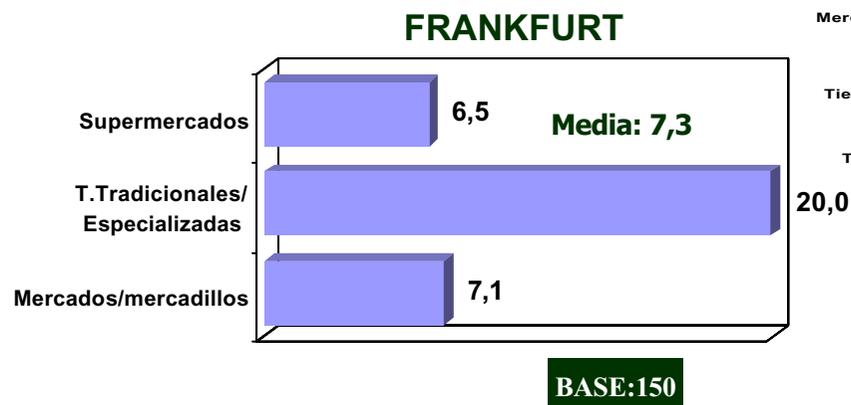
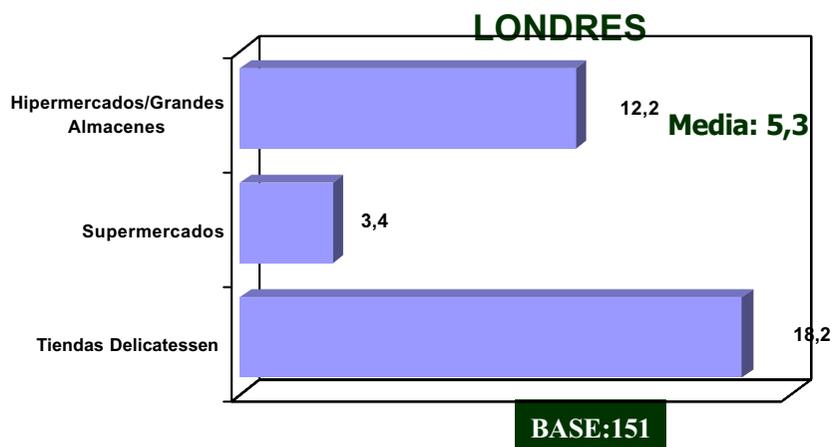


TOTAL

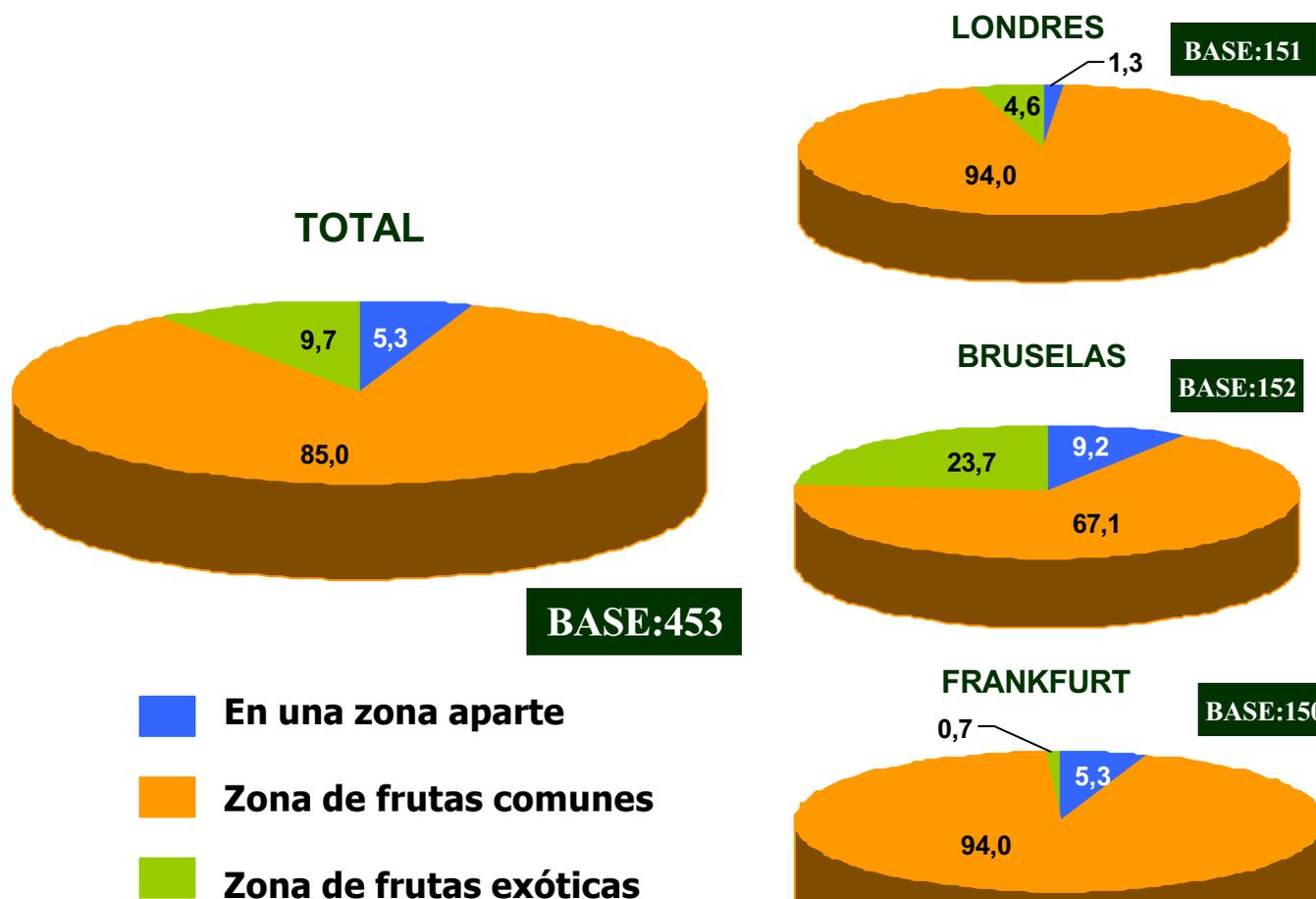


BASE:453

PENETRACIÓN DEL PLÁTANO DE CANARIAS POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO Y CIUDAD (%)



