

¿Cuál es el potencial del Mix (concepto, producto e imagen) de Harina Pan de Maíz como propuesta de valor integral?

Dirigida a:
Isgreg Aguilar

Preparada por:
Damian Rojas
Natalia Aponte



Alimentos Polar

Marzo de 2021

IF – 21-013634-01 - Hechizada

En Ipsos entendemos que el desempeño del mix (concepto, producto e imagen) es un factor importante en el momento de lanzamiento de una innovación y debe ser evaluado junto con los demás atributos que rigen este tipo de productos, por lo que realizamos un:

Concept + Product Testing

1

Identificar el entendimiento, relevancia y credibilidad del concepto

2

Determinar el gusto general en cada fase del producto

3

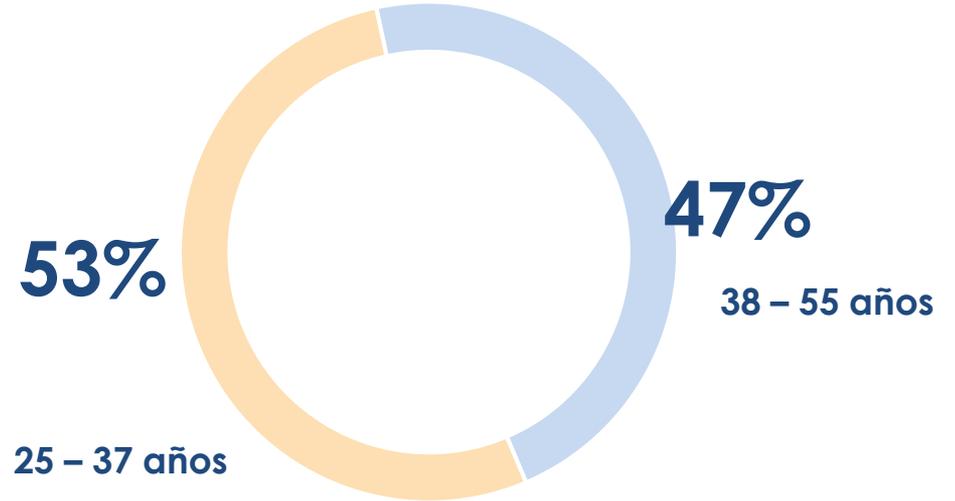
Identificar las diferencias dentro de los atributos evaluados



Estadounidenses
79%



Colombianas/
Venezolanas
21%



Base: 120

RESULTADOS



¿Cuál es el potencial del Mix (concepto, imagen y producto) de Harina Pan de Maíz como propuesta de valor integral?

El concepto tiene un buen nivel de agrado y su intención de compra es favorable

- Se evidencia una oportunidad de mejora en la intención de reemplazo de su producto habitual
- Las consumidoras se sienten identificadas con el producto y lo califican como rendidor

Las consumidoras evalúan positivamente el producto

- En términos de color las consumidoras esperan en la mezcla que el producto tenga un color mas intenso
- Las consumidoras afirman que el producto es fácil de amasar y preparar

El empaque es bien evaluado por las consumidoras y sus colores son adecuados

- Se identifica que el empaque esta alineado con el producto
- Los colores juegan un papel importante dentro de la evaluación

El producto en términos generales genera que las consumidoras estén dispuestas a pagar un poco mas

El precio máximo que están dispuestas a pagar es USD\$7,00 y el optimo es USD\$3,80

Evaluación de concepto

Mix para Arepas- marca P.A.N.

La **marca P.A.N.** llega al mercado con su **nueva mezcla para hacer Arepas, Gluten Free, libre de preservantes y colorantes artificiales**

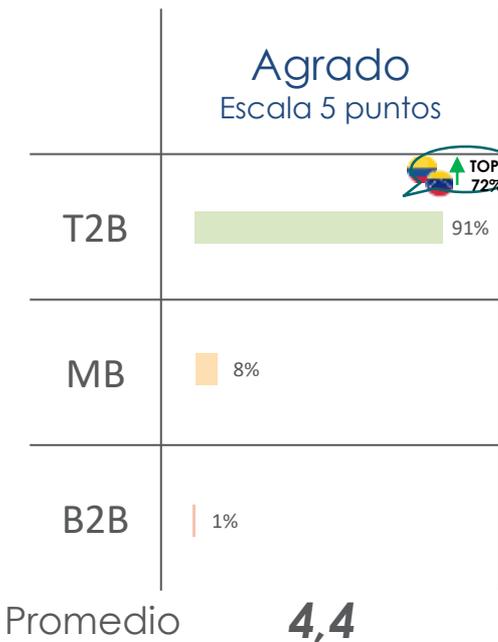
P.A.N. te ofrece el auténtico sabor de las Arepas en una mezcla fácil de preparar. **Una fórmula que es GLUTEN FREE porque la receta está hecha a base de harina precocida de Maíz y acompañada de una cuidadosa selección de ingredientes**, para que puedas preparar fácilmente esas deliciosas Arepas, suaves en su interior, tostadas en su concha y con el sabor que tanto te gusta!

Te invitamos a disfrutar de esta nueva mezcla que trae la marca P.A.N. , que te ayuda a preparar Arepas en casa de una manera fácil, rápida y divertida, para que disfrutes con la familia y amigos

Consigue tu **mezcla P.A.N.** para hacer **Arepas Gluten Free en su presentación de 1 Lb (454gr)**

AGRADO Y ENTENDIMIENTO DEL CONCEPTO

Se presenta un buen nivel de agrado por el concepto transmitiendo como mensaje y beneficio principal que el producto no contiene gluten



Mensaje transmitido por el concepto

Harina de Pan sin gluten, Harina sin gluten	33%
Es un producto fácil de usar	11%
Nuevo producto de harina Pan	10%
Es un producto saludable	5%
Libre de conservantes	5%

Beneficio principal que transmite el concepto

Harina sin gluten	36%
Libre de conservantes	17%
Es libre de colorantes artificiales	7%
Es un producto saludable	7%

Diferencias al 95% entre nacionalidades

Base: 120

GUSTO Y DISGUSTOS DEL CONCEPTO

Se confirma que para los usuarios es importante tener un producto libre de gluten, sin ningún tipo de conservantes, también se evidencia el gusto por el producto debido a que es fácil de usar



Gustos

Arepas sin gluten	27%
Libre de conservantes, aditivos	11%
Es un producto fácil de usar	9%
Es un producto saludable	9%
Es libre de colorantes artificiales	8%
Nuevo producto de harina Pan	4%
Conserva el sabor de arepas	4%



Disgustos

NADA	87%
No tiene gluten	3%
Tamaño de la presentación	2%
Falta de información de los ingredientes	2%
No informa el precio	2%

