

Proyecto Neptuno

Atún Enlatado

Presentado a:
Alimentos Polar

Abril de 2023



Alimentos Polar

Objetivo general

Entender al consumidor de atún enlatado en función de las necesidades que satisface esta categoría en su hogar, así como los hábitos de compra y consumo.



Objetivos específicos



Profundizar en:

- Ventajas y desventajas del atún enlatado.
- Beneficios percibidos al comprar/ consumir atún enlatado (racionales y emocionales).
- Relevancia de los beneficios percibidos en la categoría.

Indagar en Frecuencia de compra:

- Lugar de compra.
- Presentación/ tamaño.
- Variedades conocidas y compradas. Razones de compra y no compra de cada tipo o versión conocida.
- Precio. Percepción del precio.
- Marcas conocidas, compradas, preferida.
- Razones de preferencia.
- Atributos valorados a la hora de comprar atún enlatado: de producto y de marca (Ordenar por importancia)



Objetivos específicos



En el uso:

- Frecuencia de consumo.
 - Ocasiones de consumo.
 - Miembros del hogar que lo consumen.
 - Formas de consumo: platos y recetas. Diferencias por tipo de atún enlatado (en agua, en aceite, etc.)
 - Reemplazo y sustitutos.
-
- Evaluación de las marcas conocidas de acuerdo a los atributos relevantes.
 - Atún enlatado ideal: características organolépticas ideales.





Nuestro Proceso

2. Metodología



Se realizaron **8 sesiones de grupo on-line** distribuidas de la siguiente manera por ciudad y nivel socioeconómico:



Metodología

Sesiones de grupo On-line
(**5 participantes por grupo**)



Duración

1,5 horas a 2 horas



- Bogotá
- Barranquilla

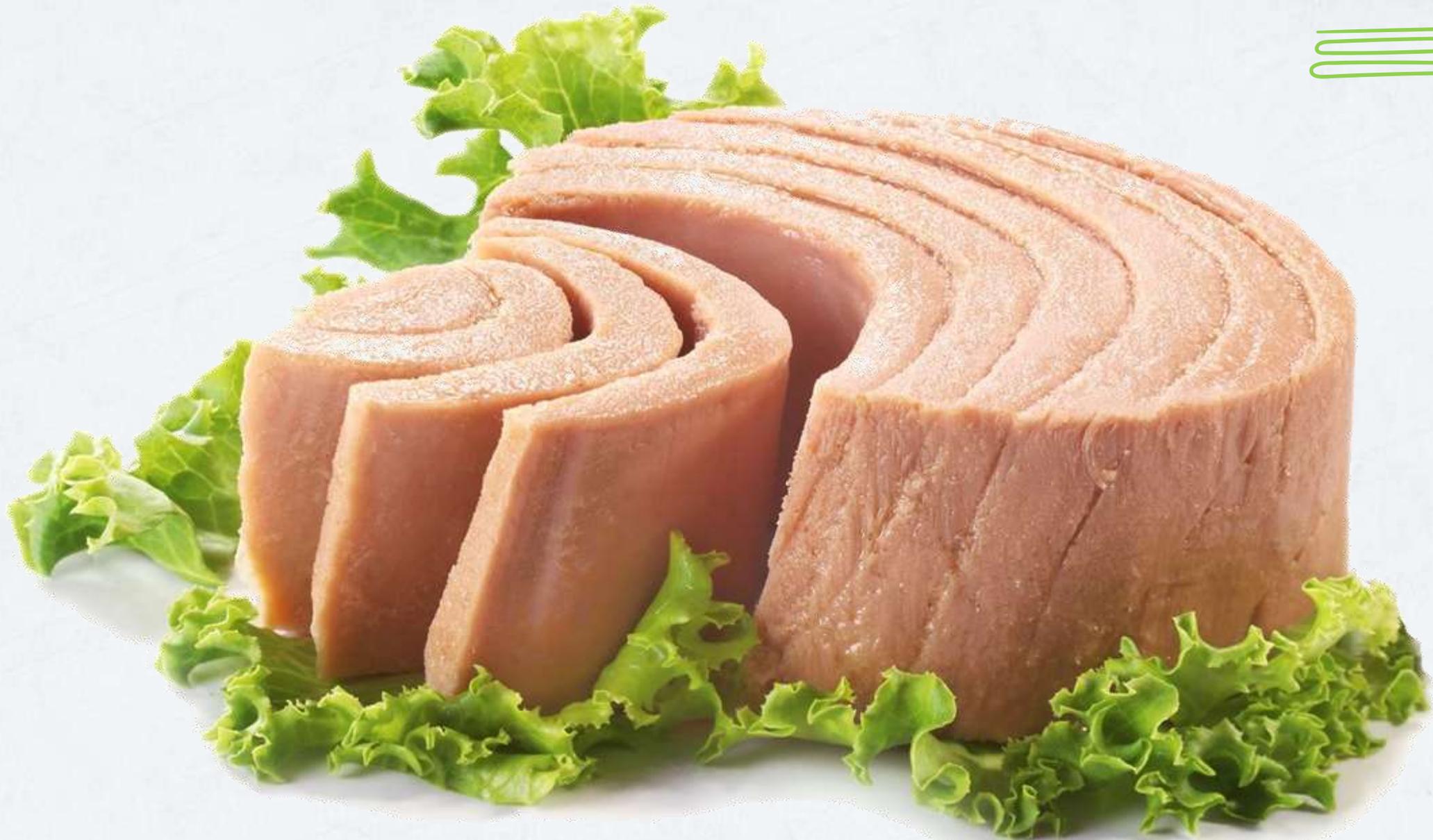


Target

- Hombres y mujeres
- Responsables de las compras en el hogar
- NSE 2 al 4
- Entre 25 a 45 años
- Compradores de atún enlatado para el hogar mensualmente.

Ciudad	Bogotá		Barranquilla		Total
Nivel Socioeconómico	NSE 2/3	NSE 4	NSE 2/3	NSE 4	
Entre los 25 a 35 años	1	1	1	1	4
Entre los 36 a 45 años	1	1	1	1	4
Total	4		4		8





PRINCIPALES HALLAZGOS

Principales hallazgos

El atún se percibe como un producto por un lado versátil y práctico y de otro lado nutritivo y saludable.

