



Informe final - Prueba de producto Ricavena Quaker II

Julio 1 de 2021

Objetivo general

De la investigación

- Determinar si existen diferencias significativas entre ambos prototipos evaluados

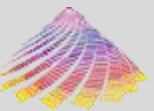


Objetivos específicos de investigación

- ✓ **Evaluación organoléptica de las muestras**
 - Apariencia general
 - Color
 - Intensidad del color (Just Right)
 - Olor
 - Sabor a avena
 - Intensidad del sabor a avena (Just Right)
 - Nivel de dulce
 - Intensidad del nivel de dulce (Just Right)
 - Textura/Consistencia
 - Cremosidad
 - Sabor residual
 - Naturalidad

- ✓ ¿Estaría dispuesta a reemplazar algún producto de consumo actual en el hogar por este? ¿Cuál?
- ✓ Preferencia entre los dos prototipos evaluados

Metodología



Metodología

Se trabajo una metodología cuantitativa a través de entrevistas personales en locación central. Se utilizo el mismo cuestionario usado en el proyecto anterior, que cubrió los objetivos propuestos el cual fue probado en campo y aprobado por ustedes antes de iniciar el trabajo de campo.

Cada persona probo dos productos, utilizando una aproximación monadica secuencial con rotación de productos.

Se trabajo la siguiente aproximación:

- Se hizo un pre reclutamiento en lugares cercanos a la locación, se aplico el filtro correspondiente y quienes cumplieron con las condiciones se invito a la prueba
- Las locaciones que se usaron fueron en hogares con salones y/o garajes amplios con nevera, dado que estamos viviendo una situación de transición (por la emergencia sanitaria) en donde aún las personas se cuidan mucho en salir a distancias largas y necesitan un poco más de seguridad. En lugares cercanos, más familiares creemos que las barreras de temor se minimizan
- El lugar de la locación cumplió con las normas de bio seguridad y se tuvo especial atención de usar locaciones que permitieron el distanciamiento social
- El producto fue preparado de acuerdo con los protocolos suministrados por AP con Leche Colanta de acuerdo con sus indicaciones

Grupo objetivo

- ✓ Amas de casa con hijos que vivan en el hogar, encargadas de la decisión compra de los alimentos en el hogar y de la alimentación de sus hijos.
- ✓ Entre 25 y 45 años
- ✓ ESE 2 y 3
- ✓ Que sean consumidoras de cualquier presentación de avena (hojuelas, instantánea, RTD, etc), que incluyan en su mercado habitual leche líquida y que alimenten a sus hijos con leche líquida entera al menos una vez por semana

Cobertura geográfica:

Bogotá y Barranquilla



Tamaño de la muestra

Escenario 1: 240 entrevistas totales, 120 por ciudad, distribuidas como se indica a continuación:

	Bogotá		B/quilla		Total
	Est 2	Est 3	Est 2	Est 3	
25-35	30	30	30	30	120
36-45	30	30	30	30	120
Total	60	60	60	60	240

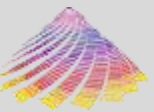
Error standard a total 6,33 % nivel de confianza 95%

Error standard por ciudad 8,94 % nivel de confianza 95%

Resultados



RESULTADOS



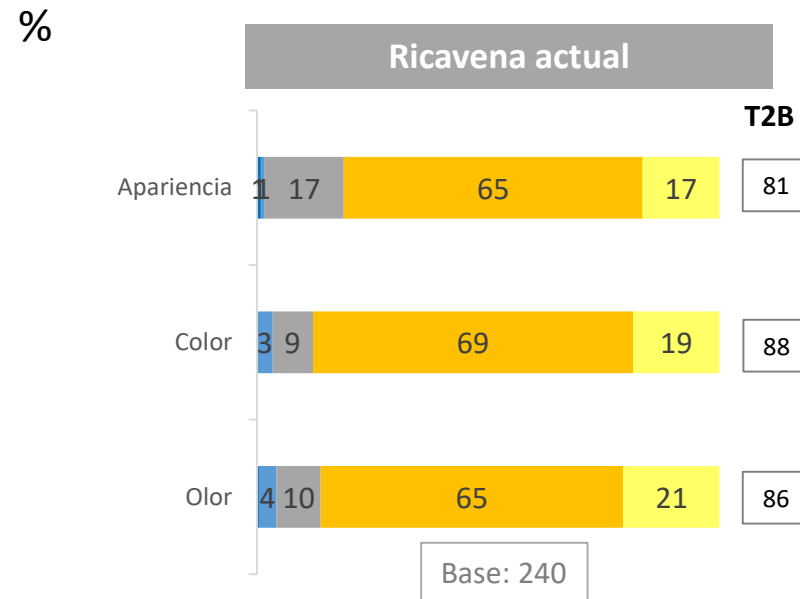
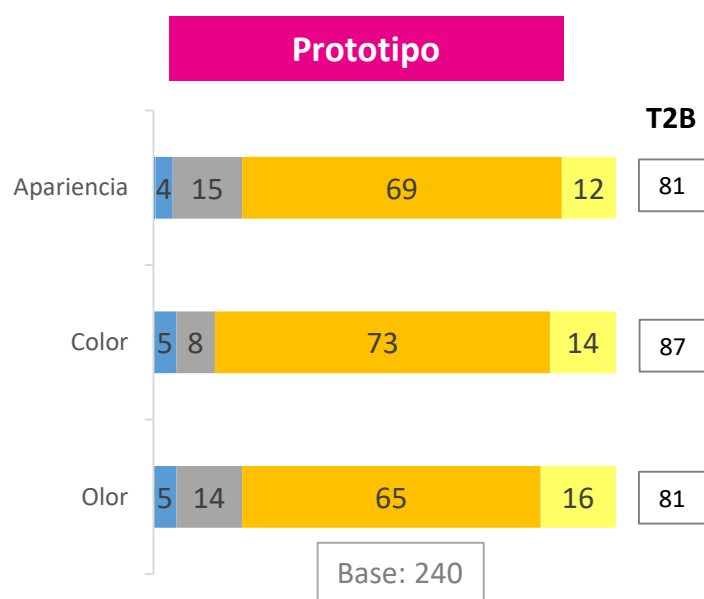
Resumen ejecutivo