Base: 171

Base: 120

* No se encontraron diferencias por nacionalidad

INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL CONCEPTO

El concepto presenta una evaluación positiva para los indicadores de credibilidad e intención de compra, en cuanto a la intención de reemplazo se presenta una diferencia en las latinas

	B2B	MB	T2B	promedio
Credibilidad Escala 5 puntos	1%	8%	91%	4,3
Intención de compra Escala 5 puntos	1%	6%	93%	4,4
Intención de reemplazo Escala 5 puntos	3%	26%	71%	4,0



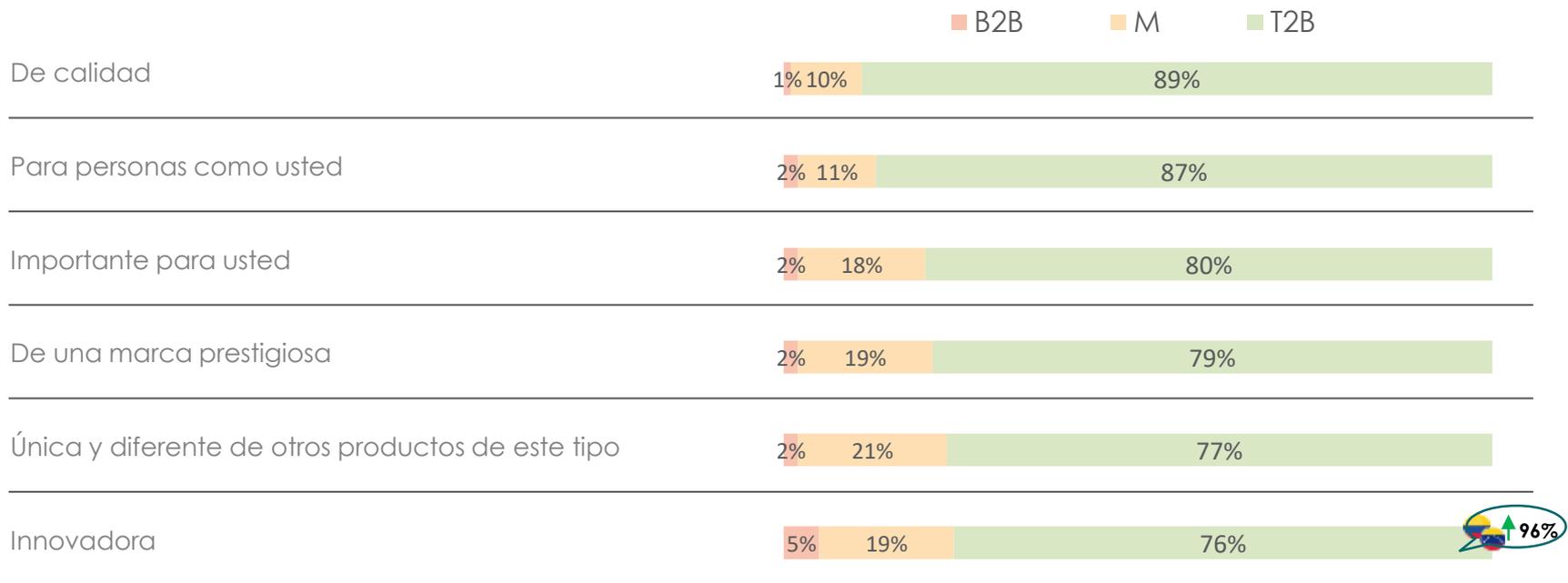
Base: 120

↑↓ Diferencias al 95% entre nacionalidades



ATRIBUTOS DEL CONCEPTO – 5 PUNTOS

Las consumidoras perciben el producto como de calidad y se identifican con su estilo de vida. Sin embargo se evidencia una oportunidad de mejora en la innovación



↓ ↑ Diferencias al 95% entre nacionalidades

Base: 120

Escala

Totalmente en Desacuerdo

En Desacuerdo

Ni de acuerdo ni en desacuerdo

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

Prueba de producto

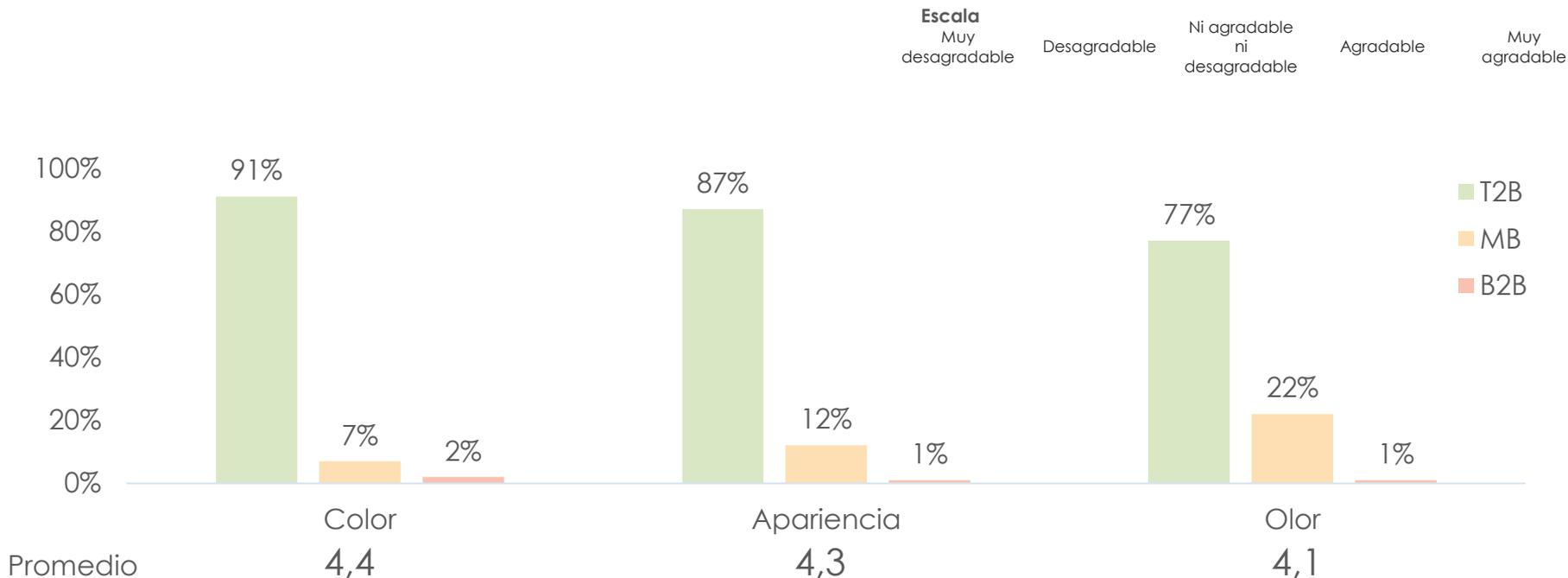


Producto Seco



ATRIBUTOS PRINCIPALES – 5 PUNTOS

El producto tiene una evaluación positiva en términos de color y apariencia, en cuanto a la evaluación de olor es ligeramente inferior



Base: 120

* No se encontraron diferencias por nacionalidad

¿CÓMO ENTENDER EL PENALTY ANALYSIS?

