

# ¿Cuáles son y qué caracterizan los hábitos de elección, compra y consumo de HPM en el mercado Ecuatoriano?.

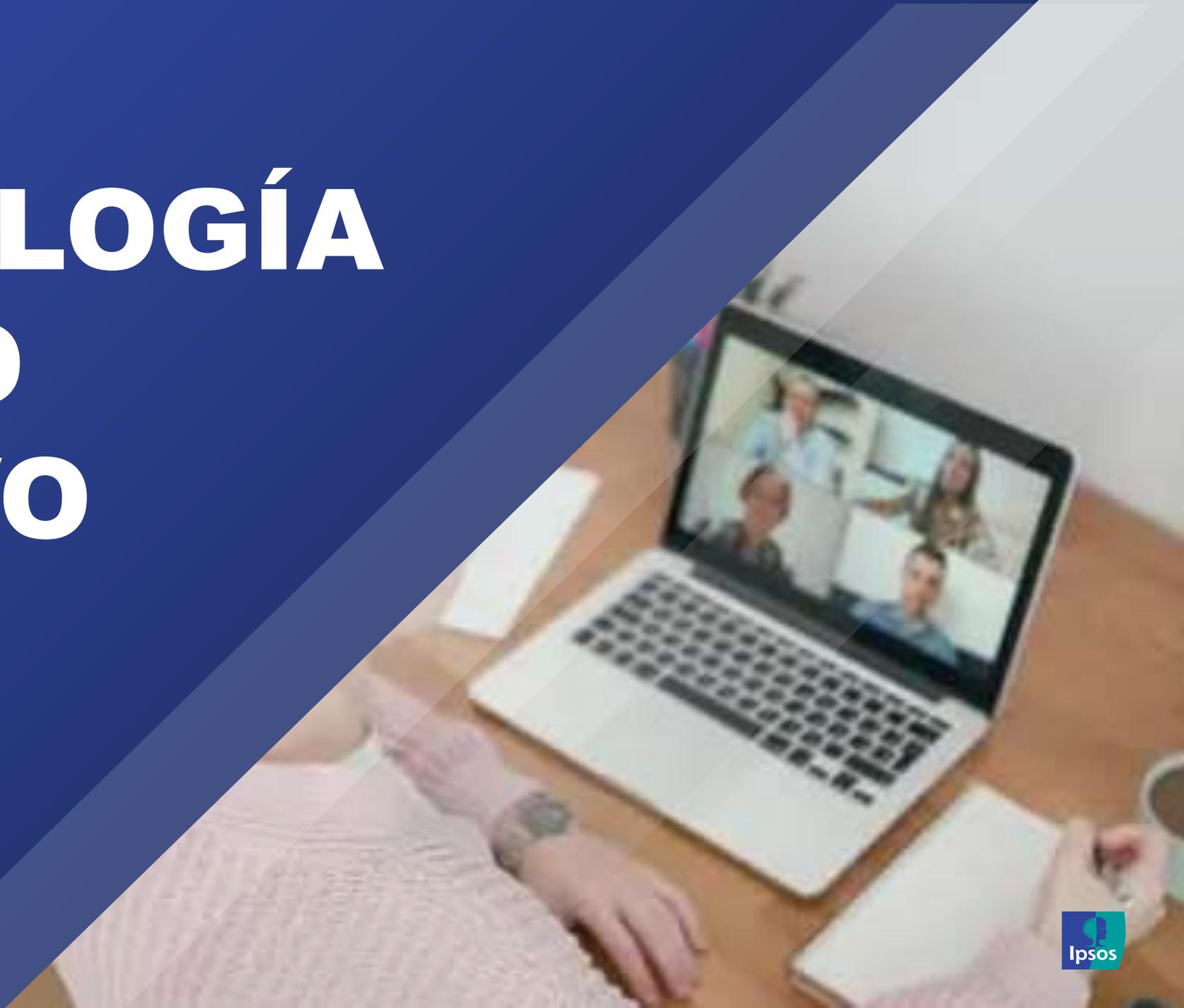
## Reporte preparado para:

Isgreg Aguilar: [isgreg.aguilar@empresas-polar.com](mailto:isgreg.aguilar@empresas-polar.com)

Presentado por:  
IUU Ecuador

Abril de 2022

# METODOLOGÍA Y GRUPO OBJETIVO



# METODOLOGÍA & GRUPO OBJETIVO



## METODOLOGÍA

### Exploratorio Cualitativo

#### HERRAMIENTA: Video Focus Groups

Interacción remota a través de una plataforma en tiempo real.