Satisface necesidades que responden a sabor, practicidad y nutrición, razón por la cual los consumidores refieren un alto consumo de atún en diferentes momentos de día.

Reconocen beneficios en términos de ser un producto saludable, es una fuente de energía, es ideal para una dieta balanceada y para personas que realizan ejercicio y desean mantener o aumentar la masa muscular.

En línea con esto no reconocen desventajas o barreras que impidan su consumo. Aisladamente se asocia con contenido de mercurio, sodio y conservantes.



Principales hallazgos

Conocen diferentes tipo de atún que definen por gusto al momento de la compra. Dentro de los principales tipos de atún están:

Por forma

Rallado: genera rechazo entre la mayoría de personas por su apariencia, consistencia y sabor.

Lomitos o trozos: es el preferido por la mayoría gracias que la forma es adaptable a cualquier preparación; además lo perciben de mejor sabor.

Por la base

Agua: se considera más saludable y de sabor menos intenso.

Aceite: se identifican 3 tipos de aceite

- Natural: Origen del pescado
- Vegetal: aceite tradicional de canola o girasol
- Oliva: más saludable y premium.

Con Ensalada y Verduras: son prácticos y complementan un almuerzo. Se identifican con variedad de verduras, champiñones, salsas.



Principales hallazgos

Dentro de los atributos que tienen en cuenta a la hora de comprar atún enlatado se encuentra: **Marca, variedad, precio, fechas de vencimiento, tamaño, cantidad y estado de la lata.**

Es un **producto infaltable** en la canasta familiar por esto se aseguran de comprar y abastecerse con más de una lata.

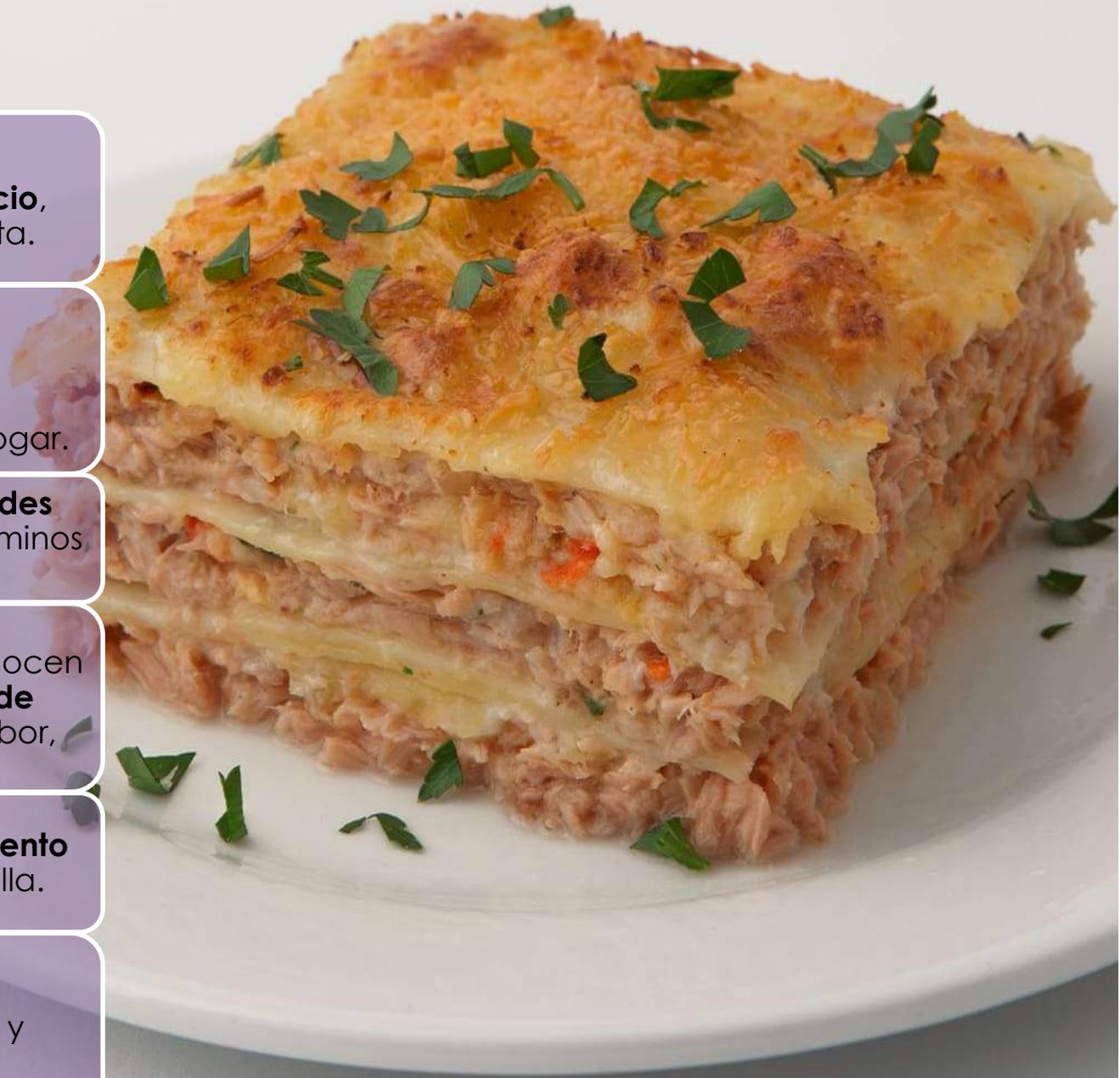
Como hábito **pueden llegar a comprar entre 3 y 16 latas** mensuales, dependiendo de la cantidad de personas del hogar.

Es usual que la compra se de por **packs de 3, 4, 6 o 12 unidades de una misma variedad**, donde identifican beneficios en términos de precio.

