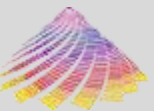




Informe final prueba de producto Ricavena Quaker

Abril 20, 2021

Objetivos



Objetivo general

De la investigación

- Determinar si existen diferencias significativas entre una muestra del producto Ricavena que se comercializa en la actualidad vs un prototipo

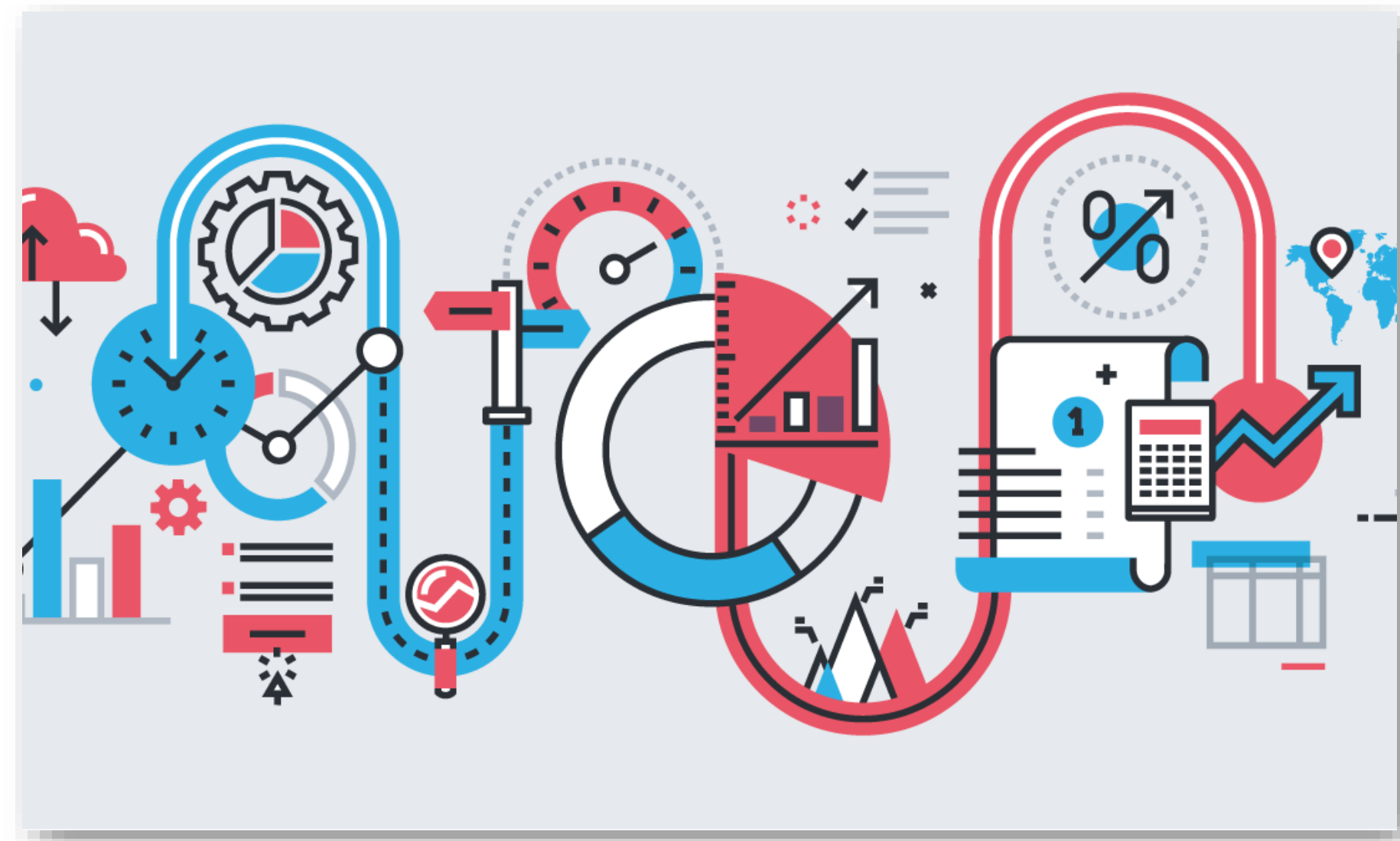


Objetivos específicos de investigación

- ✓ **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 diseño un cuestionario 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 si cumplía con las condiciones se invito a la prueba
- Las locaciones usadas 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 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 se preparo de acuerdo con los protocolos suministrados por AP con Leche Colanta de acuerdo con sus indicaciones, fue preparado por la misma persona durante todo el proyecto en cada ciudad.

Metodología

1. AP proporciono todos los prototipos (producto seco)
2. A cada persona se le entrego 1 vaso con 50 ml de producto para realizar la evaluación. El producto se preparo a partir del producto seco proporcionado por AP siguiendo el correspondiente protocolo.
3. Se garantizo una distribución equitativa de las participantes en cada celda por ESE y Edad
4. Se conto con de un personal fijo para preparación del producto, debe ser el mismo personal por ciudad en todas las sesiones.

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
- ✓ 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, Barranquilla y Cali



Tamaño de la muestra

180 entrevistas totales, 60 por ciudad, distribuidas como se indica a continuación:

	Bogotá		B/quilla		Cali		Total
	Est 2	Est 3	Est 2	Est 3	Est 2	Est 3	
25-35	15	15	15	15	15	15	90
36-45	15	15	15	15	15	15	90
Total	30	30	30	30	30	30	180

Error standard a total 7,30 % nivel de confianza 95%

Error standard por ciudad 12,6 % nivel de confianza 95%

Resultados



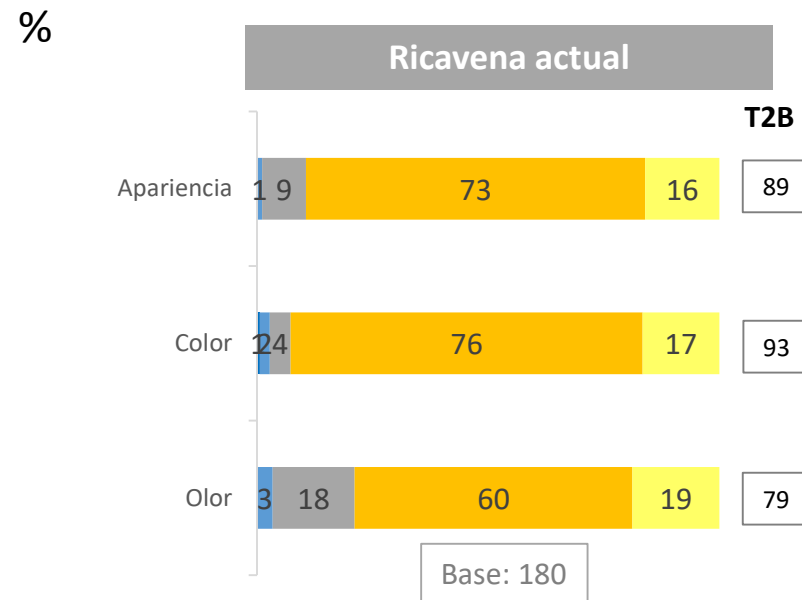
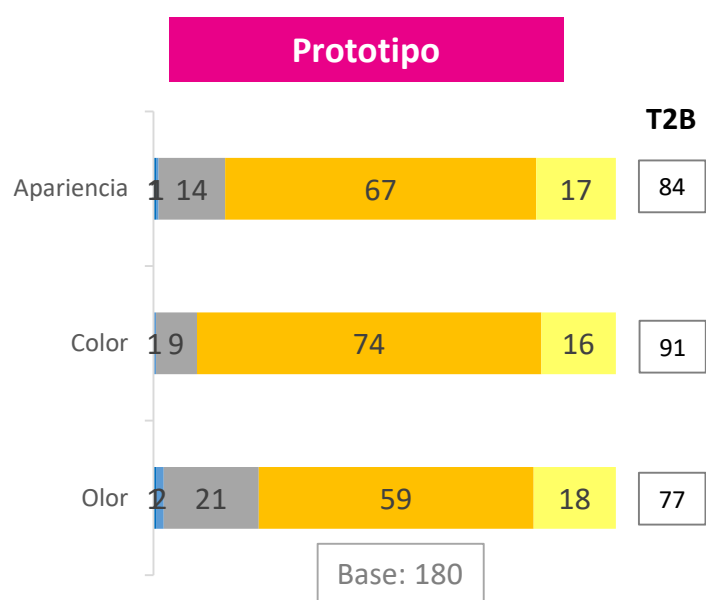
Principales hallazgos