- El análisis de penalizaciones (caída media) se utiliza en la investigación de mercado para comprender cómo cada atributo **afecta el sabor general del producto**.
- El objetivo es ver cómo los consumidores penalizan el gusto general cuando un atributo **no está en el punto justo**



- = Just Right 75%+
- = Oportunidad primaria
- = Oportunidad secundaria
- = No es claro
- = Penalización no significativa

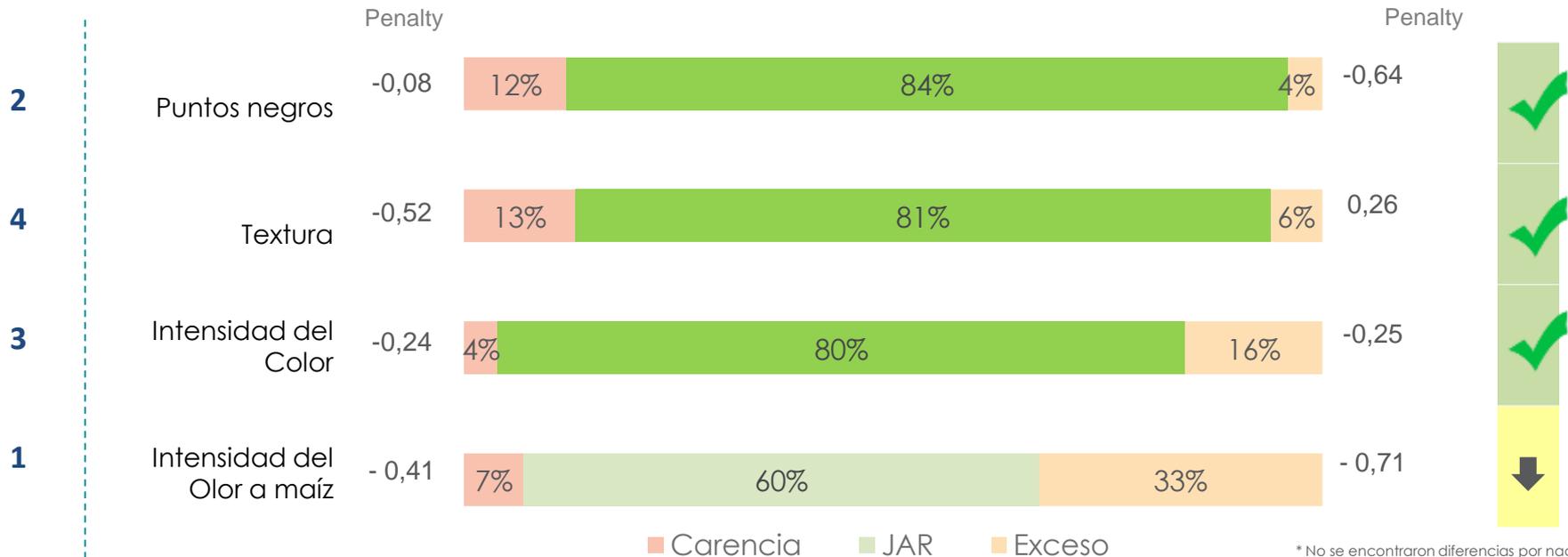


PENALTY ANALYSIS

Se evidencia que los puntos negros son agradables a la hora de preparar el producto para las consumidoras, la textura y el color juegan un papel importante para el producto

- = Just Right 75%+
- = Oportunidad primaria
- = Oportunidad secundaria
- = No es claro
- = Penalización no significativa

IMPORTANCIA DE ATRIBUTOS



* No se encontraron diferencias por nacionalidad

P23 Podría decirme ¿Cómo le parece la intensidad del COLOR de esta Mezcla para hacer arepas? RU / P25. ¿Cómo le parece la INTENSIDAD DEL OLOR A MAIZ de esta Mezcla para hacer arepas? RU / P25a. ¿Cómo le parece la presencia de PUNTOS NEGROS en esta mezcla para hacer arepas? RU / P26 ¿Cómo le parece la TEXTURA de esta mezcla para hacer arepas? RU



Amasado y Mezcla

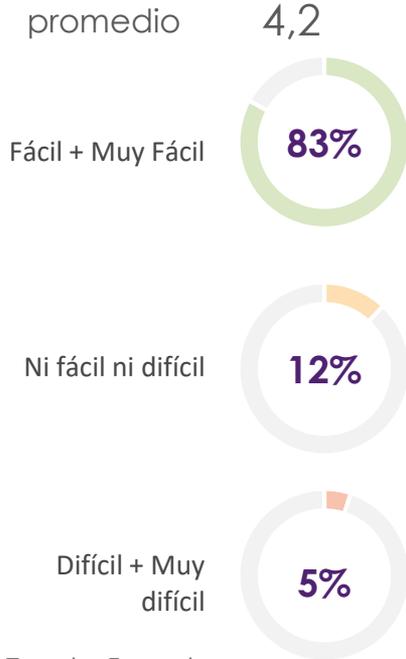
Ipsos InnoQuest



INDICADORES DE EVALUACIÓN DEL AMASADO

Las consumidoras afirman que fue fácil realizar la mezcla y que no se formaron grumos, en cuanto a la facilidad de mezclar se presenta una mayor proporción que afirma facilidad

