

Prueba de producto Proyecto Monster



15 de septiembre de 2021



Categoría

Avena instantánea



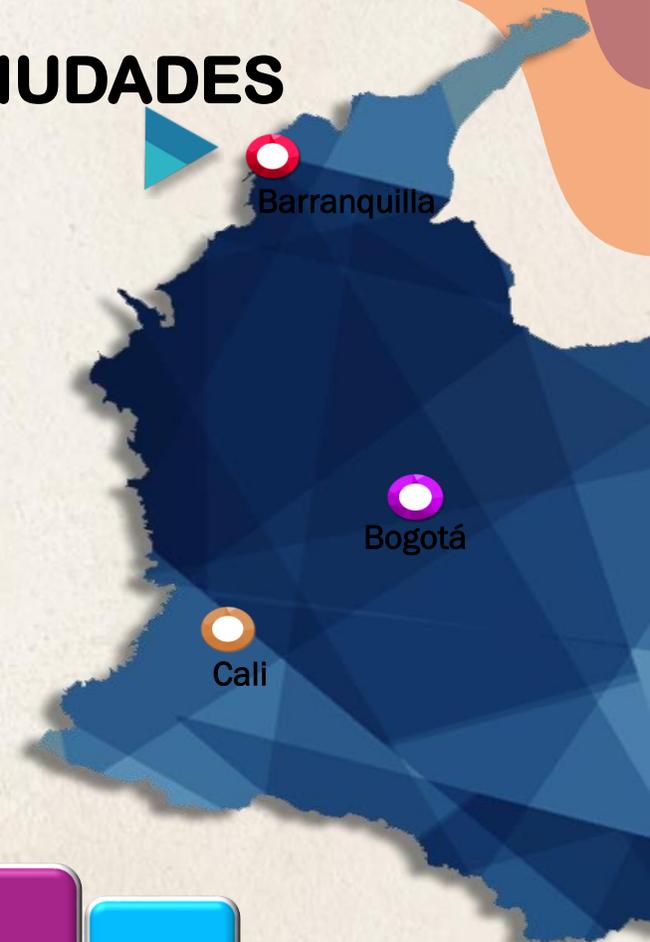
Objetivo General

Determinar cuál de los dos prototipos logra un mejor desempeño frente a Ricavena actual.

Target de investigación

- **Grupo 1:** Amas de casa con hijos que vivan en el hogar, encargadas de la decisión de compra de alimentos para su hogar y de la alimentación de sus hijos. Entre 25 y 45 años. Consumidoras de cualquier presentación de avena (hojuelas, instantánea, RTD, etc.), que incluyeran en su mercado habitual leche líquida entera y que alimentaran a sus hijos con leche líquida entera al menos una vez por semana.
- **Grupo 2:** Niños, entre 9 y 12 años. Consumidores de leche líquida entera al menos una vez por semana, no rechazadores de la avena
- Todos residentes en las ciudades de Bogotá, Barranquilla y Cali y NSE 2 y 3.

CIUDADES



Metodología

01

Técnica

Cuantitativa

02

Instrumento de recolección

Cuestionario estructurado que fue sometido a la aprobación de AP

03

Locación

Centro Localizado, reclutamiento por interceptación

04

Forma de aproximación

Personal, presentando a cada persona uno de los dos prototipos y RICAVERNA ACTUAL

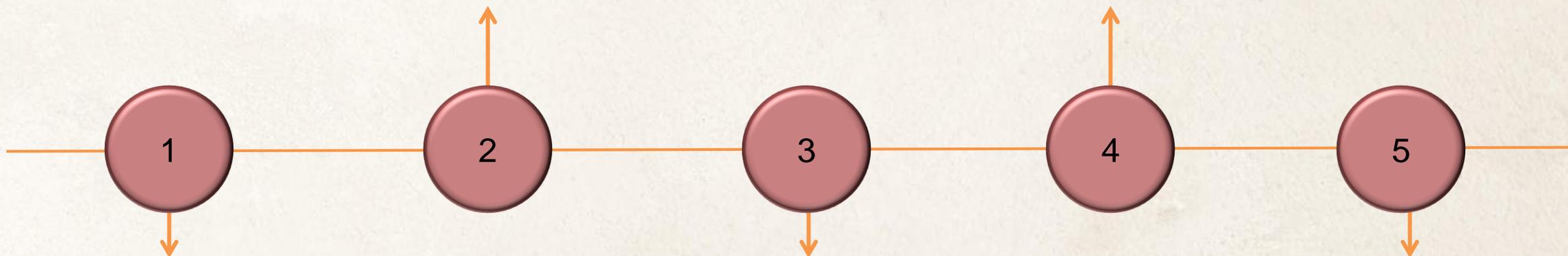
05

Contraprestación

A las personas participantes en el estudio a manera de retribución por la colaboración prestada, se les hizo entrega de un incentivo económico por un valor de \$20.000.

Detalle metodológico

El orden de presentación de las muestras fue rotado por encuestado



Cada persona evaluó dos muestras según panel y bajo la metodología del Test Monádico Secuencial

Comparativo:

- Prototipo 1 de AP Vs RICAVERA ACTUAL
- Prototipo 2 de AP Vs RICAVERA ACTUAL

A cada persona se le entregó 1 vaso con 50 ml de cada producto para realizar la evaluación. CINDAMER tuvo a su cargo la preparación a partir del producto seco proporcionado por AP siguiendo el correspondiente protocolo.

AP proporcionó todos los productos

Debió existir un balance para cada celda por edad y NSE de los participantes

Muestra

Se realizó un total de 542 encuestas en total, distribuidas a nivel general en cada ciudad de la siguiente forma:

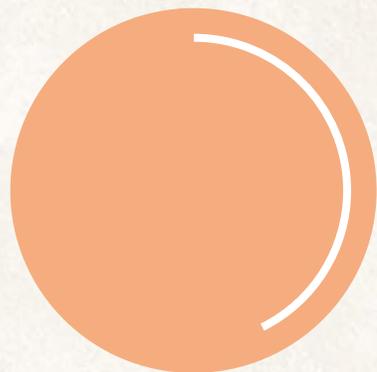
Madres:

	Edad	NSE 2	NSE 3	Total
Prototipo 246 vs Ricavena Actual	25 - 35	15	15	60
	36 - 45	15	15	
Prototipo 531 vs Ricavena Actual	25 - 35	15	15	60
	36 - 45	15	15	
TOTAL				120

Niños:

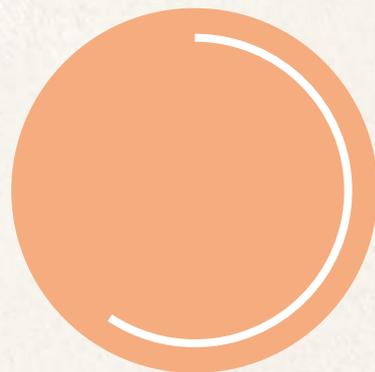
	Género	NSE 2	NSE 3	Total
Prototipo 246 vs Ricavena Actual	Niñas	8	7	30
	Niños	7	8	
Prototipo 531 vs Ricavena Actual	Niñas	8	7	30
	Niños	7	8	
TOTAL				60

Logística



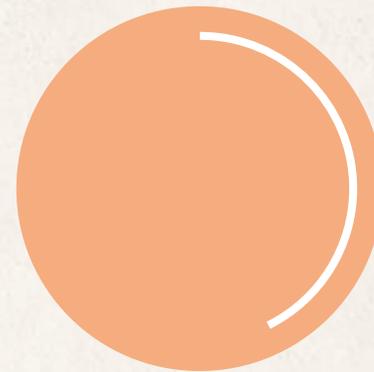
Recolección

A cargo de encuestadores profesionales que fueron capacitados en forma teórico – práctica