Los VFG estuvieron integrados por 6 participantes. Con una duración aproximada de 1.5 horas a 2 horas

© Ipsos



## PARTICIPANTES

### Grupo objetivo:

- Ecuatorianos de nacimiento y venezolanas inmigrantes (con más de 2 años viviendo en Ecuador)
- Entre 25 y 45 años NSE: MB
- Responsables de la compra de alimentos y su preparación en el hogar
- Compradores de la categoría de HPM al menos 1 vez al mes /Compran más de 4 kilos mensuales.
- Residentes de Guayaquil / Manta/Portoviejo



## DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

ABREVIATURA	UIO	GYE	MTA
Perfil	QUITO	GUAYAQUIL	MANTA
Mujeres Venezolanas 30 a 40 años MB	1	1	1
Mujeres Ecuatorianas 25 a 35 años MB	1	1	1
Mujeres Ecuatorianas 36 a 45 años MB	1	1	1
TOTAL		9	



# OBJETIVO

**Conocer en profundidad los hábitos de compra y consumo de la categoría HPM en Ecuador**

# ESPECÍFICOS...

## Relación de los consumidores con la categoría:

- Percepción general sobre la categoría o Atributos funcionales y emocionales asociados a la categoría.
- Asociación a las marcas de los atributos
- Ventajas y desventaja que le atribuyen.
- Necesidades que satisface y que no satisface actualmente la categoría

## Hábitos alrededor de la compra de la categoría:

- Frecuencia de compra o Tamaño/Presentación que compra (Rapport)
- Variedad elegida al momento de la compra o Cantidad que compra o
- Lugar de compra y razones para elegirlo. (Rapport)
- Conocimiento de marcas y preferencia de las mismas al comprar.
- Razones
- Identificar razones o Marcas que dejó de comprar y que no compraría.
- Identificar razones o Atributos y drivers relevantes tomados en cuenta al momento de elegir y comprar la categoría.
- Forma de compra y Lealtad a marcas

## Hábitos alrededor del consumo de la categoría:

- Preparaciones y acompañamientos
- Ocasiones, y formas de consumo
- Ventajas y desventajas atribuidas al consumo de HPM.
- Sustitutos de la categoría
- Expectativas insatisfechas del mercado actual

# CONTENIDO

6

**Perfilamiento**

9

**Relación con la categoría**

14

**Hábitos de consumo**

22

**Hábitos de compra**

35

**Consideraciones finales**





# PERFILAMIENTO

¿Quiénes son?...



**Son mujeres amas de casa que día a día se esfuerzan por atender a su familia; buscan elegir con inteligencia los productos para el hogar y ser creativas en la cocina.**

**La relación costo beneficio es importante en la búsqueda de hacer rendir el dinero...**



*Yo estoy aquí como 5 años, con mi esposo y mis dos niños, tuvimos que dejar nuestro país debido a la crisis, si ha sido un poco difícil, más aún en la pandemia, porque no podíamos trabajar, pero ahora sentimos que se va normalizando y como que vamos saliendo de a poco...(VZLA)*

*Yo soy ama de casa y me encargo de llevar a mis hijos a la escuela, luego vengo a cocinar y hacer las cosas de la casa hasta que ellos lleguen. No tengo mucho tiempo, el tiempo que me queda trato de pasar con mis hijos y mi esposo especialmente los fines de semana...(ECU)*



## Dos culturas que conviven y buscan mantener sus tradiciones...

Amas de casa en edades comprendidas entre los 25 a 45 años de edad

- La mayoría vive con su familia nuclear e incluso con familia extendida (padres, suegros, otros).
- Mujeres migrantes que tuvieron que dejar atrás a gran parte de su familia, debido a la crisis económica y social de su país, buscan en Ecuador oportunidades que les permita darles una mejor calidad de vida a sus seres queridos, muchas trabajan - aunque no precisamente ejerciendo su profesión.
- Llevan en el país más de 3 años, y la mayoría no termina de acostumbrarse, buscan ser eficiente en el uso de sus ingresos.
- La preparación de platos típicos venezolanos es la mejor manera de mantener esa conexión emocional con su patria.

- La mayoría vive con su familia nuclear.
- Muchas son amas de casa al 100%, se muestran orgullosas de su rol de esposas, madres y administradoras del hogar, algunas trabajan para apoyar la economía del hogar.
- Expresan amor a la familia a través de la comida, les gusta complacer el paladar de los hijos y la pareja.
- Constantemente buscan variar la alimentación de la familia para no generar aburrimiento.
- Se preocupan de cuidar el presupuesto familiar – buscan realizar una compra inteligente.
- Mantienen las tradiciones familiares a través de ciertas preparaciones del día a día o en ocasiones especiales.



# RELACIÓN CON LA CATEGORÍA...

¿Qué rol tiene en la alimentación de la familia?...