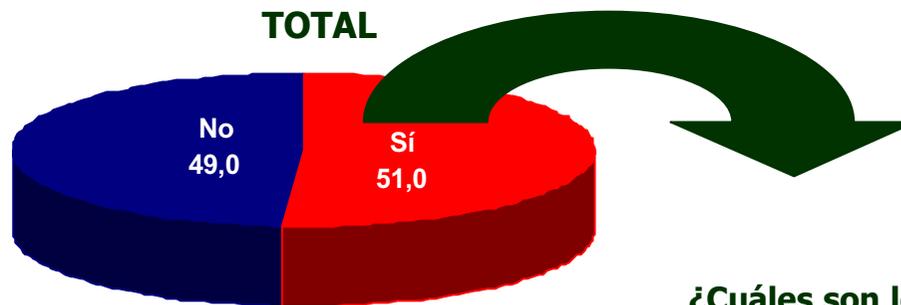
ZONA EN LA QUE SE SITUAN LAS BANANAS/ PLÁTANO DE CANARIAS (%)



LINEALES SEGÚN TIPO DE FRUTA (%)

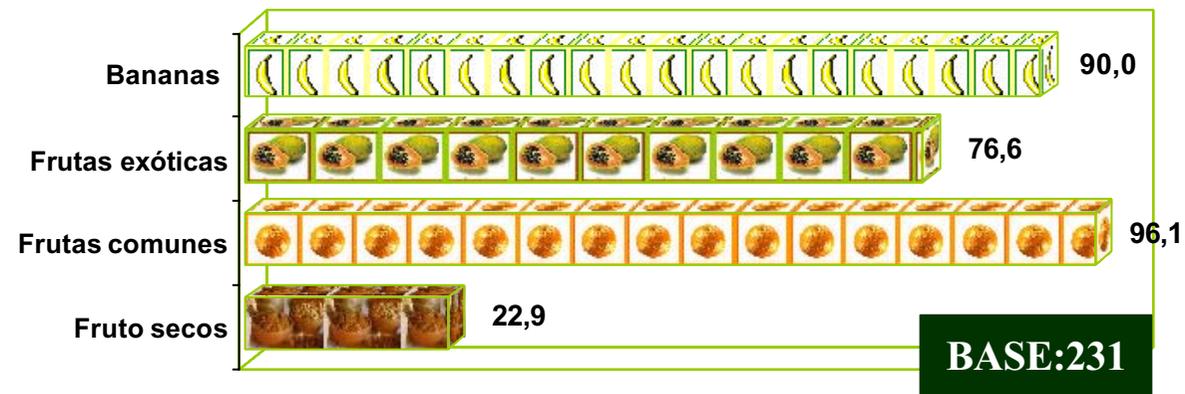


¿Hay alguna diferenciación de lineales según tipo de fruta?



¿Cuáles son los lineales diferenciados que hay?

BASE:453

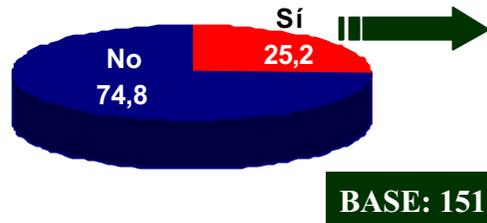


LINEALES SEGÚN TIPO DE FRUTA POR CIUDAD (%)

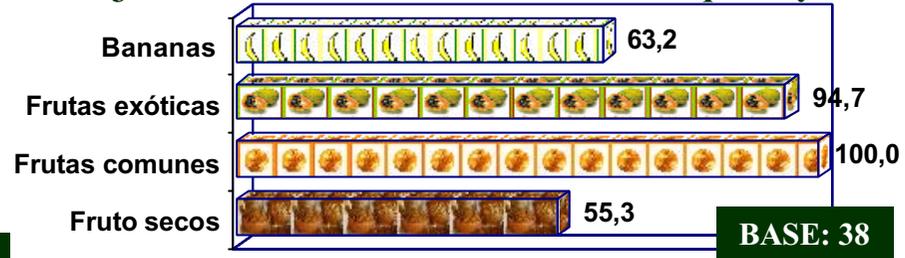


¿Hay alguna diferencia de lineales según tipo de fruta?

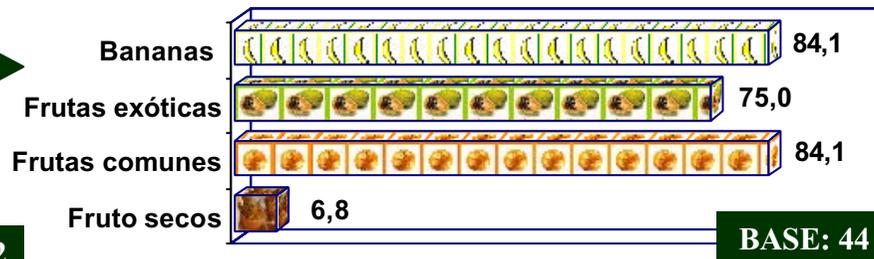
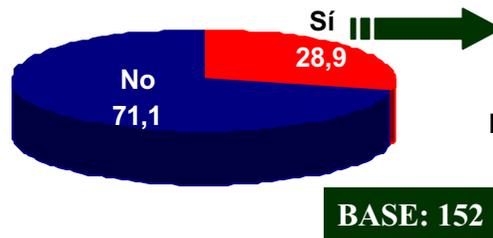
LONDRES



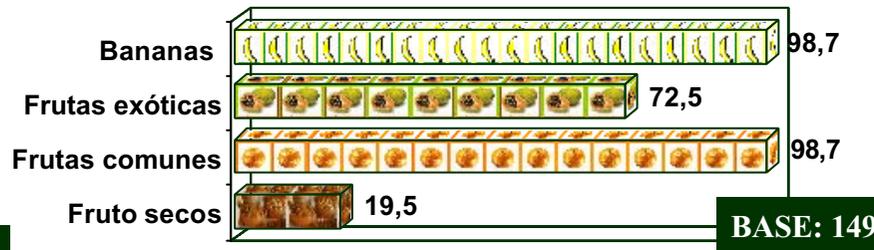
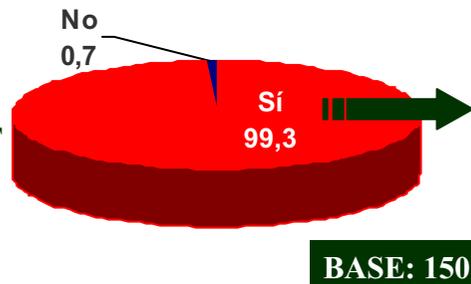
¿Cuáles son los lineales diferenciados que hay?



