



ASOCIACIONES LITE

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN



AGOSTO 8, 2022



CALIDAD

Este proyecto se realizó en cumplimiento con:

- **La Norma Internacional “ISO 20252:2012 – Investigación de mercados, social y de la opinión”**
- **Estándares legales Habeas Data** (LEY 1581 DE 2012)
- **Código ICC/ESOMAR** (Código internacional para la práctica de la investigación social y de mercados)



OBJETIVO GENERAL

Conocer el significado que le da el consumidor colombiano a la palabra "lite" en las etiquetas de syrup para pancakes Aunt Jemima.





TARGET

Hombres y mujeres, personas encargadas de la decisión de compra, consumidores de pancakes en el hogar por lo menos 1 vez al mes (ya sea mezcla lista, hechos en casa, listos para consumir, etc.), con edades entre 25 y 55 años, NSE: 3, 4, 5- 6 (peso por poblacional), residentes en Bogotá, Medellín, Bucaramanga, Cali y Barranquilla (peso por poblacional).

Ficha Técnica



Metodología de recolección: Cuantitativa, entrevistas presenciales por interceptación en puntos de afluencia.

Duración del instrumento: 5 minutos aprox.

Alcance del instrumento: cubrimiento del objetivo general.

Método selección población objetivo: selección aleatoria en puntos de afluencia.

Tipo de muestreo: no probabilístico.

Marco muestral: barrios de los estratos y ciudades trabajadas.

Tasa de respuesta: 58,6%

Tamaño de la muestra: 300 encuestas

Cumplimiento de muestra: 100%

Margen de error: 5.7%

Nivel de confianza: 95%

Método de supervisión:

- Supervisión directa: 10%
- Backchecking: 30% a 50%
- Uso de software especializado en investigación de mercados que valida la consistencia de la información.

Fecha trabajo de campo: 28/07/2022 - 02/08/2022

Encuestadores/Entrevistadores: 19 encuestadores.

Ponderación: no se aplicó (muestra autoponderada).

Imputación: no se aplicó.

Procesos subcontratados: Target Insights trabaja, en los casos en los que se requiere, con un grupo de aliados estratégicos altamente calificados, que garantizan los estándares de calidad de la organización para fases como: levantamiento de información, procesamiento de datos y análisis de información.

Publicación de resultados: la posterior publicación de resultados por parte del cliente está dentro de su potestad, siempre que distinga claramente entre los datos obtenidos y su interpretación, tal como lo establece la norma ISO 20252:2012 especializada en Investigación de Mercados y el código ético de ESOMAR.

Material utilizado



Cuestionario



Muestra



Ciudad	NSE	3+4	5+6	Total	Margen de error
Bogotá		145	25	170	-
Medellín		37	12	49	-
Cali		38	11	49	-
Barranquilla		15	4	19	-
Bucaramanga		11	2	13	-
Total		246	54	300	5,7%

*El margen de error se estima sobre un nivel de confianza del 95%, sobre universos infinitos.