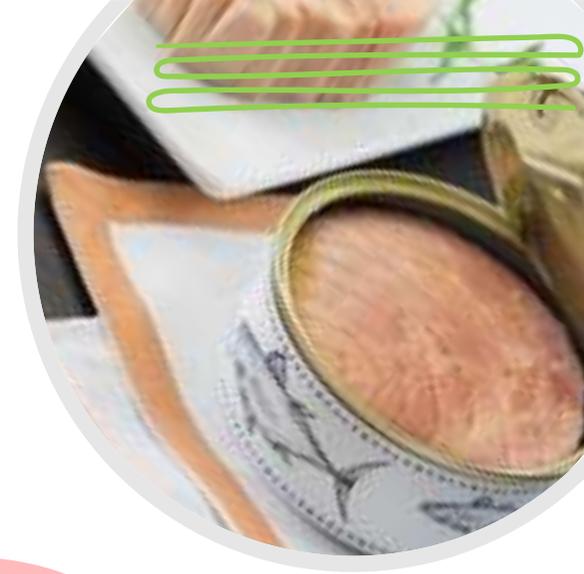
Van Camps es la marca más reconocida y la de mayor preferencia, por su tradición, calidad y sabor, aunque reconocen que es la más costosa. **Otras marcas como del D1, Medalla de Oro** se convierten en una alternativa que ofrece un buen sabor, variedad y economía.

Es un producto que puede estar **presente en cualquier momento del día**, solo o acompañado, así como en casa o fuera de ella.

En línea con todo lo anterior, **no reconocen un sustituto** que responda a las cualidades del atún enlatado de ser nutritivo y práctico.



RUTA DE ANÁLISIS



RUTA DE ANÁLISIS



Rol del Atún

Sin diferencia por ciudad el atún es un alimento que se percibe de manera positiva, gracias a que es un **producto versátil** gracias a que es ideal para todo tipo de preparación en cualquier momento del día.

Es un producto que además se percibe como una **alternativa que soluciona de manera rápida y práctica una comida**, ya que por un lado ofrece saciedad y de otro lado es un consumo instantáneo, en preparaciones frías o calientes.

“Es un producto que sale con todo”

“Es muy rápido, si uno está de afán destapa una lata y ya tienes almuerzo”

“Es un desvare pero rico, no solo por salir del paso, sino que de cualquier manera que te lo comas va a ser rico”



Rol del Atún

El atún satisface necesidades que responden a tres pilares principalmente:

Sabor

Es un sabor que consideran agradable que va bien con cualquier otro producto: arroz, pasta galletas, verduras, limón o solo.

“A mi me encanta el atún, me lo como de todas las formas, con limón, cebolla y sal o si estoy fuera de mi casa, hasta solo me lo como”

Practicidad

El formato en lata le aporta la practicidad de poderlo llevar a cualquier lado o ser manipulado con facilidad para cualquier preparación.

“Es práctico, yo a veces me llevo la latica al trabajo”

“Yo me como una lata de atún después de entrenar, es muy fácil y puedo llevarlo en el bolso”

Nutrición

Es una proteína animal a la cual le atribuyen todo el aporte nutritivo que da el pescado: Omega 3, vitaminas, minerales, hierro, calcio.

“Yo le baje al consumo de carnes rojas y ahora consumo más pescado, el atún es muy bueno porque tiene omega”

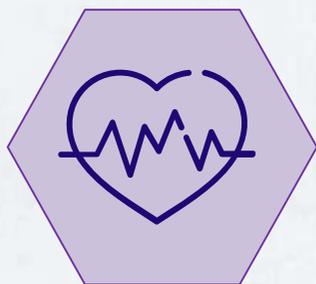
“El atún alimenta, incluso personas que hacen ejercicio lo consumen mucho porque no tiene grasa, en agua es más saludable”



Beneficios del Atún

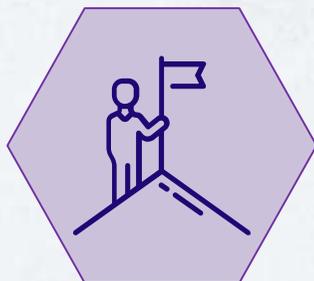
Sumado a lo anterior, las personas identifican diferentes beneficios en el consumo de atún:

Salud y nutrición



Crecimiento
Concentración
Huesos fuertes

Por ser proteína se relaciona con aporte de energía



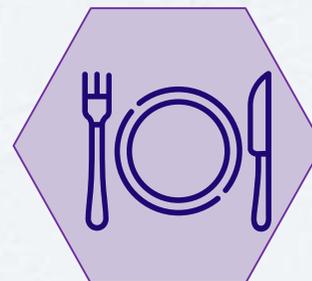
Fuente de energía

Dieta balanceada



Opción saludable de alimentación y es ideal para personas que se encuentran haciendo dieta por el bajo contenido de grasa.

Sea solo o acompañado es un producto llenador.



Aporta Saciedad

Alimento post entreno



Es un producto saludable y a la vez ligero ideal para complementar la alimentación después de hacer ejercicio.

Aisladamente, se considera una "proteína limpia", que ayuda a aumentar la masa muscular de manera natural.

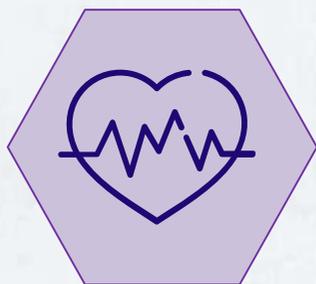


Aumento de masa muscular



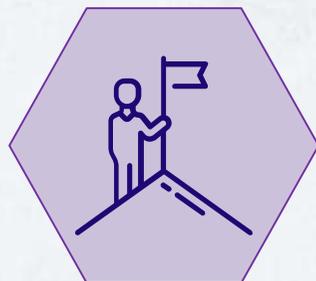
Beneficios del Atún

Salud y nutrición



"Es un alimento nutritivo, yo se lo doy a mis hijos, es pescado y ayuda a su crecimiento"

"La proteína es energía para el cuerpo"



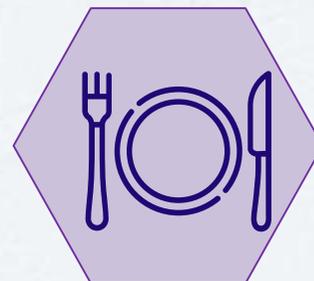
Fuente de energía

Dieta balanceada



"Tu te lo puedes comer con aguacate y es muy saludable... para personas que hacen dieta es muy bueno porque no hay restricciones"

"Yo me como una lata y quedo llena, mi esposo a veces hasta dos latas"