**El rol que tiene la harina de maíz en la cultura venezolana y ecuatoriana tiene marcadas diferencias; no obstante en los dos segmentos funcionalmente los atributos esperados están claramente definidos...**





**Identifican dos variedades de harina de maíz:  
blanca y amarilla.**

**La costumbre, la tradición y el desempeño organoléptico en cuanto a textura, sabor y color de la harina juegan un rol interesante en las preferencias de las mujeres venezolanas hacia la blanca y en las ecuatorianas hacia la amarilla...**

# Tipos de HM que reconocen – ventajas y desventajas...

## BLANCA

Mayor preferencia



<b>Versatilidad</b>	✓ <u>Alta</u> - para un sinnúmero de preparaciones y usos.	▪ <u>Media</u> – para cierto tipo de preparaciones y usos
<b>Textura</b>	✓ <u>Fina</u> – suavidad en el amasado	✓ <u>Adecuada</u> para apanaduras / suave
<b>Sabor</b>	✓ <u>Neutro</u> - no obstante, es un atributo que permite la adaptabilidad a distintos ingredientes, <i>“usted le pone el sabor que quiere a la arepa, pollo, chancho, queso, lo que quiera”</i> .	✗ <u>Simple</u> – no sabe a maíz
<b>Color</b>	✓ <u>Más estética</u> que la amarilla. Hay quienes prefieren ponerle su toque de color (+MTA)	✗ <u>Pálido</u> – baja percepción de naturalidad / asociación con la harina de trigo (+UIO)
<b>Practicidad</b>	✓ <u>Precocida</u> – ahorro de tiempo	✓ <u>Precocida</u> – ahorro de tiempo
<b>Nutrición</b>	✓ <u>Saludable</u> - al ser de maíz.	✗ <u>Procesado</u> , menos natural (+UIO/MTA)

## AMARILLA

Mayor preferencia



<b>Versatilidad</b>	▪ <u>Media</u> – se limita preparaciones puntuales	✓ <u>Alta</u> – Variedad de preparaciones
<b>Textura</b>	✗ <u>Gruesa</u> – dureza y dificultad en el amasado.	✓ <u>Gruesa</u> – masa manejable
<b>Sabor</b>	✓ <u>A maíz</u> , tiene más “gusto” a maíz, pero prefieren la blanca.	✓ <u>Concentrado y natural a maíz</u> – no sabe a maíz
<b>Color</b>	▪ <u>Menos estético</u> – para la mayoría de sus preparaciones. No requiere achiote (onoto).	✓ <u>Más estético</u> – hace presentables y apetecibles las preparaciones, + naturalidad (maíz), <i>“Tiene que ser amarilla, si le veo blanca pienso que no es natural o le mezclaron”</i> .
<b>Practicidad</b>	✓ <u>Precocida</u> – ahorro de tiempo	✓ <u>Precocida</u> – ahorro de tiempo
<b>Nutrición</b>	✓ <u>Saludable</u> - al ser de maíz.	✓ <u>Saludable</u> – pura, mantiene los nutrientes, enriquecida con vitaminas.

En las dos culturas la tradición y la costumbre juegan un rol importante en la preferencia. En general prefieren HM con marca, entre quienes han experimentado con HM sin marca, sugieren malas experiencias e insatisfacción con los atributos organolépticos (textura y sabor).



# HÁBITOS DE CONSUMO...

¿Cómo? ¿Cuándo consumen HM?...



**Para las amas de casa venezolanas, la harina de maíz tiene un significado que va más allá de lo funcional, es parte de sus costumbres e identidad, es un producto altamente relevante en la dieta diaria, lo que la vuelve indispensable.**

**Para las amas de casa ecuatorianas, la harina de maíz es una alternativa dentro de la amplia variedad de preparaciones que ofrecen a su familia, si bien es un producto tradicional, no llega a tener ese rol protagónico en la canasta alimentaria ...**

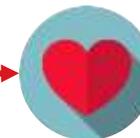
# ¿Qué motiva el consumo de la categoría?



Beneficios  
funcionales



HARINA DE MAIZ



Beneficios  
emocionales

- ❑ **Versatilidad:** diversificar las preparaciones de sal y de dulce
- ❑ **Practicidad:** ahorro de tiempo, no requiere de tantos ingredientes para lograr un plato
- ❑ **Economía:** tiene un precio asequible
- ❑ **Rendimiento:** cantidad adecuada que rinde varias porciones
- ❑ **Naturalidad:** producto saludable y nutritivo cuyo origen es el maíz, provee energía.
- ❑ **Accesibilidad:** fácil de encontrar en canal moderno e incluso en el detallista.

- ❑ **Tradicición:** que se mantiene por generaciones
- ❑ **Orgullo:** genera conexión con sus raíces
- ❑ **Identidad:** les hace sentir parte de una cultura aun estando fuera de su territorio (Venezolanas)
- ❑ **Unión:** pueden compartir con la familia, con los amigos
- ❑ **Tranquilidad:** de consumir un producto nutritivo que proviene del maíz
- ❑ **Placer:** de sentir el sabor característico de la HM.
- ❑ **Reconocimiento:** del entorno al proyectarse como responsables y expertas en la cocina.

