

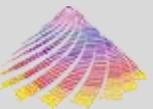


---

# Informe final Proyecto Africa

Marzo 26, 2021

# Objetivos



# Objetivo general

## De la investigación

Determinar la preferencia entre dos sabores de cereales listos



# Objetivos específicos de investigación

## Evaluación de cada variedad a partir del nombre/imagen

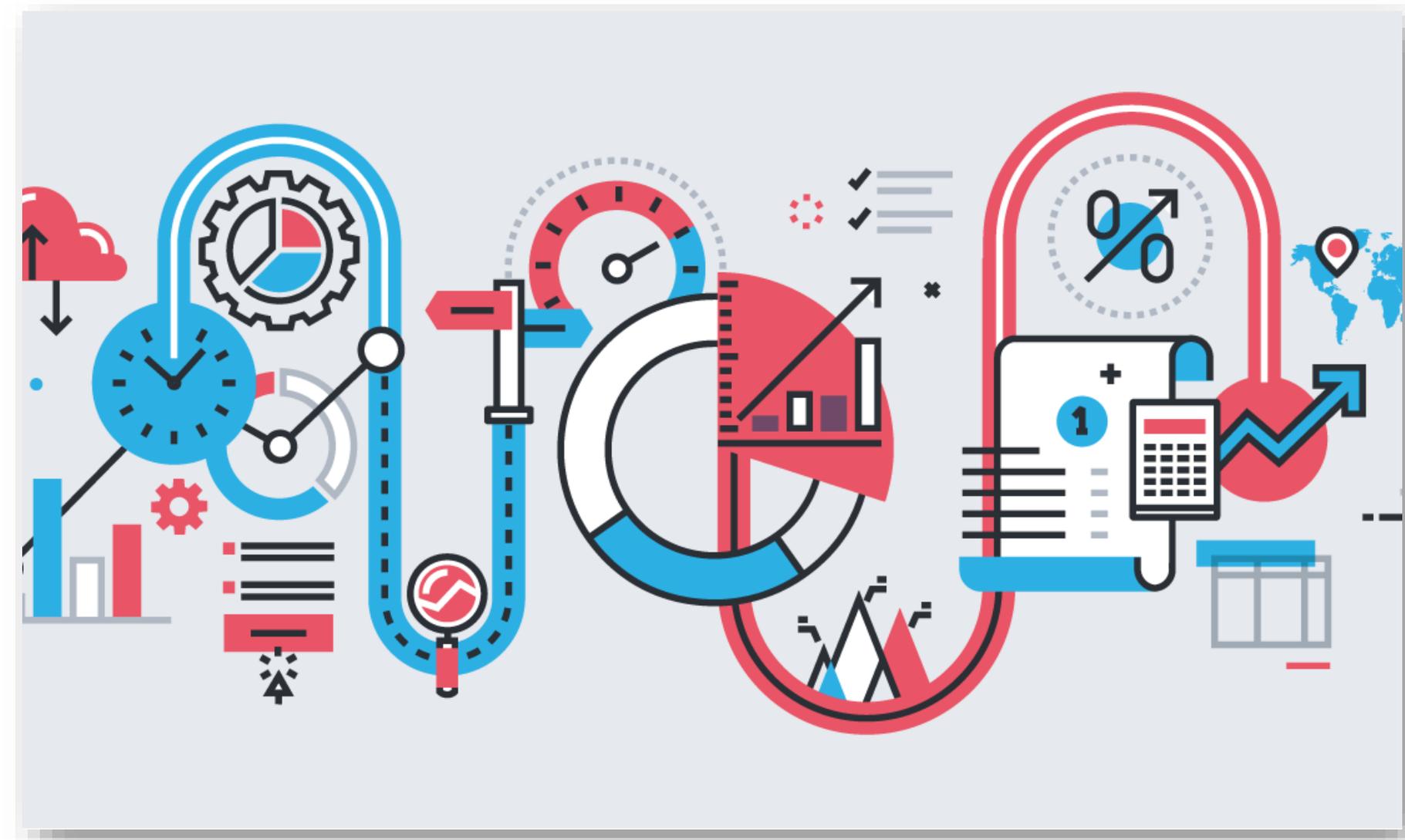
### Pensando en sus hijos...

- ¿Qué tan provocativo le resulta este sabor? (Escala de Likert de 5 puntos)
- ¿Qué tan novedoso le resulta este sabor? (Escala de Likert de 5 puntos)
- ¿Con qué frecuencia cree que lo consumirían sus hijos? (menor, igual o mayor que la frecuencia actual)

### PRESENTACIÓN DEL CONCEPTO

- Match de los productos con el concepto de Aritos Quaker.
- Intención de compra de cada variedad de sabor de cereales para sus hijos (Escala de 5 puntos). Razones
- Intención de sustitución de la variedad seleccionada como preferida versus producto que compra actualmente (Escala de Likert de 5 puntos). Razones
- Sabor preferido. Razones

# Metodología



# Metodología

Dada la situación actual de emergencia sanitaria se trabajó una metodología cuantitativa a través de entrevistas autogestionadas, vía online.

Se envió un link a los participantes del panel con un filtro que fue autogestionado en el que el/la participante cumplió con las condiciones de participación. Una vez la persona cumple con las condiciones de participación pasa a contestar la entrevista conceptual de preferencia

Se diseñó tanto el filtro como el cuestionario de evaluación de preferencia que cubrió los objetivos propuestos el cual fue probado en campo y aprobado por ustedes antes de iniciar el trabajo de campo.

# Grupo objetivo

- Madres con hijos entre 5 y 15 años de edad, encargadas de tomar la decisión de compra de alimentos en sus hogares y responsables de preparar los alimentos en sus hogares.
- Consumidores de Chocokrispis con una frecuencia de al menos 2 veces por semana
- Entre 25 y 45 años
- NSE 2 y 3

## Cobertura geográfica:

- Bogotá, Barranquilla y Medellín



# Tamaño de la muestra

La siguiente fue la muestra final alcanzada:

	Estrato 2		Estrato 3		Total
	25-35	36-45	25-35	36-45	
Bogotá	43	45	48	49	<b>185</b>
B/quilla	20	17	19	16	<b>72</b>
Medellin	18	13	23	19	<b>73</b>
	<b>81</b>	<b>75</b>	<b>90</b>	<b>84</b>	<b>330</b>