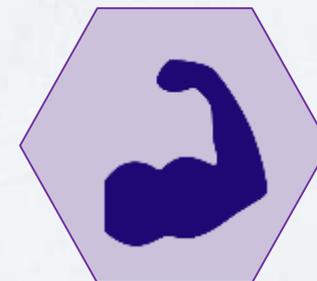
Aporta Saciedad

Alimento post entreno



"Yo desayuno con atún después de ir al gimnasio... hago una tortilla con atún porque necesito consumir proteína"

"Alguna vez me dijeron que si quería aumentar musculo podría consumir atún"



Aumento de masa muscular



Percepción del Atún

Además de lo anterior, las personas identifican elementos positivos del atún y de manera más aislada le reconocen algunas desventajas:

Practicidad y versatilidad

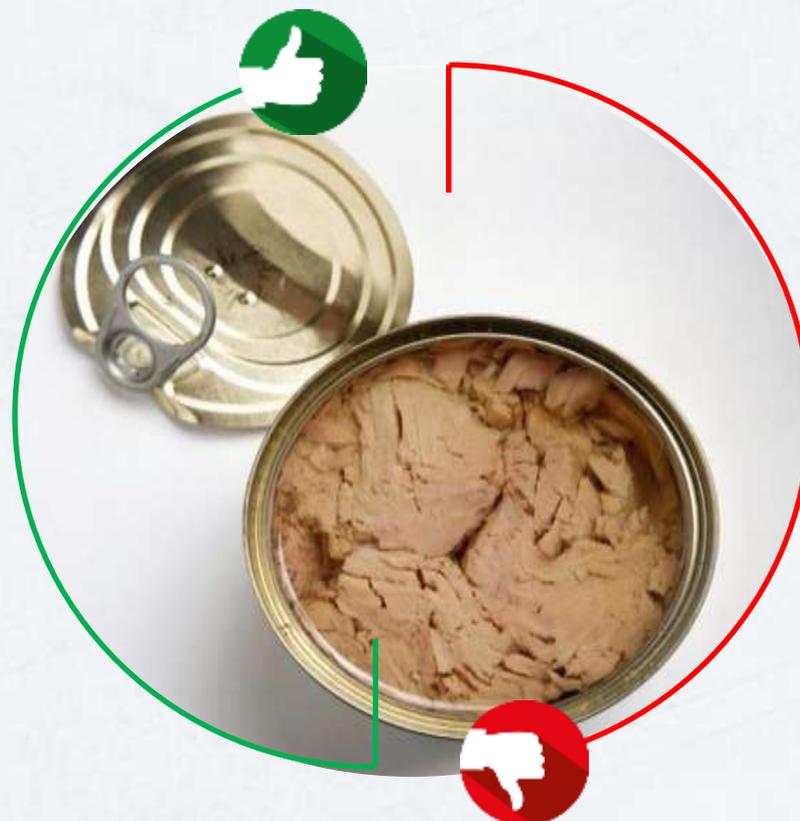
Apto para todo tipo de personas

Es un producto económico versus otro tipo de proteínas.

Disponibilidad en todos los canales de venta

Portabilidad, ya que la presentación permite llevarlo y ser consumido en cualquier lugar.

Perecedero, se puede almacenar por varios meses, incluso ser un producto al cual recurrir en caso de emergencia.



Alto contenido de mercurio y las implicaciones para la salud, lo que responde a la percepción de un voz a voz, más no a una evidencia.

Contenido de conservantes, dado a que tiene fechas de vencimiento extendidas.

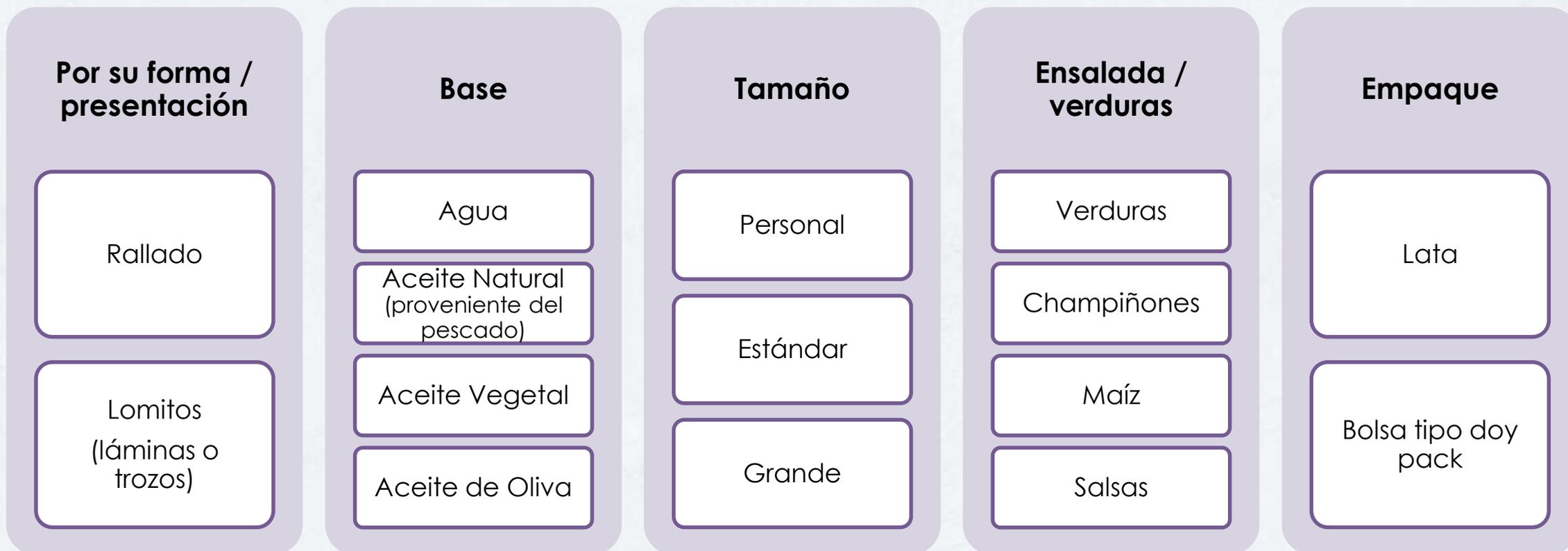
Para algunas personas el contenido de sodio genera algunas barreras, por restricciones en casos de hipertensión.