**La diversidad de preparaciones va de la mano con el protagonismo que tiene la HM en la canasta alimentaria en los dos segmentos.**

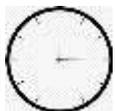
**La gastronomía venezolana es diversa, y la HM es uno de los ingredientes principales.**

**Se percibe un ligero cambio en los hábitos de consumo de las mujeres ecuatorianas; el relacionamiento y convivencia con personas venezolanas, ha ejercido cierta influencia y curiosidad, por aprender nuevos usos de la HM, fuera de lo tradicional o local; de ahí que, hay quienes aprendieron a preparar principalmente arepas.**

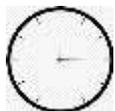
# Momentos - ocasiones de consumo y preparaciones



DESAYUNO



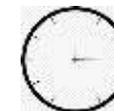
MEDIA MAÑANA



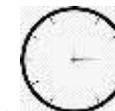
ALMUERZO



MEDIA TARDE



CENA



OCASIONES ESPECIALES

## BLANCA

- **AREPAS**
- **AREPAS RELLENAS** de queso
- EMPANADAS
- BOLLOS
- REINA PEPIADA - con relleno de pollo desmechado aguacate y mayonesa

- MANDOCAS + café
- **AREPAS DE DULCE** + café
- PASA PALOS
- CACHAPAS

- BOLLOS
- MAZAMORRA – se acompaña con pescado.
- **MINI AREPAS** – como ingrediente en las sopas.

\* Como ingrediente para apanar carnes.

- MANDOCAS + café
- AREPAS DE DULCE + café
- PASA PALOS
- CACHAPAS
- PISTACHOS

- **AREPAS**
- **AREPAS RELLENAS**
- AREPA CABIMERA - rellenas de jamón, queso, tocineta, huevo, camarón, lechuga, tomate, queso parmesano
- AREPA REINA PEPIADA - rellena de pollo y aguacate
- AREPA TUMBARRANCHOS
- EMPANADAS
- BOLLOS / BOLLOS PELONES
- DEDOS
- HALLACAS

- HALLACAS DE CHICHARRÓN - con guasacaca (salsa de aguacate)
- EMPANADA DE PABELLÓN - Lleva carne, caraota (fréjol), maduro, queso.
- POLENTA DE POLLO - torta criolla rellena de pollo
- DEDITOS – fritos en aceite.

## AMARILLA

- AREPAS (eventualmente)
- EMPANADAS

- **HALLACAS** - Plato navideño (tamal relleno de guiso de carne, pollo, chancho)

# Momentos - ocasiones de consumo y preparaciones



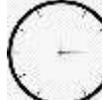
## DESAYUNO



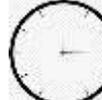
## MEDIA MAÑANA



## ALMUERZO



## MEDIA TARDE



## CENA



## OCASIONES ESPECIALES

### AMARILLA

- **TORTILLAS** - fritas acompañado de café negro.
- **EMPANADAS**
- **AREPAS** (influencia venezolana)
- AREPAS RELLENAS
  
- **COLADAS** dulces para los niños – harina con leche, canela, esencia de vainilla y azúcar

- **SOPA DE BOLAS DE MAIZ** – bolas rellenas de queso o carne con refrito (UIO)
- GREÑOSO Manaba - sango de maíz con carne o chancho, huevo y pasas
- SANGO con camarón o pescado (GYE)
- CORVICHE (MTA)
- MENESTRA con carne (Nuevo GYE)

- **TORTILLAS** - fritas acompañado de café negro.
- **EMPANADAS**
- **AREPAS**

- **EMPANADAS** – de queso, carne, pollo con café
- **COLADAS** dulces para los niños – harina con leche, canela y azúcar
- **TORTILLAS** fritas con café
- CORVICHE con café
- MUCHINES de queso
- TORREJAS

- **TORTILLAS DE TIESTO** - en una reunión o eventualmente como un gusto (+UIO)
- **HUMITAS DE SAL Y DULCE** → envuelto en la hoja del choclo y cocido al vapor.
- **EMPANADITAS RELLENAS** - de carne o pollo con salsa de ají como bocaditos.
- TORTILLA DE TIESTO DULCES - (+UIO)
- TAMALES (+UIO)
- TORTAS RELLENAS – de sal y de dulce
- NATILLA
- HALLACAS ecuatorianas

### BLANCA

- AREPAS (eventualmente)
- COLADAS dulces para los niños – harina con leche, canela y azúcar

- COLADA
- \* Como ingrediente para apanar carnes.

- MADURO LAMPEADO – preparación de harina de maíz aguada, cubre el maduro y lo fríen.
- Tortillas

- **AREPAS** – rellenas de pollo desmechado

**Es más difícil para las mujeres venezolanas pensar en sustitutos para la harina de maíz, sin embargo, hay quienes advierten que, frente a la escases de productos en su país, aprendieron a ser creativas en la cocina y ha adaptarse.**

**Si bien la harina de maíz amarilla es altamente apreciada en la gastronomía ecuatoriana, no llega a ser indispensable, por lo tanto convive con otros ingredientes que pueden incluso sustituirla sin generar un grave impacto...**

# Sustitutos de la harina de maíz...



La versatilidad y bajo costo del plátano verde cobra importancia como un buen sustituto, aunque no representa la practicidad que encuentran en la HM precocida.