- Solo se perciben diferencias estadísticamente significativas entre ambas muestras evaluadas en el nivel de dulce, tanto en el agrado (**TB: 63% vs 51%** y **T2B: 78% vs 69%**) como en la calificación del “**justo como me gusta**” (75% vs 64%) de la evaluación de intensidad, siendo en todos los casos a favor de Ricavena actual.
- En el caso del prototipo un 20% la considera muy dulce y un 17% que le falta dulce, mientras que para Ricavena actual la tendencia es similar, ya que un 15% la perciben muy dulce y un 10% la percibe muy baja en dulce, sin diferencias significativas entre ambas muestras para estas calificaciones.

Análisis de desempeño – Variables de apariencia



En las variables de apariencia ambas muestras se perciben prácticamente iguales, sin diferencias estadísticas en ninguna de las variables



■ No me gustó nada
 ■ No me gustó
 ■ Ni me gustó ni me disgustó
 ■ Me gustó
 ■ Me gustó mucho



■ Carencia
 ■ Just Right
 ■ Exceso

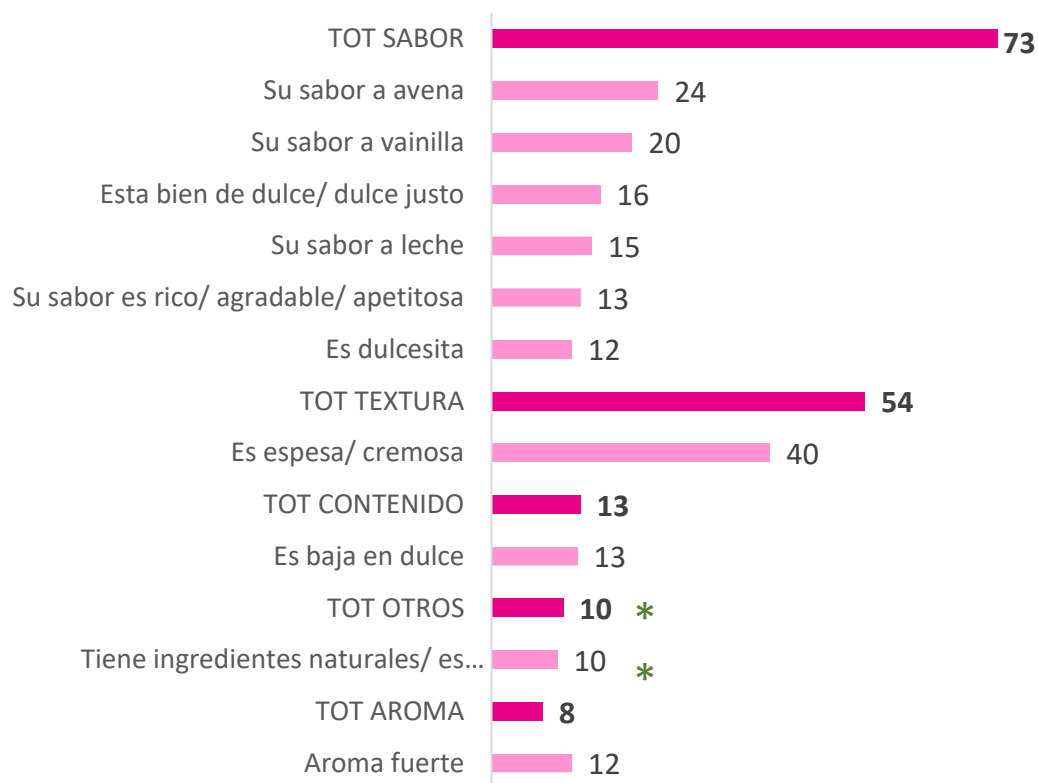
Base: 240

Resultados prueba



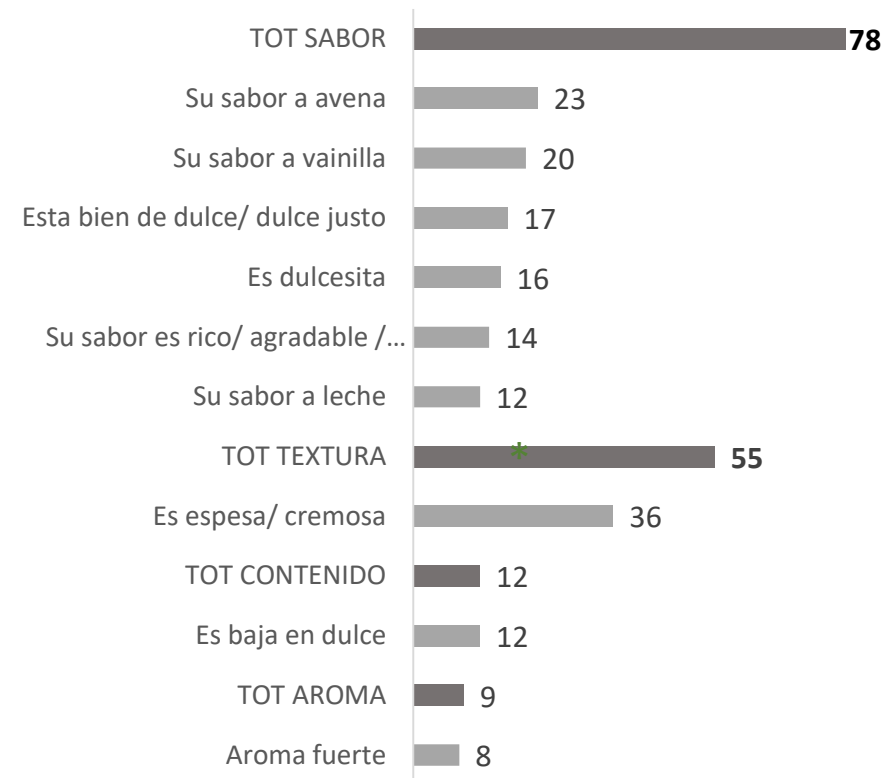
El elemento de mayor agrado para ambas muestras es el sabor destacándose el sabor a avena, vainilla y a percibir un punto justo de dulzor

Prototipo



Base: 240

Ricavena Actual



Base: 240

* Diferencias estadísticamente significativas

Elementos de desagrado

Datos expresados en %

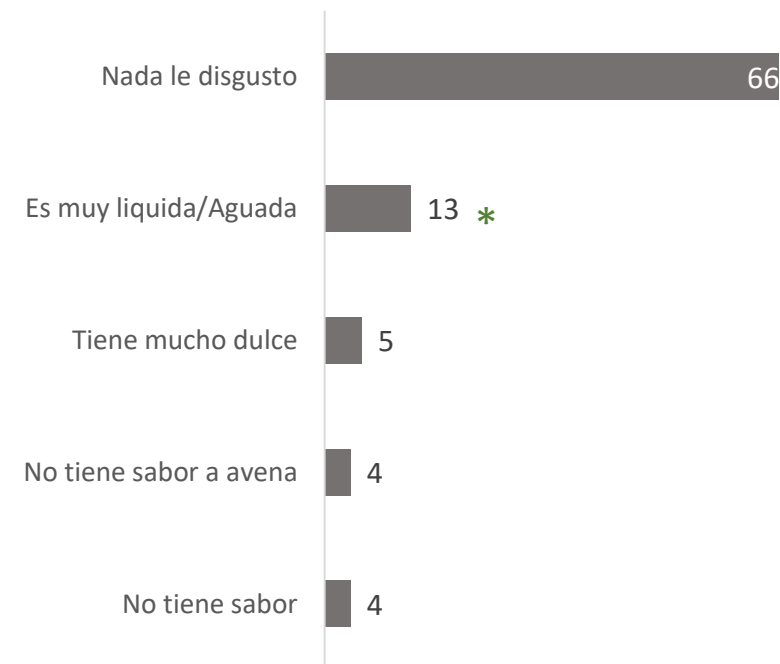
Para el prototipo los pocos elementos de desagrado mencionados se refieren principalmente al nivel de dulce, donde algunos lo perciben muy dulce, pero otros con falta de dulce, en el caso de Ricavena actual se percibe un tanto líquida