Facilidad realizar la mezcla



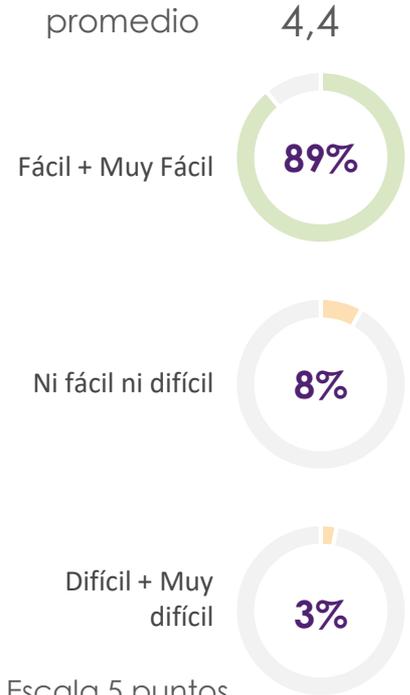
Tiempo



Formación de grumos



Facilidad de mezclar con agua



Escala 5 puntos

Base: 120

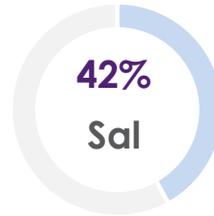
Escala 5 puntos

INGREDIENTES ADICIONALES

Las consumidoras prefieren como ingrediente adicional la mantequilla/ la margarina seguido del queso y la sal para facilitar la preparación

Ninguno

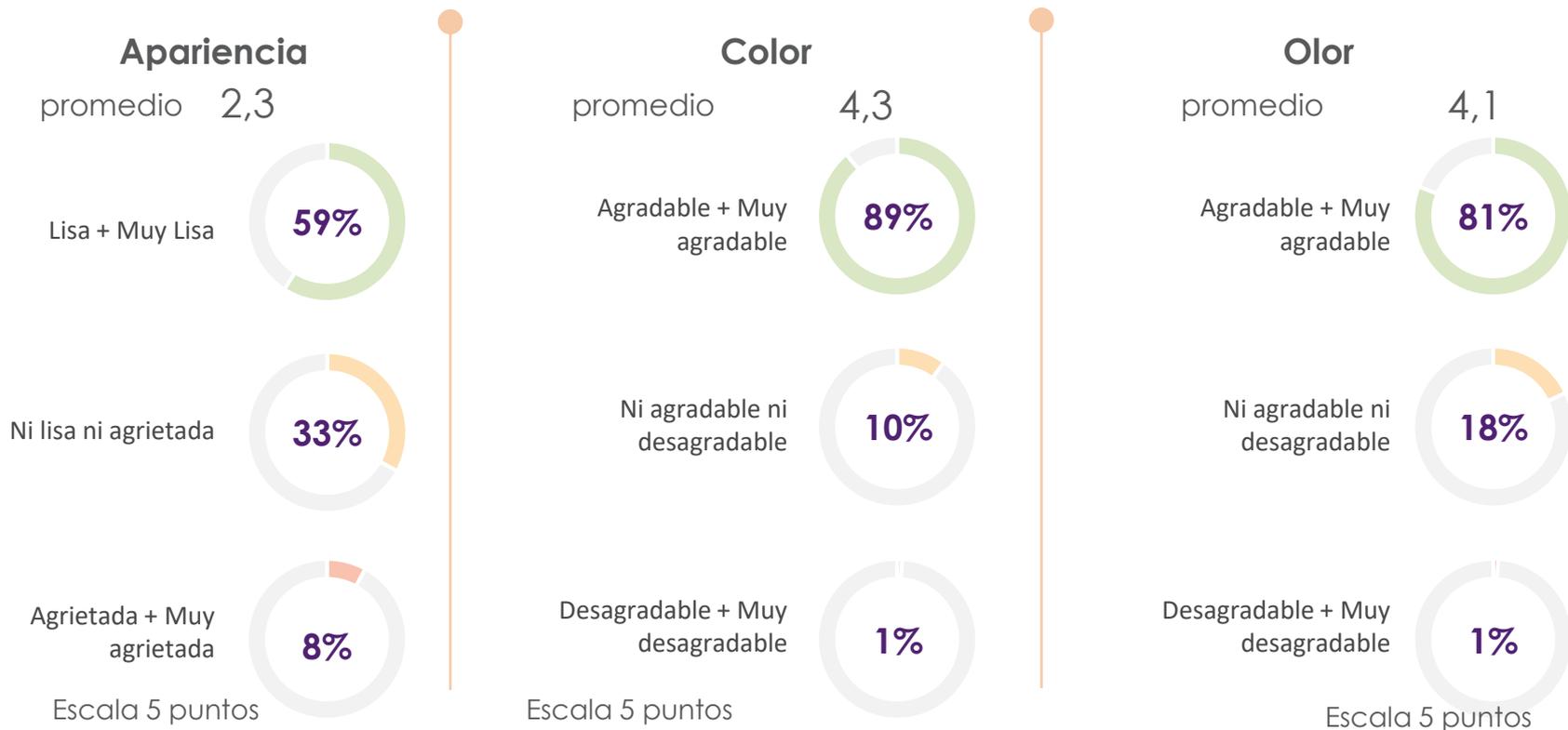
22%



Base: 120

INDICADORES DE EVALUACIÓN DE LA MASA

El producto es considerado por tener un buena apariencia y color, el olor es considerado agradable, sin embargo se puede reforzar para tener un indicador mas alto