En su consideración ya tienen productos y preparaciones propias del Ecuador y de bajo costo

- Empanadas de verde
- Patacones de verde
- Tortillas de verde
- Bolón de verde
- Empanadas con harina de trigo (UIO/MTA)
- Papa rellena (UIO)
- Muchines de yuca (buñuelos de yuca)
- Pancakes
- Batidos
- Tostadas / pan



*Sin harina de maíz, yo me volvería ocho en la cocina, pero puedo tener papa, plátano verde, harina de trigo, claro que no es lo mismo, porque nosotros estamos acostumbrados, pero hay que adaptarse.*



El verde y otros carbohidratos hacen parte de la variedad gastronómica.

- Tortillas de harina de trigo
- Maduro lampeado con harina de trigo (GYE)
- Empanadas de verde
- Bolones de verde
- Patacones
- Arroz
- Papa (+UIO)
- Fideo (+UIO)
- Majado de verde



*En mi casa es importante contar con la harina de maíz, pero tampoco es indispensable, porque generalmente variamos las preparaciones para que sobre todo los niños de se aburran de comer lo mismo y lo mismo*





# HÁBITOS DE COMPRA...

Cambios en la oferta...

¿Qué aspectos toman en cuenta?

¿Dónde? ¿Cómo compran?

¿Qué marcas conocen y prefieren?...

Necesidades insatisfechas (oportunidades) ...

**Años atrás la disponibilidad de harina de maíz industrializada en el Ecuador era muy limitada; en la actualidad se comercializa empacada, con registro sanitario lo que garantiza el consumo de un producto seguro.**

**Parte de la evolución en la categoría es la practicidad a través de un producto precocido, facilitando los procesos en la preparación y el ahorro de tiempo.**

**La migración venezolana a influido además en el incremento de la oferta y la demanda en el país.**

La marca para muchas es el referente de calidad que garantiza el cumplimiento de los atributos organolépticos claramente definidos en la categoría...



Marca – Reconocida y con trayectoria

Calidad – Textura, color, sabor

Cantidad – variedad de presentaciones

Precio – asequible

Canal - el precio varia entre uno y otro canal

Caducidad – fecha no muy cercana

Promociones – casi inexistentes

*Yo siempre compro la misma, es como que ya voy automáticamente y tomo mis bolsas de Harina Pan, porque ya se lo que estoy comprando.*

*El precio varía mucho, en el mercado usted la encuentra en \$1,65, en la tienda a \$1,75 y hasta en \$2,00. Prefiero comprar en el supermercado es más conveniente*

**DRIVERS...**

# Debilidades de la categoría HM...



Hace falta mayor cercanía con el consumidor, a las marcas líderes les hace falta trabajar en estrategias para motivar la prueba y la recompra permanente...



Ausencia de estrategias de fidelización

Son buscadoras de **AHORRO - las promociones son altamente valoradas y pueden ser detonantes para motivar la prueba del producto**, la recompra además está supeditada al desempeño de la HM.



Ausencia de comunicación, desconocen los beneficios del producto

Por ejemplo la marca Pan se da a conocer en el país por la alta demanda de la comunidad venezolana, sin embargo, **los beneficios (harina blanca) son poco reconocidos por las mujeres ecuatorianas, hace falta comunicación**.



Limitación en los usos

Usos limitados en la Harina blanca en las ecuatorianas y la amarilla en las venezolanas. La marca PAN debe trabajar en **generar ocasiones de uso diferentes a las tradicionales** en las venezolanas



Variabilidad en el precio

Varía entre los distintos canales, lo que eventualmente puede generar un cambio de marca.

# La compra



La harina de maíz hace parte de la compra de abastecimiento, las amas de casa lo incorporan en su lista de mercado. La compra de reposición se da eventualmente en tienda cuando el producto se ha agotado en el hogar; pero por lo general están abastecidas (+ venezolanas), buscan canales económicos, el precio de la HM varía hasta en \$0,50 centavos...

Segmento	Canal	Cantidad * Varía dependiendo el # de personas	Precio
	<ul style="list-style-type: none"> <li><b>Supermercados:</b> AKI, Santa María, Supermaxi, Mi Comisariato (GYE), TIA, TUTI (GYE/MTA)</li> <li>Bodegas</li> <li>Mercados</li> <li>Tienda</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entre 2Kg a 5Kg a la semana</li> <li>Entre 10Kg a 20Kg al mes</li> </ul> <p>* &gt; cantidad harina blanca en menor proporción amarilla.</p>	<p><b>HARINA PAN:</b> La Mayoría tiende a comprar en presentación de 1Kg. <u>Blanca:</u> \$1,40 a \$2,00. Hay quienes han pagado entre \$2,25 a \$2,50 (+ tienda) Aisladamente \$1,25 (bodega) . <u>Amarilla:</u> Entre \$1,25 a \$1,50 *no hay una clara recordación (compra poco frecuente). * Hay quienes adquieren en presentaciones de 500g para evitar el desperdicio o en compras de reposición.</p>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Entre 2Kg a 5Kg cada quince días</li> <li>Entre 4Kg a 7Kg al mes</li> </ul> <p>* &gt; cantidad harina amarilla en menor proporción blanca.</p>	<p><b>MAIZABROSA:</b> La Mayoría tiende a comprar en presentación de 1Kg. <u>Amarilla:</u> Entre \$2,30 a \$2,50 (1Kg) / \$1,15 hasta \$1,50 (500g) * Hay quienes no tienen presente el precio al ser parte de una compra de abastecimiento, afirman que la compra se vuelve mecánica y hace parte de una sola factura.</p>