En menor proporción, el olor al destapar la lata y el residual que deja al consumirlo.

Aisladamente, no es un alimento para menores de 2 años por ser un producto procesado y porque su sabor no genera agrado en los niños.

Tipos de Atún

En línea con lo evidenciado en las dos ciudades, se conocen diferentes tipos de atún enlatado:



 Sin diferencia, el atún enlatado entero no lo identifican y se asocia con el filete de pescado que compran en pescaderías y supermercados.

Tipos de Atún

Forma / presentación

Lomitos (láminas o trozos)

Lo identifican como atún en trozos, láminas o lomitos y sin diferencia por ciudad o segmento, es el formato preferido para todas las personas.

Mejor sabor
Mejor apariencia y mayor apetitividad
Mejor desempeño para diferentes preparaciones

“Yo siempre compro en lomitos, siento que es más rico” “Para mi los lomitos de atún que vienen como en trozos más grandes”



Rallado

Para la mayoría de personas genera rechazo en razón a su apariencia y sabor, la cual asocian con alimento para mascotas o un producto triturado y procesado.

- Refieren dificultad para desechar el aceite o agua que trae.
- Se percibe menos rendidor
- Quienes lo utilizan, suelen utilizarlo en guisos o bases para otra preparación donde el atún no es principal.

“Esta el rallado pero la verdad no me gusta, parece como si ya estuviera masticado” “El rallado sabe mal, la consistencia se siente fea”



Tipos de Atún Base

Agua

De manera positiva reconocen un producto más saludable, con menos intensidad en el aroma, ideal para algunas preparaciones donde no es indispensable el aceite por ejemplo: ensaladas, mezcla con limón, sal, cilantro.



Sin embargo para algunos su sabor no es tan intenso como el atún enlatado en aceite, lo que le resta en apetitividad.



Aceite

El atún en aceite resulta ser valorado por el sabor que le aporta y la versatilidad en algunas preparaciones donde prefieren una consistencia más húmeda o pueden utilizar el aceite como base para sazonar o sofreír.

“Está el de aceite y el de agua, yo compro los dos porque en ocasiones uso el de agua para cenas ligeras como un sándwich, pero el de aceite cuando lo mezclo con arroz, ese aceite como que le da más consistencia”
“El de aceite tiene un mejor sabor, el de agua es más simple pero igual es rico”



Tipos de Atún Base - Aceite

Identifican 3 tipos de aceite principalmente:

- **Aceite Natural:** se asocia con el aceite que proporciona el mismo pescado, no requiere procesos adicionales y se percibe más natural.
- **Aceite Vegetal:** otras personas no tienen claridad del tipo de aceite y concluyen que se trata del aceite que utilizan habitualmente. Lo relacionan con aceite de girasol o canola.
- **Aceite de oliva:** es un aceite que adopta los beneficios de la oliva, como ser más saludable, además se percibe como más premium.



Por lo general, la mayoría de consumidores especialmente en Barranquilla quienes consumen atún en aceite tienden a reutilizarlo para la misma preparación aprovechando su consistencia en:

- Guisos o bases
- Para el arroz
- Para las ensaladas, especialmente cuando es aceite de oliva



Tipos de Atún

Tamaño

Personal: es un tamaño de 80gr, ideal para el consumo individual. SE percibe más práctico y portable.

Estándar: responde a un tamaño de 160gr, es el tamaño ideal que para 1 o 2 personas y es el más usado en sus preparaciones.

Grande: Lo conocen pero no refieren haberlo consumido, pues sugiere un desconocimiento frente a la dosificación, almacenaje y estado de conservación.

Ensalada / Verduras

Los acompañamientos se convierten en una **ventaja que completa un almuerzo y facilita la preparación de un plato**, en este sentido ahorra tiempo en la preparación de otros alimentos y presupuesto, pues la lata trae un segundo ingrediente, además lo hace más portable porque soluciona un almuerzo fuera de casa.

También se convierte en una **alternativa para quienes tienen hijos**, pues es una forma más fácil de proporcionar las verduras a los niños.

Entre las variedades que mencionan, se encuentra el atún con variedad de verdura, champiñones, maíz o salsas.

Empaque

Lata: es la presentación original y más conocida. Responde a las ventajas de almacenamiento y conservación.

Bolsa tipo doypack: aisladamente han visto esta presentación y en casos puntuales la han probado; sin embargo sugiere una forma de uso y consumo del producto diferente y genera dudas frente a su conservación.