Prototipo



Base: 240

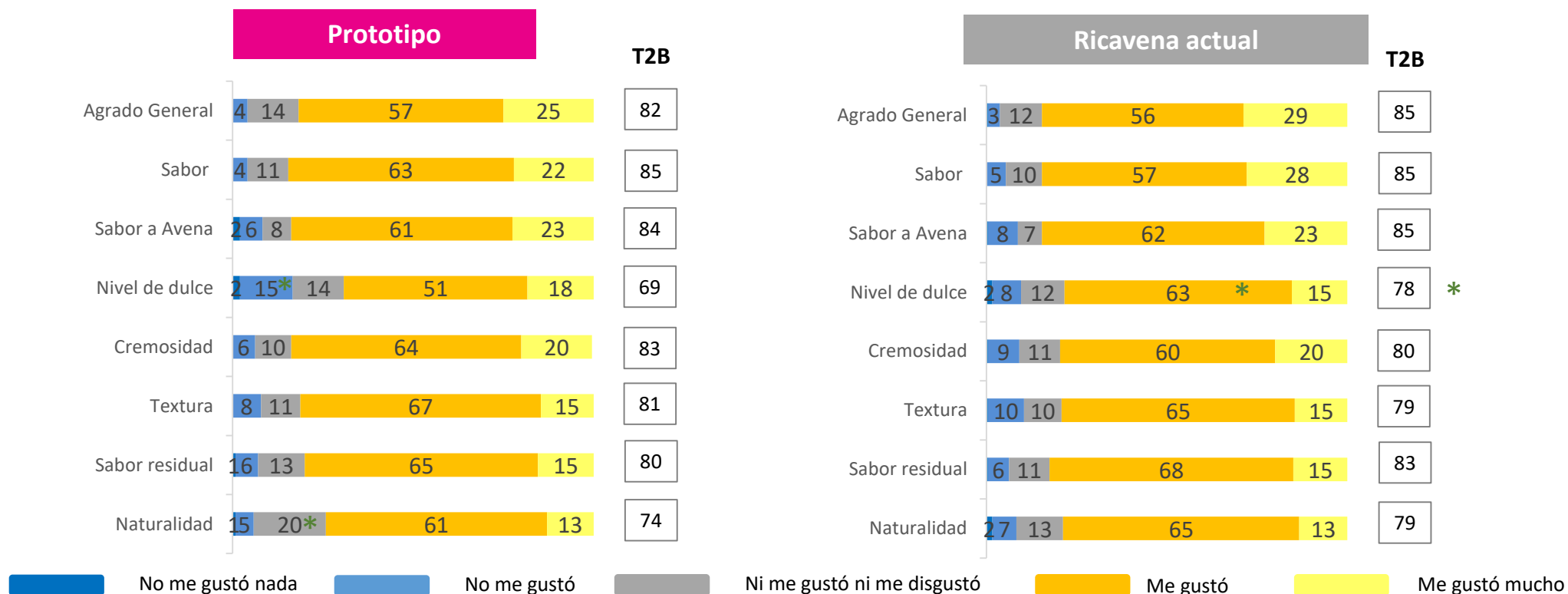
Ricavena Actual



Base: 240

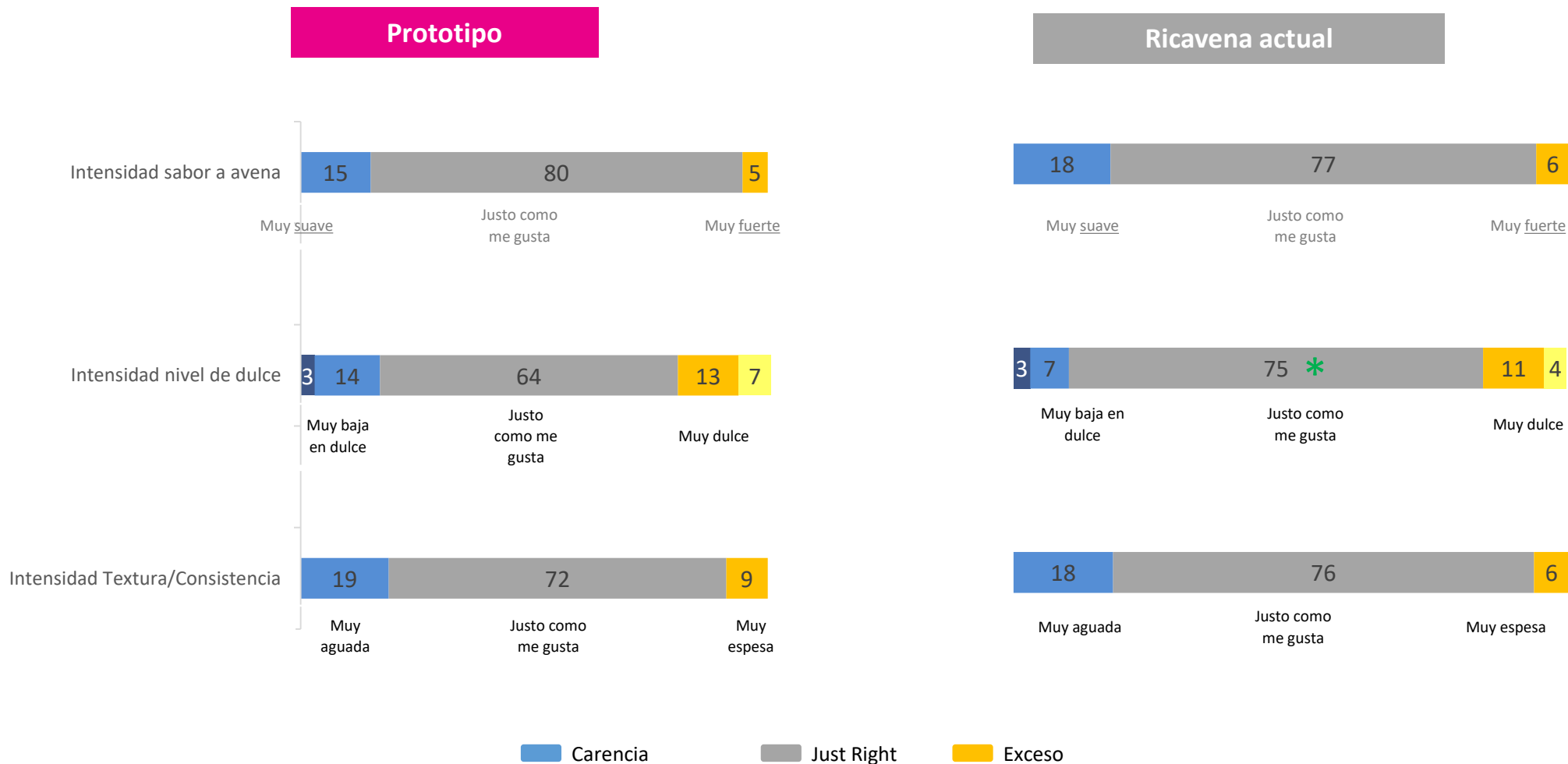


En la única variable en donde se observan diferencias estadísticamente significativas es en el nivel de dulce a favor