- Se observan diferencias significativas entre los dos productos (Ricavena actual vs prototipo) principalmente en los atributos de degustación.
- Ambos productos no presentan diferencias significativas en los atributos de Apariencia, Olor y Color.
- Finalmente, el producto Ricavena que se comercializa en la actualidad presentó una preferencia superior al prototipo probado con diferencia significativa.

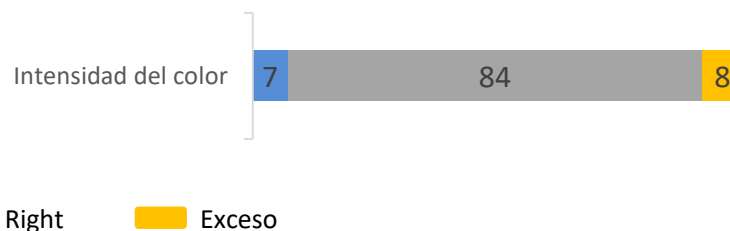
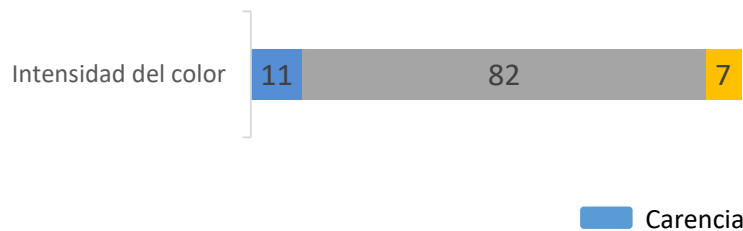
Análisis de desempeño – Variables de apariencia



Si bien el desempeño en T2B para Ricavena es levemente superior no presenta diferencias significativas frente al nuevo prototipo, es decir en las variables de apariencia están parity



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

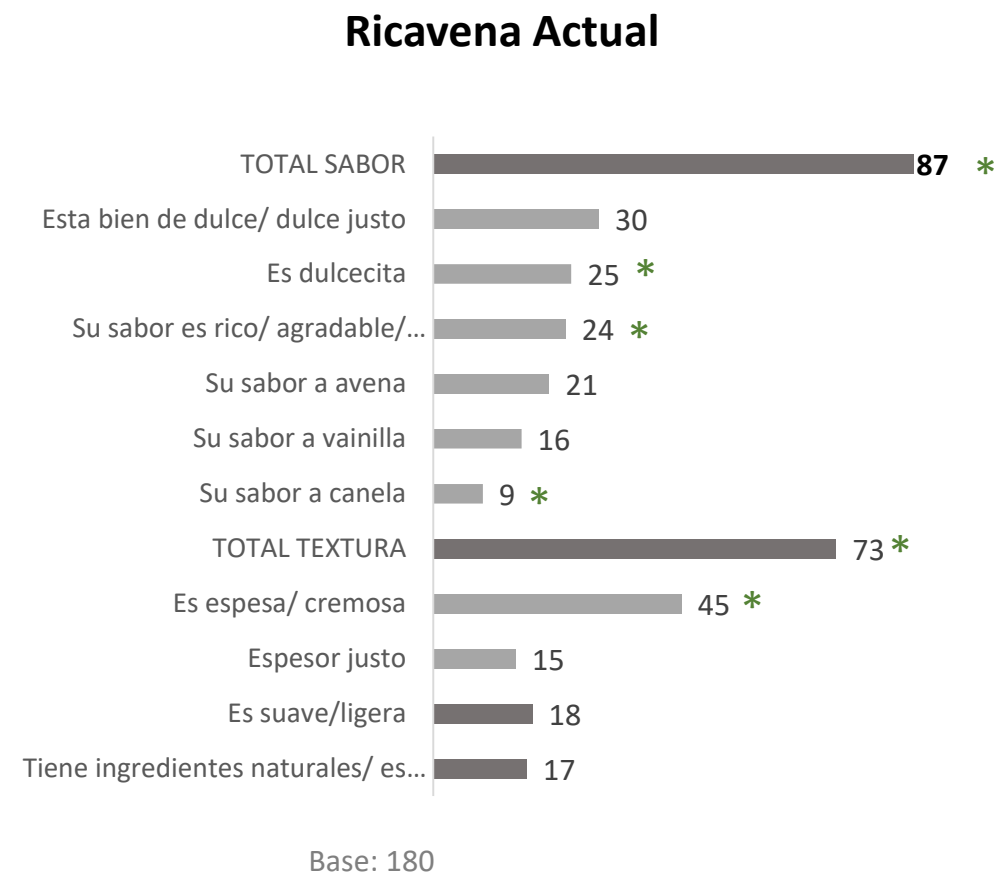
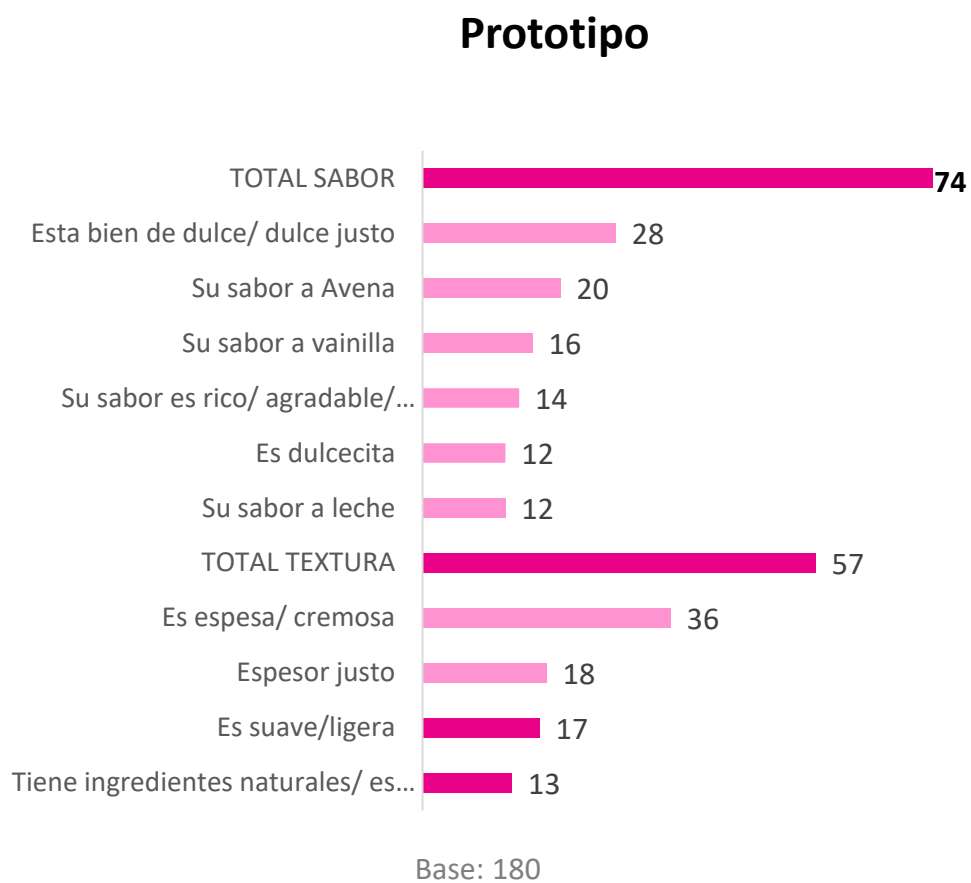