Contenido del informe

1. Demográficos
2. Asociaciones “Lite”
3. Conclusiones



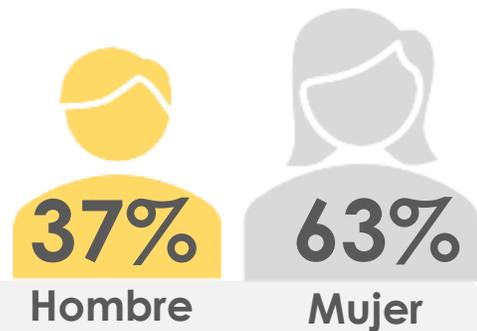
DEMOGRÁFICOS

DEMOGRÁFICOS

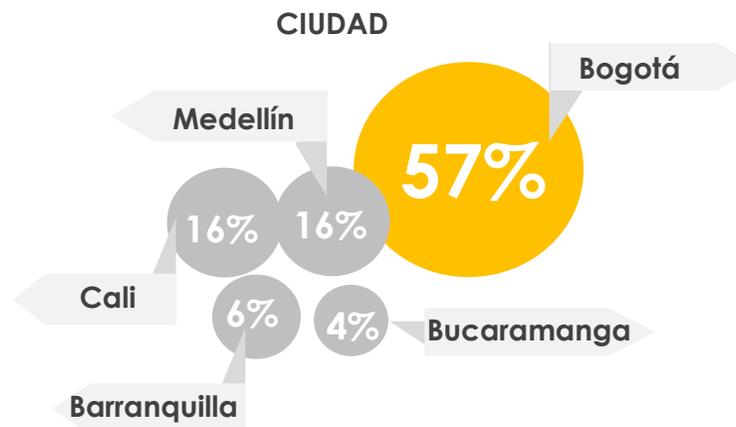
Base: 300



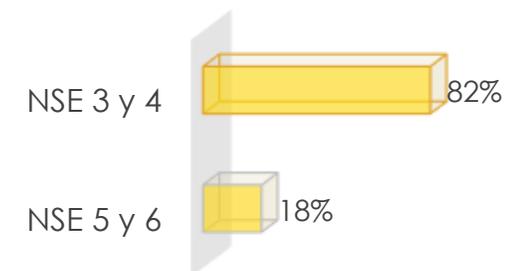
Género



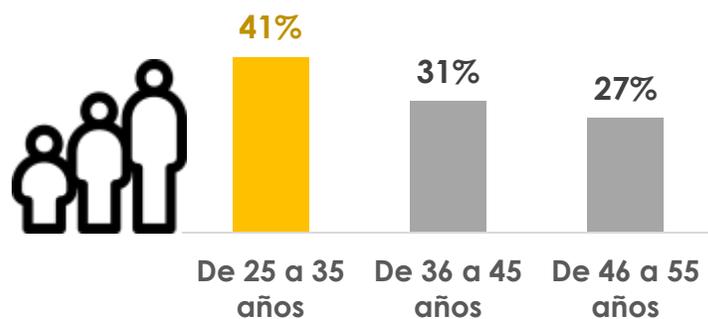
Ciudad



Estrato



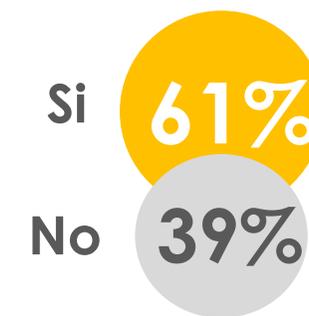
Edad



Estado civil



¿Tiene hijos que vivan con usted?



F1. ENC. REGISTRAR – NO PREGUNTAR RU
F2. ENC REGISTRE EL GÉNERO – NO PREGUNTAR RU
F3. ¿De acuerdo con el recibo de la energía, a que estrato pertenece su hogar? ESPONTÁNEA RU
F4. ¿Podría indicarme en que rango de edad se encuentra usted? RU INDUCIDA
D1. ¿Cuál es su estado civil? RU ESPONTÁNEA





ASOCIACIONES LITE

Características asignadas (1/2)

Con base en imagen del producto

BASE 300

A partir de la etiqueta, la asociación de características está en línea con el objetivo del producto; se reconoce en su elaboración, una **reducción de ingredientes**, **positiva percepción organoléptica** y que **su uso** es para pancakes (se reconoce el producto como "miel").



26,7%

Referido a reducción de contenido de ingredientes

Light	7%
Bajo en azúcar	6%
Bajo en calorías	6%
Endulzante	4%
Syrup Light – NSE 5y6	6% ▲ 2%
Bajo en grasa	2%
Endulzante light	1%
Endulzante con panela	1%

25,7%

Referido a características sensoriales de producto

Dulce	11%
Delicioso	5%
Natural	3%
Ligera	2%
Buen espesor	2%
Suavidad	2%
Buen sabor	1%
Muy dulce	1%
No es artificial	1%
Color oscuro	1%

23,7%

Referido a usos

Miel para pancakes	17%
Endulzante para tortas	2%
Jarabe para endulzar	2%
Buen acompañante	1%
Ideal para el desayuno	1% ▲
	NSE 5y6 4%

17,7%

Referido a producto

Miel	8%
Miel maple	3%
Miel de abeja	1%
Producto importado	1%
Miel artificial	1%
Jalea tipo exportación	1%
Miel oscura	1%
Mermelada	1%
Café	1%

▲ Diferencia Significativa

Características asignadas (2/2)

Con base en imagen del producto

BASE 300

Otras percepciones que genera la etiqueta se relacionan con la marca y aspectos propios de la etiqueta/empaque.



11,3%

Referido a respaldo de marca

Buena calidad	4%
Buena marca	3%
Confiable	2%
Tradicional	2%

9,3%

Referido a la etiqueta

Colores llamativos	3%
Imagen llamativa	3%
Etiqueta llamativa	2%
Señora morena	2%
Etiqueta diferente	1%
Color rojo fuerte	1%

7,3%

Referido al empaque

Llamativo	2%
Buena calidad	2%
Tapa roja resalta	1%
Práctico/fácil de usar	1%
Buena presentación	1%
Forma de envase plástico	1%
Buen tamaño	1%