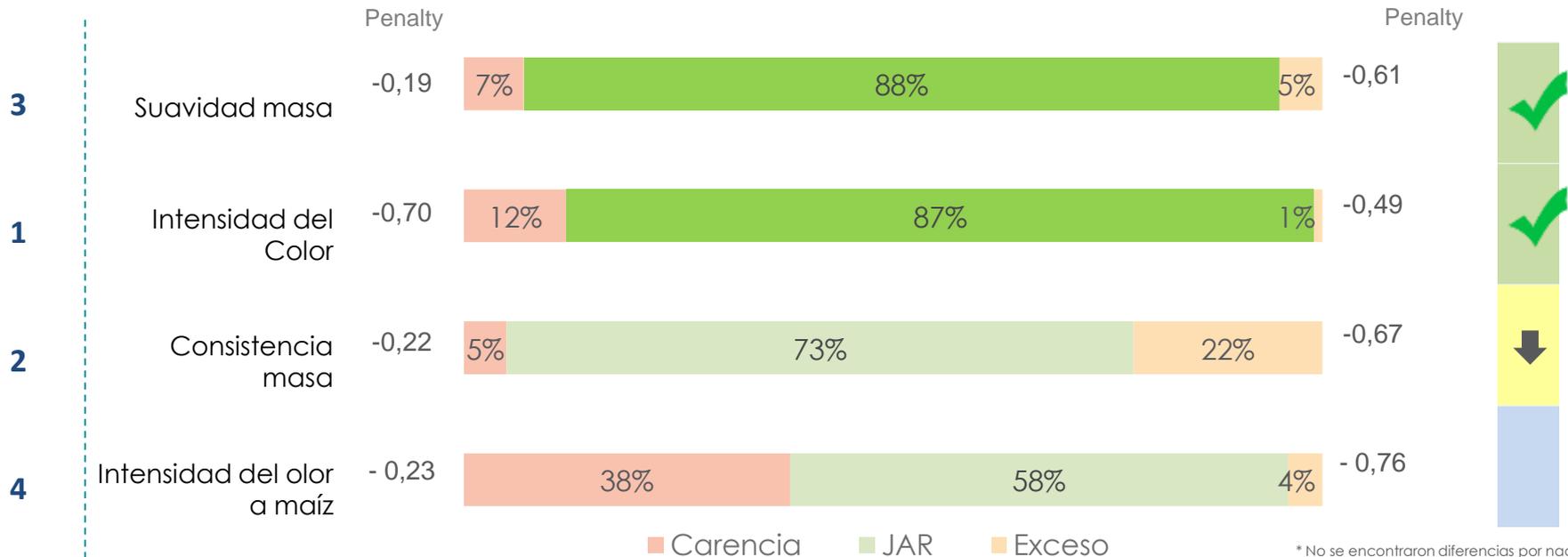


PENALTY ANALYSIS

La suavidad de la masa es el atributo mejor evaluado por las consumidoras, se presenta una oportunidad de mejora en la consistencia de la masa, ya que podría llegar a ser un poco más suave. Sin embargo, el producto actualmente, sin hacer ningún tipo de ajuste está siendo muy bien evaluado por los consumidores

- = Just Right 75%+
- = Oportunidad primaria
- = Oportunidad secundaria
- = No es claro
- = Penalización no significativa

IMPORTANCIA DE ATRIBUTOS



* No se encontraron diferencias por nacionalidad

P29. Podría decirme ¿Cómo le parece la intensidad del COLOR de la masa que preparó? RU / P29a. Podría decirme ¿Cómo le parece la SUAVIDAD de la masa que preparó con la mezcla para hacer arepas? RU / P34 ¿Cómo le pareció la INTENSIDAD DEL OLOR A MAÍZ de la masa que preparó? RU / P35 Podría decirme ¿Cómo le pareció la CONSISTENCIA de la masa que preparó? RU