Base: 180

Resultados prueba



A nivel espontaneo se recuperan más elementos para Ricavena actual relacionados con el hecho de ser dulcecita y tener un sabor muy rico y agradable, así como una textura más cremosa con diferencias significativas frente al prototipo



* Diferencias estadísticamente significativas

Elementos de desagrado

Datos expresados en %

Se observan menos elementos de desagrado para Ricavena actual, para algunos resulta muy dulce, mientras para el prototipo evaluado hay más desacuerdo en el nivel de dulce y además la perciben aguada

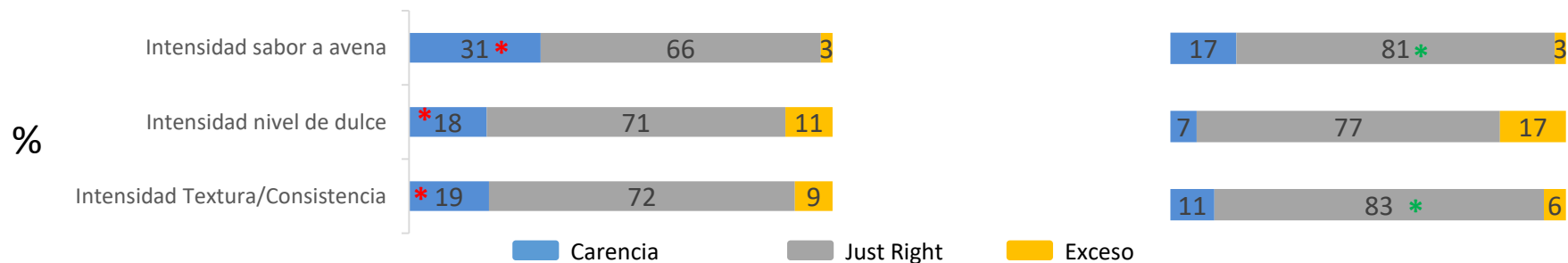
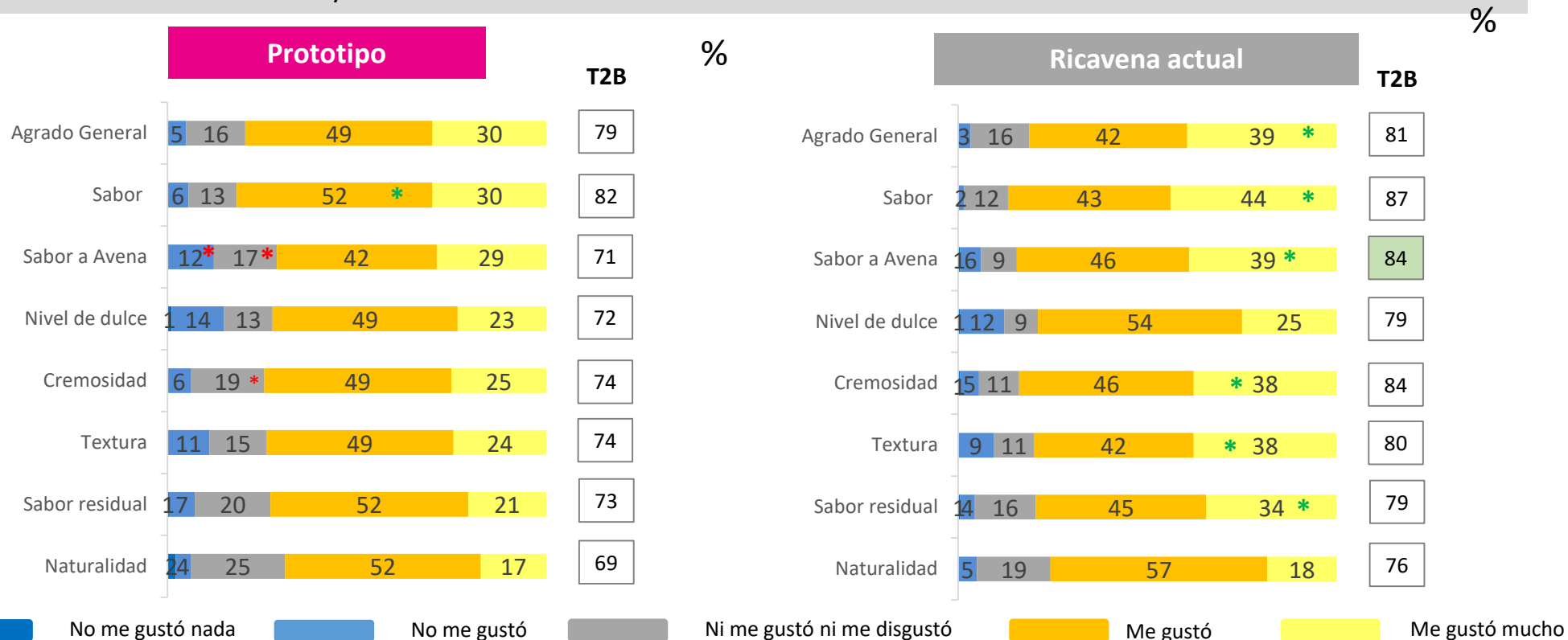


P4B. ¿Qué fue lo que menos le gustó de este producto que acaba de probar? y ¿por qué? **PROFUNDICE** ¿Algo más que no le haya gustado? y ¿por qué?