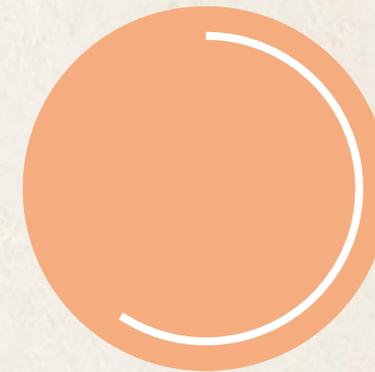
Crítica

Del 100% de los cuestionarios



Supervisión

Acompañada



Proceso

Con personal y en equipos propios, garantizando plena confidencialidad

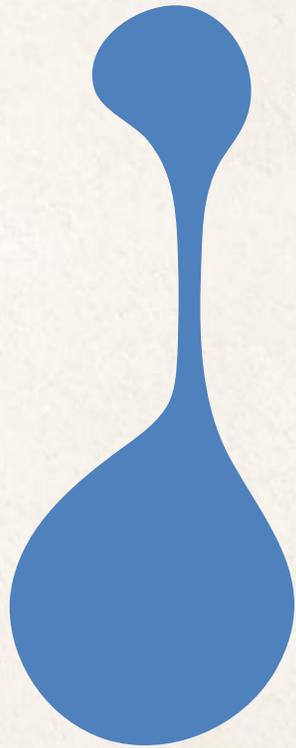


Segmento Madres

Resumen de resultados



RESUMEN DE RESULTADOS ESCALAS – MADRES EVALUACIONES PAREADAS (%)					
	INDI- CADOR	246 Vs ACTUAL		531 Vs ACTUAL	
		246	ACTUAL	531	ACTUAL
ANTES DE LA DEGUSTACIÓN					
Apariencia en general	T2B	91	90	91	87
Agrado x el color	T2B	93	91	91	90
Intensidad del color	Justo	75	76	75	70
Agrado x el olor	T2B	83	84	82	82
DEGUSTACIÓN					
Agrado general	TB	37	49 (*)	37	55 (*)
	T2B	82	88	81	92
Agrado por el sabor general	TB	40	48	42	58 (*)
	T2B	83	92 (*)	86	92
Agrado x Intensidad del sabor	T2B	83	89	84	90
Intensidad del sabor	Justo	73	77	65	79 (*)
Agrado por el sabor residual	T2B	79	84	80	88 (*)
Naturalidad del sabor	T2B	77	82	82	81
Agrado x el dulce	T2B	83	81	80	77
Intensidad del dulce	Justo	73	73	73	71
Agrado x la cremosidad	T2B	79	87 (*)	80	89 (*)
Agrado x la textura / consistencia	T2B	78	89 (*)	75	84 (*)
Definición de la textura	Justo	68	79 (*)	69	79 (*)
Intención de compra	TB	52	52	50	61 (*)
	T2B	82	86	86	88
Disposición al cambio		72	76	76	81
Preferencia general		45	55	45	55
(*) SIGNIFICACIÓN ESTADÍSTICA AL 95%					
DIFERENCIA SIGNIFICATIVA					



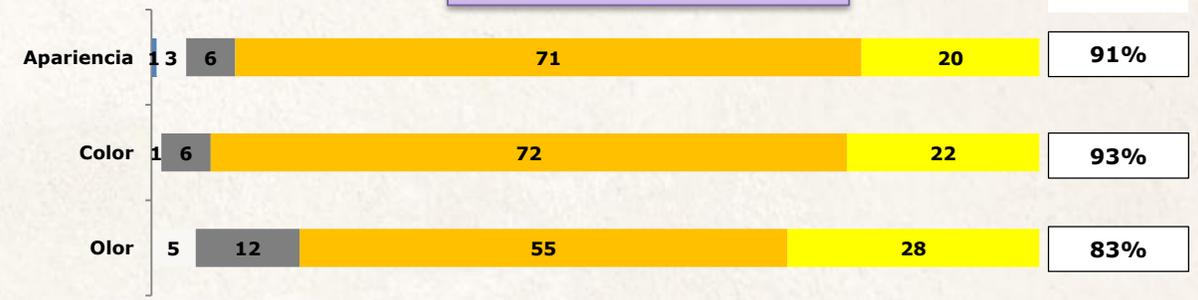
Detalle de resultados

ANÁLISIS DE DESEMPEÑO – APARIENCIA – %

■ No me gusta nada
 ■ No me gusta
 ■ Ni me gusta ni me disgusta
 ■ Me gusta
 ■ Me gusta muchísimo

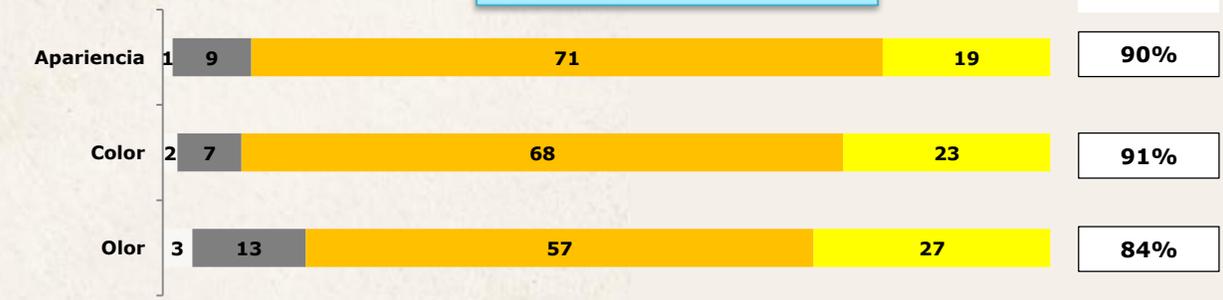
PROTOTIPO 246

T2B



RICAVENA ACTUAL

T2B

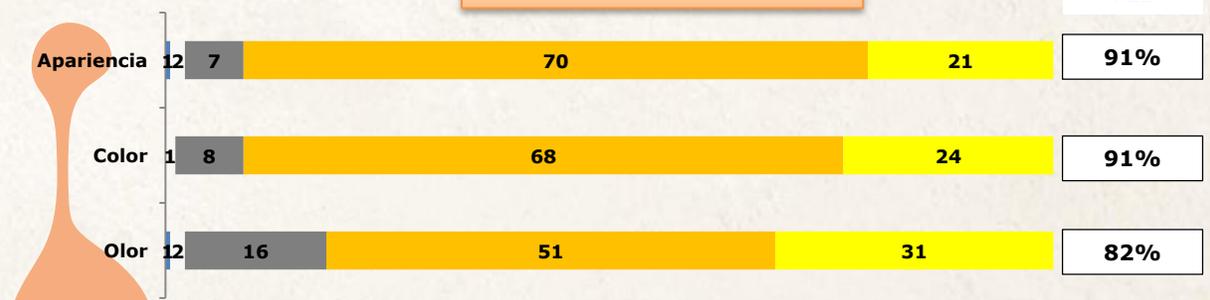


Base 180

Base 180

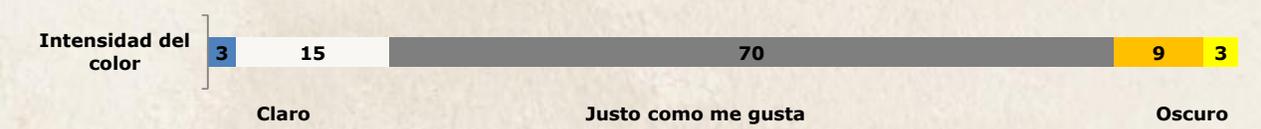
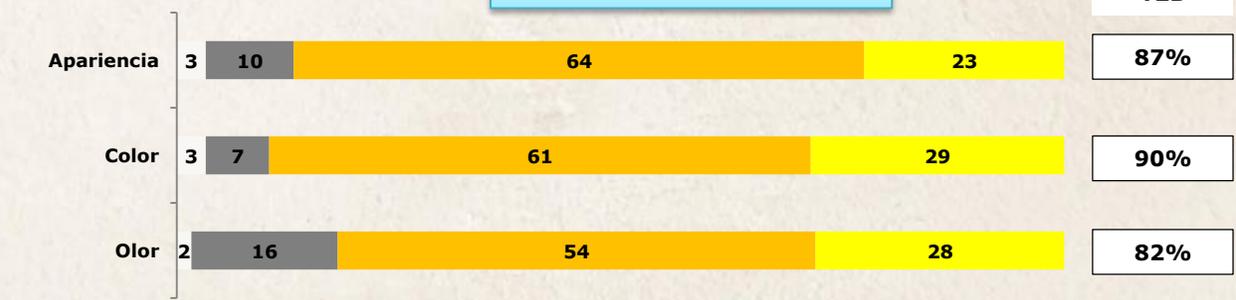
PROTOTIPO 531

T2B



RICAVENA ACTUAL

T2B



Base 182

Base 182

*** SIGNIFICACIÓN AL 95%**

ANÁLISIS DE DESEMPEÑO – APARIENCIA

AGRADO

Las diferencias entre los prototipos y Ricavena actual a nivel de aspectos previos a la degustación son reducidas, por lo que se definen como paritys.