**Hay mayor presencia de marcas que buscan posicionarse; por el momento, dos han logrado un verdadero awareness – principalmente por la calidad de sus productos y tiempo en el mercado ecuatoriano y venezolano (hoy presente en Ecuador)...**

PAN busca posicionarse en la mente y consideración de las consumidoras ecuatorianas; sin embargo, el sabor, color y tradición de Maizabrosa, tienen un alto peso en la preferencia.

## Mapa perceptual...



**Hay alta fidelidad de marca entre las mujeres venezolanas, “Harina Pan” cumple con los atributos esperados, por lo que es poco probable que busquen cambiarla por decisión propia, además la accesibilidad al producto hace que se sientan seguras de poder conseguirlas fácilmente. \* No obstante hay quienes están abiertas a la posibilidad de probar otras marcas – con mejor precio y con similares resultados.**

**Maizabroza es tradición para las ecuatorianas, no obstante son las de más edad quienes muestran mayor fidelidad hacia la marca; \* las más jóvenes si bien destacan la tradición y el buen sabor, se muestran abiertas a probar otras marcas, que premien su compra u ofrezcan mejor precio sin renunciar a la calidad.**

**PAN es una opción de marca para algunas ecuatorianas, para usos más puntuales...**

# Top of Mind...

Es la marca favorita en la comunidad venezolana, tiene un fuerte posicionamiento y conexión emocional - al punto que reconocen la categoría por el nombre de la marca.



*En el momento en que nosotros nos convertimos en emigrantes, y encontramos en otro país un producto que es de Venezuela. Cuando desayunamos o cenamos, traemos un pedacito de Venezuela que lo tenemos en el corazón a la mesa // Uno sigue comprando Harían Pan acá porque a uno le da sentimiento de hogar*



Nivel de recordación:



- ✓ **Sabor** – único, *“otra no me sabe igual”*.
- ✓ **Textura** – fina
- ✓ **Rendimiento** – más porciones
- ✓ **Asequible** – económica.
- ✓ **Accesible** – se encuentra por todas partes
- ✓ **Variedad** – blanca, amarilla y para cachapa (harina de maíz dulce – mención aislada)
- ✓ **Practicidad** - precocida
- ✓ **Confianza** – en los resultados obtenidos principalmente suavidad y rendimiento.
- ✓ **Tradición** – es venezolana y la consumen por muchos años
- x **Promociones** – son casi inexistentes, hay quienes han aprovechado ofertas en el canal: 2 x 1, descuento a partir de la quinta unidad.



Nivel de recordación:



- ✓ **Textura** – suave y ligera
- ✓ **Rendimiento** – cantidad
- ✓ **Precio** – más económica que la Maizabroza
- **Color amarillo tenue** (menos amarillo que Maizabroza) - *“para arepas”*
- **Sabor** – simple, más salada que Maizabroza (+GYE/MTA)
- x **Empaque** – saturación de color genera desconfianza, se percibe de menor calidad y menos naturalidad (pocas menciones) .

# Top of Mind...

Reconocida como una marca Ecuatoriana, algunas mujeres venezolanas la han probado, no obstante, advierten insatisfacción principalmente con la textura, el color y el rendimiento; para las mujeres ecuatorianas es una marca de tradición...



“El problema es que cuando se amasa es un cemento y la arepa se cuartea (VENZ).

Se ve más bonita la harina amarilla y tiene un rico sabor natural a maíz (ECU).



Nivel de recordación:



- ✓ **Sabor** – más concentrado a maíz.
- ✓ **Color** – amarillo, prefieren harina de maíz blanca.
- x **Textura** – grumosa, gruesa difícil de amasar, al freír tiende a quedar dura, “Es crujiente pero dura”.
- x **Rendimiento** – bajo rendimiento “no me gustó tuve que hacer doble gasto”.

PAN podría apoderarse de los elementos que valoran en la competencia, naturalidad, sabor a maíz, textura suave, práctica. Y explotar a su favor sus falencias: Más porciones con menos producto y promociones para promover la prueba del producto.