Análisis de desempeño



Ricavena actual puntúa mejor con diferencias significativas en el top de la escala excepto en nivel de dulce y naturalidad. El nivel justo de sabor a avena y textura también muestra diferencias estadísticas a favor de Ricavena actual



Ver escalas específicas siguiente slide

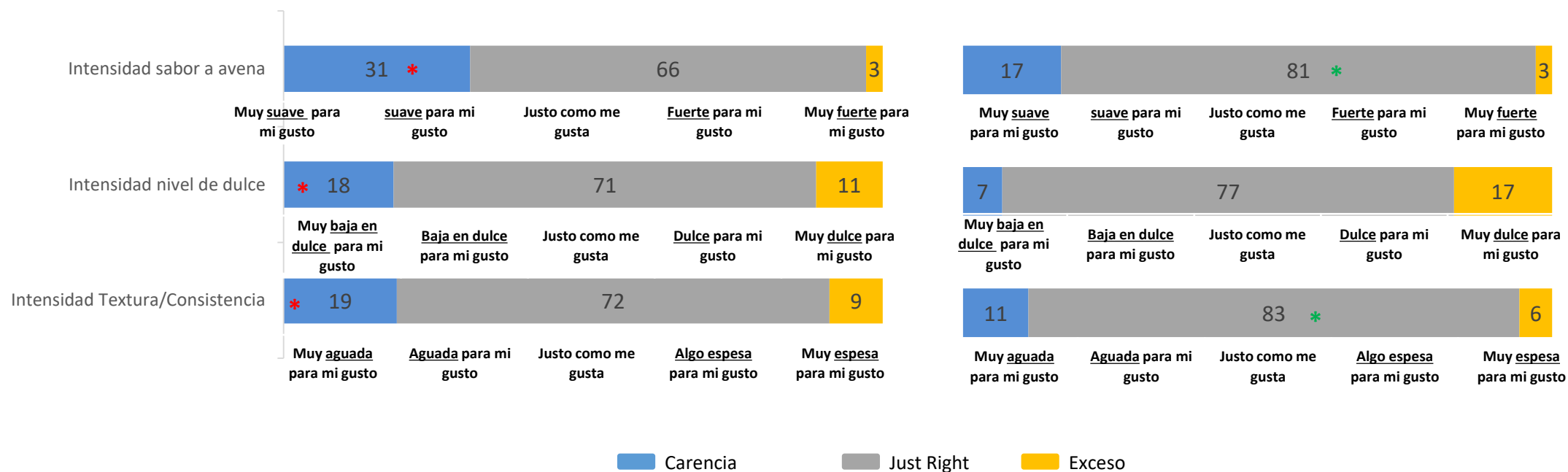
Base: 180

* Diferencias estadísticamente significativas

Análisis de desempeño



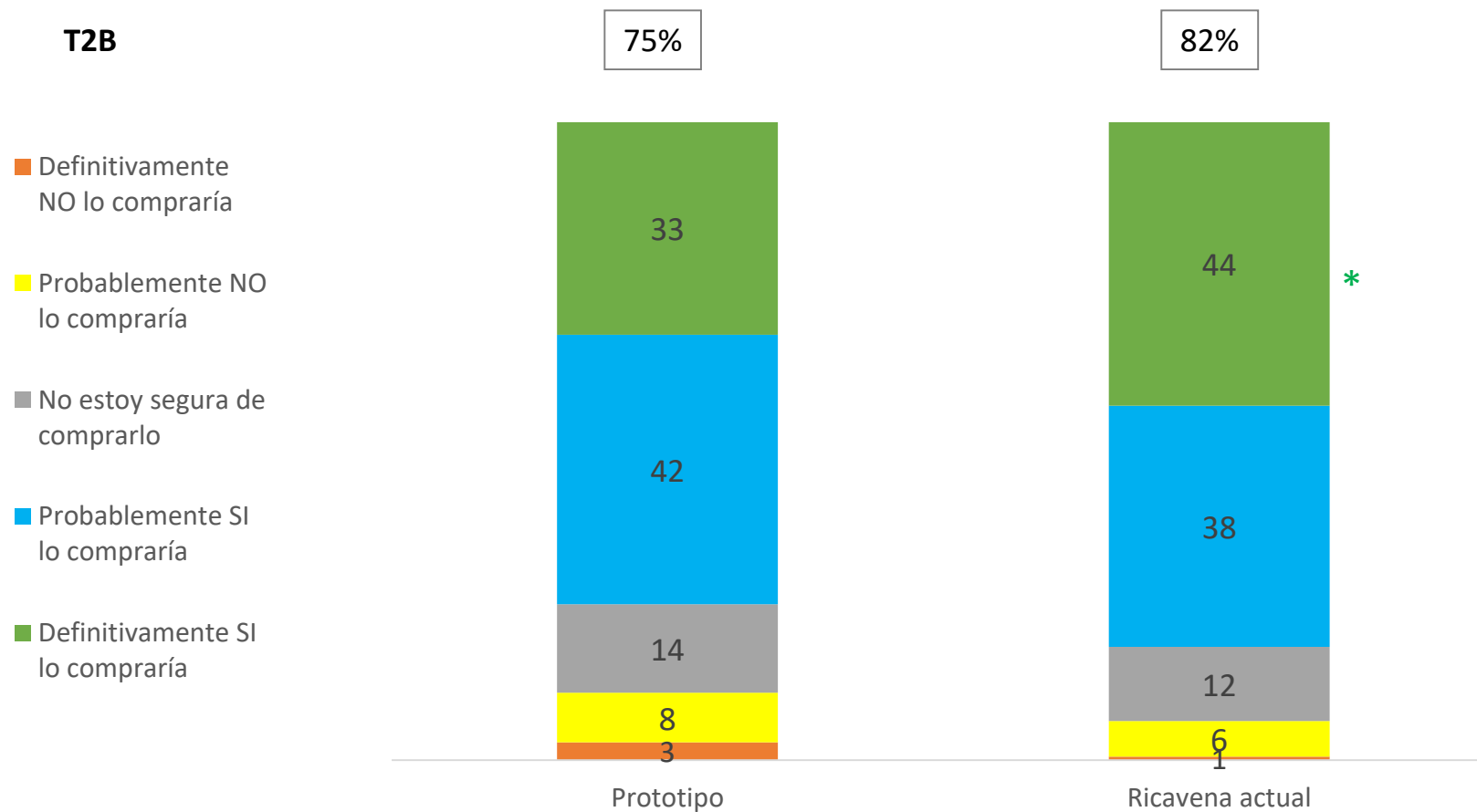
%



Base: 180

Intención de compra

A nivel de T2B no se observan diferencias, sin embargo en el top de la escala se observan diferencias significativas a favor de Ricavena actual



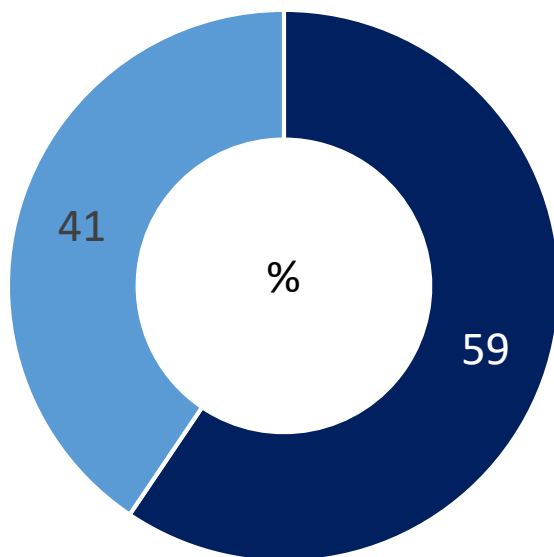
* Diferencias estadísticamente significativas