ANÁLISIS DE DESEMPEÑO – DEGUSTACIÓN – %

No me gusta nada

No me gusta

Ni me gusta ni me disgusta

Me gusta

Me gusta muchísimo

PROTOTIPO 246

T2B



RICAVENA ACTUAL

T2B



Base 180

PROTOTIPO 531

T2B



Base 180

RICAVENA ACTUAL

T2B



Base 182

* SIGNIFICACIÓN AL 95%

Base 182

ASPECTOS DE MAYOR Y MENOR AGRADO DE CADA BEBIDA – %



Base 180



Base 180



Base 182



Base 182

ANÁLISIS DE DESEMPEÑO – DEGUSTACIÓN – %

PROTOTIPO 246



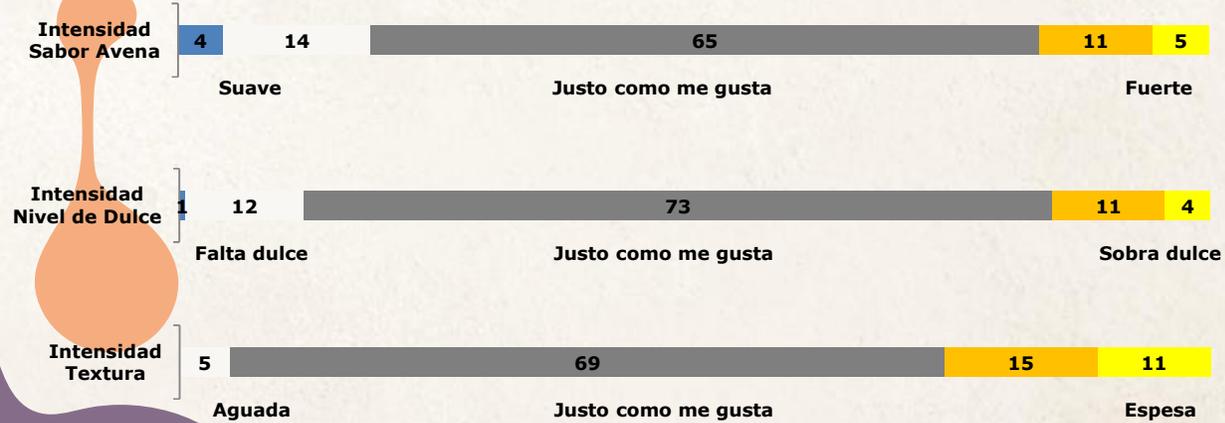
Base 180

RICAVENA ACTUAL



Base 180

PROTOTIPO 531



Base 182

RICAVENA ACTUAL



Base 182

* SIGNIFICACIÓN AL 95%

ANÁLISIS DE DESEMPEÑO - DEGUSTACIÓN

AGRADO

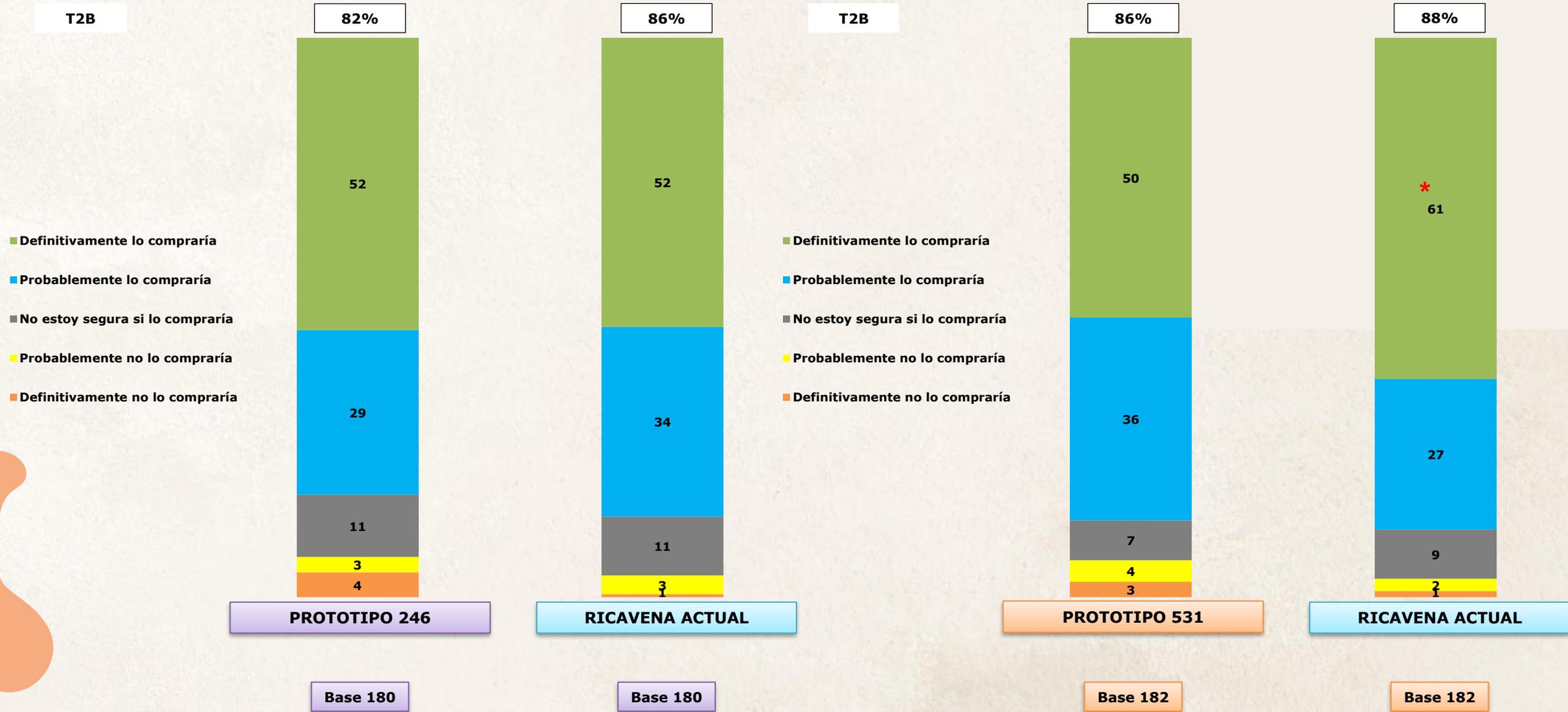
Es evidente la superior aceptación en favor de Ricavena actual, más aún en la comparación con la muestra 531, logrando diferencia en varias características, no solo en el T2B, sino a nivel de TOP BOX

No se registra un solo aspecto en que los prototipos aventajen al producto actual.

INTENSIDAD / POTENCIA

Ricavena actual es definida en un punto ideal en sabor y textura, más aún frente a la fórmula 531