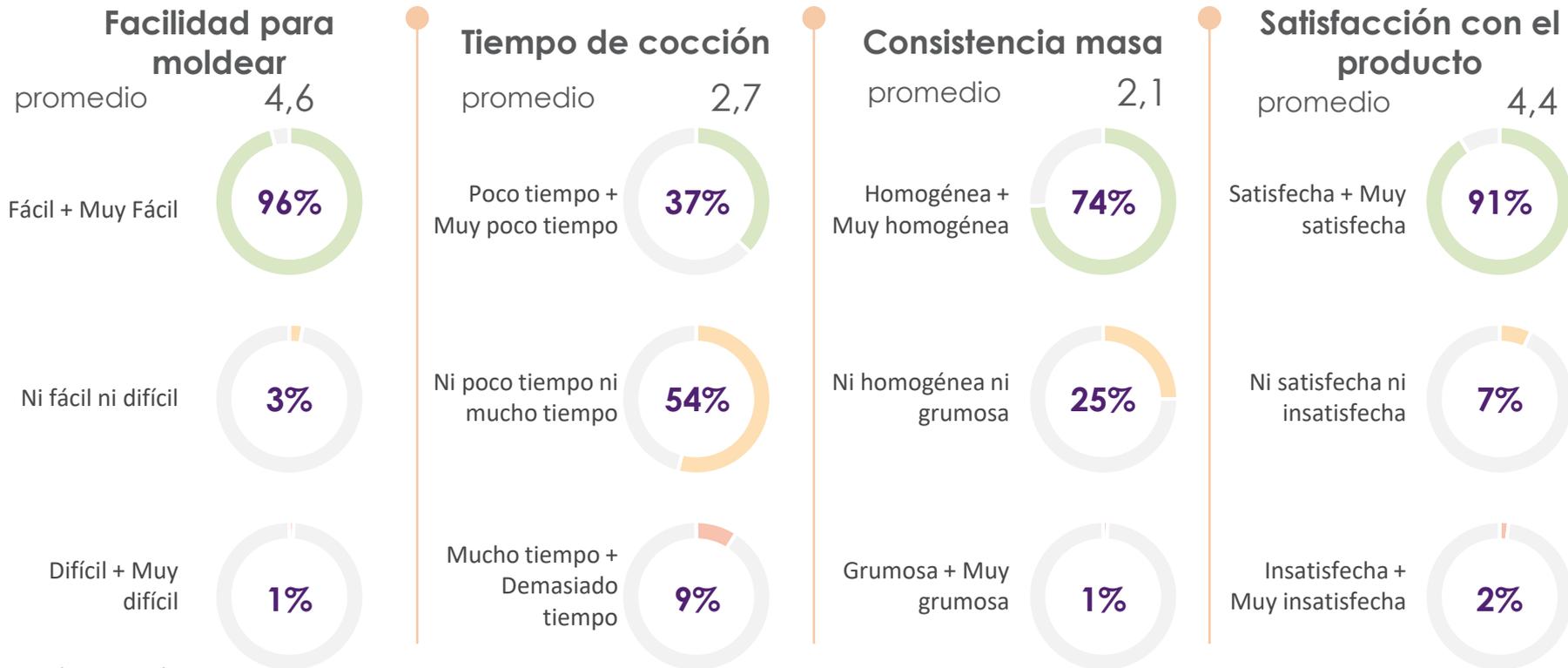


Producto Final cocinado



INDICADORES DE PREPARACIÓN

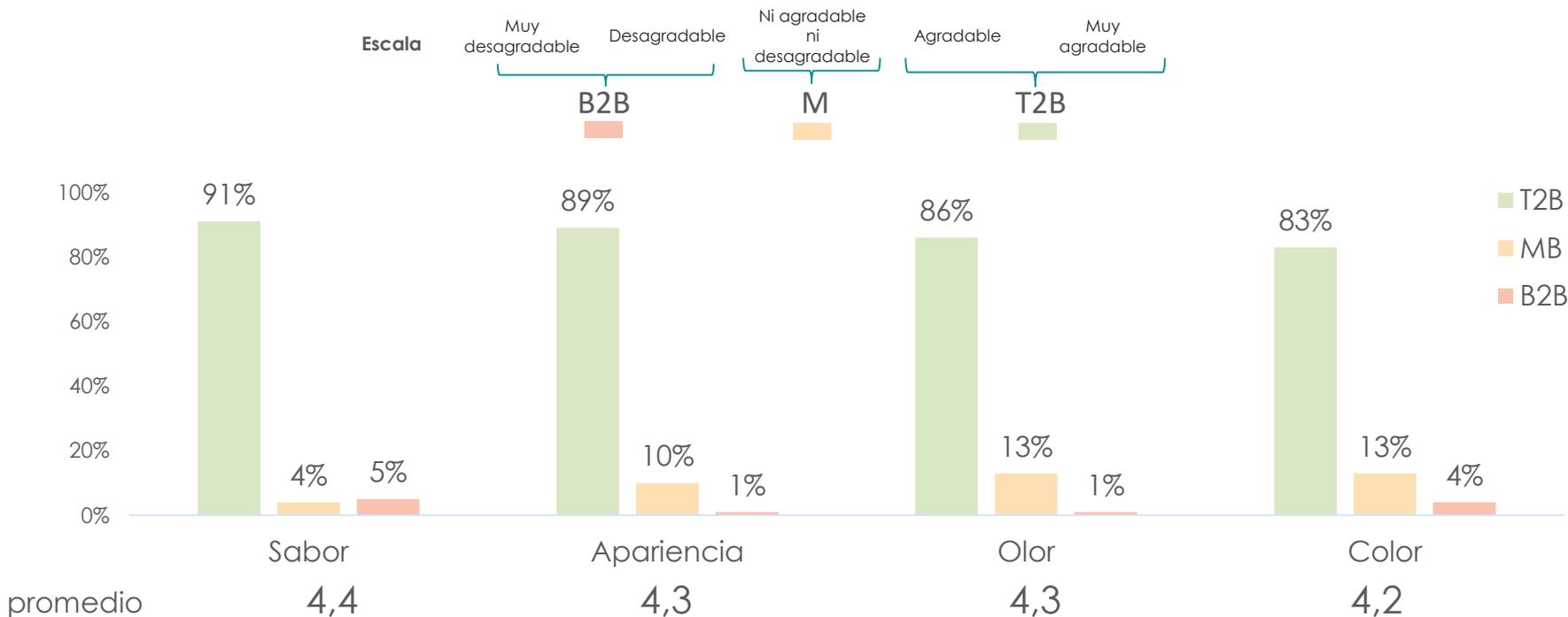
El producto se considera fácil de preparar, pero el tiempo de cocción es considerado promedio por las consumidoras latinas



Escala 5 puntos

NIVEL DE AGRADO PRODUCTO FINAL

En términos generales se presenta una buena calificación para los atributos evaluados



Base: 120

* No se encontraron diferencias por nacionalidad

P37. Podría decirme ¿Cómo le pareció la APARIENCIA de la arepa que preparó? (RU)

P38. Podría decirme ¿Cómo le pareció el COLOR de la arepa cocida? (RU)

P40. Podría decirme ¿Cómo le parece El OLOR de la arepa cocida? (RU)

P42. Podría decirme ¿Cómo le pareció El SABOR de la arepa cocida rellena? (RU)

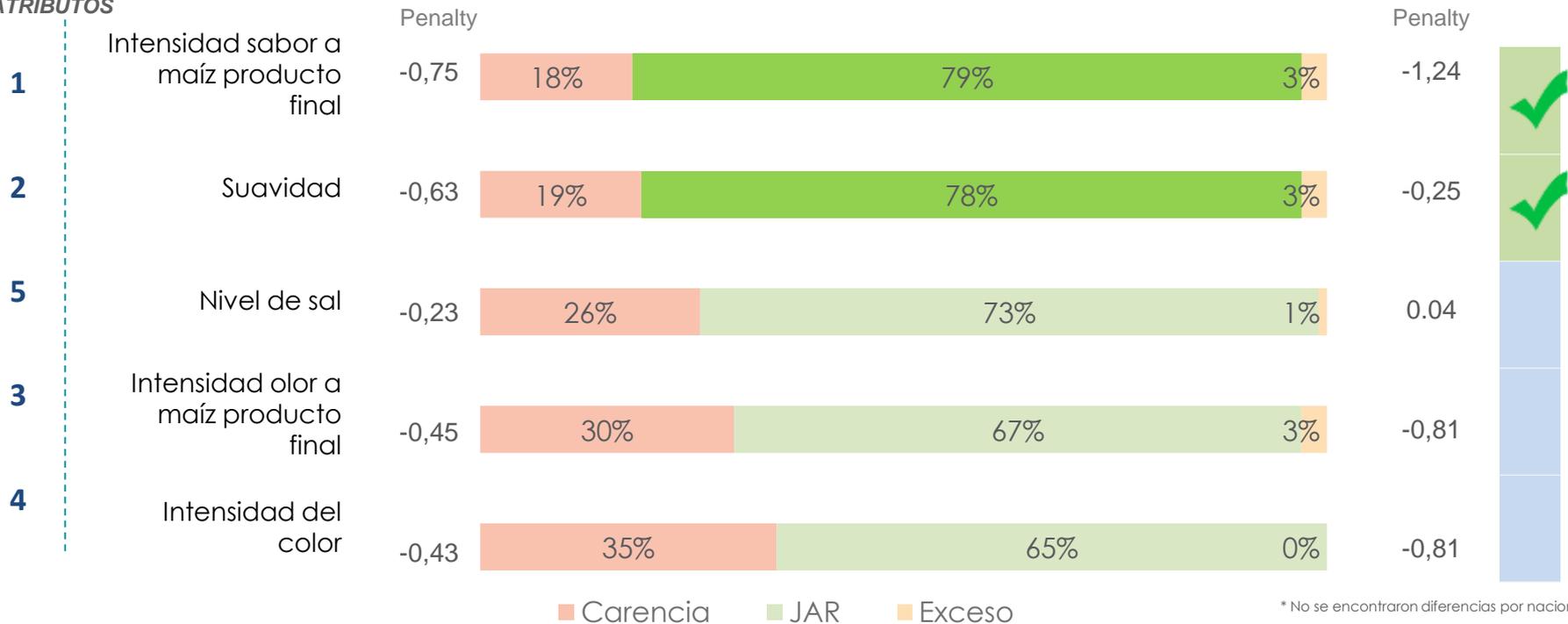


PENALTY ANALISIS PRODUCTO FINAL

La intensidad del sabor a maíz y la suavidad del producto son los atributos mejor evaluados y los mas relevantes para el gusto general del producto

- = Just Right 75%+
- = Oportunidad primaria
- = Oportunidad secundaria
- = No es claro
- = Penalización no significativa