Error standard a total 5,4% nivel de confianza 95%

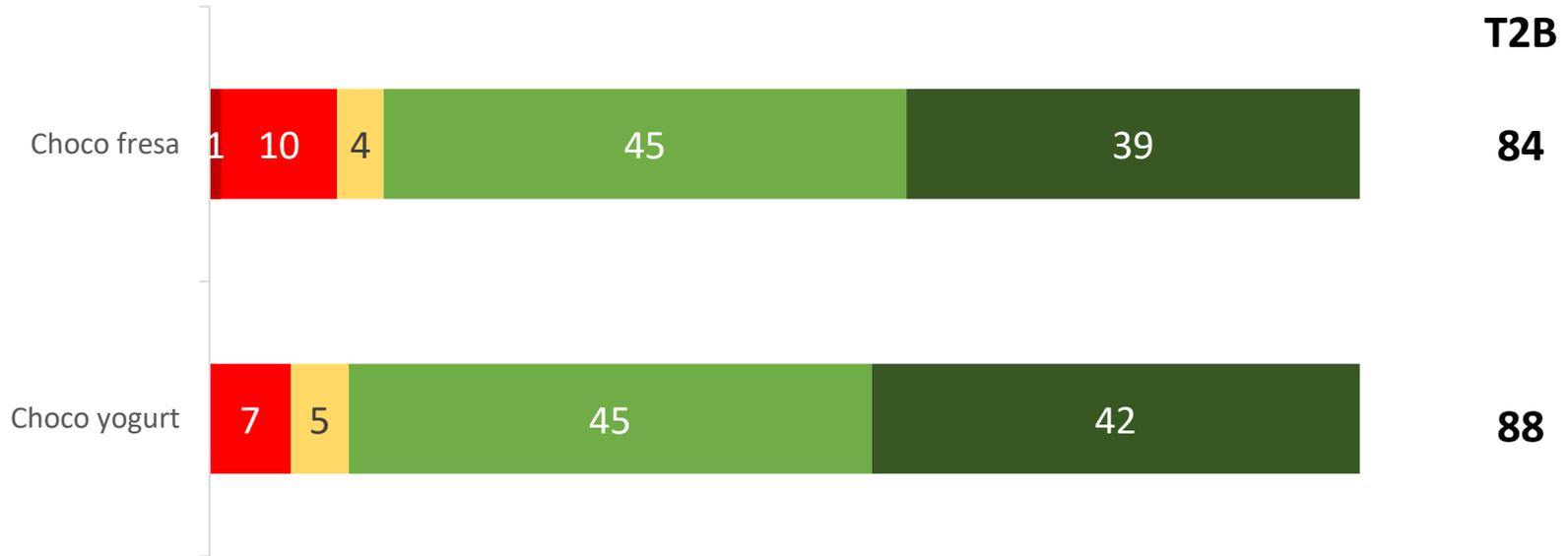
Error standard por Bogotá, 7,2, oras ciudades 11,5 % nivel de confianza 95%

# Resultados



# Percepción de provocativo

Ambos sabores observan una muy buena percepción sin diferencias estadísticamente significativas. En Barranquilla se observa una mejor percepción de provocación para ambos productos frente a Medellín y Bogotá



Muy provocativo	5
Provocativo	4
Indiferente	3
Poco provocativo	2
Nada provocativo	1



\* Diferencias estadísticas significativas



# Percepción de provocativo

Ambos sabores observan una muy buena percepción sin diferencias estadísticamente significativas. En Barranquilla se observa una mejor percepción de provocación para ambos productos frente a Medellín y Bogotá

## Choco Fresa

%	Ciudad		
	Bogotá (A)	Barranquilla (B)	Medellín (C)
Nada provocativo	1	3	1
Poco provocativo	12	4	12
Indiferente	4	1	7
<b>Top 2 Boxes</b>	<b>83</b>	<b>92</b>	<b>80</b>
Provocativo	49	45	35
Muy provocativo	34	46	45
Total	100	100	100
***Promedio	4,04	4,28	4,09

Versus A

## Choco Yogurt

%	Ciudad		
	Bogotá (A)	Barranquilla (B)	Medellín (C)
Nada provocativo			1
Poco provocativo	8	6	4
Indiferente	4	8	5
<b>Top 2 Boxes</b>	<b>88</b>	<b>86</b>	<b>89</b>
Provocativo	50	30	49
Muy provocativo	38	56	41
Total	100	100	100
***Promedio	4,18	4,37	4,23

Versus A y C

Muy provocativo	5
Provocativo	4
Indiferente	3
Poco provocativo	2
Nada provocativo	1

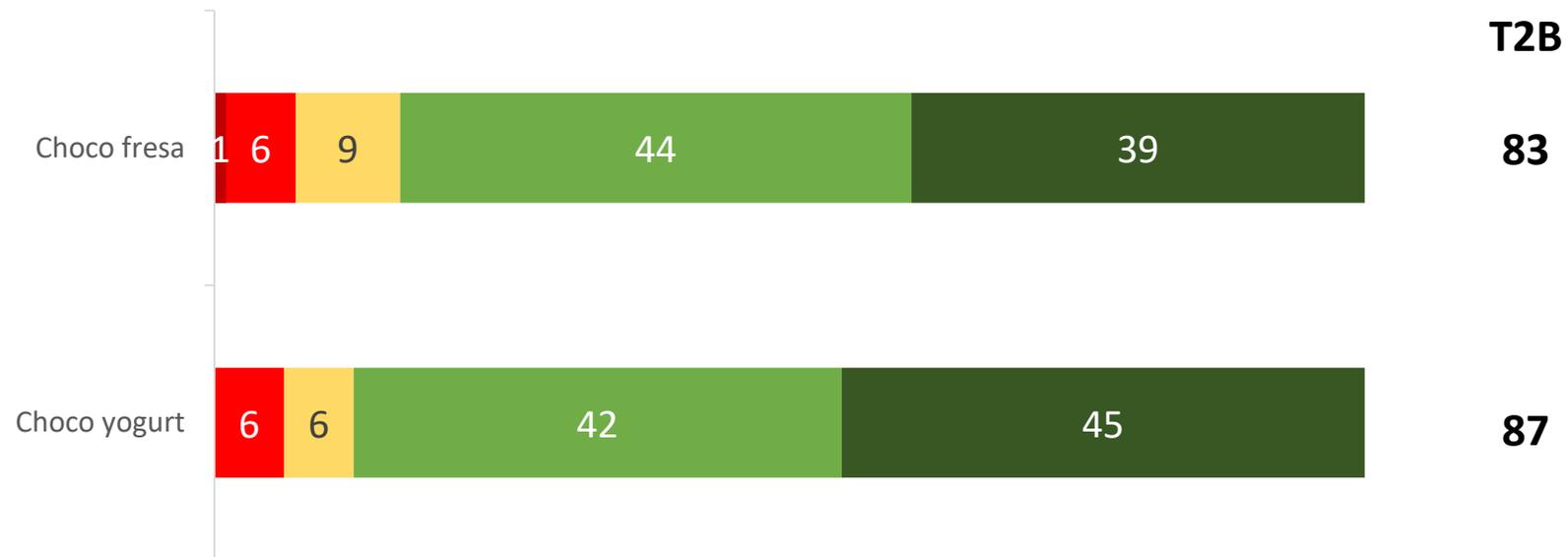


(330)

\* Diferencias estadísticas significativas

# Novedad y diferenciación

Ambos sabores son percibidos como novedosos, sin diferencias significativas, sin embargo en el top de la escala Choco yogurt puntúa levemente mejor, nuevamente en Barranquilla se consideran más novedosos frente a las otras ciudades



Muy novedoso	5
Novedoso	4
Indiferente	3
Poco novedoso	2
Para nada novedoso	1



P2. ¿Qué tan novedoso le parece el sabor de este cereal?