INTENCIÓN DE COMPRA – %

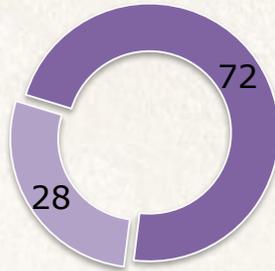


* SIGNIFICACIÓN AL 95%

INTENCIÓN DE SUSTITUCIÓN Y/O REEMPLAZO POR OTROS PRODUCTOS - %

PROTOTIPO 246

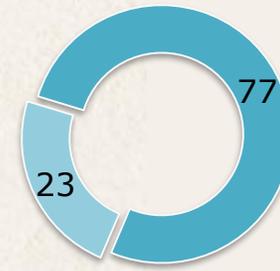
- Si
- No



Base 180

RICAVENA ACTUAL

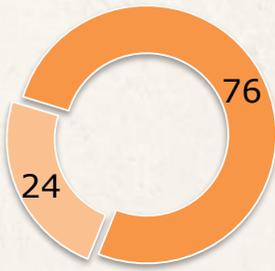
- Si
- No



Base 180

PROTOTIPO 531

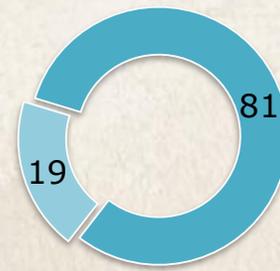
- Si
- No



Base 182

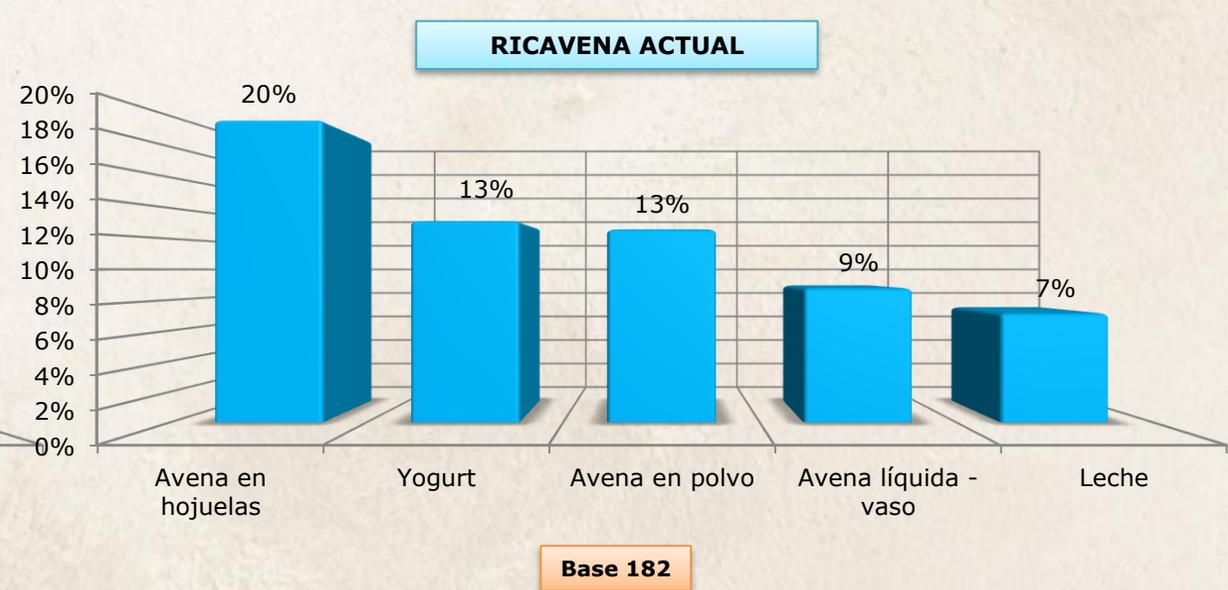
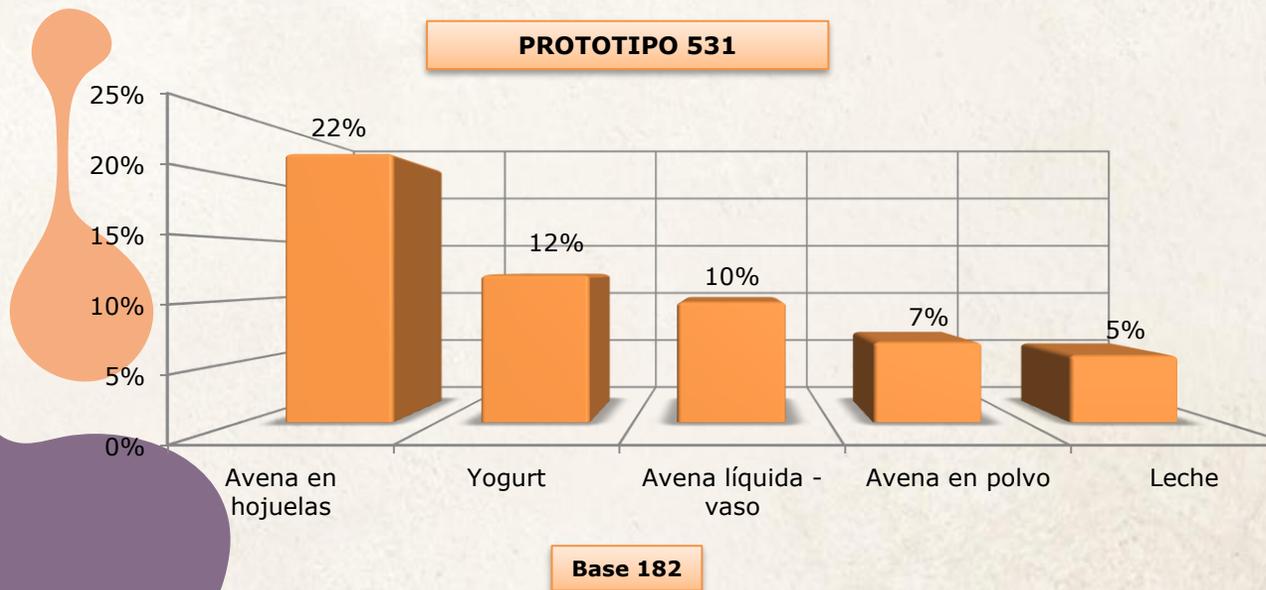
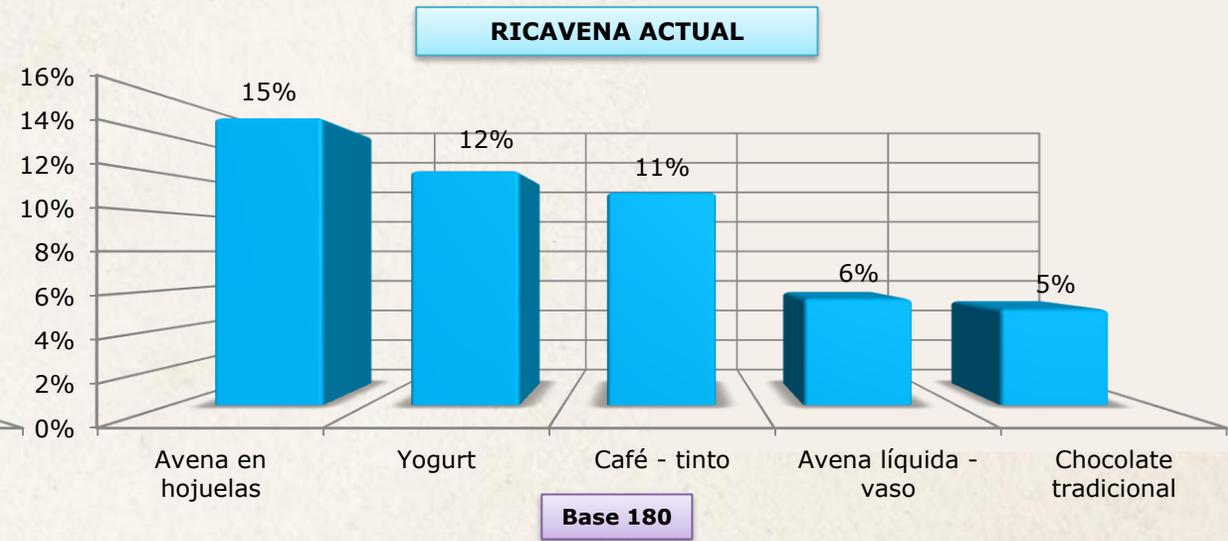
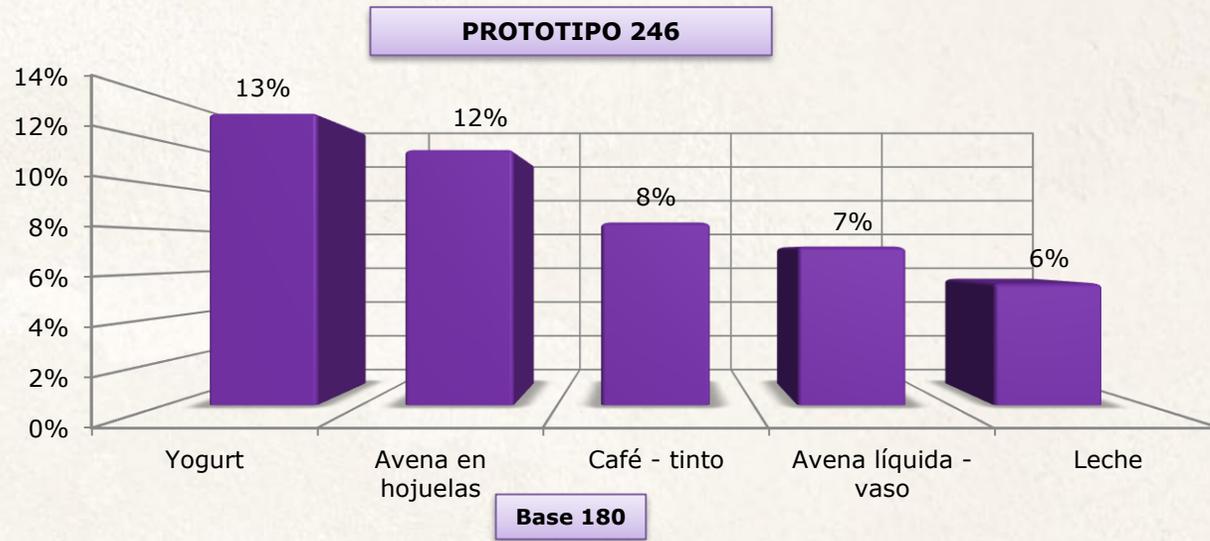
RICAVENA ACTUAL

- Si
- No

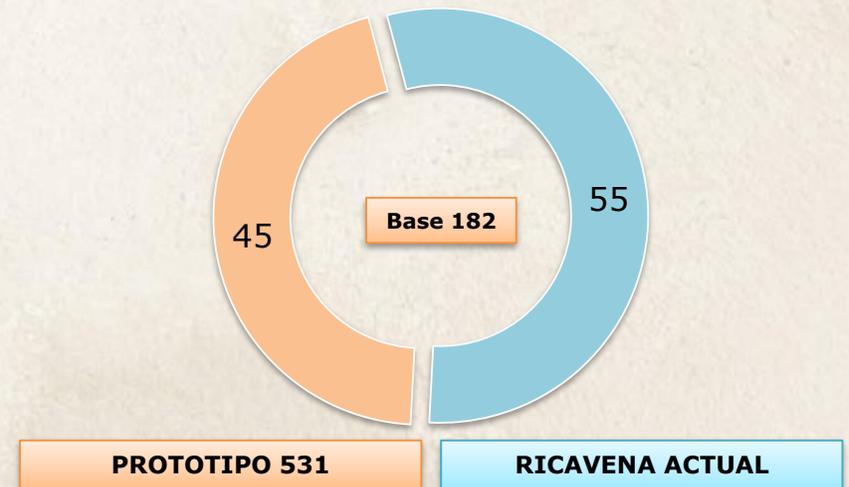
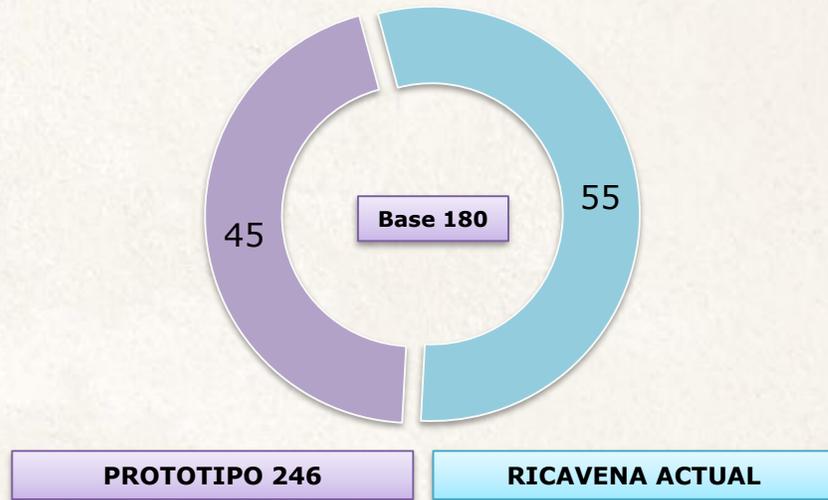