Nivel de recordación:



- ✓ **Tradicición** – años de trayectoria
- ✓ **Sabor intenso** – a maíz, agradable.
- ✓ **Color amarillo** – denota naturalidad al relacionarlo con el color del grano (amarillo); además advierten mejor presentación.
- ✓ **Textura** – suave “no hace grumos”.
- ✓ **Económica** – precio asequible
- ✓ **Accesible** – presente en diversos canales
- ✓ **Empaque** – Transparente
- **Práctica** – precocida, aunque no todas reconocen este beneficio.
- x **Empaque** – anticuado, no ha refrescado su imagen en mucho tiempo, “tiene un diseño no tan moderno”.
- x **Rendimiento** – bajo rendimiento (+UIO)
- x **Cantidad** – el empaque hace que se perciba con menor cantidad afectando la percepción de rendimiento
- x **Promociones** – inexistentes

# Top of Mind...

Entre otras opciones Doña Arepa es la marca que entra en el portafolio de consideración para algunas (+venezolanas) en caso de no encontrar su marca de preferencia, destaca principalmente por la textura...



Nivel de recordación:

- ✓ **Precio** – conveniente.
- **Textura** – gruesa pero suave a la hora de amasar (VEN), especialmente en GYE/MTA la definen como “chiclosa” (ECU).
- x **Accesible** – solo se encuentra en supermercados, poca presencia en otros canales.
- x **Naturalidad** – contiene transgénicos (mención aislada)



- ✓ **Textura** – suave, similar a “Harina Pan” (VEN – GYE/ MTA)
- ✓ **Precio** – económica, por debajo de las otras marca, *“es la más barata cuesta \$1,19 y es buena”*.



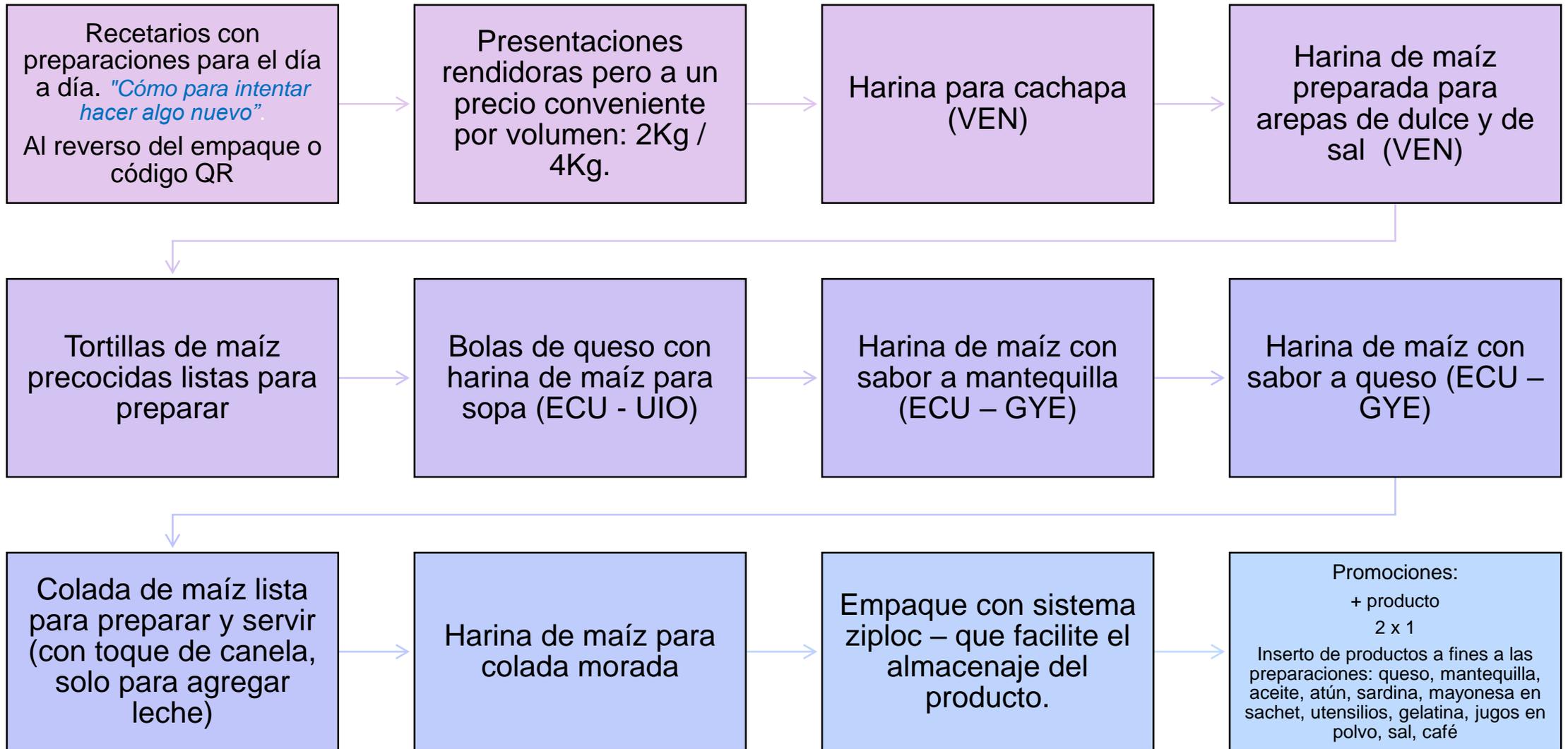
- ✓ **Color** – amarillo menos intenso “para tortillas” (UIO)
- ✓ **Saludable** – libre de gluten (UIO)