\* Diferencias estadísticas significativas

# Novedad y diferenciación

Ambos sabores son percibidos como novedosos, sin diferencias significativas, sin embargo en el top de la escala Choco yogurt puntúa levemente mejor, nuevamente en Barranquilla se consideran más novedosos frente a las otras ciudades

## Choco Fresa

%	Ciudad		
	Bogotá (A)	Barranquilla (B)	Medellín (C)
Para nada novedoso	1	1	3
Poco novedoso	6	7	5
Indiferente	11	3	12
<b>Top 2 Boxes</b>	<b>83</b>	<b>89</b>	<b>80</b>
Novedoso	48	38	41
Muy novedoso	35	51	39
Total	100	100	100
	185	71	74
***Promedio	4,10	4,30	4,08

Versus A

## Choco Yogurt

Afr 102	Ciudad		
	Bogotá (A)	Barranquilla (B)	Medellín (C)
Poco novedoso	7	8	3
Indiferente	7	4	7
<b>Top 2 Boxes</b>	<b>86</b>	<b>87</b>	<b>91</b>
Novedoso	46	32	43
Muy novedoso	40	55	47
Total	100	100	100,0
	185	71	74
***Promedio	4,19	4,34	4,35

Versus A

Muy novedoso	5
Novedoso	4
Indiferente	3
Poco novedoso	2
Para nada novedoso	1



(330)

P2. ¿Qué tan novedoso le parece el sabor de este cereal?

\* Diferencias estadísticas significativas

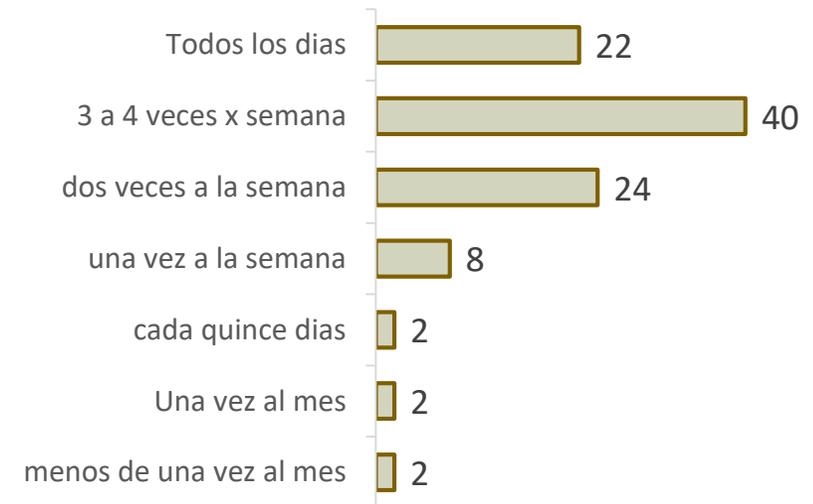
# Frecuencia de consumo declarada

Para ambas muestras se declaran frecuencias de consumo muy similares

## Choco Fresa



## Choco Yogurt

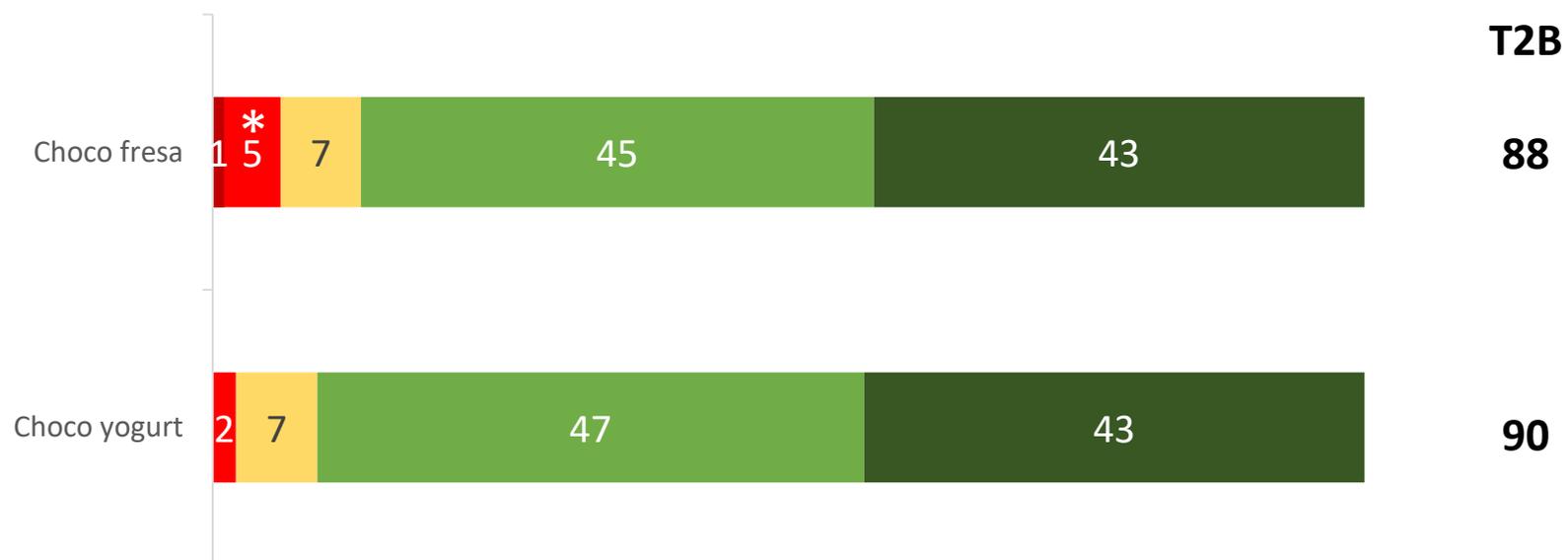


P2. ¿Qué tan novedoso le parece el sabor de este cereal?

\* Diferencias estadísticas significativas

# Ajuste con el concepto

Ambos sabores se ajustan con el concepto presentado sin diferencias estadísticas. Ambos sabores puntúan mejor en Barranquilla



No se ajusta para nada	1
No se ajusta	2
Ni se ajusta ni no se ajusta	3
Se ajusta	4
Definitivamente sí lo compraría	5



P4. ¿Qué tanto cree usted que se ajusta este sabor con la descripción que acaba de leer?

\* Diferencias estadísticas significativas

# Ajuste con el concepto

Ambos sabores se ajustan con el concepto presentado sin diferencias estadísticas. Ambos sabores puntúan mejor en Barranquilla

## Choco Fresa

%	Ciudad		
	Bogotá (A)	Barranquilla (B)	Medellín (C)
No se ajusta para nada		1	1
No se ajusta	3	6	8
Ni se ajusta ni no se ajusta	10	3	5
<b>Top 2 Boxes</b>	<b>88</b>	<b>90</b>	<b>85</b>
Se ajusta	50	34	43
Definitivamente se ajusta	38	56	42
Total	100	100	100,0
	185	71	74
***Promedio	4,23	4,38	4,16

Versus A y C

## Choco Yogurt

%	Ciudad		
	Bogotá (A)	Barranquilla (B)	Medellín (C)
No se ajusta para nada		1	
No se ajusta	3	3	1
Ni se ajusta ni no se ajusta	9	4	5
<b>Top 2 Boxes</b>	<b>88</b>	<b>92</b>	<b>93</b>
Se ajusta	49	39	50
Definitivamente se ajusta	39	52	43
Total	100	100	100
	185	71	74
***Promedio	4,25	4,38	4,35

Versus A

No se ajusta para nada	1
No se ajusta	2
Ni se ajusta ni no se ajusta	3
Se ajusta	4
Definitivamente sí lo compraría	5

1 2 3 4 5

(330)

P4. ¿Qué tanto cree usted que se ajusta este sabor con la descripción que acaba de leer?