Base 182

INTENCIÓN DE SUSTITUCIÓN Y/O REEMPLAZO POR OTROS PRODUCTOS – DETALLE – %



PREFERENCIA - %



* SIGNIFICACIÓN AL 95%

RAZONES POR LAS QUE SE PREFIRIÓ Y NO PREFIRIÓ CADA ALTERNATIVA – %

PROTOTIPO 246



Base 180

RICAVENA ACTUAL



Base 180

PROTOTIPO 531



Base 182

RICAVENA ACTUAL



Base 182

ANÁLISIS DE DESEMPEÑO

COMPRA: En el TOP BOX Ricavena actual resulta superior frente a la muestra 531

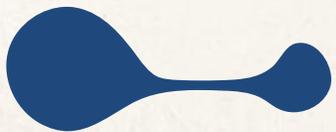
CAMBIO: Las diferencias entre la actual fórmula y los prototipos se reducen en cuanto a disposición al cambio, observándose que la avena en hojuelas y el yogurt serían los productos a reemplazar.

PREFERENCIA: No hay producto preferido, sin embargo la balanza se inclina tendencialmente hacia Ricavena actual, siendo la formación de grumos y el espesor los aspectos que afectan a los prototipos.



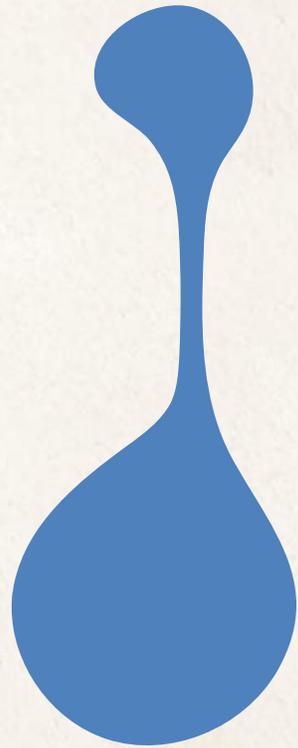
Segmento Niños

Resumen de resultados



**RESUMEN DE RESULTADOS ESCALAS – NIÑOS
EVALUACIONES PAREADAS (%)**

		246 Vs ACTUAL			531 Vs ACTUAL	
		246	ACTUAL		531	ACTUAL
ANTES DE LA DEGUSTACIÓN						
Apariencia en general	TB	49	36		34	47
	T2B	87	91		91	96
Agrado x el color	T2B	93	91		92	92
Agrado x el olor	T2B	90	89		90	93
DEGUSTACIÓN						
Agrado general	TB	67	77		53	78 (*)
	T2B	93	96		86	98 (*)
Agrado por el sabor general	TB	63	70		46	73 (*)
	T2B	93	93		90	99 (*)
Agrado x el dulce	TB	62	63		46	61 (*)
	T2B	96	92		93	96
Intensidad del dulce	Justo	84	90		83	84
Agrado x la textura / consistencia	TB	56	60		37	61 (*)
	T2B	92	91		78	94 (*)
Definición de la textura	Justo	82	83		68	87 (*)
Agrado como conjunto	TB	63	74		50	76 (*)
	T2B	92	96		90	98 (*)
Preferencia general		40	60 (*)		32	68 (*)
(*) SIGNIFICACIÓN ESTADÍSTICA AL 95%						
DIFERENCIA SIGNIFICATIVA						



Detalle de resultados

ANÁLISIS DE DESEMPEÑO – APARIENCIA – %

No me gusta nada

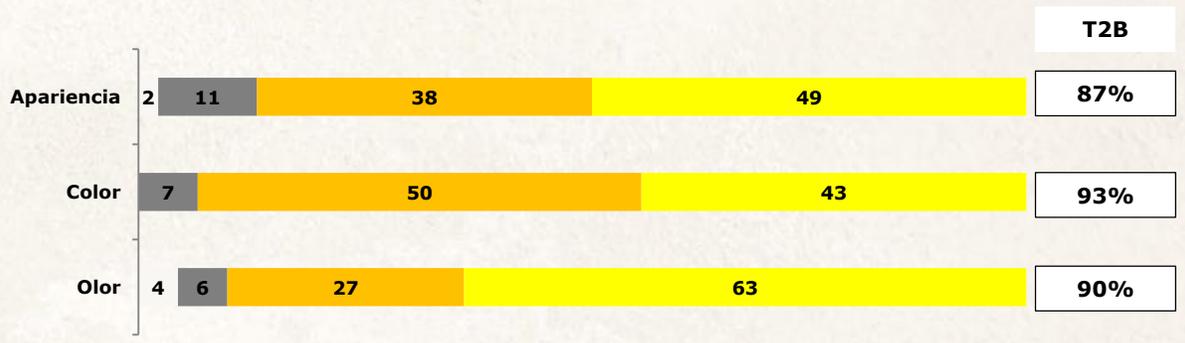
No me gusta

Ni me gusta ni me disgusta

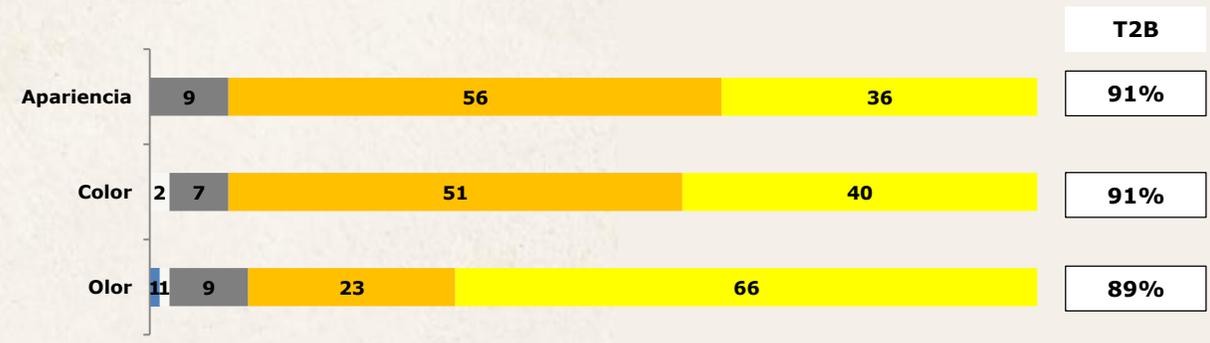
Me gusta

Me gusta muchísimo

PROTOTIPO 246

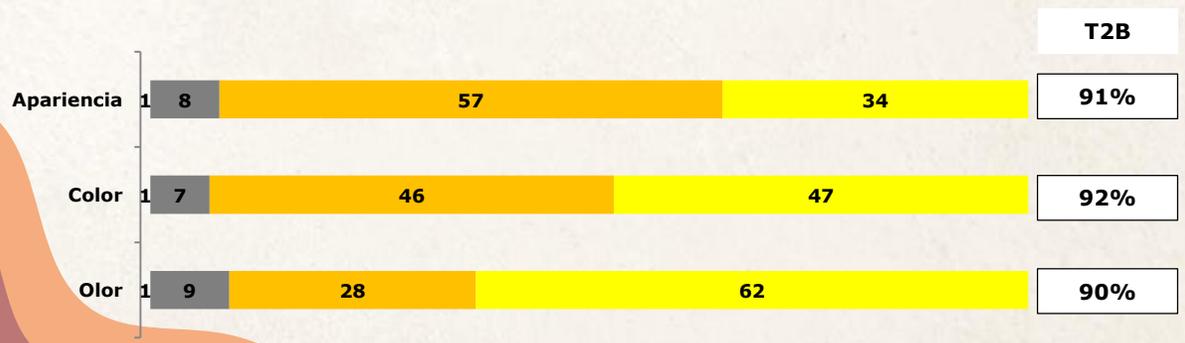


RICAVENA ACTUAL



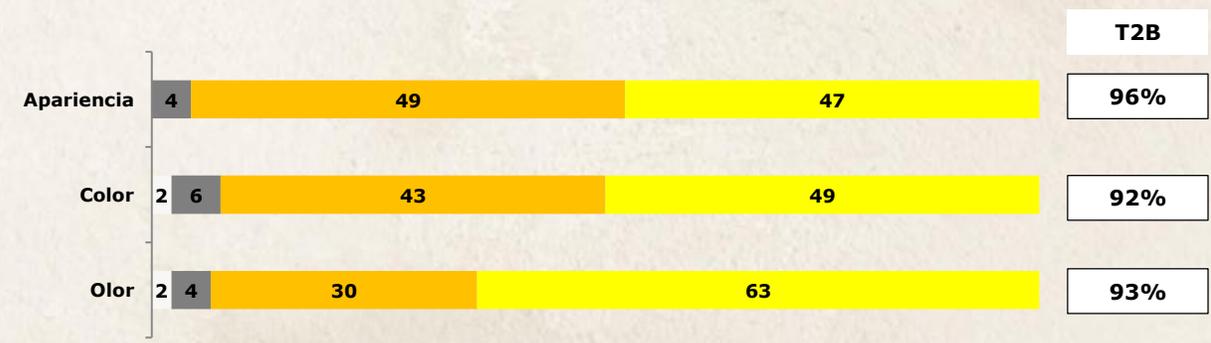
Base 90

PROTOTIPO 531



Base 90

RICAVENA ACTUAL



Base 90

Base 90

* SIGNIFICACIÓN AL 95%

ANÁLISIS DE DESEMPEÑO – APARIENCIA

Las diferencias entre los prototipos y Ricavena actual son solo tendenciales, en especial en cuanto a la apariencia en general en favor de la 246 y de la fórmula actual frente a la 531.