de Ricavena actual, las demás variables la evaluación es parity.





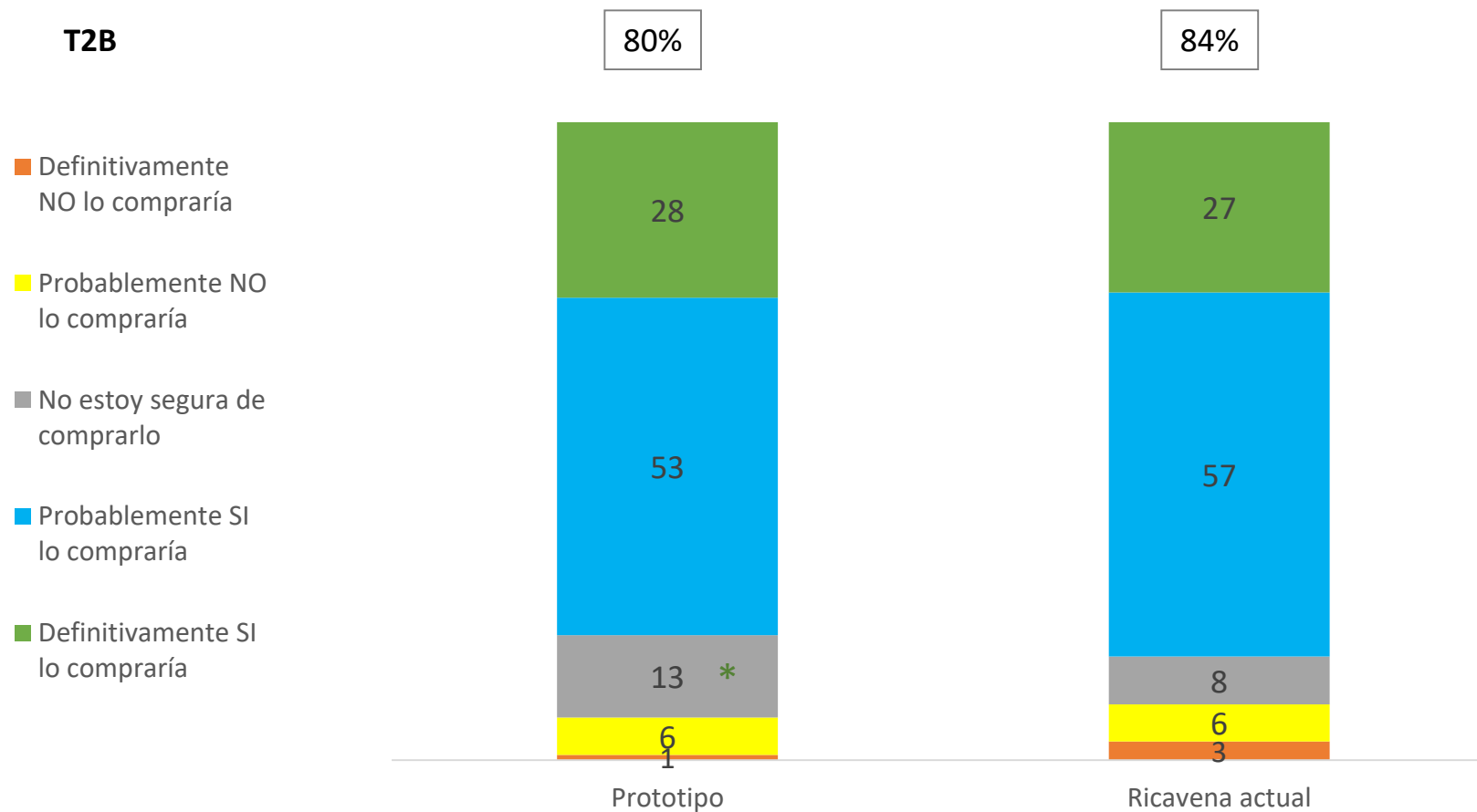
Se observan diferencias significativas en la calificación “justo como me gusta” de la intensidad de nivel de dulce, a favor de Ricavena actual