\* Diferencias estadísticas significativas

# Intención de compra

Ambos sabores muestran altos niveles de intención de compra, observando una interesante proporción en el top de la escala. En Barranquilla Choco Fresa muestra el mejor desempeño en el top de la escala con 61%



Definitivamente no lo compraría	1
Probablemente no lo compraría	2
No estoy segur@ si lo compraría	3
Probablemente sí lo compraría	4
Definitivamente sí lo compraría	5



P4. ¿Qué tanto cree usted que se ajusta este sabor con la descripción que acaba de leer?

\* Diferencias estadísticas significativas

# Intención de compra

Ambos sabores muestran altos niveles de intención de compra, observando una interesante proporción en el top de la escala. En Barranquilla Choco Fresa muestra el mejor desempeño en el top de la escala con 62%

## Choco Fresa

%	Ciudad		
	Bogotá	Barranquilla	Medellín
Definitivamente no lo compraría		4	1
Probablemente no lo compraría	3	3	11
No estoy segur@ si lo compraría	12	1	8
<b>Top 2 Boxes</b>	<b>85</b>	<b>92</b>	<b>80</b>
Probablemente sí lo compraría	37	30	28
Definitivamente sí lo compraría	48	62	51
Total	100	100	100
	185	71	74
***Promedio	4,30	4,42	4,18

Versus A

## Choco Yogurt

%	Ciudad		
	Bogotá	Barranquilla	Medellín
Definitivamente no lo compraría		1	
Probablemente no lo compraría	1	4	1
No estoy segur@ si lo compraría	13	8	9
<b>Top 2 Boxes</b>	<b>86</b>	<b>86</b>	<b>89</b>
Probablemente sí lo compraría	37	35	39
Definitivamente sí lo compraría	50	51	50
Total	100	100	100
	185	71	74
***Promedio	4,36	4,30	4,38

Definitivamente no lo compraría	1
Probablemente no lo compraría	2
No estoy segur@ si lo compraría	3
Probablemente sí lo compraría	4
Definitivamente sí lo compraría	5



(330)

P4. ¿Qué tanto cree usted que se ajusta este sabor con la descripción que acaba de leer?

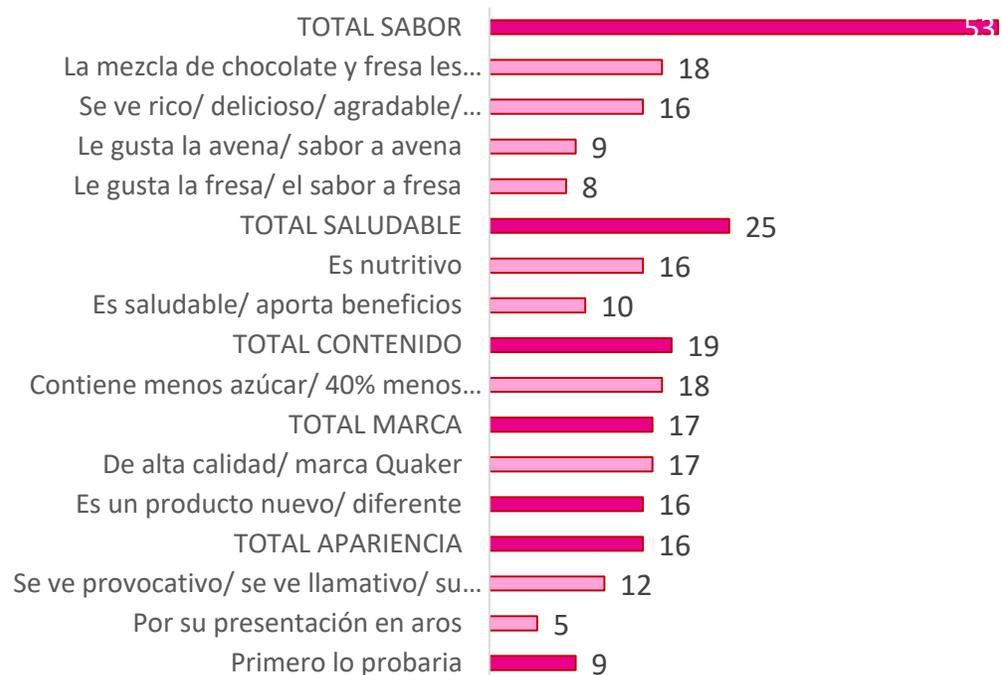
\* Diferencias estadísticas significativas



# Razones de compra

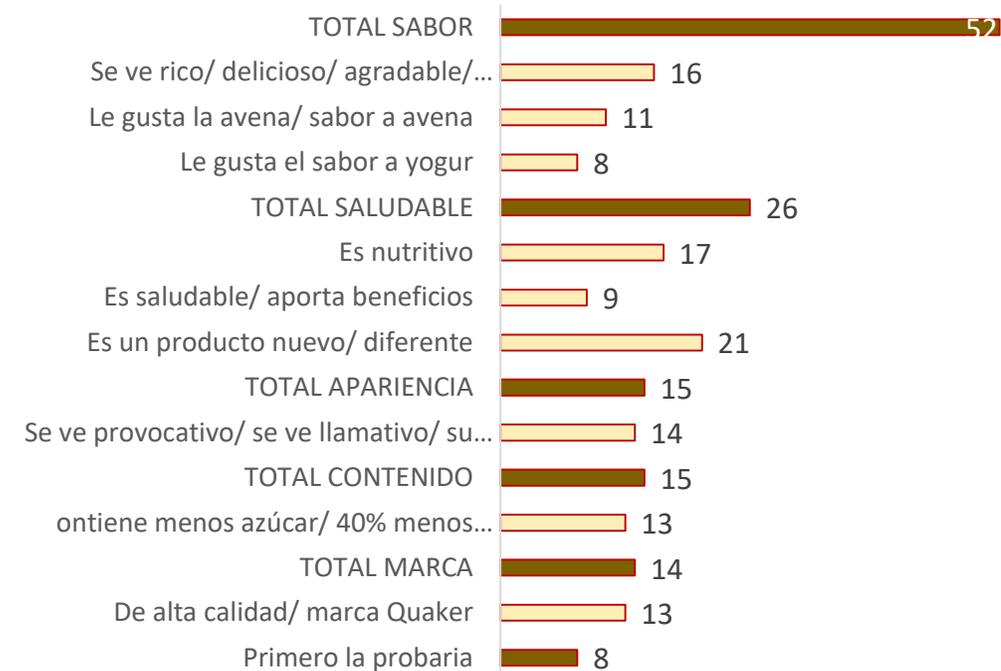
Las razones que soportan la decisión de compra se relacionan ante todo con sabor y percepción de saludable. La promesa de un 40% menos de azúcar, la apariencia y la marca también son razones que explican los niveles de intención de compra