ANÁLISIS DE DESEMPEÑO – DEGUSTACIÓN – %

No me gusta nada

No me gusta

Ni me gusta ni me disgusta

Me gusta

Me gusta muchísimo

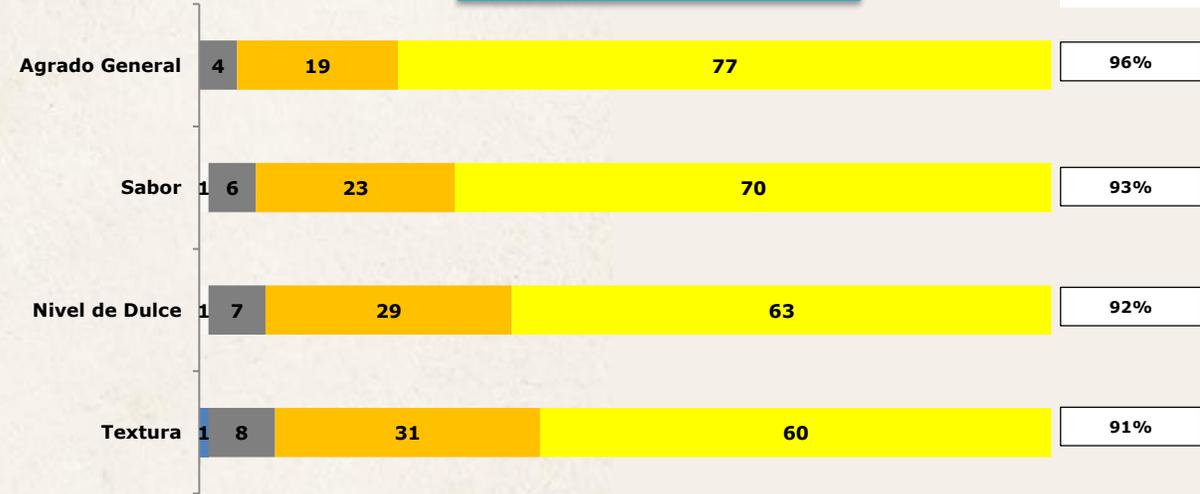
PROTOTIPO 246

T2B



RICAVENA ACTUAL

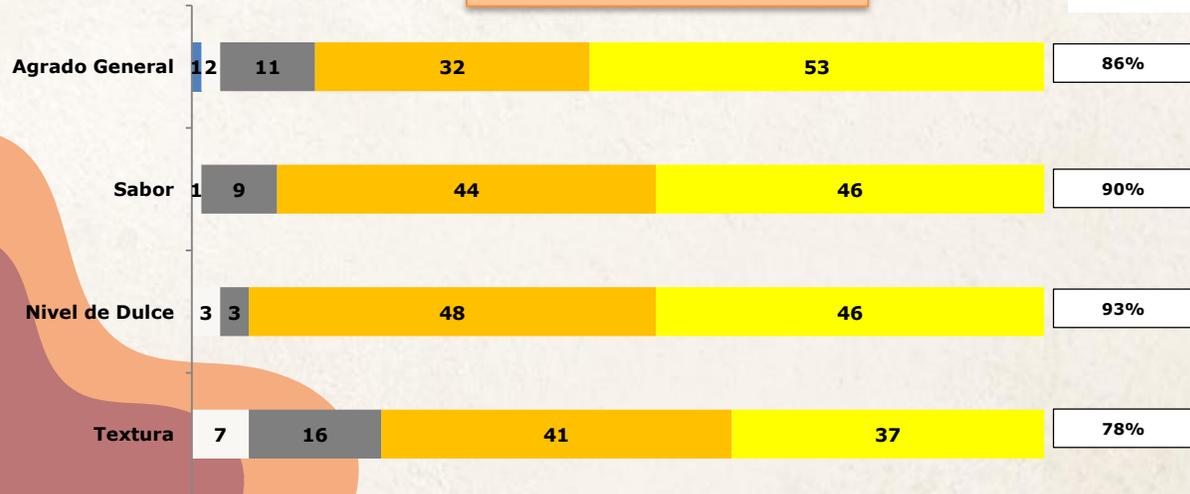
T2B



Base 90

PROTOTIPO 531

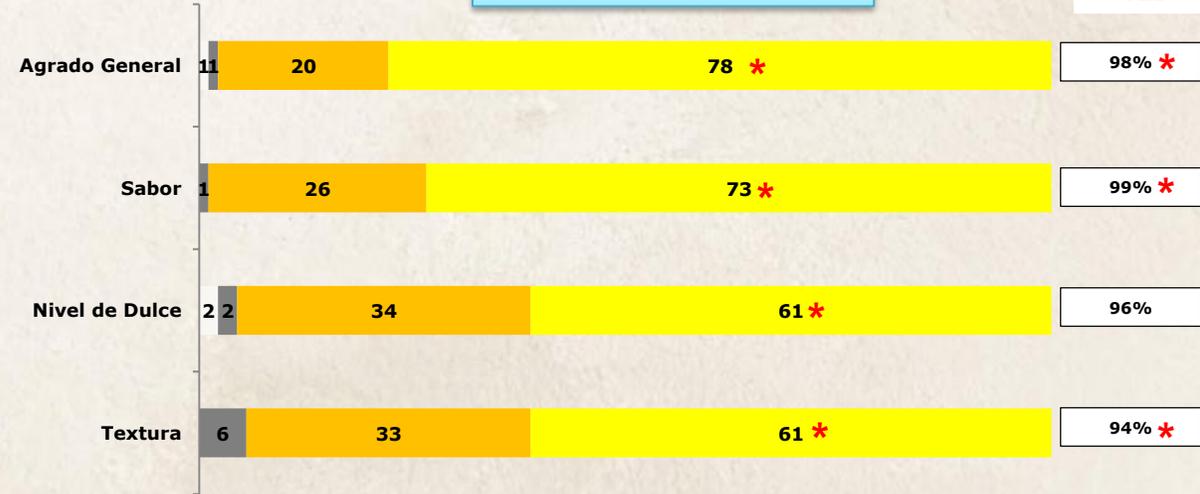
T2B



Base 90

RICAVENA ACTUAL

T2B

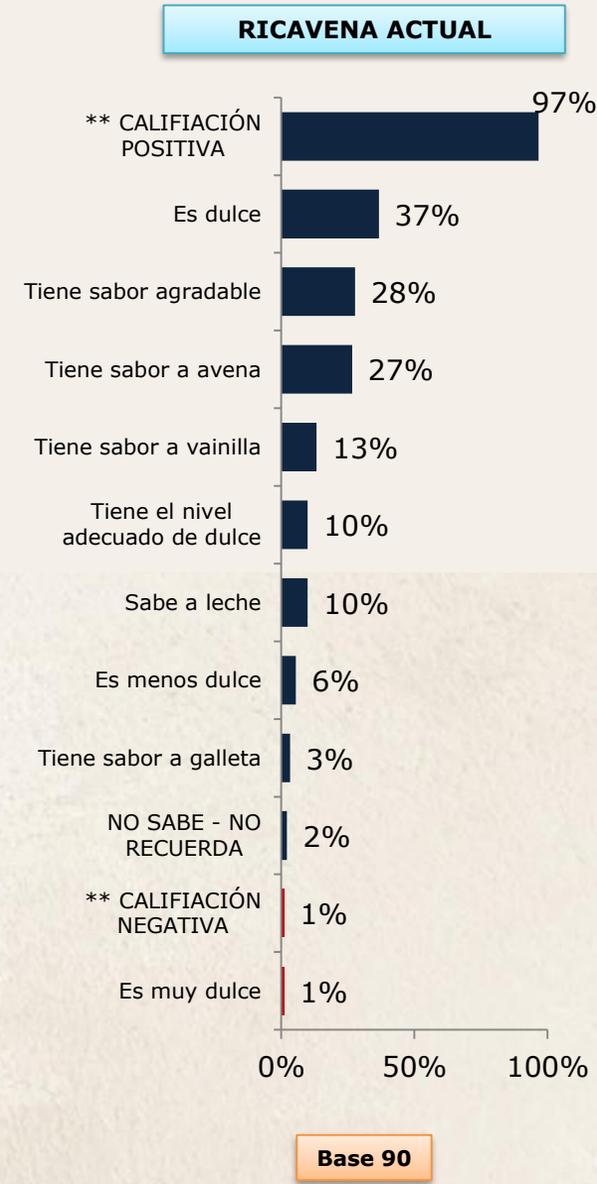


Base 90

* SIGNIFICACIÓN AL 95%

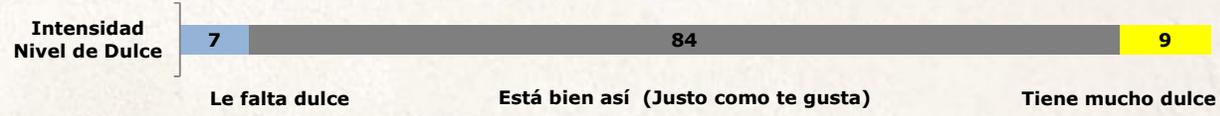
Base 90

ASPECTOS DE MAYOR Y MENOR AGRADO DE CADA BEBIDA – %

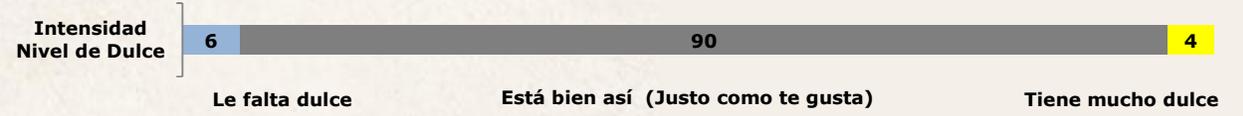


ANÁLISIS DE DESEMPEÑO – DEGUSTACIÓN – %

PROTOTIPO 246