Intención de compra

Datos expresados en %

No se observan diferencias estadísticamente significativas ni para el TB ni en el T2B, por su parte la calificación “no estoy segura de comprarlo” del prototipo es mayor que el de Ricavena actual con diferencias estadísticamente significativas



Base: 240

* Diferencias estadísticamente significativas

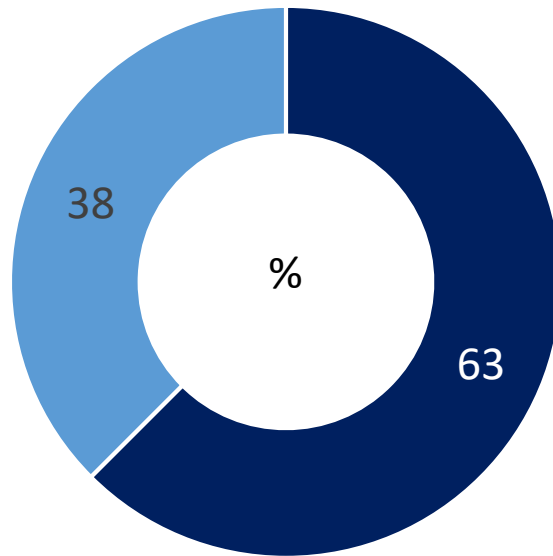
P12. (MOSTRAR TARJETA P12) ¿Qué tan dispuesto estaría en COMPRAR este producto si estuviera a la venta en donde normalmente compra este tipo de productos?
(RU)



Intención de Sustitución y/o reemplazo por otros productos

No hay diferencias en la intención de reemplazo. En ambos casos las madres estarían dispuestas a sustituir otros productos por Ricavena

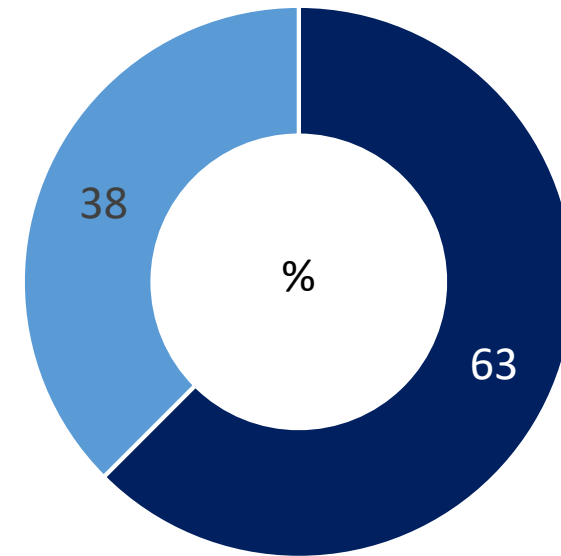
Prototipo



■ Si ■ No

Base: 240

Ricavena actual



■ Si ■ No

Base: 240

* Diferencias estadísticamente significativas

P13. ¿Usted estaría dispuesta a reemplazar algún producto que consuman en su hogar actualmente por este que acaba de evaluar?