## Choco Fresa



Base: 281

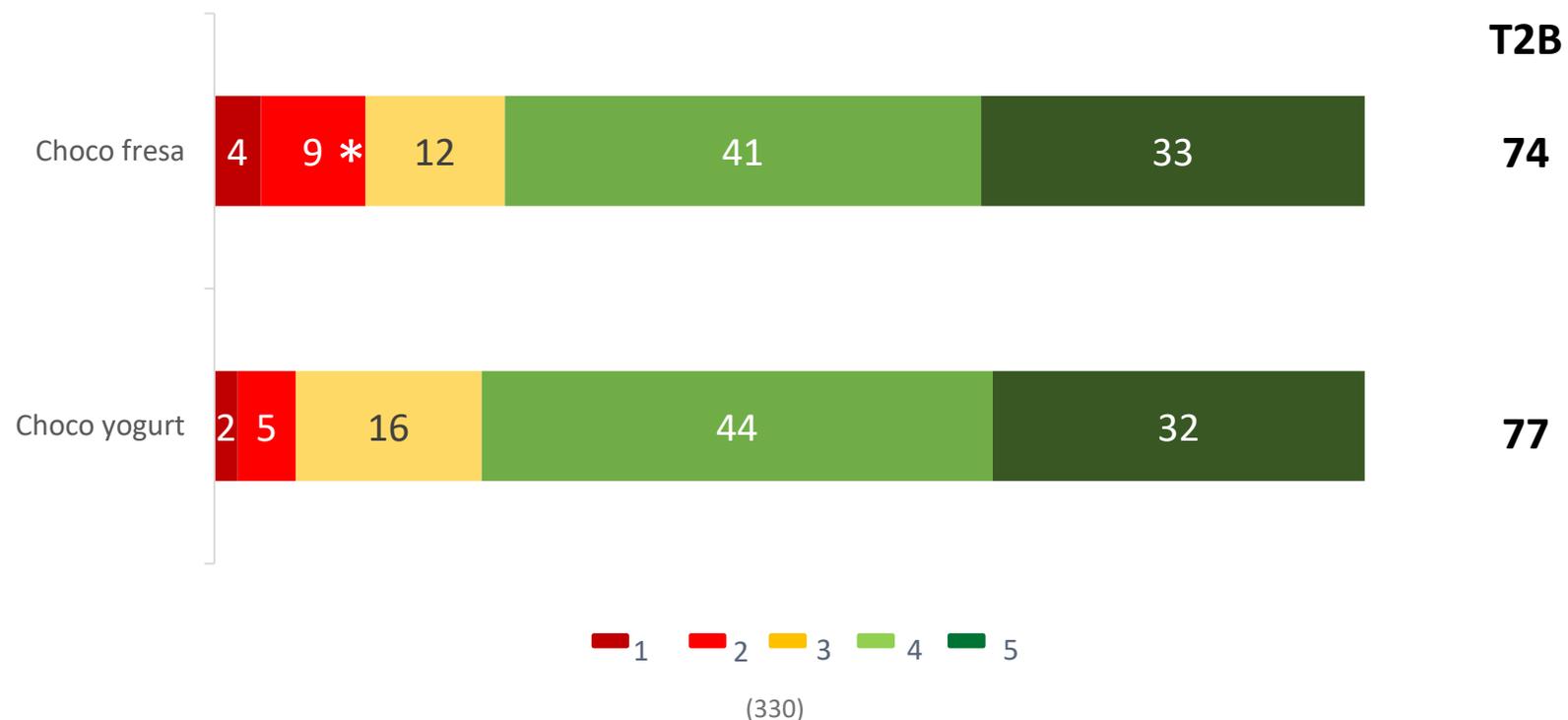
## Choco Yogurt



Base: 287

# Intención de sustitución por Chocokrispies

Se observa que al menos una tercera parte de la población bajo estudio esta definitivamente dispuesta a cambiar a Chocokrispies por propuestas como las evaluadas. Nuevamente en Barranquilla se observa más alta disposición al cambio



P6. Que tan dispuesta estaría en cambiar/sustituir este cereal con sabor a \_\_\_\_\_ por el Chocokrispis que sus hijos consumen con mayor frecuencia?

\* Diferencias estadísticas significativas

# Intención de sustitución por Chocokrispies

Se observa que al menos una tercera parte de la población bajo estudio esta definitivamente dispuesta a cambiar a Chocokrispies por propuestas como las evaluadas. Nuevamente en Barranquilla se observa más alta disposición al cambio

## Choco Fresa

Afr 110	Ciudad		
	Bogotá	Barranquilla	Medellín
Definitivamente no lo cambiaría	2	8	5
Probablemente no lo cambiaría	10	6	9
No estoy segura si lo cambiaría	16	7	8
<b>Top 2 Boxes</b>	<b>71</b>	<b>79</b>	<b>77</b>
Probablemente sí lo cambiaría	41	35	46
Definitivamente sí lo cambiaría	30	44	31
Total	100	100	100
***Promedio	3,87	4,00	3,88

Versus A

## Choco Yogurt

Afr 110	Ciudad		
	Bogotá	Barranquilla	Medellín
Definitivamente no lo cambiaría	2	4	1
Probablemente no lo cambiaría	6	3	5
No estoy segura si lo cambiaría	16	14	16
<b>Top 2 Boxes</b>	<b>76</b>	<b>79</b>	<b>77</b>
Probablemente sí lo cambiaría	45	35	51
Definitivamente sí lo cambiaría	31	44	26
Total	100	100	100
***Promedio	3,97	4,11	3,95

Versus A y C



(330)

P6. Que tan dispuesta estaría en cambiar/sustituir este cereal con sabor a \_\_\_\_\_ por el Chocokrispis que sus hijos consumen con mayor frecuencia?

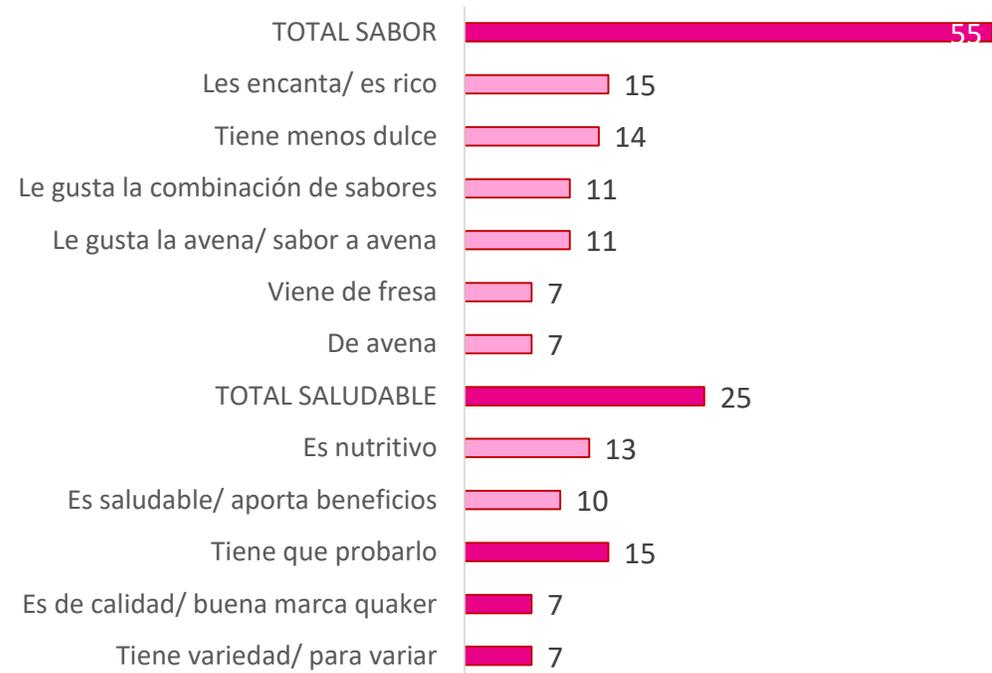
\* Diferencias estadísticas significativas