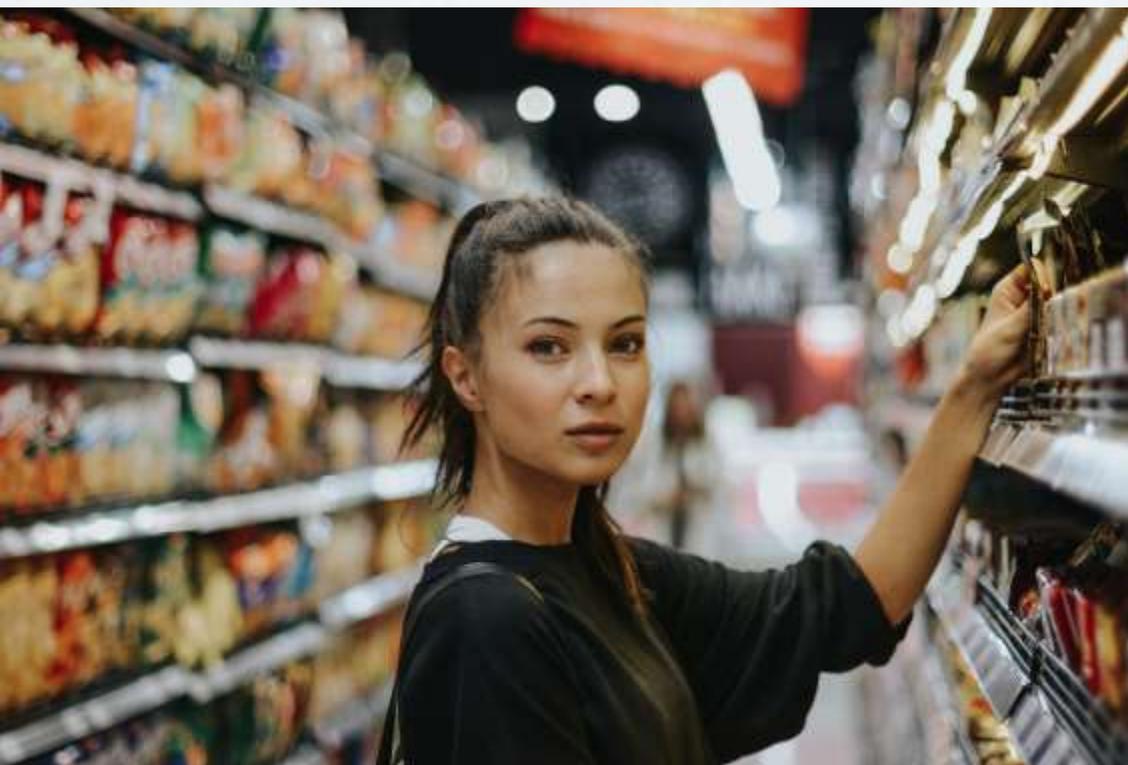


RUTA DE ANÁLISIS



Hábitos de compra

A la hora de comprar atún, los consumidores tienen en cuenta diferentes aspectos, entre ellos:



Atún

Marca

Tipo de atún (lomitos / rallado)

Precio estándar

Fecha de vencimiento

Variedad (agua, aceite, acompañamiento)

Tamaño / Multipacks

Estado de la lata

Lugar de compra



Hábitos de compra

Dentro de los aspectos a tener en cuenta, existen unos que resultan ser indispensables y tienen que ver con la caducidad y estado del producto, así como con aspectos de gusto en sabor y variedad.

Indispensables

Fecha de vencimiento

Tipo de atún (lomitos / rallado)

Variedad (agua, aceite, acompañamiento)

Estado de la lata

- **Fecha de vencimiento:** es una información que les asegura el consumo del producto, aporta tranquilidad y seguridad. Sin embargo fechas muy extensas le restan frescura y apetitividad al atún.
- **Tipo de atún:** para la mayoría es un aspecto indispensable, dado el desagrado por atún rallado. Además la forma del atún responde a tipos de preparación donde la manipulación de los lomitos son más indicados.
- **Variedad:** responde al gusto de cada persona. En hogares con varios integrantes se complace a todos, por esta razón pueden llegar a comprar hasta 3 variedades diferentes.
- **Estado de la lata:** es un aspecto que recae en la calidad y servicio del lugar de compra, más no a las marcas. Una lata golpeada da cuenta de una mala manipulación del producto.

*“La fecha de vencimiento y que sea en aceite”
“Para mí que la lata no esté golpeada, el producto en buen estado y que sean lomitos, porque rallado no me gusta”*



Hábitos de compra

Lo que puede negociarse o reemplazarse son aspectos como:

Negociables

Marca

- **Marca:** si bien se inclinan por una marca específica, la mayoría de personas pueden cambiar de marca si se ofrece un beneficio en términos de disponibilidad, ofertas o precio especial.

Precio estándar

- **Precio** pueden moverse a otras marcas, si ven un beneficio a nivel económico pero con la certeza de ser un producto de buena calidad.

Tamaño / Multipacks

- **Tamaño,** encuentran presentaciones personales (80gr) o estándar (160gr) , las cuales dependen de la ocasión de consumo y cantidad de comensales. Por lo general compran los packs de 2, 3, 4 o 6 unidades, viendo una ventaja a nivel económico.

Lugar de compra

- **Lugar de compra,** donde aseguran aspectos como precios económicos y calidad de producto.

“Yo consumo Van Camps pero si voy al D1 y no tengo atún compro ahí los lomitos que también son buenos” “Yo compro el Medalla de Oro, es la marca propia de Olimpica y es muy bueno, lo compro en aceite”



Hábitos de compra

Con respecto a la frecuencia de compra, entendimos que el atún es un infaltable en la canasta familiar razón por la cual siempre se incluye en la compra del mercado principal y por lo general compran más de una unidad.



Refieren una **inversión promedio entre 3.500 y 9.000** por la unidad de atún enlatado, dependiendo de la marca y lugar de compra.

Cuando compran packs puede variar de acuerdo a la cantidad que compran aproximadamente entre \$20.000 y \$50.000.



Hábitos de compra

En línea con lo anterior, el hábito de compra del atún se da en el mercado principal donde buscan abastecerse de diferentes productos que puedan almacenar y consumir quincena o mensualmente.

Frente a los lugares de compra, se identifican:

Supermercados: Exito, Jumbo, Surtimax, Olimpica (con mayor fuerza en Barranquilla)

- Valoran la variedad de marcas, productos, ideal para hacer el mercado principal.
- En atún les agrada la posibilidad de encontrar promociones, descuentos y presentaciones en packs.

Hard Discounter: D1, Ara

- Es el lugar donde acostumbran a comprar la mayor parte de productos de la canasta familiar y valoran la economía que ofrecen por marcas con una calidad aceptable.
- Son lugares que cada vez están más presentes en barrios populares, lo que hace que se perciban cercanas.

Mayoristas: PriceSmart, Makro, Alkosto

- Lugares ideales cuando se realiza un mercado “grande” con el fin de abastecerse.
- Valoran las presentaciones que ofrecen varias unidades de atún, promociones y descuentos que realizan en estos establecimientos.

Tienda de Barrio

- Es el lugar al que recurren para realizar compras de reposición.
- No les agrada porque identifican precios superiores frente a otros canales.

Tiendas de conveniencia

- Aisladamente, son un lugar que responde a un consumo “on the go” cuando se encuentran fuera de casa y deben resolver un almuerzo. Usualmente en personas que trabajan o estudian.

Hábitos de compra

Dentro de las marcas que las personas reportan comprar, encontramos:



Van Camps es la marca que consideran líder por la trayectoria en el mercado y la calidad que identifican en el sabor y variedad que ofrece.

Adicionalmente es considerada como la marca más costosa, lo cual ha hecho que algunas persona prueben otras marcas.