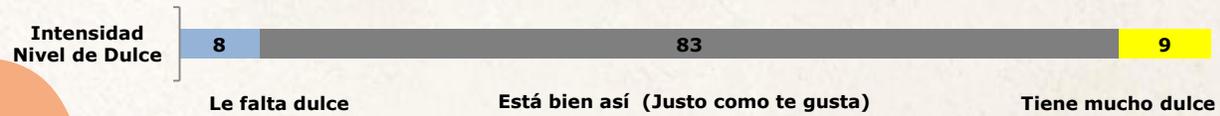


RICAVENA ACTUAL



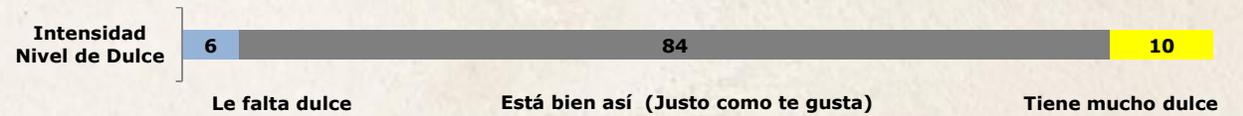
Base 90

PROTOTIPO 531



Base 90

RICAVENA ACTUAL

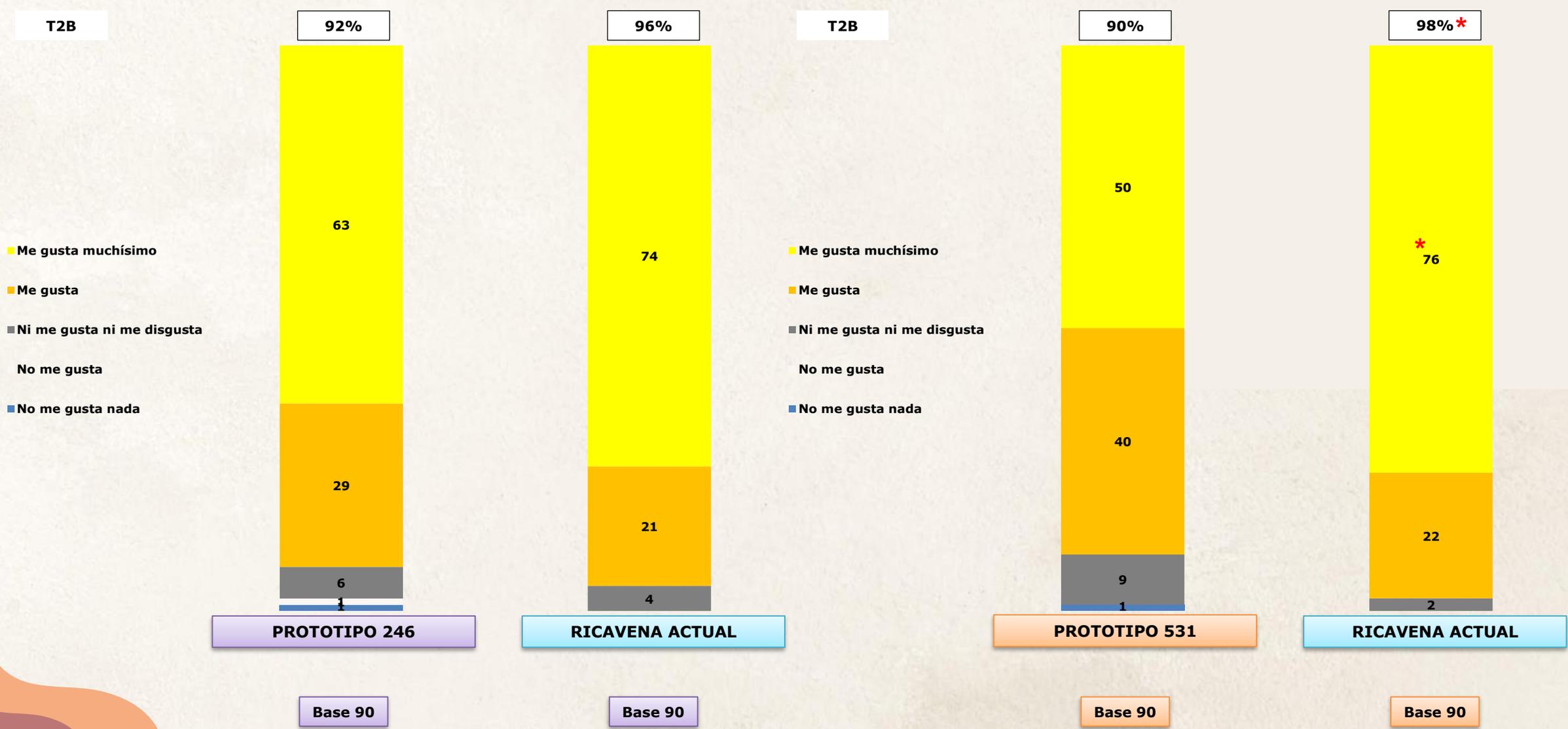


Base 90

Base 90

* SIGNIFICACIÓN AL 95%

AGRADO DESPÚES DE LA DEGUSTACIÓN – %



* SIGNIFICACIÓN AL 95%

ASPECTOS DE MAYOR Y MENOR AGRADO DE CADA BEBIDA DESPÚES DE LA DEGUSTACIÓN – %



ANÁLISIS DE DESEMPEÑO – DEGUSTACIÓN

AGRADO

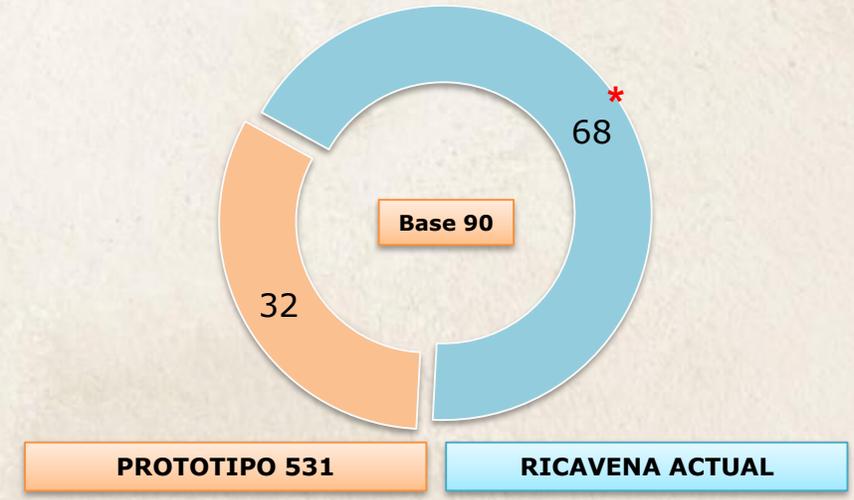
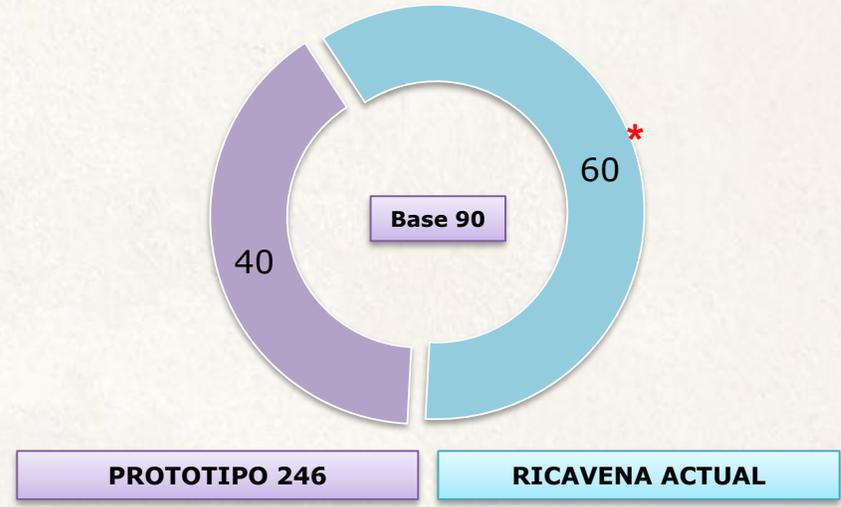
Mientras que en la comparación con la fórmula 246 las diferencias son tendenciales en favor de Ricavena actual, estas se hacen significativas al compararla con la 531.