# Razones de reemplazo

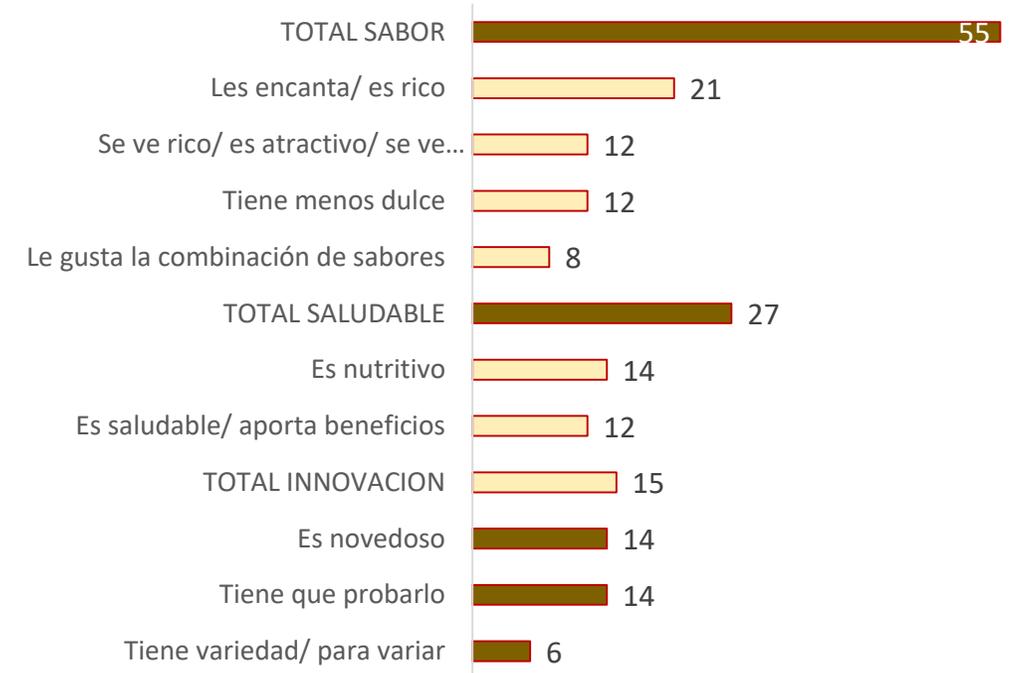
Nuevamente sabor y salud son los drivers que soportan la declaración de sustitución. Vale la pena destacar que Choco Yogurt se observa en una pequeña proporción como un producto innovador, situación que no se registra para Choco Fresa

## Choco Fresa



Base: 245

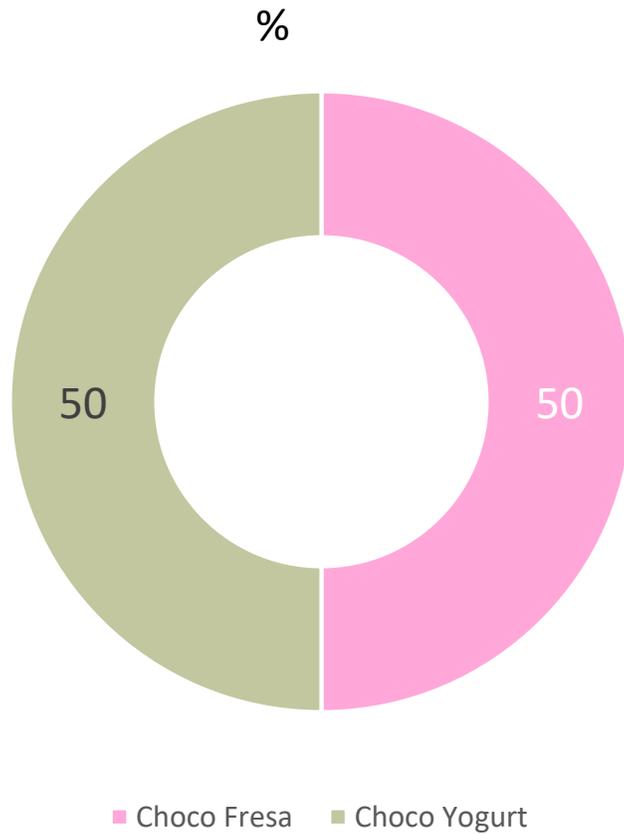
## Choco Yogurt



Base: 253

# Preferencia

Las dos muestras quedan parity en la preferencia declarada



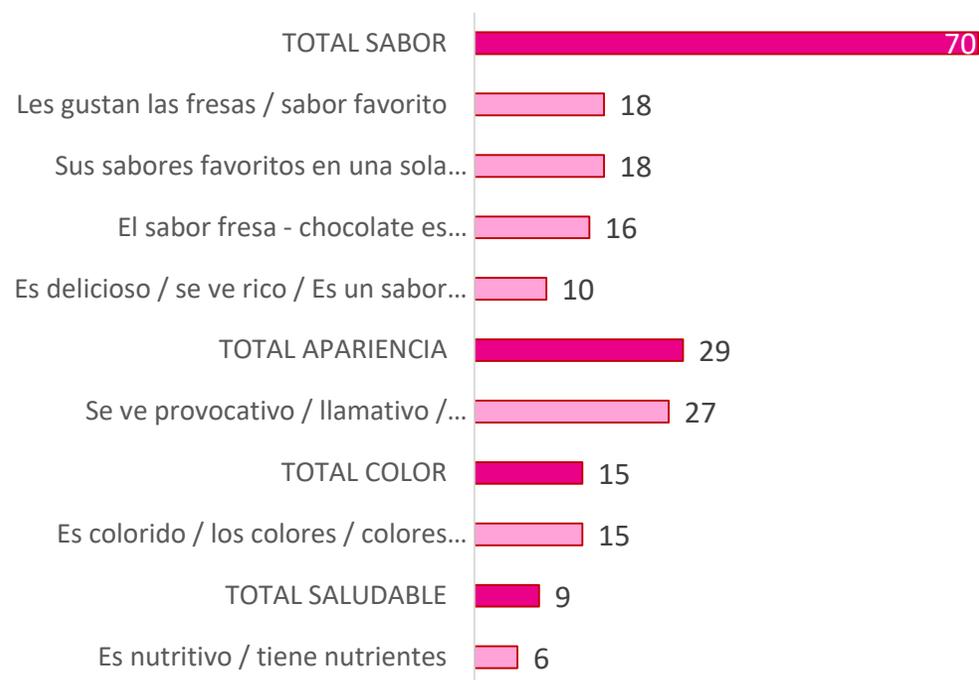
%	Ciudad			Nse		Edad		Sexo
	Bogotá	Barranquilla	Medellín	Estrato 2	Estrato 3	25-35	36 -45	Mujer
Choco fresa	49	54	47	47	52	47	53	50
Choco Yogurt	51	46	53	53	48	53	47	50
Tota	100	100	100	100	100	100	100	100
	185	71	74	156	174	171	159	330