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

Más de la mitad de la muestra declara estar dispuesto a cambiar su marca actual por la probada, sin diferencias entre muestras

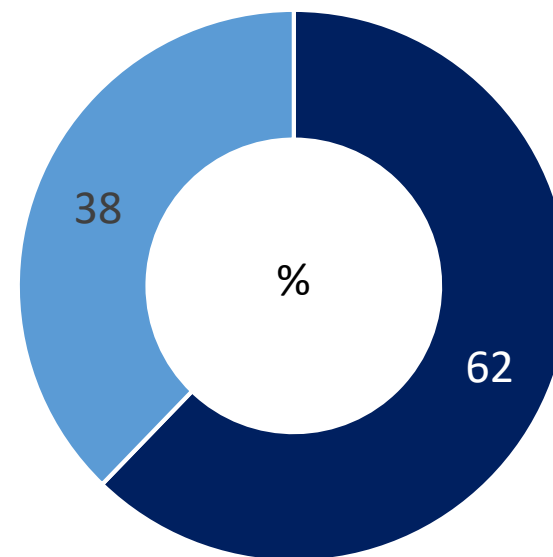
Prototipo



■ Si ■ No

Base: 180

Ricavena actual



■ Si ■ No

Base: 180

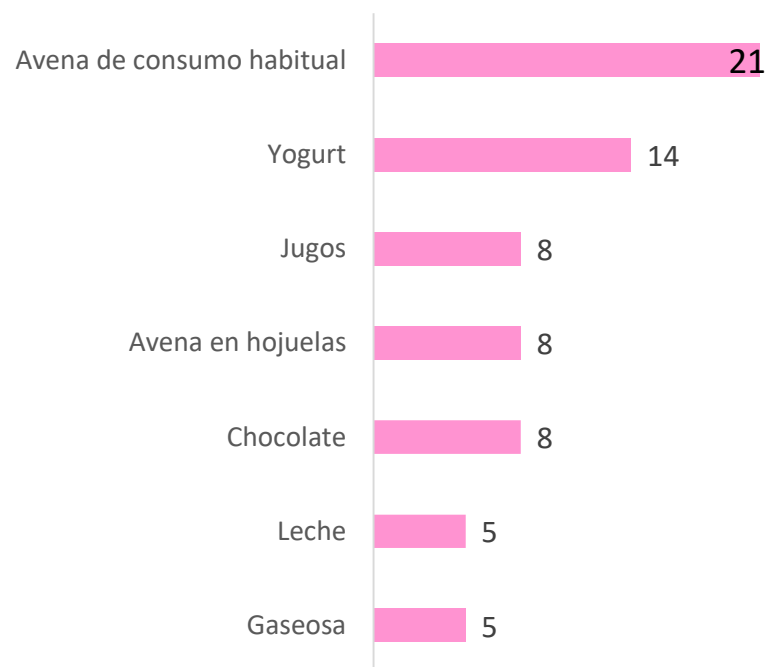
* Diferencias estadísticamente significativas

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

Productos que reemplazaría

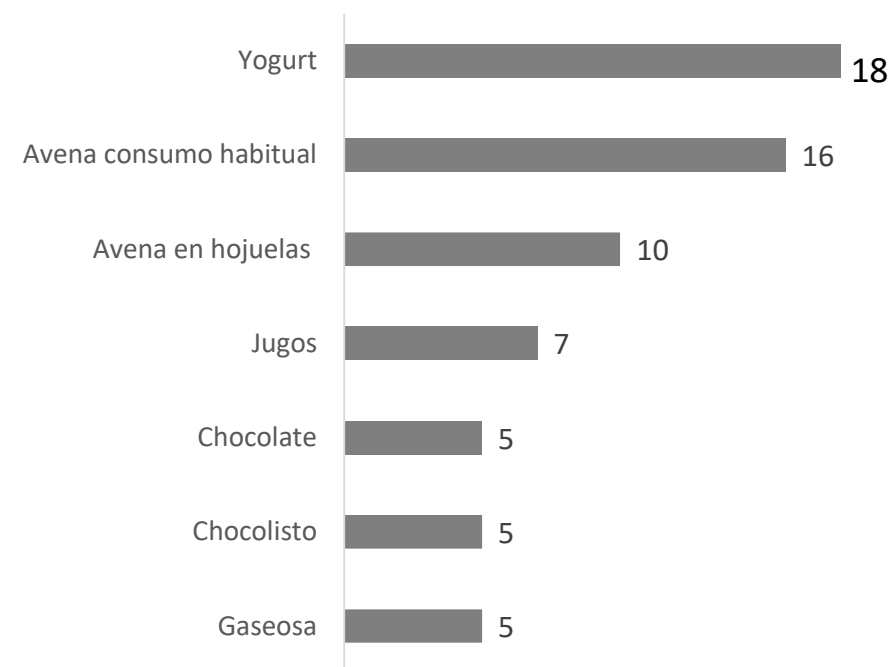
Avena que consumen actual, yogurt y jugos serían los productos que reemplazaría por el producto probado