BRUSELAS



FRANKFURT





Resultados Estudio:
Características Diferenciadoras

CARACTERÍSTICAS DIFERENCIADORAS



¿ESTÁN DIFERENCIADAS LA BANANA Y EL PLÁTANO DE CANARIAS EN EL ESTABLECIMIENTO? (%)



- La no diferenciación se da principalmente en:
 - Londres
 - Hipermercados y Grandes Almacenes
 - Tiendas Delicatessen

BASE: 28

CONVIVENCIA DE LA BANANA/PLÁTANO DE CANARIAS EN EL LINEAL (%)



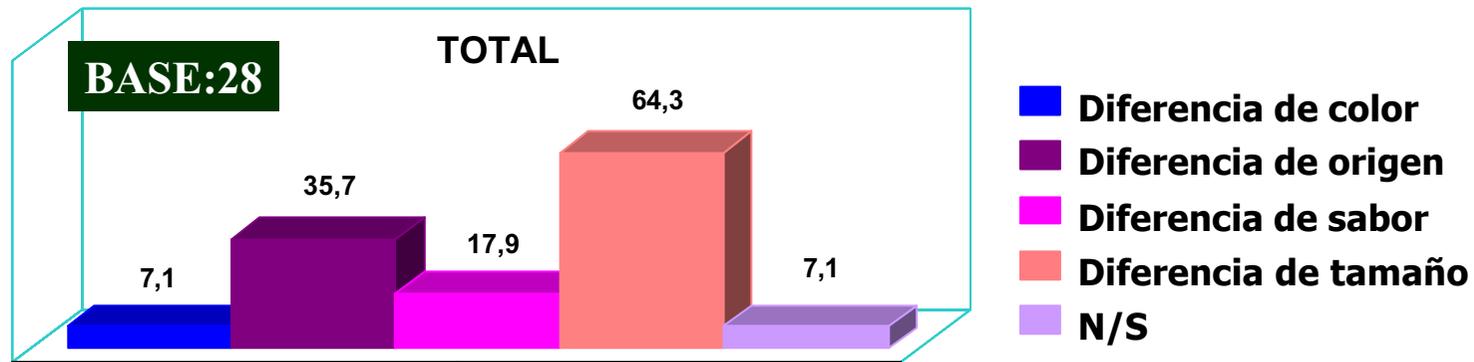
- Sólo se han hallado juntas en Londres y en Hipermercados / Grand es almacenes
- En dichos casos, estaban situadas en la zona de frutas comunes y no se diferenciaba entre banana y plátano

Estudio Mercado Plátano Unión Europea (Lote II) - Expediente MC 2/2002

CARACTERÍSTICAS DIFERENCIADORAS



DIFERENCIAS ENTRE BANANA Y PLÁTANO DE CANARIAS (%)



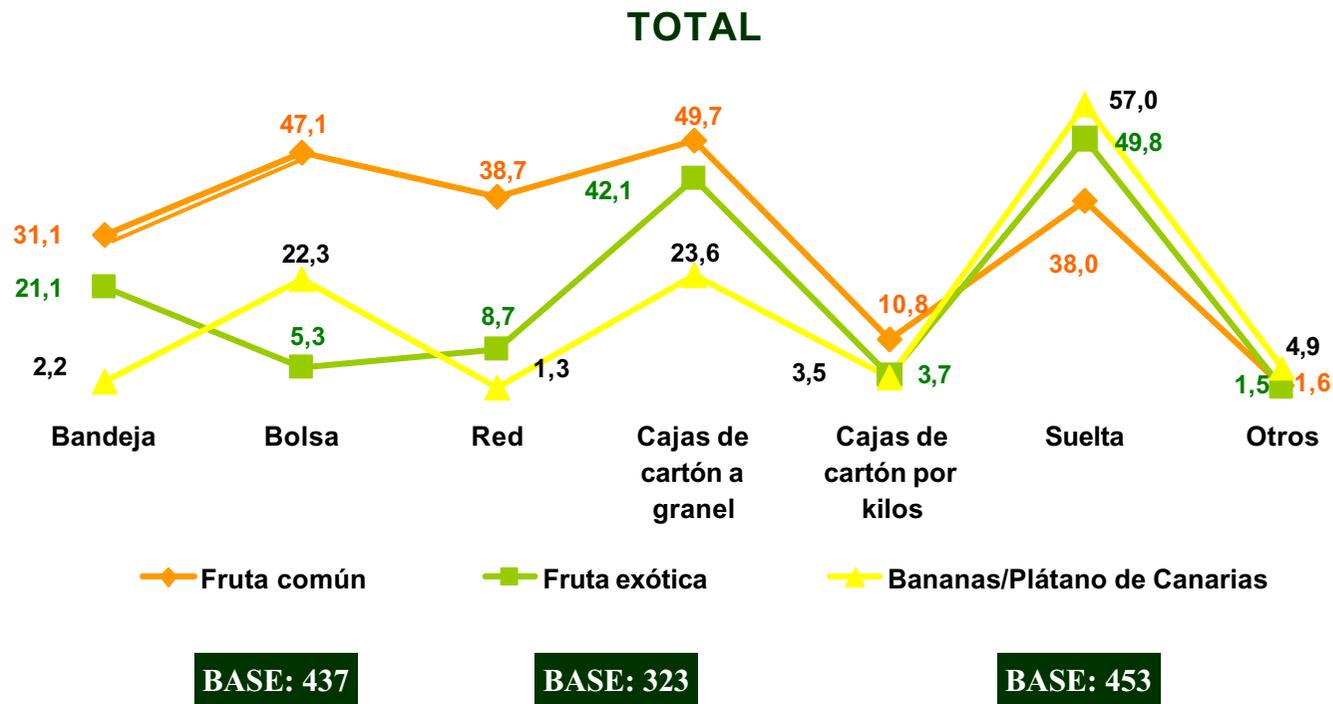
- En Frankfurt principalmente conocen la diferencia de tamaño
- En Londres, lo que más comentan es la diferencia del origen
- En Bruselas, destacan la diferencia de tamaño y es donde la diferencia en sabor tiene también un peso relevante



Resultados Estudio:

Envasado de los
distintos tipos de Fruta

ENVASADO SEGÚN TIPO DE FRUTA (%)