P11. De las TRES bebidas que probaste ¿Cuál fue la que más te gustó? (RU)

# Razones de preferencia

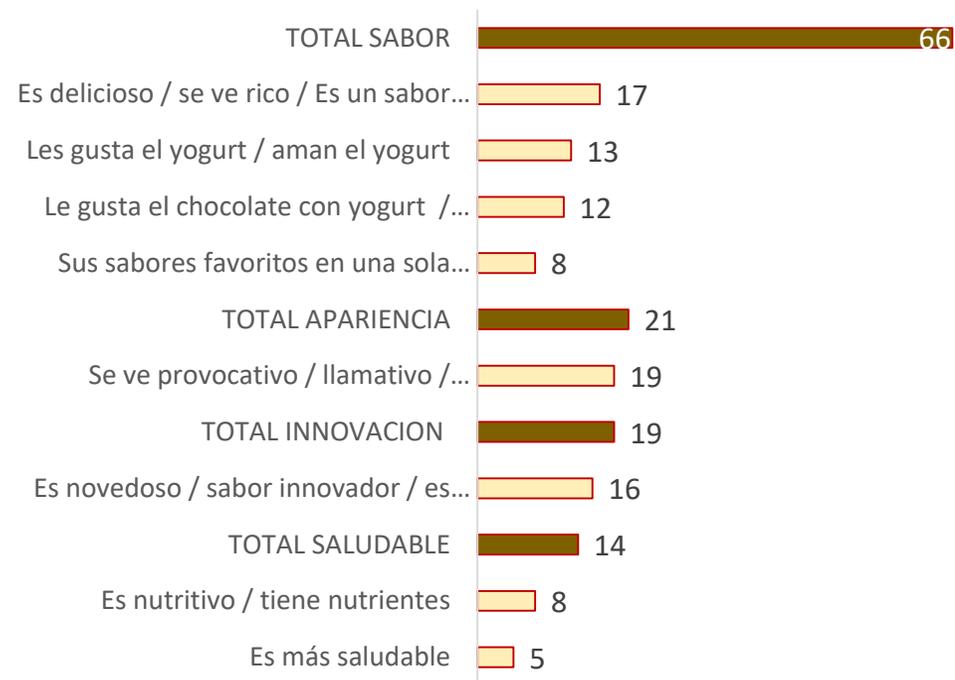
Sabor y apariencia son las principales razones de preferencia para ambos sabores. Choco Yogurt registra menciones relacionadas con innovación que no se recuperan para Choco fresa y la percepción de saludable es levemente mayor frente a Choco fresa

## Choco Fresa



Base: 164

## Choco Yogurt



Base: 166

# Conclusiones y recomendaciones



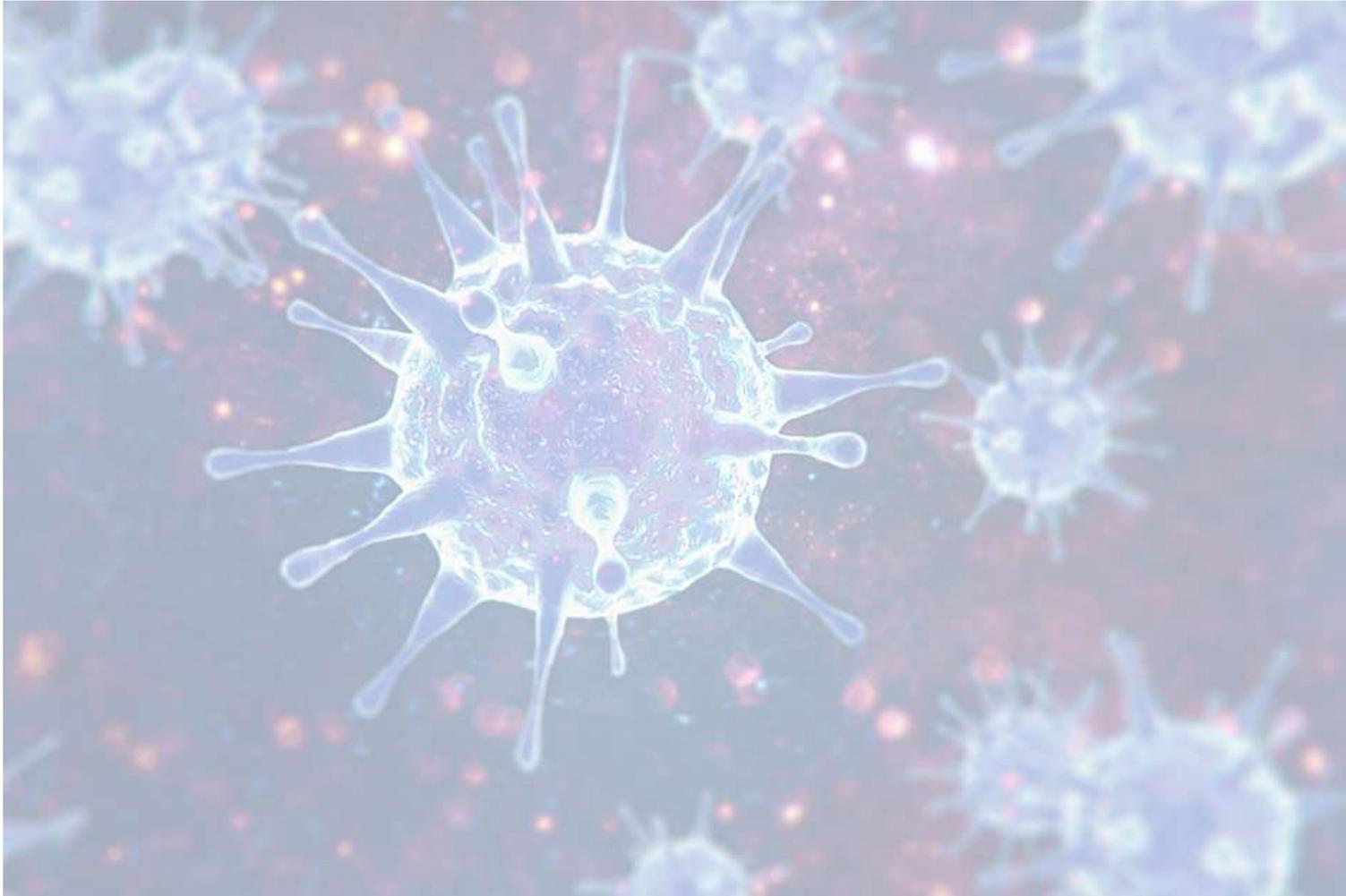
## Conclusiones

- Ambos sabores muestran un importante potencial competitivo ofreciendo propuestas que la población bajo estudio considera provocativas y novedosas.
- Se observa una declaración de intención de compra positiva en donde se relevan razones relacionadas con sabor rico, agradable, atractivo y salud por considerarlo nutritivo y bueno para la salud. Choco yogur por su parte además se releva como una propuesta innovadora
- La población bajo estudio muestra una importante disposición a sustituir su producto actual Choco krispies por las propuestas valoradas prácticamente en la misma proporción
- En general los dos sabores son mejor evaluados en Barranquilla con diferencias frente a las otras dos ciudades con diferencias estadísticas en la mayoría de las variables. Bogotá es la ciudad en donde la evaluación es un poco más acida pero al mismo tiempo bien valorada
- Por ello el resultado final en preferencia es parity, dado que cualquiera de los dos sabores puede ser adoptado por el potencial competitivo y el nivel de desempeño que observan