El mayor contenido dulce es el aspecto que más incide en el agrado por la actual fórmula.

INTENSIDAD / POTENCIA

Mientras que en el contenido de dulce no hay diferencias, en lo referente a textura hay marcada inclinación por la actual fórmula al ser comparada con la 531.

PREFERENCIA – %



* SIGNIFICACIÓN AL 95%

RAZONES POR LAS QUE SE PREFIRIÓ CADA ALTERNATIVA – %

PROTOTIPO 246



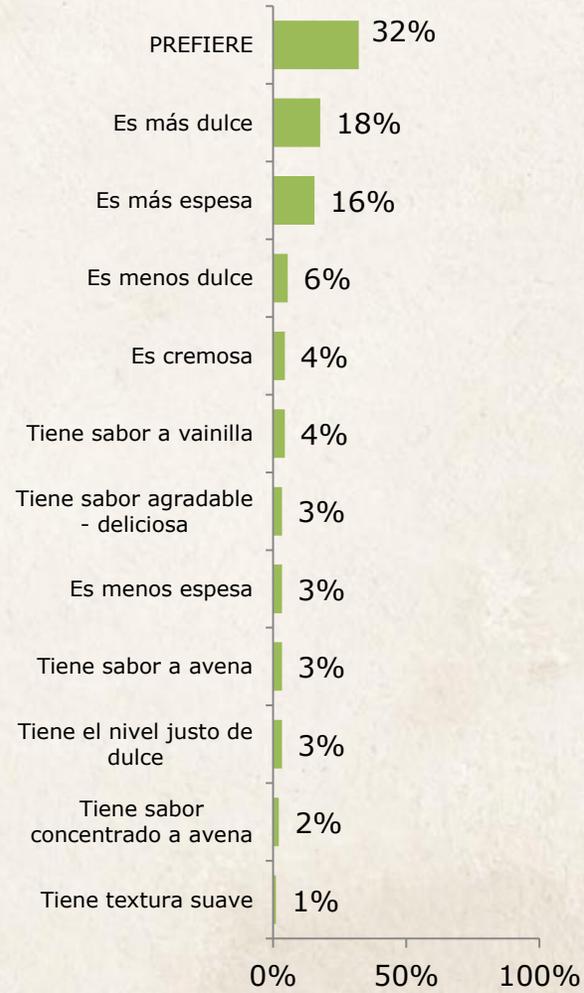
Base 90

RICAVENA ACTUAL



Base 90

PROTOTIPO 531



Base 90

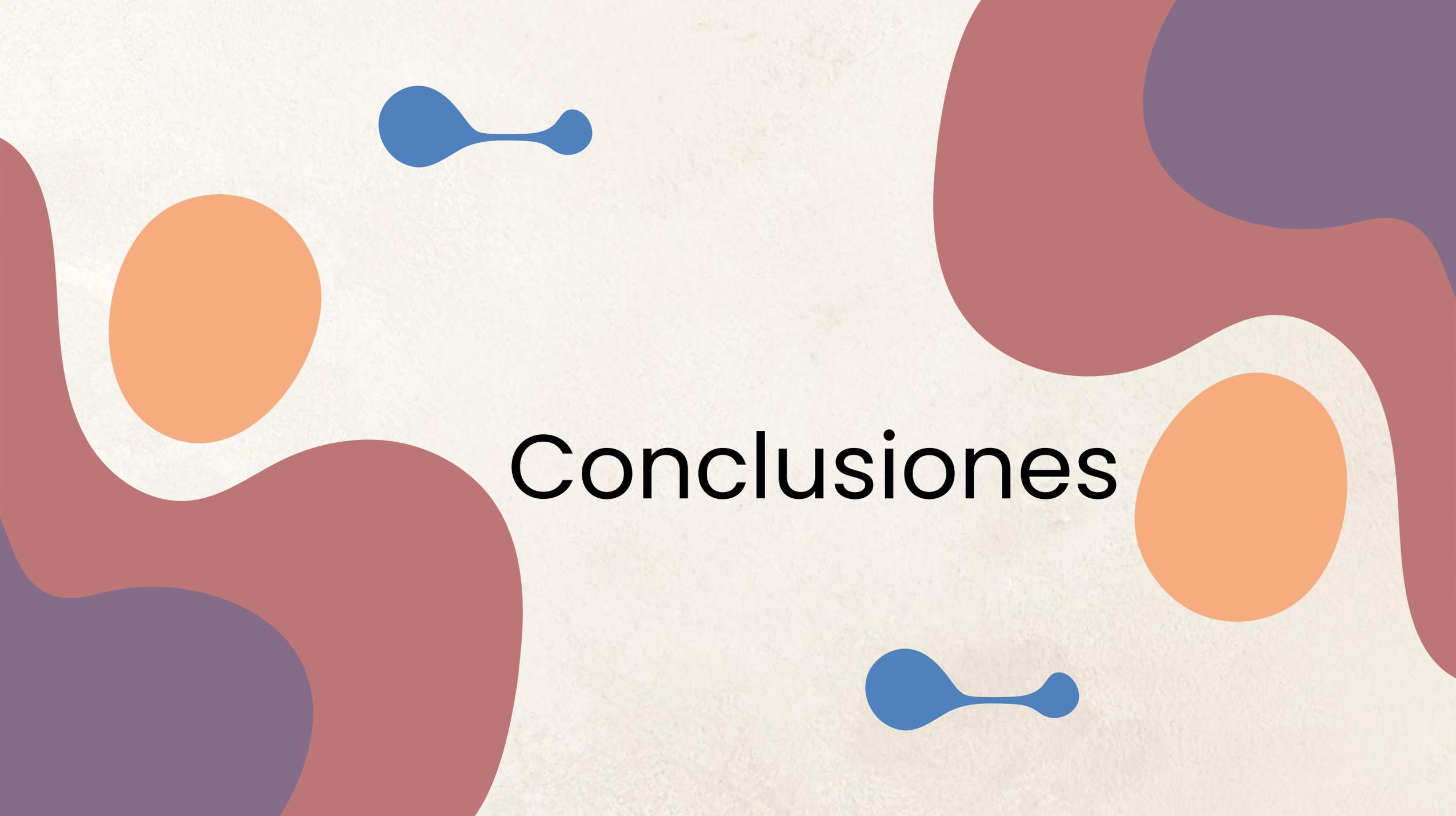
RICAVENA ACTUAL



Base 90

ANÁLISIS DE DESEMPEÑO – PREFERENCIA

Determinante la orientación que se da en favor de Ricavena actual, sustentados en el mayor contenido dulce, ser menos espesa y tener la textura adecuada.



Conclusiones

Madres

- ✓ A nivel de evaluación de apariencia no hay diferencias entre los prototipos y Ricavena actual
- ✓ Una vez degustados los productos, Ricavena actual es superior con significancia en varios atributos frente a ambos prototipos:
 - Agrado (general y del sabor)
 - Cremosidad
 - Textura / consistencia en sus dos medidas: agrado y asociación al ideal.
- ✓ Ricavena actual adicionalmente es superior frente al prototipo 531 en intensidad del sabor, sabor residual e intención de compra.
- ✓ De los dos prototipos espontáneamente se cuestiona la generación de grumos, aunque para algunas personas esto es positivo.
- ✓ No hay resulta preferido ninguno de los productos evaluados.

Niños

- ✓ Al igual que en el caso de las madres no hay diferencias entre los prototipos y Ricavena actual en la evaluación de apariencia
- ✓ Luego de degustar, Ricavena actual resulta parity en desempeño frente al prototipo 246 en todos los atributos evaluados.
- ✓ Al ser enfrentada al prototipo 531 Ricavena actual es superior en todos los atributos evaluados luego de la degustación a excepción de los relacionados con el nivel de dulce donde resultan parity.
- ✓ Ricavena actual es escogida como producto preferido frente a ambos prototipos. en este segmento.