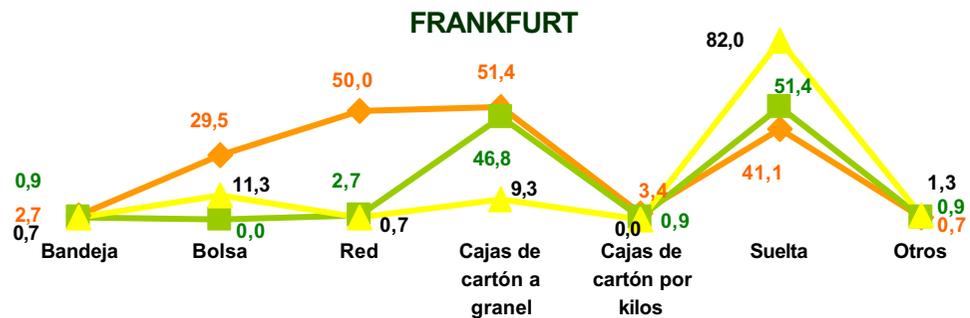
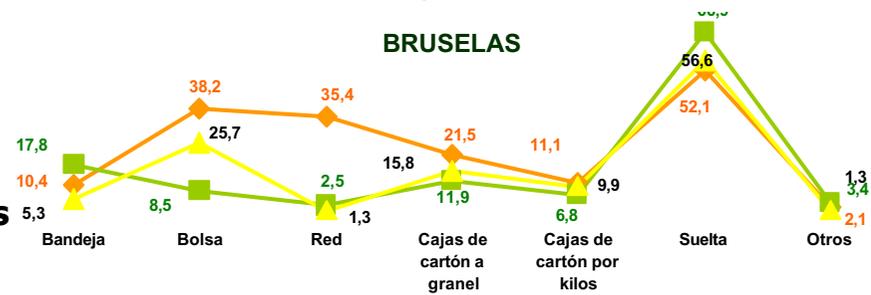
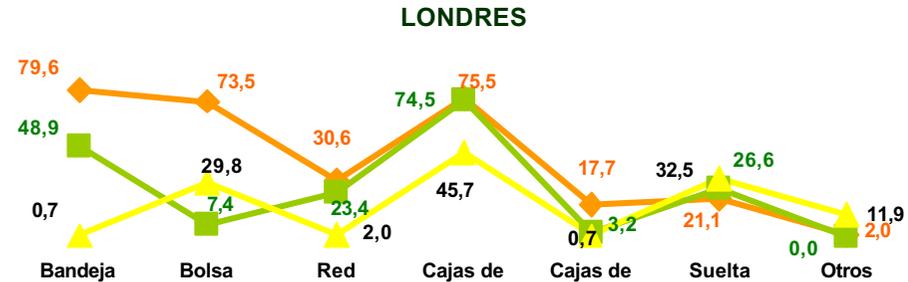


Estudio Mercado Plátano Unión Europea (Lote II) - Expediente MC 2/2002

ENVASADO SEGÚN TIPO DE FRUTA POR CIUDAD (%)



- **Frutas comunes**
 Base Londres: 147
 Base Bruselas: 144
 Base Frankfurt: 146
- **Frutas exóticas**
 Base Londres: 94
 Base Bruselas: 118
 Base Frankfurt: 111
- **Bananas/Plátanos de Canarias**
 Base Londres: 151
 Base Bruselas: 152
 Base Frankfurt: 150

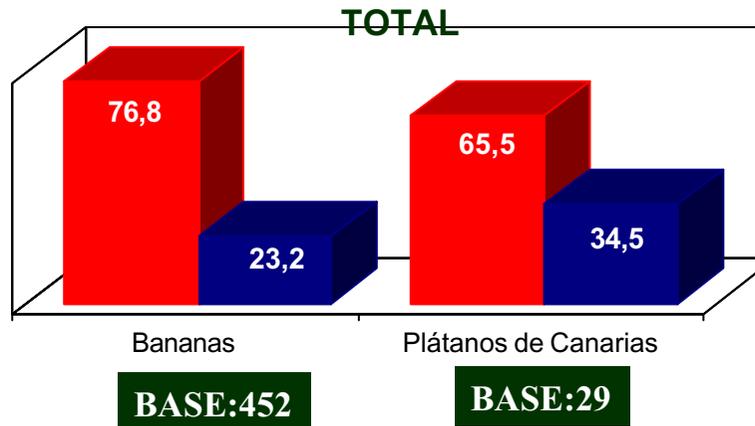




Resultados Estudio:

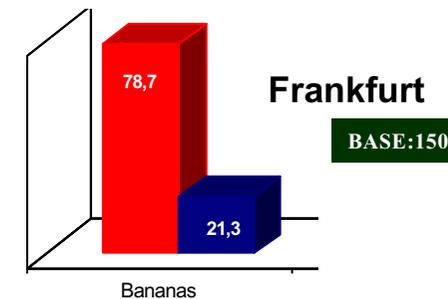
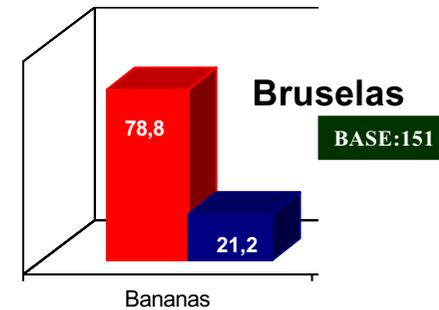
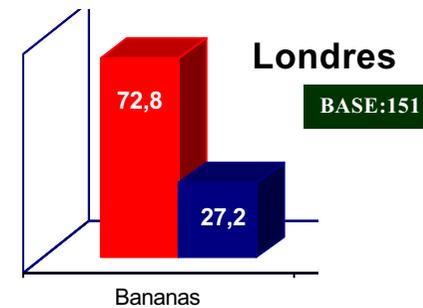
Origen Bananas y
Plátanos de Canarias

INFORMACIÓN SOBRE EL ORIGEN DE LAS BANANAS/PLÁTANOS DE CANARIAS (%)

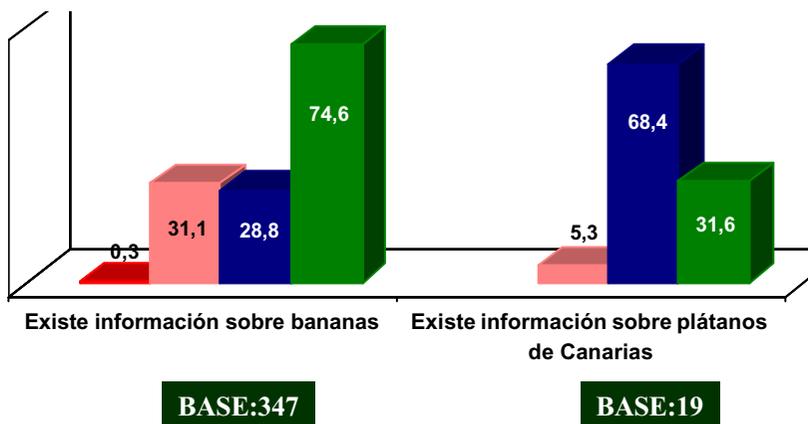


■ Sí existe información ■ No existe información

- Sólo en Bruselas siempre hay información sobre el origen del Plátano de Canarias
- En Frankfurt es donde menos información hay sobre el origen Plátano de Canarias