**Las consumidoras esperan más ayuda de las marcas:**

**Las nuevas necesidades están estrechamente vinculadas con la practicidad que las amas de casa esperan tener en la cocina.**

**Buscan productos que les ayuden a ser eficientes en sus preparaciones, sin sacrificar la tradición, la calidad y precio.**

# Oportunidades:



# CONSIDERACIONES FINALES

# Recomendaciones finales

## Generar usos y ocasiones

Para los ecuatorianos la HM es tradición está mayormente arraigado con lo típico, pero no tiene la misma relevancia en el día a día como lo tiene para los venezolanos.

**Es necesario sugerir nuevos usos y ocasiones que les permita incorporar el producto en su cotidianidad, más allá de la arepa y la tortilla de maíz**

## Comunicar atributos y beneficios

La marca HPM se ha visibilizado debido a la presencia y preferencia de la comunidad venezolana, el conocimiento acerca de los beneficios es bajo en las ecuatorianas lo que en parte la deja fuera de su consideración

**Es necesario comunicar los atributos y beneficios que ofrece la marca**

## Generar conexión entre el producto y el consumidor

La decodificación del producto es distinta en Ecuador: el maíz amarillo denota naturalidad, un producto nutritivo, de buen sabor, sin conservantes, lo que incluso las proyecta como madres responsables.

**Aspectos que deben ser comunicados en el empaque y a través de los medios masivos para potenciar la compra y consumo**

## Programas de fidelización hacia la marca

Las promociones en la categoría son casi inexistentes.

Las consumidoras son buscadoras de economía.

**Las promociones son importantes para apoyar su necesidad de ahorro, y además son una oportunidad para visibilizar la marca y empujar la prueba, recompra y generar fidelidad.**

## Innovar en función de las nuevas necesidades del mercado

Las amas de casa venezolanas y ecuatorianas buscan productos que les ayuden a ser eficientes en la compra y en sus preparaciones, sin sacrificar la tradición, la calidad y precio.

**Ven para HPM una oportunidad de ampliar su portafolio de presentaciones y productos prácticos para el ama de casa.**

# Anexos: Diccionario Gastronómico.



## Tortillas de tiesto



Preparación con harina de maíz, sal, no contiene relleno, cocción en tiesto de barro

## Empanadas



Fritura con relleno de carne o pollo, arveja y zanahoria.

## Arepas



Se come sola o con relleno de queso o carne.

## Colada de dulce



Leche + canela y azúcar

## Torreja



Fritura rellena de queso

## Colada morada



Harina de maíz morado + fruta (sierra)

## Carne apanada



Preparación con harina de maíz, sal, no contiene relleno, cocción en tiesto de barro

## Humitas



Mezcla de maíz fresco + harina de maíz, refrito + queso, envuelto en hoja de maíz, cocinado al vapor

## Caldo de Bolas



Plato fuerte - Bolas rellenas de queso o carne con refrito

## Greñoso manaba



sango de maíz con carne o chancho, huevo y pasas

## Sango



Preparación espesa con camarón o pescado

## Hallacas ecuatorianas



Envuelto en hoja de plátano con relleno de pollo, carne, huevo, ají

## Maduro Lampeado



Plátano maduro bañado en mezcla de harina y frito (aborrajado)

## Natilla



Postre de dulce, con leche, canela, azúcar o panela



## Verde



### Bolones



Plátano verde aplastado y relleno de chicharrón o queso

### Patacones



Trozos de plátano verde aplastado

### Tortillas



Verde molido, relleno de queso o carne de forma redonda

### Empanadas



Plátano verde molido relleno de queso, carne, pollo,

### Majado de verde



Plátano verde aplastado con huevo frito

# Anexos: Diccionario Gastronómico.



## Arepas rellenas



Preparación con harina de maíz blanca, sal, con relleno de carne, pollo o cerdo desmechado, refrito, aguacate, etc.

## Bollos



Masa de maíz, plátano, batata o yuca que se envuelve en hojas de caña, maíz

## Reina pepiada



Arepa con relleno de pollo desmechado aguacate y mayonesa

## Mandocas



Rosquillas típicas de Venezuela, harina de maíz, plátano maduro y queso.

## Pasa palos



Bocadito ligero para acompañar una bebida

## Cachapa



Torta fina de maíz dulce con queso

## Bollo pelón



Masa de maíz relleno de guiso de carne o pollo, que se hierve y se baña en una salsa usualmente a base de tomates

## Hallaca



Plato navideño, tamal o pastel relleno de guiso de carne, pollo y chancho)

## Empanada de pabellón



Lleva carne, caraota (fréjol), maduro, queso.

## Polenta



Torta criolla rellena de pollo

# THANK

# YOU



*Alimentos Polar*

GAME CHANGERS