Aisladamente, es la marca que asocian la noticia viral del contenido de mercurio.



Las marcas de los **hard discounter**, se han convertido en una alternativa, especialmente la marca del D1 del cual refieren buena calidad y una ventaja en precios. Sin embargo la variedad en atún rallado es rechazado por la mayoría de consumidores.



Las marcas propias, también responden a una valoración positiva, especialmente en Barranquilla con la marca **Medalla de Oro** de Supermercados Olimpica, la cual se reconoce por ser de tradición, de buena calidad y con variedad en bases y aderezos.



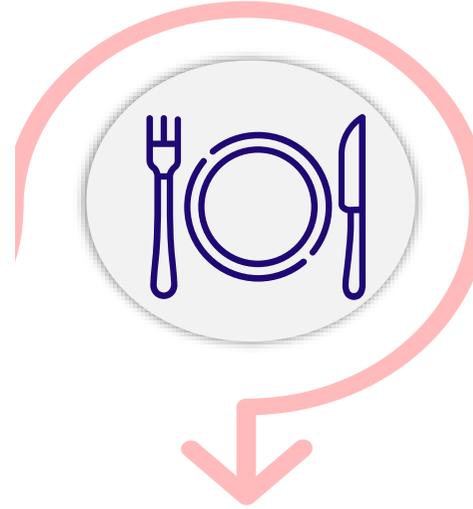
Otras marcas en menor proporción y menciones en los grupos, a las que reconocen ventajas en precios económicos y algunas de buen sabor.



Sin embargo, pierden en términos de calidad frente a marcas que ofrecen un mejor sabor, variedades y promociones.



RUTA DE ANÁLISIS



**HÁBITOS DE
CONSUMO**

Perfil del consumidor de atún

Se encuentran algunas características del perfil del consumidor de atún, donde se identifican personas:

Consciencia alimentación saludable: los consumidores de atún suelen ser personas que valoran una alimentación saludable y equilibrada, y ven en el atún una buena fuente de proteínas, omega-3 que aporta beneficios para la salud.

Personas que practican ejercicio: son personas que además de valorar su salud y alimentación, encuentran en el atún una fuente de energía, baja en grasa y una “proteína limpia” que aporta positivamente a sus hábitos alimenticios.

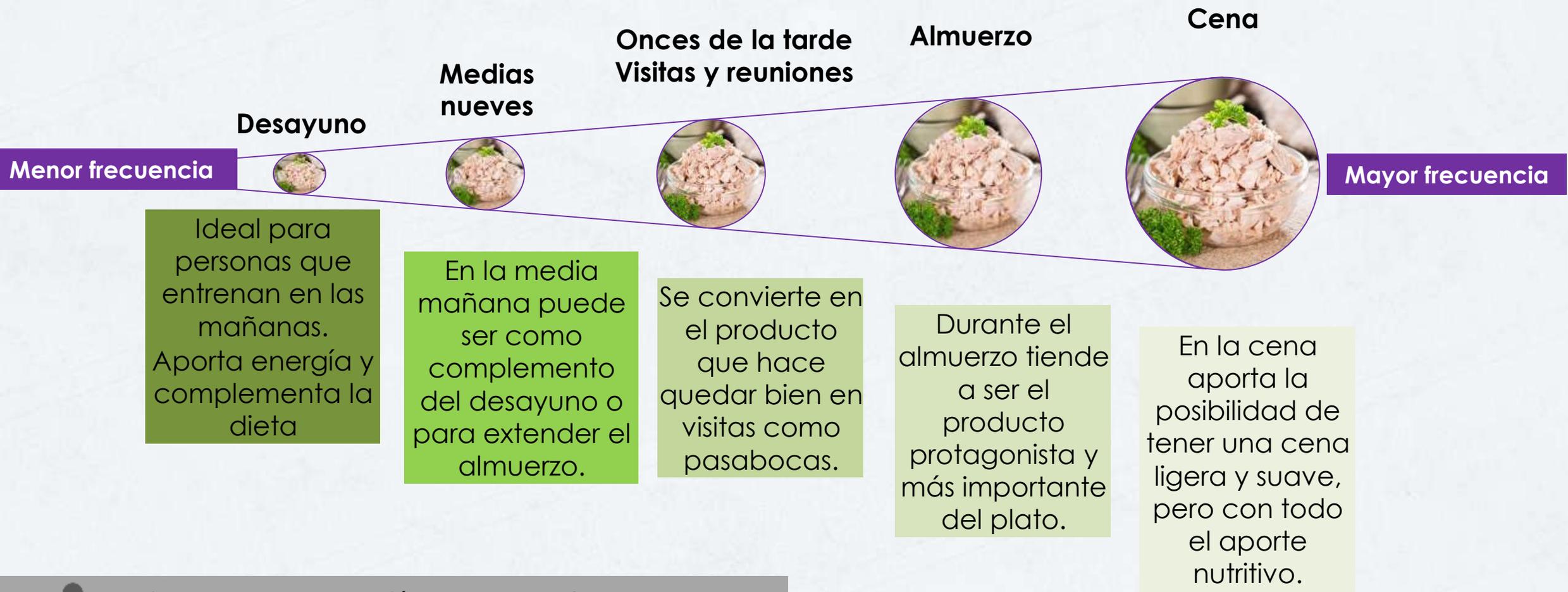
Variedad de preparaciones: el atún es un producto versátil, ideal para diversas preparaciones, desde ensaladas hasta platos calientes. Por lo tanto, los consumidores de atún son personas que valoran la versatilidad del producto y están dispuestos a experimentar con diferentes formas de consumirlo.

Practicidad: en el acelerado ritmo de vida actual, muchos consumidores buscan alimentos que sean fáciles y rápidos de preparar. El atún enlatado es una opción popular en este sentido, ya que se puede almacenar fácilmente y está listo para usar en cualquier momento.



Hábitos de Consumo

Gracias a su versatilidad, el atún es un producto que puede estar presente en cualquier momento del día:



Aisladamente, la ocasión on the go o **fuera de casa se convierte en una opción** para quienes trabajan y estudian, esto gracias a la cualidad de ser un producto portable y práctico a la hora de consumirlo.

Recetas con atún

Solo

Esto se da por el gusto en el sabor y la practicidad para incluso comer directamente de la lata.