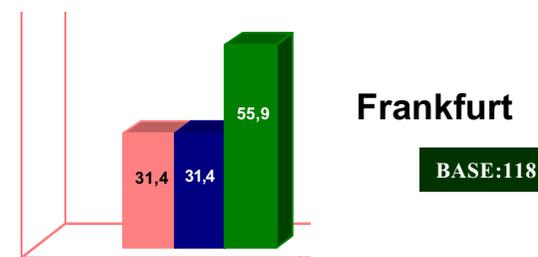
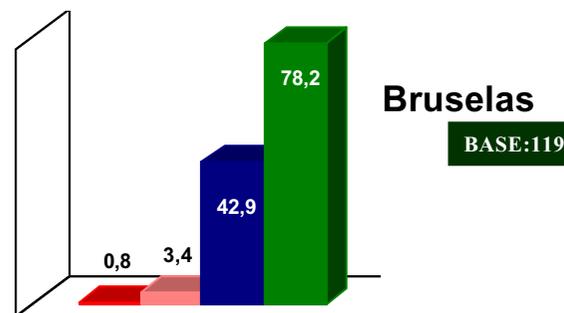
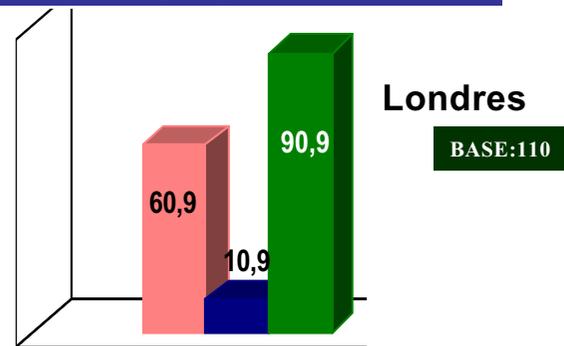


TIPO DE INFORMACIÓN SOBRE EL ORIGEN DE LAS BANANAS/PLÁTANOS DE CANARIAS (%)

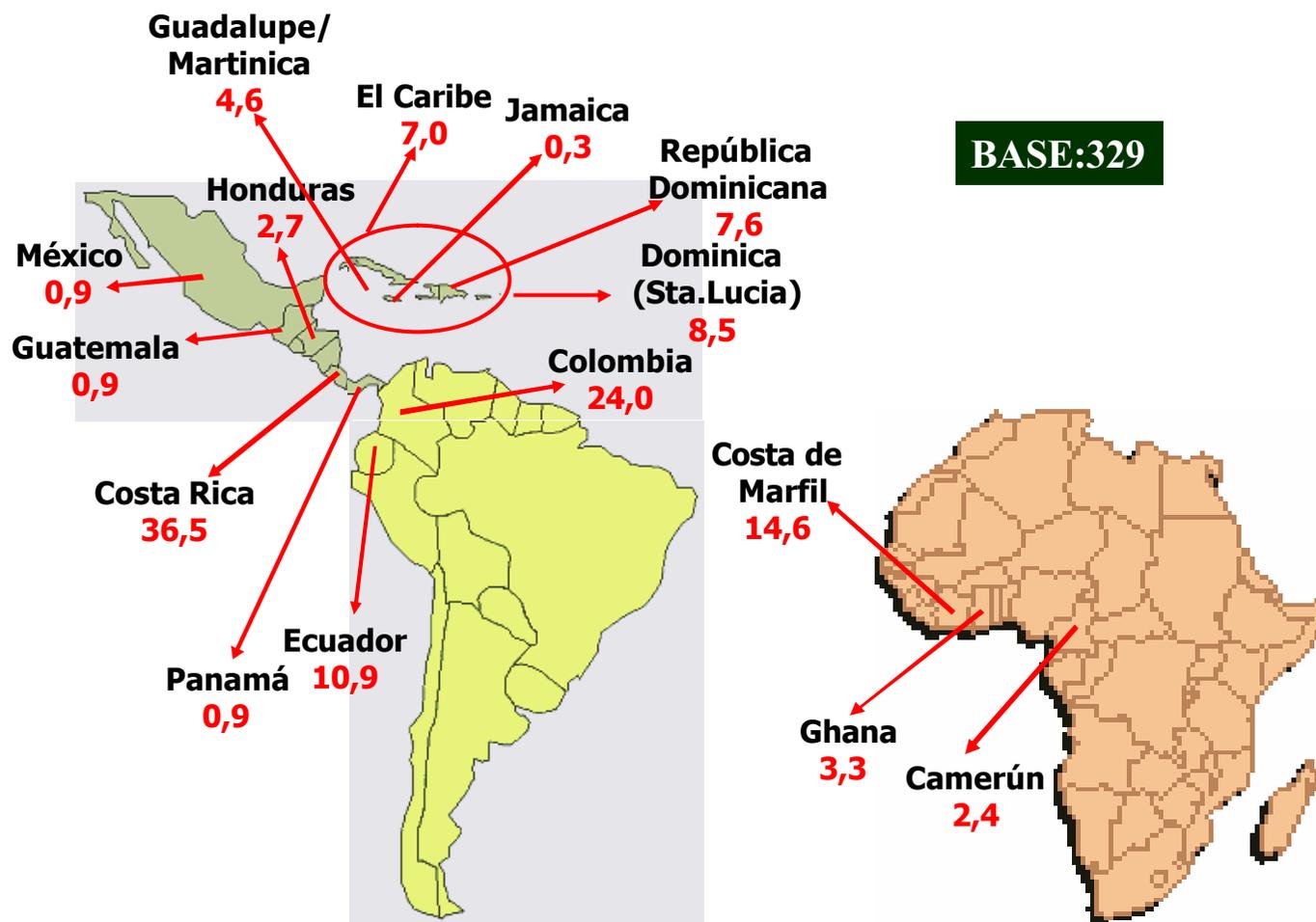


- Fecha de la recogida
- La empresa/marca
- La región
- El país

Nota: En relación al Plátano de Canarias sólo en Bruselas hay información sobre la empresa/marca