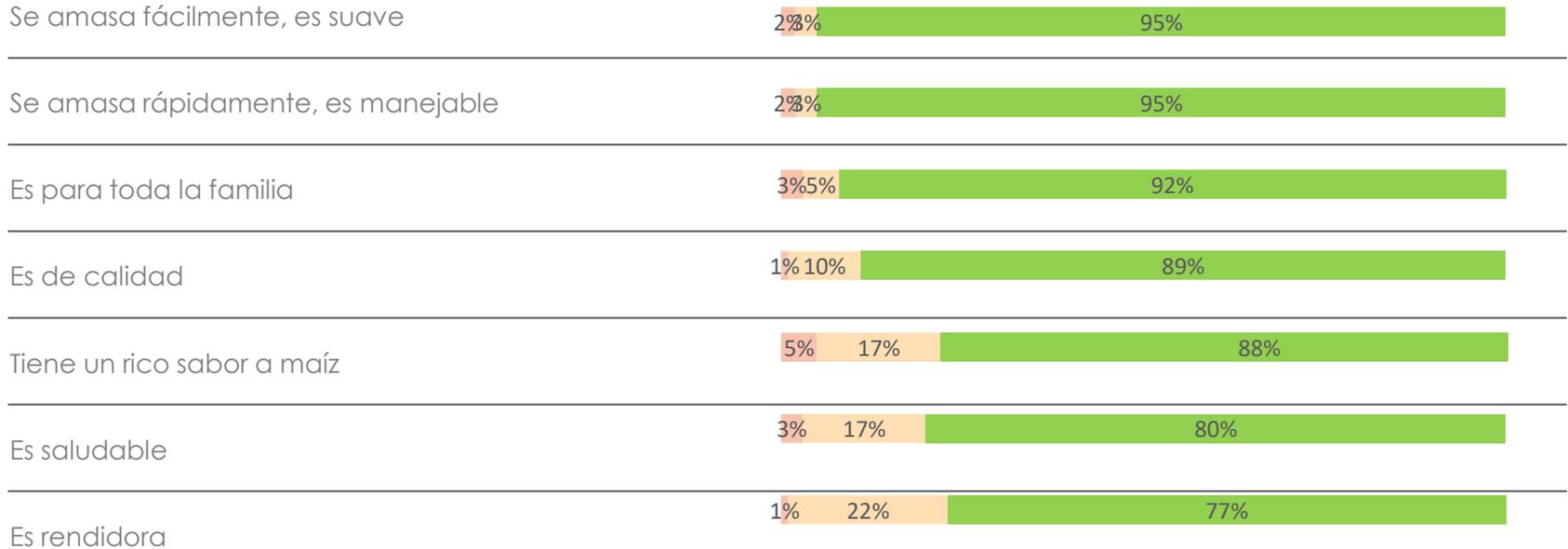
IMPORTANCIA DE ATRIBUTOS



ATRIBUTOS ASOCIADOS A PRODUCTO FINAL– 5 PUNTOS

Las consumidoras perciben que el producto es fácil de amasar y es manejable, también lo asocian como un producto rendidor para toda la familia y de calidad

■ B2B ■ M ■ T2B



↕ Diferencias al 5% entre nacionalidades

Base: 120



INDICADORES DE EVALUACIÓN DE LA AREPA

El producto presenta una alta intención de compra, en cuanto a la intención de reemplazo aunque tiene un indicador alto se puede mejorar

Intención de compra

promedio 4,5

Definitivamente SI lo compraría + Probablemente SI lo compraría



No estoy seguro/a si lo compraría o no



Probablemente NO lo compraría + Definitivamente NO lo compraría



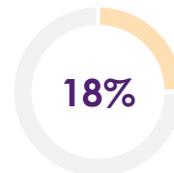
Intención de reemplazo

promedio 4,0

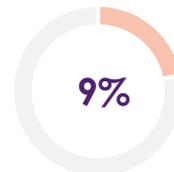
Definitivamente SI lo reemplazaría + Probablemente SI lo reemplazaría



No estoy seguro/a si lo reemplazaría o no



Probablemente NO lo reemplazaría + Definitivamente NO lo reemplazaría



Distribución de las siguientes 10 unidades compradas – marca habitual

Producto probado

6

Producto habitual

4

Base: 82

Unidades a comprar del nuevo producto – sin marca habitual

Producto probado

1

Base: 7

Escala 5 puntos

↕ Diferencias al 95% entre nacionalidades



INDICADORES DE ASOCIACIÓN DEL CONCEPTO

No se evidencia una diferenciación vs la mezcla habitual en cuanto a producto, por lo tanto solo la mitad de las personas la consideraron con un desempeño superior principalmente por su facilidad al amasar.

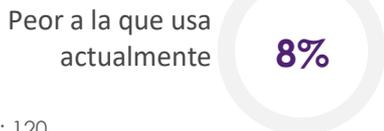
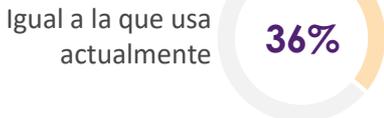
Comparación vs producto habitual



¿Por qué considera que es mejor que la habitual?

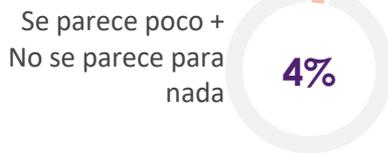
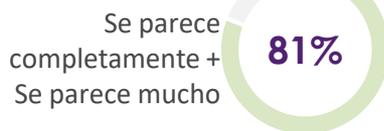
Es un producto fácil de amasar	13%
Harina sin gluten	10%
Arepas deliciosas, rico sabor	10%
Tiene buena textura, consistencias	7%
Es una masa suave	7%
Es un producto saludable	6%
Su preparación es rápida	5%
Conserva el sabor de arepas	5%

Base: 120



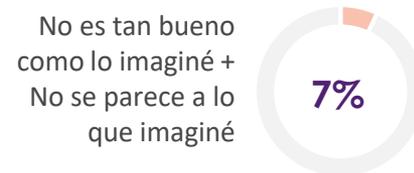
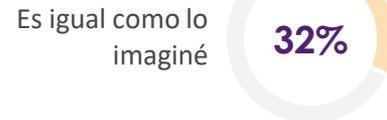
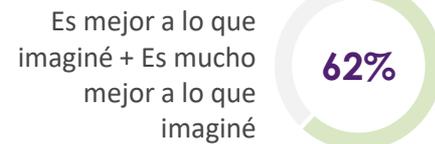
Coherencia producto con concepto