Prototipo



Base: 180

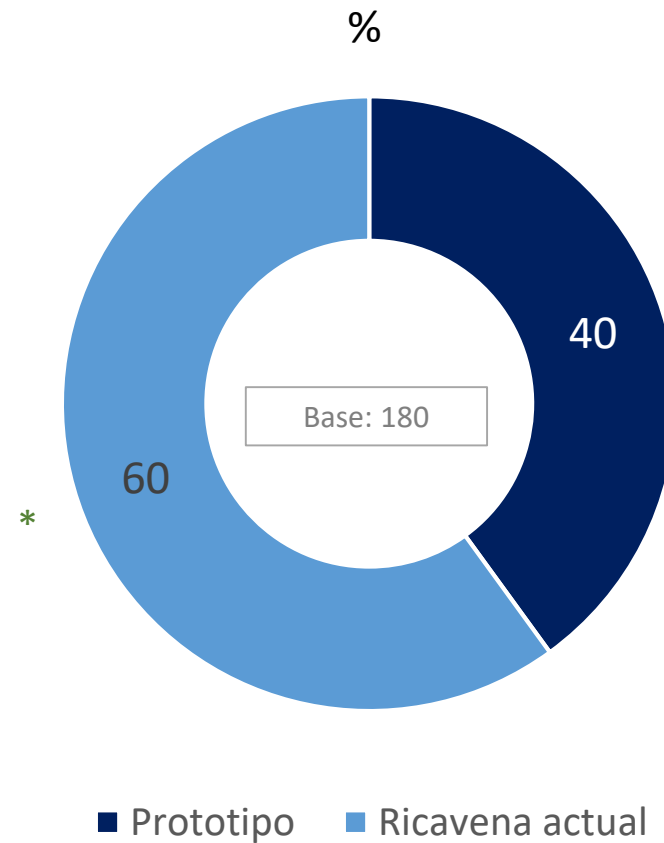
Ricavena actual



Base: 180

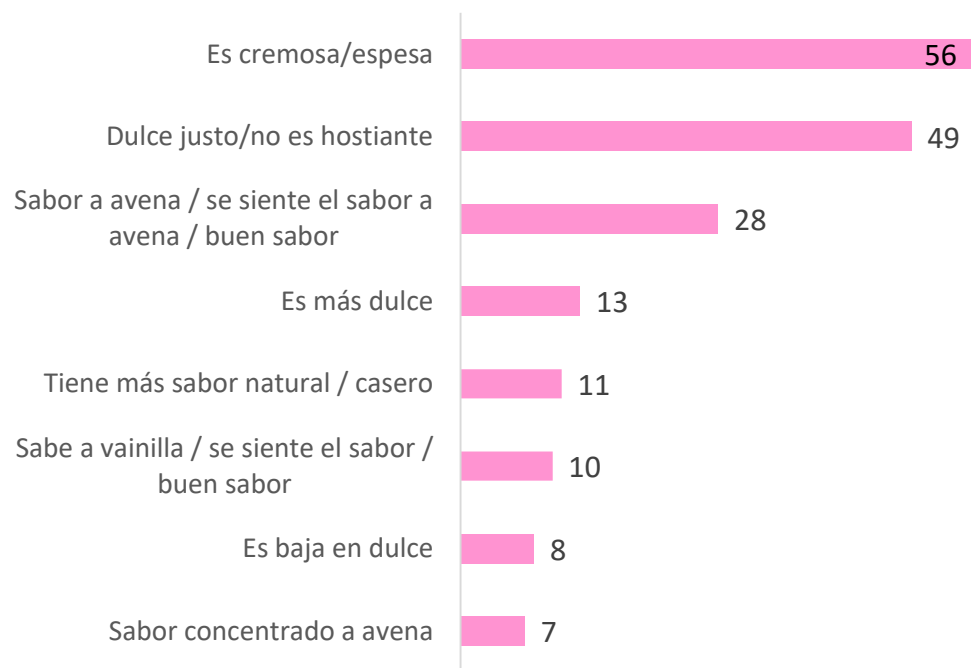
Preferencia

La mayoría prefiere la Ricavena actual con diferencias estadísticamente significativas



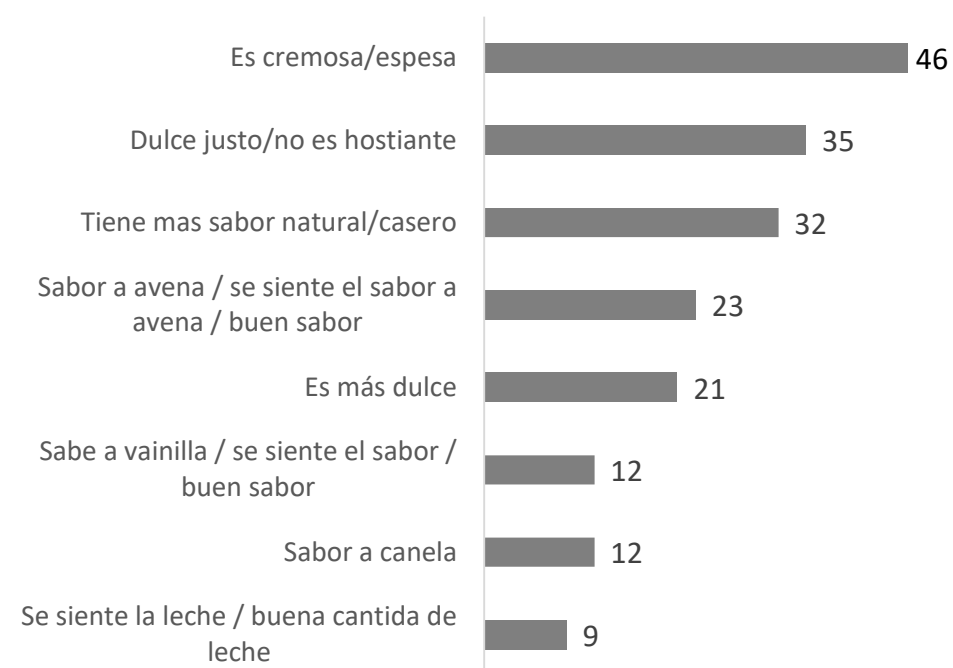
La Ricavena actual observa una percepción diferenciada de sabor natural definido como casero por la población bajo estudio, así mismo se percibe un sabor diferencial percibido como de vainilla, canela o más contenido de leche