REGIÓN/PAISES DE PROCEDENCIA DE LAS BANANAS (%) CUANDO SE INDICA LA PROCEDENCIA

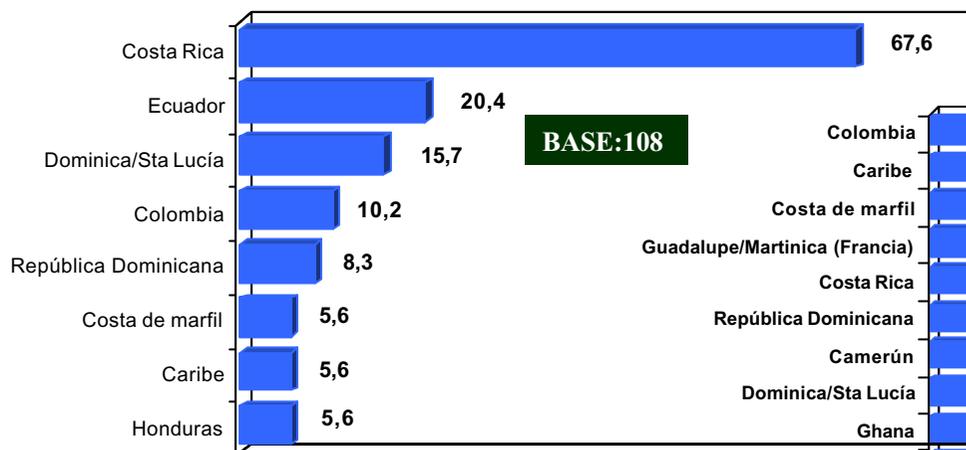


Estudio Mercado Plátano Unión Europea (Lote II) - Expediente MC 2/2002

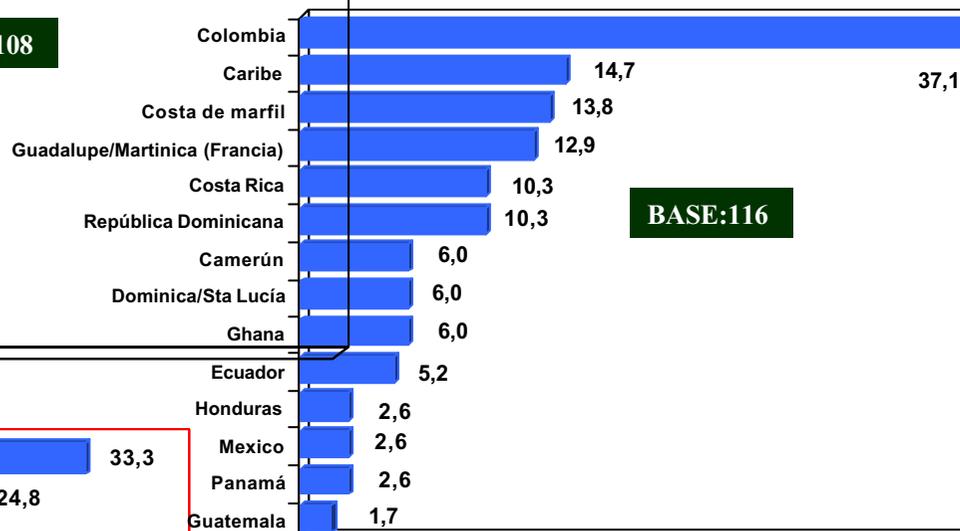
REGIÓN/PAISES DE PROCEDENCIA DE LAS BANANAS (%) CUANDO SE INDICA LA PROCEDENCIA



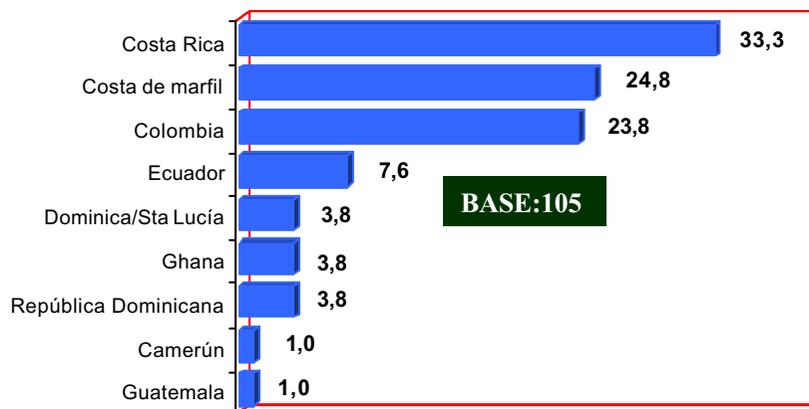
LONDRES



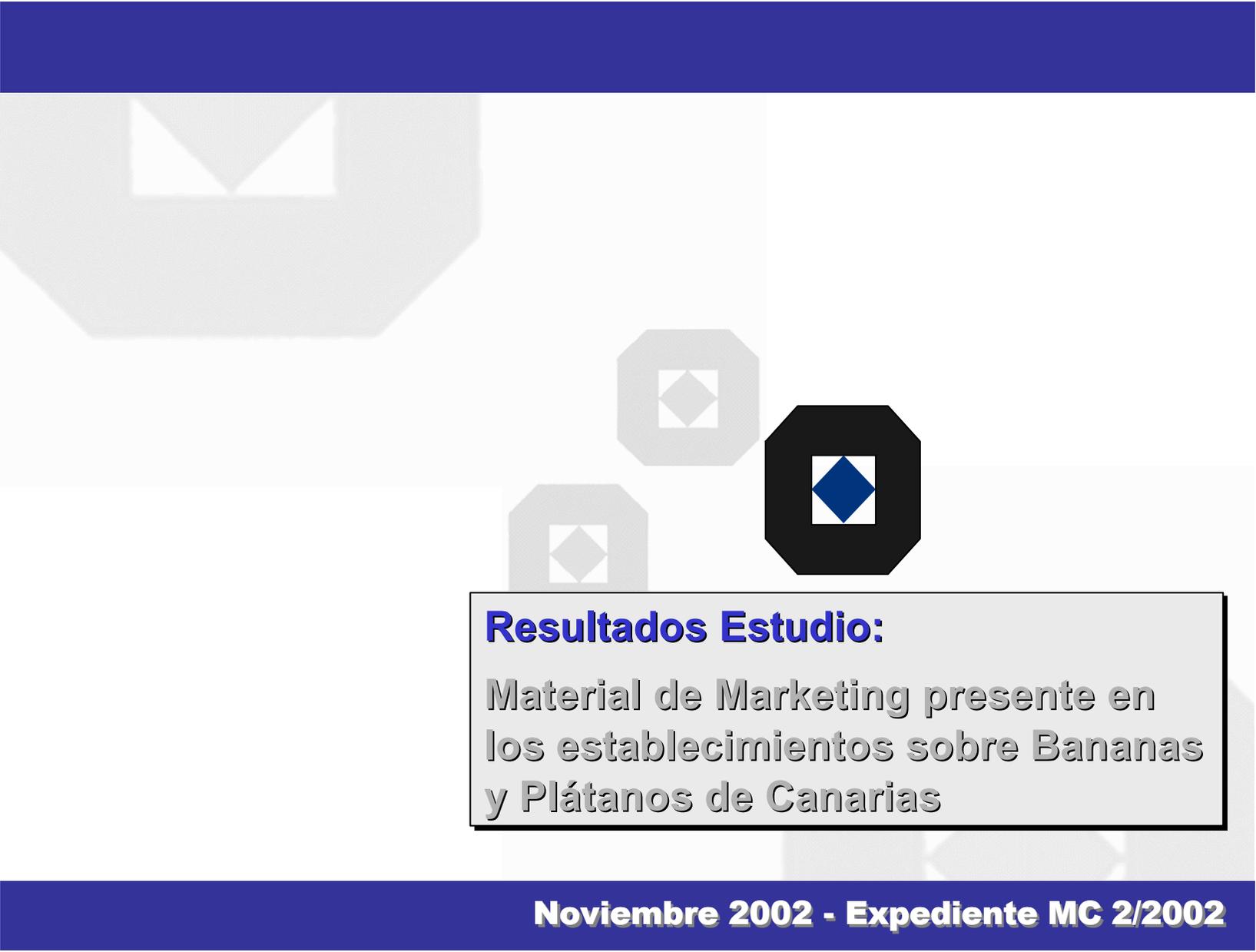
BRUSELAS



FRANKFURT



Nota: El 100% de los entrevistados que informan de la región/país de procedencia de los Plátanos de Canarias coincide en la respuesta (Canarias).

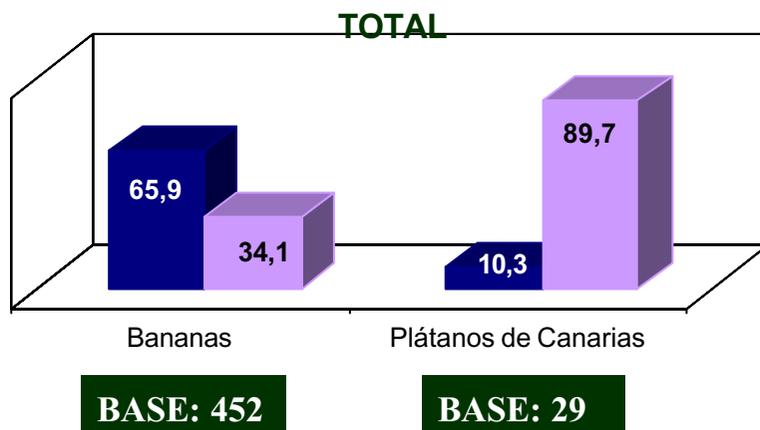


Resultados Estudio:

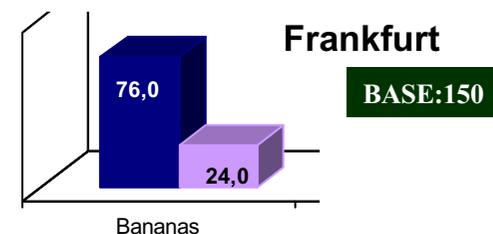
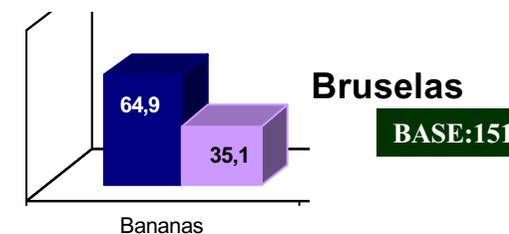
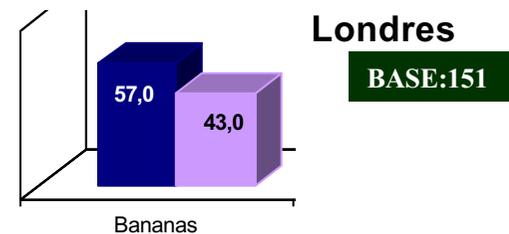
Material de Marketing presente en los establecimientos sobre Bananas y Plátanos de Canarias

Noviembre 2002 - Expediente MC 2/2002

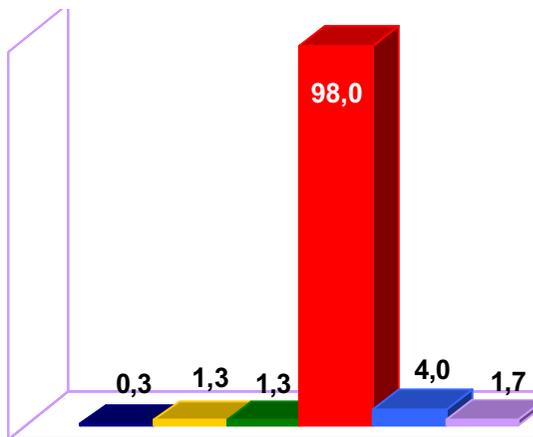
MATERIAL GRÁFICO/MERCHANDISING SOBRE LAS BANANAS/PLÁTANOS DE CANARIAS (%)



■ Existe material gráfico
 ■ No existe material gráfico



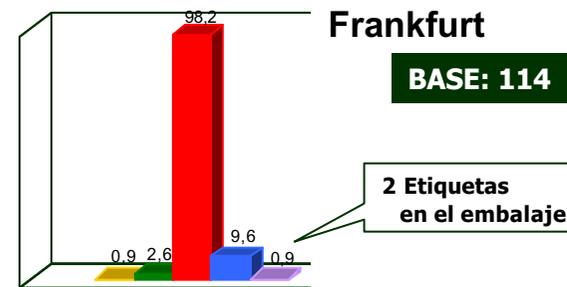
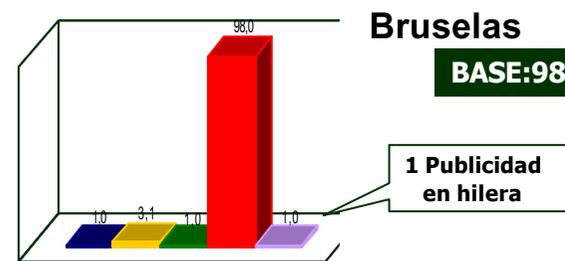
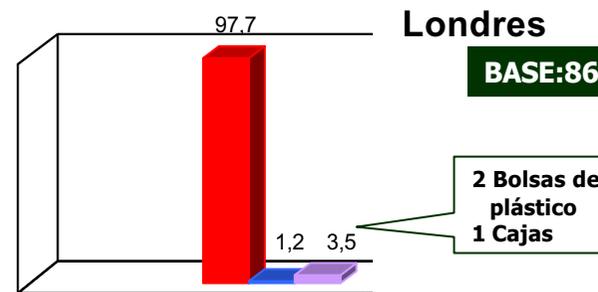
TIPO DE MATERIA GRÁFICO/MERCHANDISING SOBRE LAS BANANAS/PLÁTANOS DE CANARIAS (%)