promedio 4,2



Expectativas

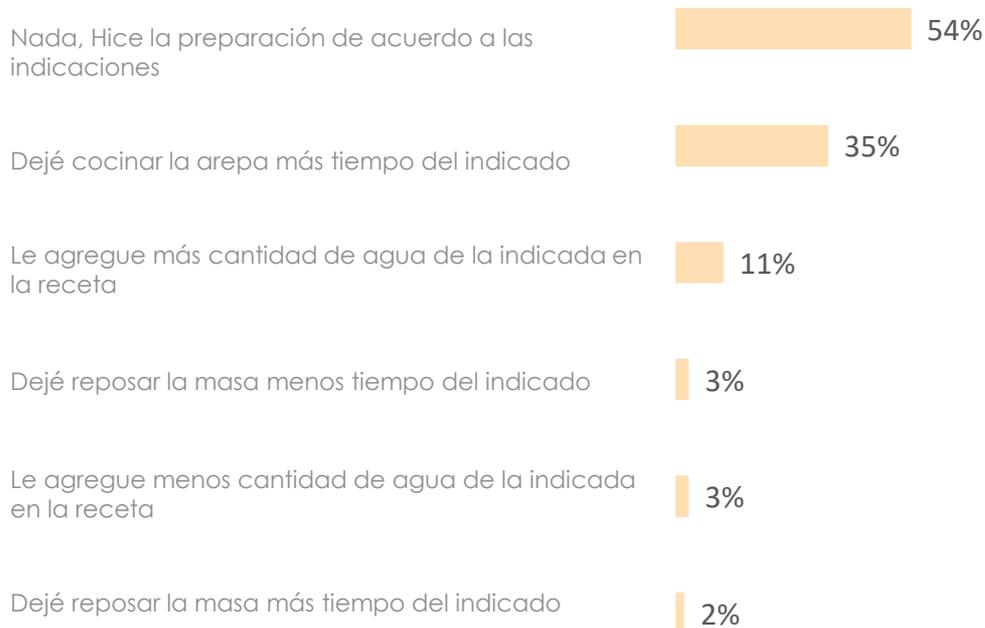
promedio 3,7



Base: 120

DIFERENCIAS EN LA PREPARACIÓN Y COCCIÓN DE LA AREPA

Las consumidoras afirman que realizaron la preparación de acuerdo a las indicaciones y otras que dejaron un poco mas del tiempo indicado



Base: 117

Empaque y precio

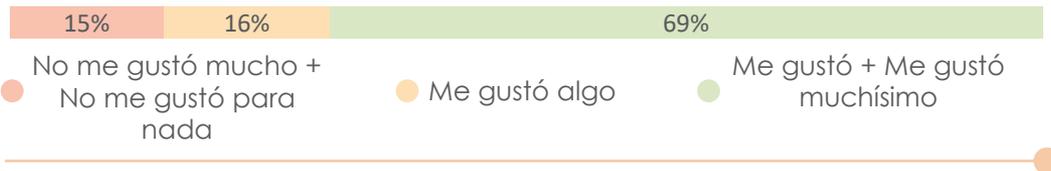


NIVEL DE AGRADO Y FIT EMPAQUE

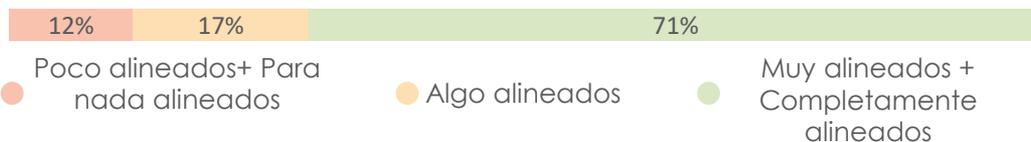
El nivel de agrado por el empaque es significativamente alto y se alinea de manera positiva con el empaque



Nivel de agrado del empaque



Qué tan alineado está con la descripción y el producto que probó



↕ Diferencias al 95% entre nacionalidades

Base: 120

GUSTOS Y DISGUSTOS EMPAQUE

Se destacan mayormente atributos como el color, las consumidoras afirman que el empaque tiene un buen diseño y se presenta un gusto por su cierre resellable



Gustos

Los colores, Colores llamativos	20%
La imagen de la arepa, comida	17%
Buen diseño, presentación del empaque	6%
El empaque es resellable	5%
La imagen sin especificar	5%
Dicen sin Gluten Free	5%
Se ve provocativo	4%
La descripción , características	3%
La arepa rellena	3%
La letras en general	3%



Disgustos

Ninguno	37%
Los puntos , los puntos rojos	11%
Los colores	10%
El relleno, pepino y el salmón	6%
otros	4%
Color azul	3%
Color amarillo pálido	3%
Color de fondo	3%
Color claro	3%
Color rojo	3%
El color verde	3%
La foto de arepa	3%

Base: 120



- El precio teórico que captura el máximo volumen para una 454 gr es 3,80 USD y con un rango de precio aceptable que va hasta 7,00 UDS.

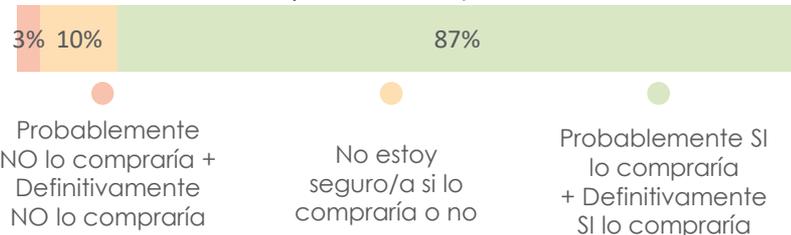
Base: 120



INTENCIÓN DE COMPRA DEL PRODUCTO CON PRECIO SUGERIDO

Se presenta una intención de compra positiva para el producto evidenciando una caída en la intención de reemplazarlo por su producto habitual

Intención de compra a USD \$2,26



Intención de reemplazo a USD \$2,26



Base: 120

Distribución de las siguientes 10 unidades compradas – marca habitual

Producto probado

7

Producto habitual

3

Base: 90

Unidades a comprar del nuevo producto – sin marca habitual

Producto probado

1

Base: 90

↕ Diferencias al 95% entre nacionalidades



Ipsos

Apéndice

Ipsos InnoQuest



¿Cuál es el potencial del Mix (concepto, imagen y producto) de Betty como propuesta de valor integral?

El concepto tiene un buen nivel de agrado y su intención de compra es favorable

Las consumidoras evalúan positivamente el producto

El empaque es bien evaluado por las consumidoras y sus colores son adecuados

El producto en términos generales genera que las consumidoras estén dispuestas a pagar un poco más

Recomendaciones

- 1 A pesar de tener algunas oportunidades de mejora, consideramos que éstas son oportunidades secundarias y además el desempeño del producto está en muy alto nivel.
- 2 El precio sugerido puede ser un poco más alto debido a que las consumidoras están dispuestas a pagar un poco más por el producto
- 3 Mantener los atributos con el indicador alto como la intensidad del sabor a maíz en todas las fases y la suavidad para amasar y preparar el producto



THANK
YOU!



Alimentos Polar