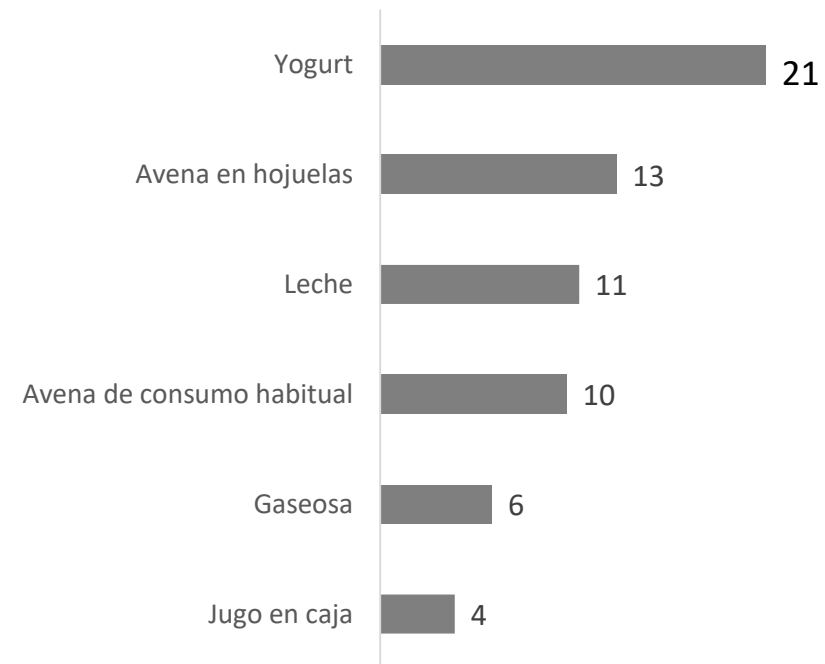
Productos que reemplazaría

Prototipo



Base: 149

Ricavena actual

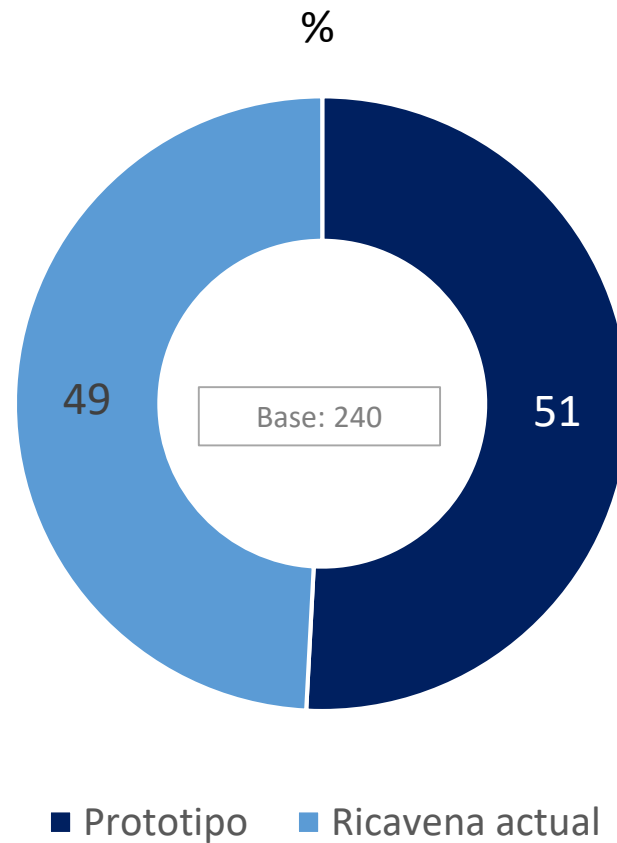


Base: 148

P13A. ¿Cuál producto estaría dispuesta a sustituir por este que acaba de evaluar?

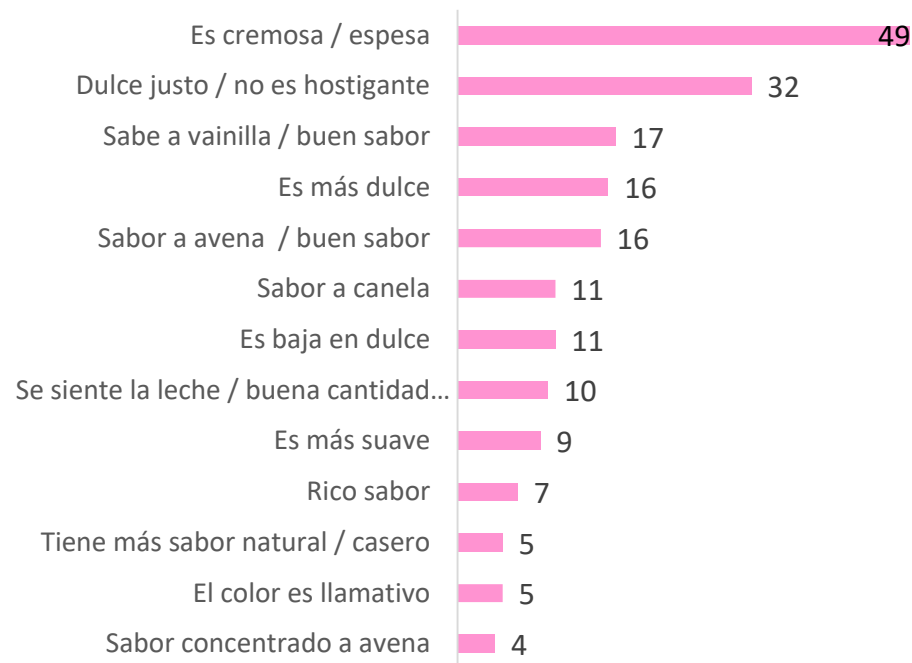
Preferencia

No hay diferencias en cuanto a la preferencia entre ambas muestras.