Como proteína principal

Es el protagonista en la preparación y en ocasiones va directo de la lata, se sofríe, condimenta o mezcla con otro ingrediente.

Como complemento

Cuando hace parte de una preparación, como en pasta, ensaladas, sándwich, atún

Preparaciones frías:

- Ensaladas
- Sándwich
- Con galleta
- Ceviche de atún
- Con limón, cebolla, cilantro

Preparaciones calientes:

- Pasta
- Arroz
- Lasagna
- Proteína principal
- Hamburguesas
- Tortillas

“El atún es versátil y se puede comer de cualquier manera”

Hábitos de Consumo

Sumado a lo anterior, los consumidores reportan que el atún enlatado es la suma de dos beneficios :

Es nutritivo y
saludable



Es práctico
y versátil

Esto hace que **no
tenga sustitutos** y
por el contrario se
perciba como un
producto único.

“Yo creo que no hay nada como el atún... algo que sea saludable pero así de práctico no lo veo”

“Es que si no hay atún, le toca a uno cambiar lo que ya tenía en mente preparar... pero no me imagino una ensalada con sardinas, tocaría pollo pero hay que cocinarlo”



Hábitos de Consumo

En casos donde ser reemplaza, implica cambiar el plan de la preparación.

Cuando se busca el factor nutritivo y saludable se recurre a otro tipo de proteína animal: pescado fresco, pollo, carne.



Pero implica sacrificar practicidad y en ocasiones economía.

“Cuando no tengo atún, nada lo reemplaza, me toca ir a comprar pescado pero es más caro o toca pollo o carne pero toca prepararlo”



Cuando se busca reemplazar por practicidad, se recurre a otro tipo de productos enlatados como sardinas o salchichas.

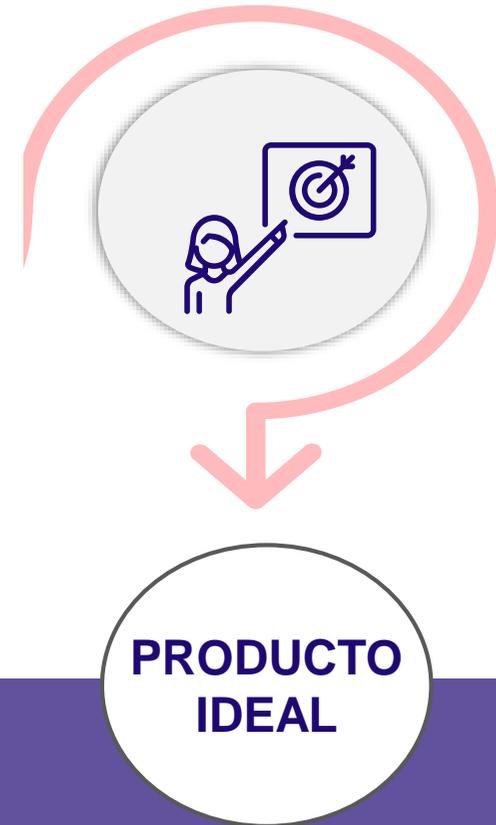


Sin embargo, se renuncia a la versatilidad, lo nutritivo y saludable.

“Si es por la practicidad, no hay nada igual, de pronto unas sardinas o salchichas pero no es lo mismo” “Es que las sardinas no van con todo, el sabor es diferente”



RUTA DE ANÁLISIS



Atún ideal

Si bien hay un nivel de satisfacción alto con lo que se ofrece actualmente, se encuentran oportunidades para encontrar un atún enlatado que ofrezca:

Otro tipo de **aderezos y acompañamientos**: Ej limón, tomate, cebolla, pimentón

Tamaños más grandes: para hogares con más integrantes y personas que les gusta mucho

Ofertas y promociones que incluyan diferentes variedades, ejemplo: en agua y aceite, solo y con acompañamientos.



Atún ideal

En cuanto a las características del producto se espera que sea un **atún de calidad**, lo que está determinado por:

Forma principalmente en lomitos o trozos (grandes) que aseguren el estado del producto y menor percepción de procesamiento con en el caso del atún rallado.

Sabor agradable que mantenga el sabor propio del pescado.

En lo posible con **bajo contenido en sal** que se traduce en un producto rico y saludable.



Color mas rosado que refleja frescura y evitar tonos grisáceos.

Fechas de caducidad no tan extendidas, lo que se percibe como un producto más fresco y con menos conservantes.

Información de fecha y origen de la pesca, resulta aportar en la percepción de frescura y conectar con códigos de tradición, proceso artesanal y más natural.





CONCLUSIONES

Conclusiones

Entendimos que para las personas que participaron el atún es un producto indispensable en su canasta familiar, gracias a su versatilidad en la cocina, el alto valor nutricional y el fácil acceso en diferentes canales de compra.

Se convierte en una solución para cualquier momento del día , para personas y hogares que buscan una alternativa de alimentación sana y nutritiva, pero además que sea lo suficientemente versátil y práctico en preparaciones.

Esto hace que para este segmento de consumidores no se presenten barreras que impidan su consumo.

Las principales barreras se presentan en el formato del atún enlatado.



Conclusiones

En línea con lo anterior, los consumidores **valoran variedades como la de lomos o trozos** la cual le da la posibilidad de manipular el producto de acuerdo a la preparación que tengan.

Mientras que la principal barrera se da en el atún rallado el cual además de generar rechazo por su apariencia, limita y dificulta la manipulación y uso del producto en las diferentes preparaciones.

El atún entero en lata, es completamente desconocido y se presenta como una oportunidad para enseñar el uso y consumo, pues la forma sugiere la posibilidad de personalizar la preparación y quizás dar la noción de mayor frescura y cantidad de producto.



Conclusiones



Adicionalmente, frente a las marcas de atún enlatado, el consumidor si bien se ve influenciado por marcas reconocidas que reflejen calidad, existen **atributos como el precio y las promociones que se convierten en un movilizador en el punto de venta.**

Finalmente, se sugiere **seguir explorando en preparaciones, recetas y variedades** con acompañamientos que abran la posibilidad a nuevas manera de consumo.





marketteam

CULTURA DE CONOCIMIENTO