Prototipo



Base: 72

Ricavena Actual

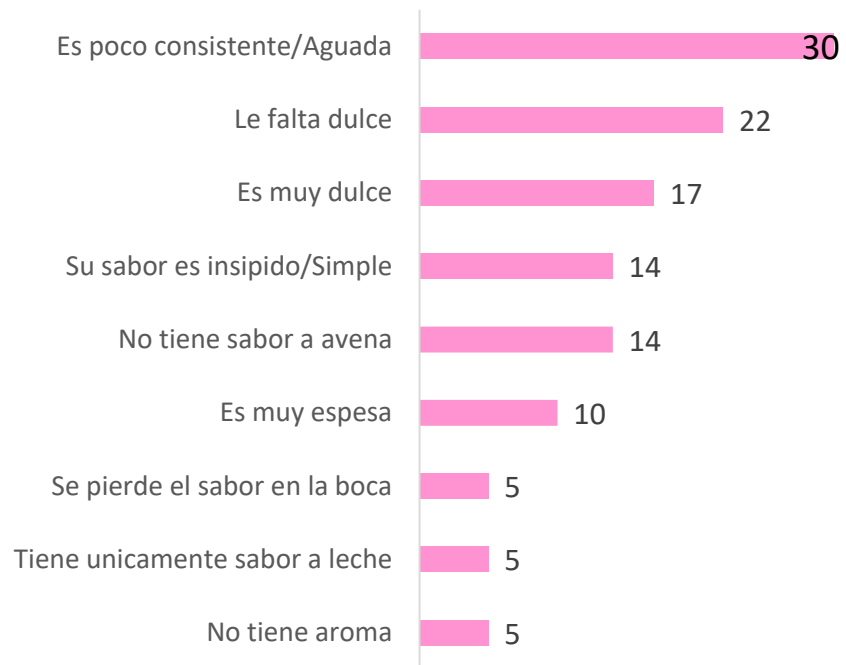


Base: 108

Razones de NO preferencia

Datos expresados en %

Prototipo



Base: 108

Ricavena Actual



Base: 72

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 y recomendaciones



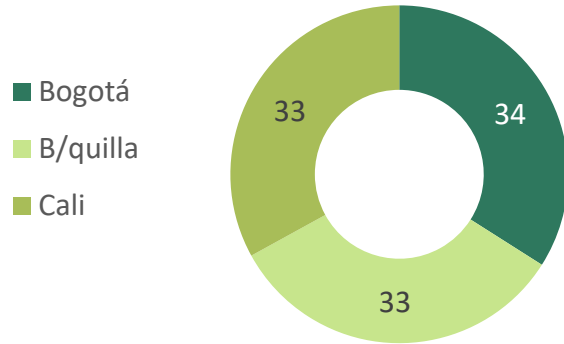
Conclusiones

- No se detectaron diferencias significativas en TB ni en el T2B en los atributos de Apariencia, Olor, Color ni Intensidad del color entre los dos productos probados.
- Después de la degustación, Ricavena actual presenta diferencias significativas por encima del prototipo probado en los atributos, Agrado general, Sabor, Sabor a avena, Cremosidad, Textura/Consistencia y Sabor residual.
- Por otro lado, el prototipo estuvo por debajo y con diferencias significativas vs Ricavena actual en los atributos Intensidad del sabor a avena, Intensidad del nivel de dulce y Textura/consistencia en la escala JAR, mientras que Ricavena actual estuvo por encima con diferencias significativas en los atributos de Intensidad del sabor a avena y Textura/consistencia en la escala JAR (Justo como me gusta)
- Adicionalmente, Ricavena actual presentó una Intención de compra mayor con diferencia significativa vs el prototipo probado.
- Por último, Ricavena actual mostró una Preferencia mayor al prototipo probado con diferencia significativa (60% vs 40% respectivamente)

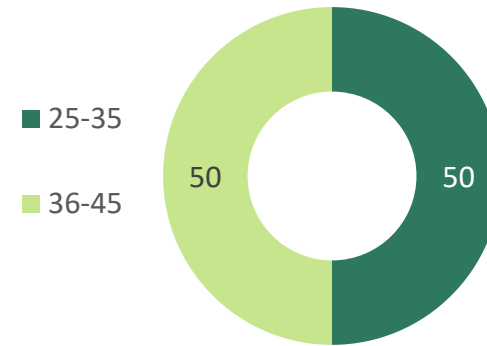
Demográficos y consumo



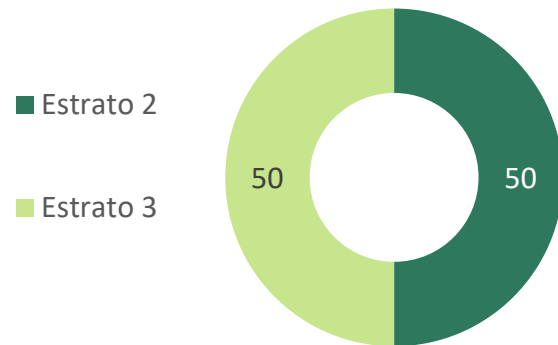
Ciudad



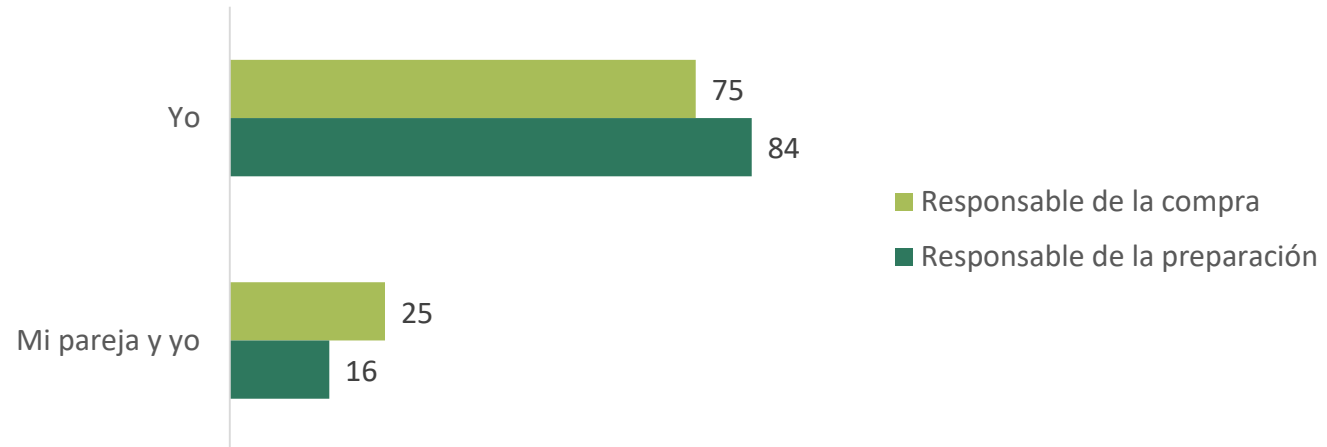
Rango de edad



Estrato



Responsable



F2. ¿Cuál es su edad exacta? _____ (RU) (REGISTRE EDAD EXACTA)

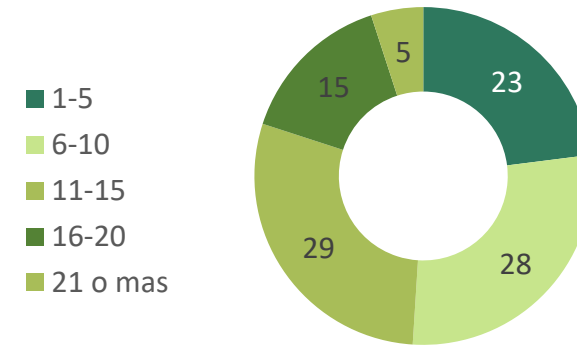
F4. ¿Con qué estrato llega el recibo de la energía en su casa? _____ (RU)

F5. ¿Quién o quiénes son los responsables de las compras de productos para la alimentación en su hogar?

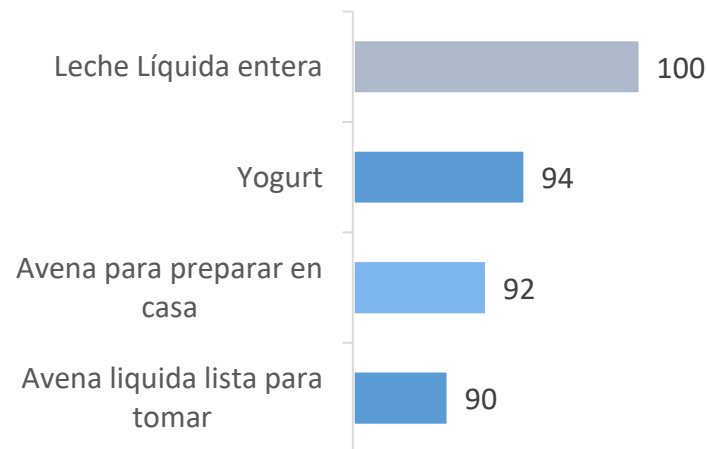
F8. ¿Quién o quiénes son los responsables de la alimentación de sus hijos?

100% tiene hijos, 1,8 hijos en promedio

Rango de edad de los hijos



Productos consumidos en el hogar



F6 ¿Tiene hijos que vivan con usted?