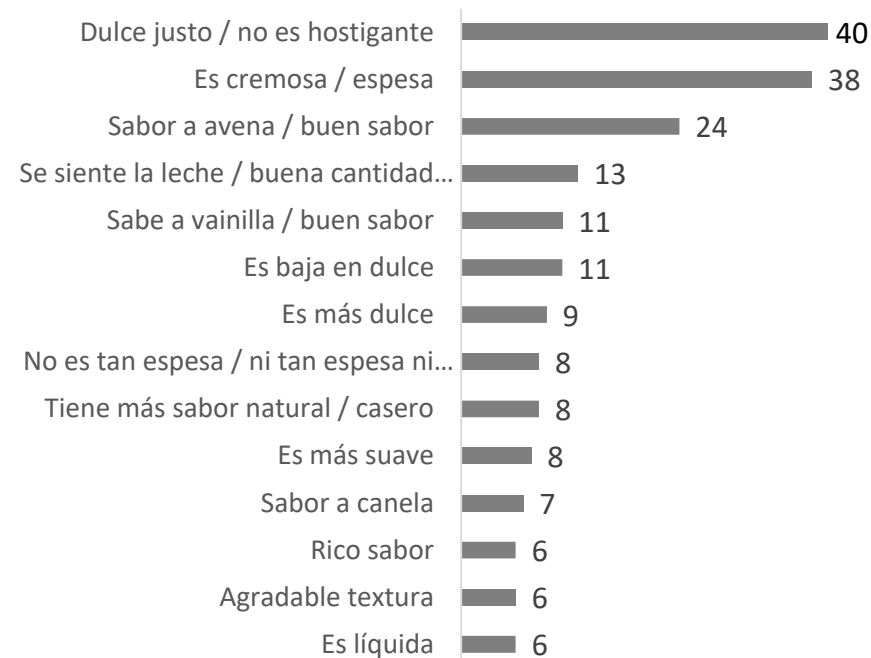
Las razones de preferencia para ambas muestras son muy parecidas. Son productos que se perciben muy similares sin tener una importante diferenciación en ninguna variable

Prototipo



Base: 122

Ricavena Actual

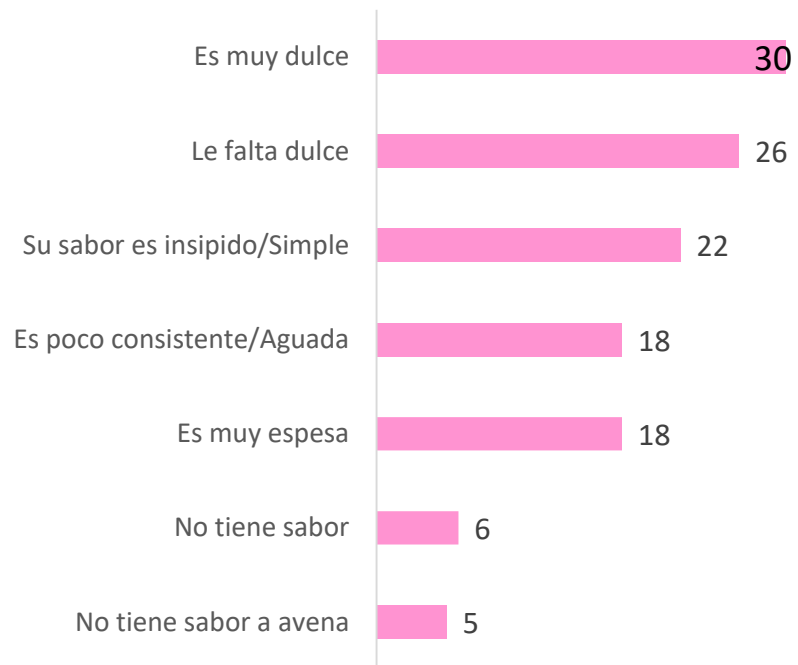


Base: 118-

Razones de NO preferencia

Datos expresados en %

Prototipo



Base: 118

Ricavena Actual



Base: 122

P4A. ¿Qué fue lo que más le gustó de esta bebida que acaba de probar? y ¿por qué? PROFUNDICE ¿Algo más que le haya gustado? y ¿por qué?

Conclusiones



Conclusiones

- Las dos muestras resultan bien valoradas por la población bajo estudio a nivel general sin diferencias estadísticamente significativas en la mayoría de las variables, excepto por nivel de dulce, donde Ricavena actual resulta mejor evaluada.



Alimentos Polar