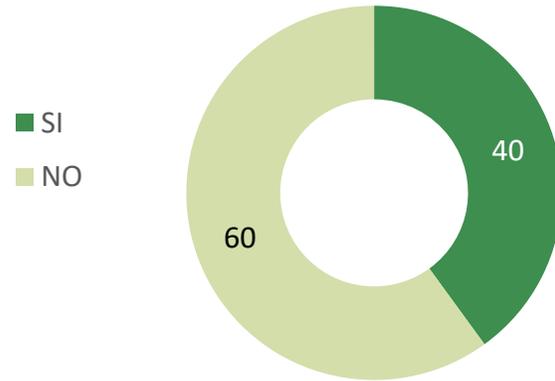
## Recomendaciones

- Ambas muestras pueden ser usadas, dado que representan propuestas ganadoras y con alta capacidad competitiva frente a Chocokrispies

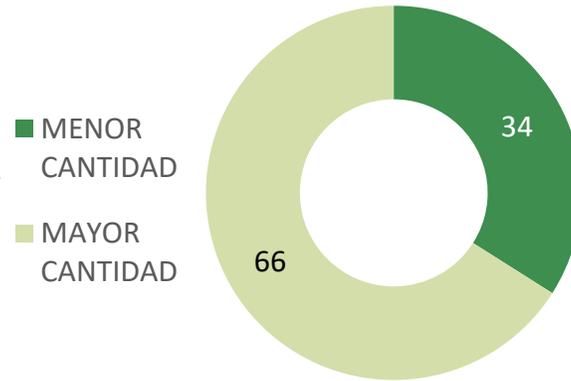
# Preguntas contingencia



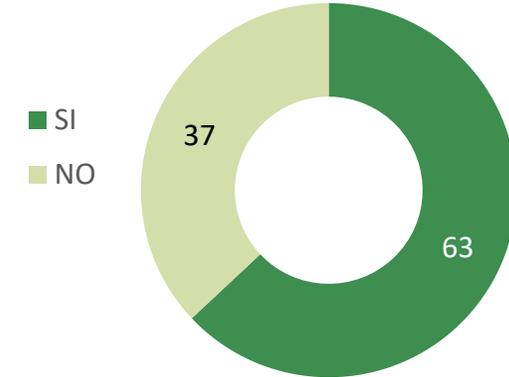
### Cambio en la cantidad comprada



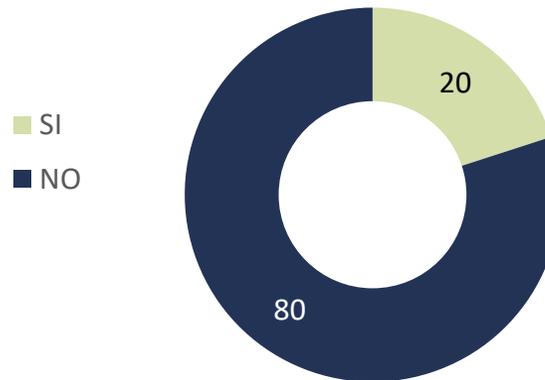
### Tipo de cambio en la cantidad comprada



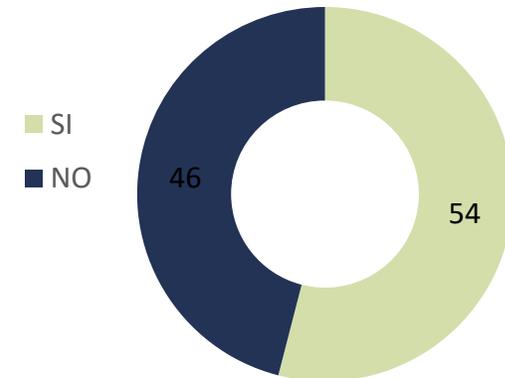
### Permanencia en el cambio



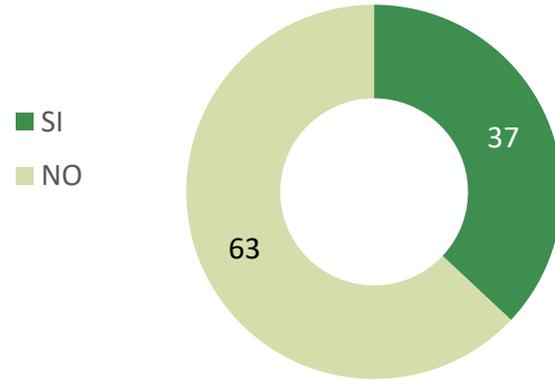
### Cambio en la marca



### Permanencia en el cambio

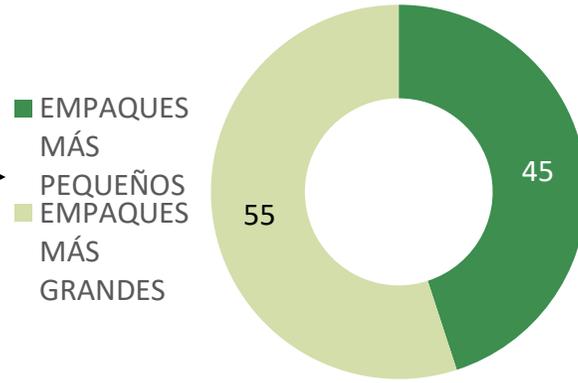


### Cambio en la tamaño comprado



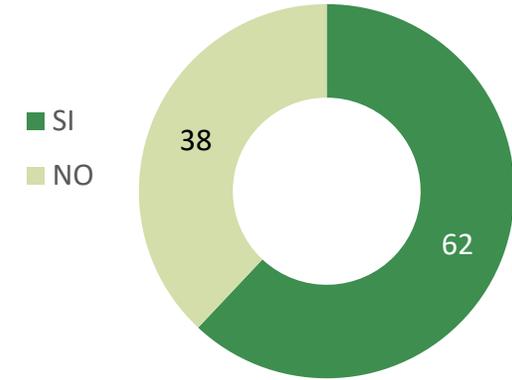
■ SI  
■ NO

### Tipo de cambio en la tamaño comprado



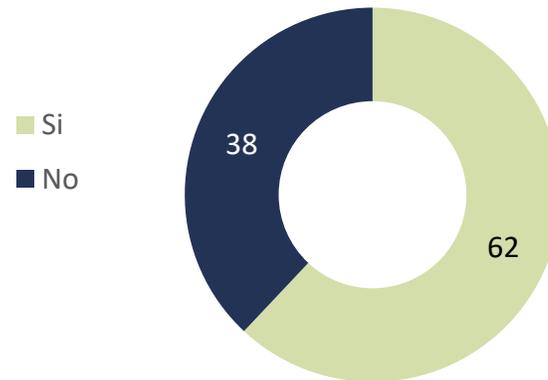
■ EMPAQUES  
MÁS  
PEQUEÑOS  
■ EMPAQUES  
MÁS  
GRANDES

### Permanencia en el cambio



■ SI  
■ NO

### Cambios adicionales



■ Si  
■ No



Base: 35

P15. Por favor escriba a continuación cuál o cuáles de esos cambios cree que serán permanentes.



*Alimentos Polar*