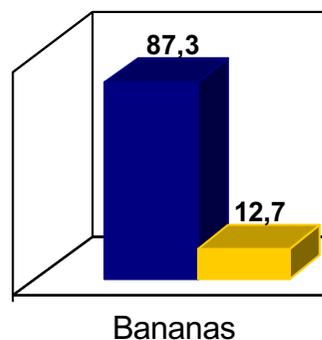
Existe material gráfico sobre bananas

- Carteles de ubicación
- Folletos
- Display
- Otros carteles/pósteres
- Etiquetas en las frutas
- Otros

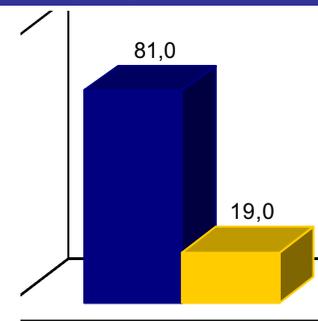
BASE:298



GRADO DE ETIQUETAJE EN BANANAS/PLÁTANOS DE CANARIAS (%)

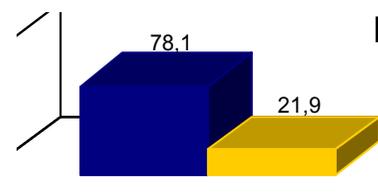


BASE:292



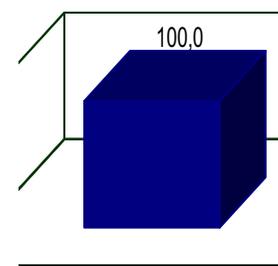
Londres

BASE:84



Bruselas

BASE:96



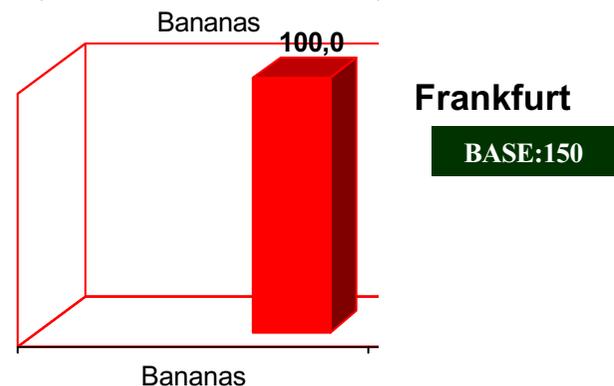
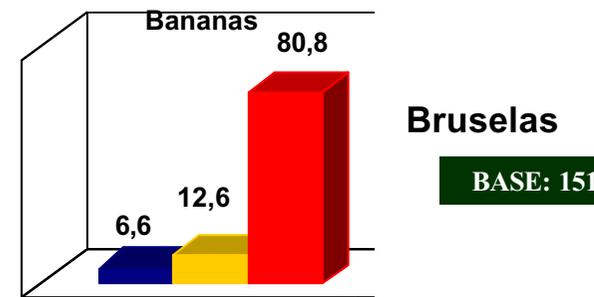
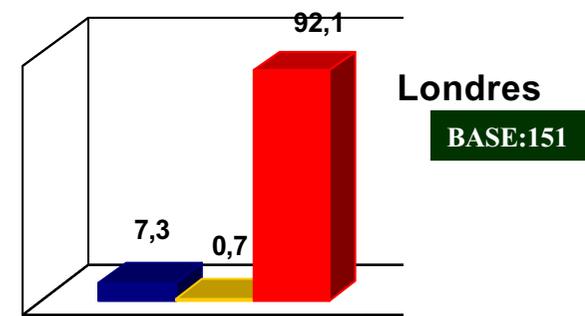
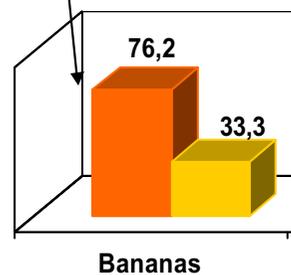
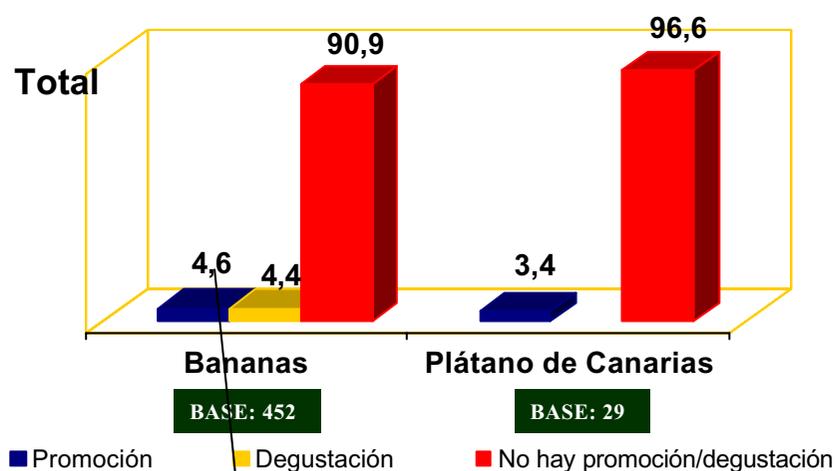
Frankfurt

BASE:112

■ Sólo en algunas unidades

■ En todas las unidades

PROMOCIONES/DEGUSTACIONES EN BANANAS/ PLÁTANOS DE CANARIAS (%)





INSTITUT CERDÀ
Fundación Privada

Numància, 185
08034 Barcelona
Tels. +34-932 80 23 23 +34-932 52 06 30
Fax +34-932 80 11 66
institut.cerda@icerda.es
www.icerda.es