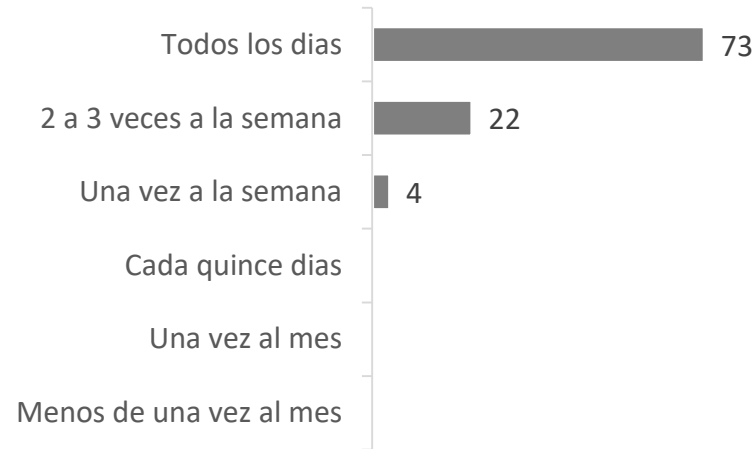
F7 ¿Cuántos hijos tiene?

F7.1 ¿Qué edad/es tiene/n su/s hijo/s? REGISTRE EDADES DE MENOR A MAYOR

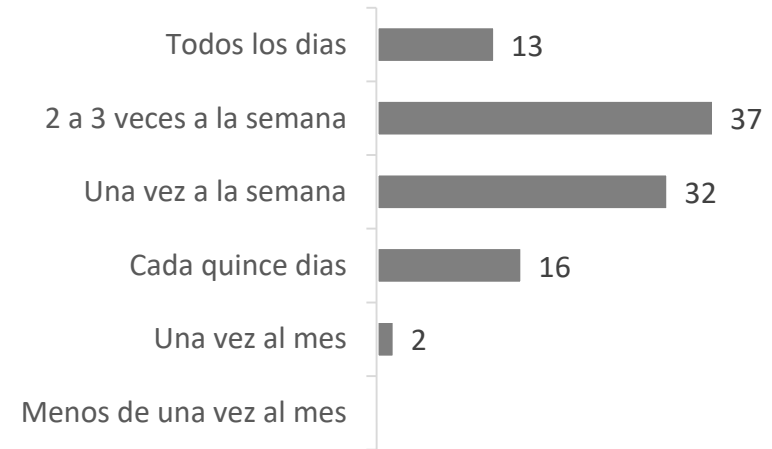
F9. ¿Cuáles de los siguientes productos usted suele comprar para el consumo en el hogar? RM

Hábitos de consumo – Frecuencia consumo personal

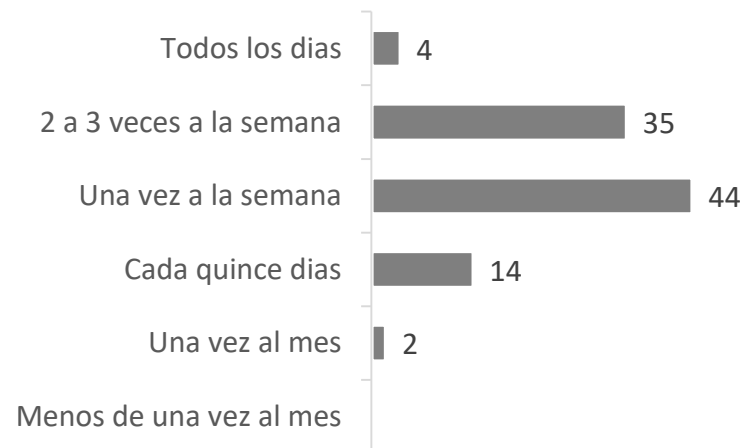
Leche entera líquida



Avena en hojuelas para preparar

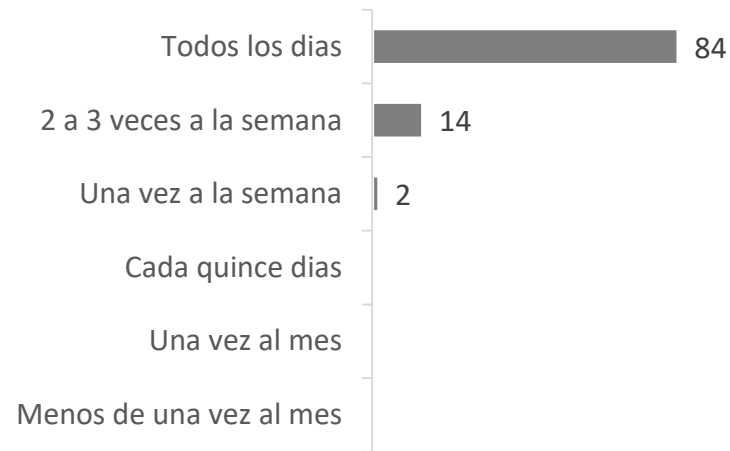


Avena lista para tomar

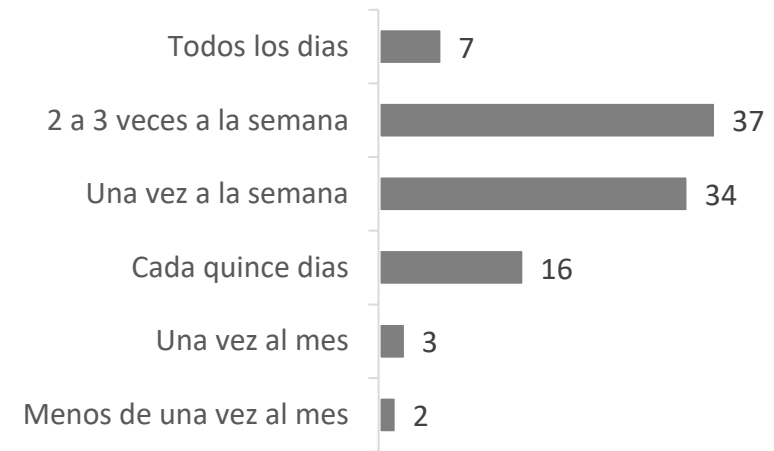


Hábitos de consumo – Frecuencia consumo hijos

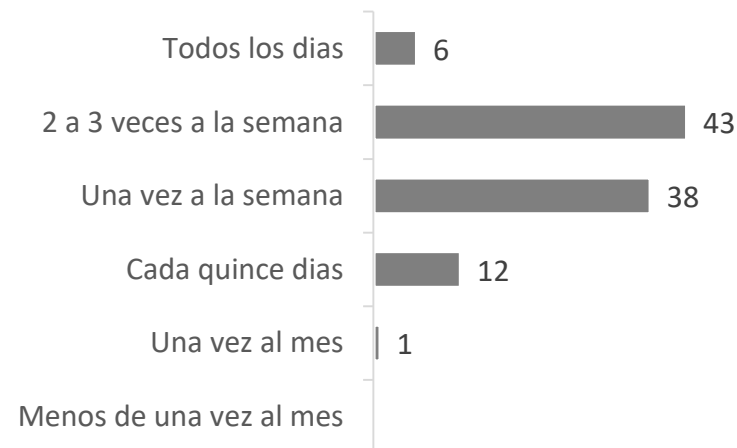
Leche entera líquida



Avena en hojuelas para preparar



Avena lista para tomar





Alimentos Polar