4,3%

Referido beneficios de producto

Bueno para la salud	2%
---------------------	----

2,0%

Referido producto dietético

Dietético	1%
Sin azúcar	1%

2,0%

Referido ausencia de ingredientes

Sin colorantes	1%
Sin conservantes	1%
Sin endulzantes	1%

1,0%

Referido a información del producto

Trae especificaciones de producto	1%
-----------------------------------	----

Nada	4%
No responde	1%
No sabe	1%

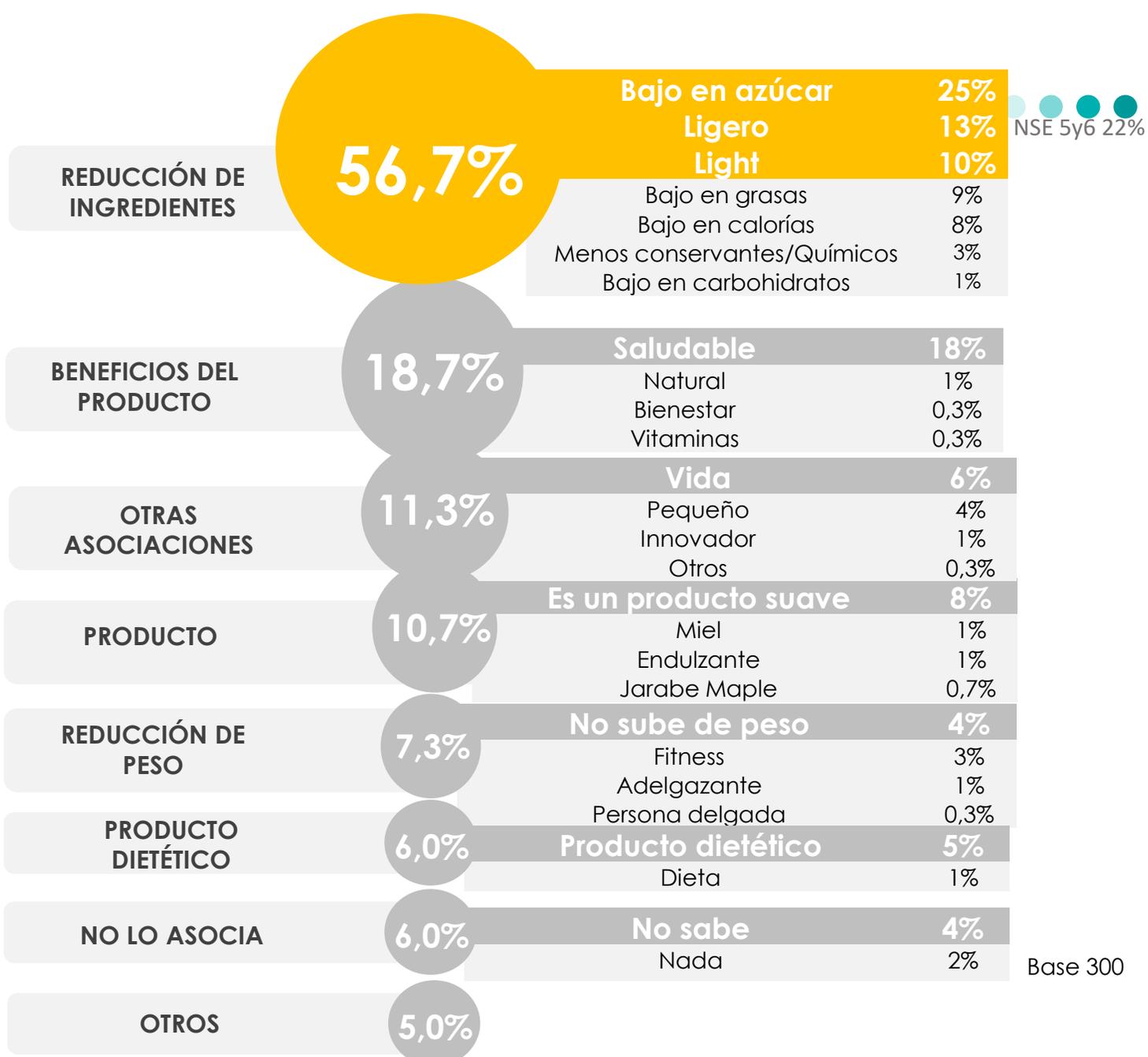


Base 300

Significado + asociaciones "lite"

Las asociaciones a la palabra "Lite" están mayoritariamente relacionadas con la reducción de ingredientes, principalmente con el azúcar. En segundo lugar lo asocian con que es un producto saludable, en menor proporción creen que significa ligero o light

También es importante señalar que un 6% de los consumidores consultados no lo asocian o no conocen el significado de la palabra "Lite".



Y hablando específicamente de esta palabra que está en la etiqueta (ENC MOSTRAR TARJETA LITE – NO LEER LA TARJETA) P2. Por favor dígame ¿qué significa para usted esta palabra "Lite"? ¿Con qué asocia usted esta palabra?

Propiedades asignadas

“Lite”

En línea con lo anterior, un producto Lite es percibido como bajo en azúcar y saludable. En menor proporción los consumidores lo asocian con un producto bajo en calorías.

REDUCCIÓN DE INGREDIENTES

44,7%

Bajo en azúcar 24%
Bajo en calorías 12%

Ligero NSE 5y6 13% 6%
Es light 5%
Bajo en grasas 3%
Bajo en colesterol 0,3%
Es una jalea baja en azúcar 0,3%

BENEFICIOS DEL PRODUCTO

32,7%

Saludable 27%

Da vida/vitalidad 2%
Es nutritivo 2%
Transmite energía 2%
Ofrece bienestar 1%

DIETA/REDUCIR DE PESO

13,3%

No sube de peso 8%

Dietético 4%
Es fitness 1%
Ayuda adelgazar 1%

CARACTERÍSTICAS ORGANOLÉPTICAS

10,3%

Es un producto suave 4%

Se ve de buen sabor/provocativa 3%
Es dulcecita 3%
Es natural 1%

PRODUCTO

8,3%

Es de miel 4%
Es un endulzante 4%

SIN ASOCIACIÓN

5,3%

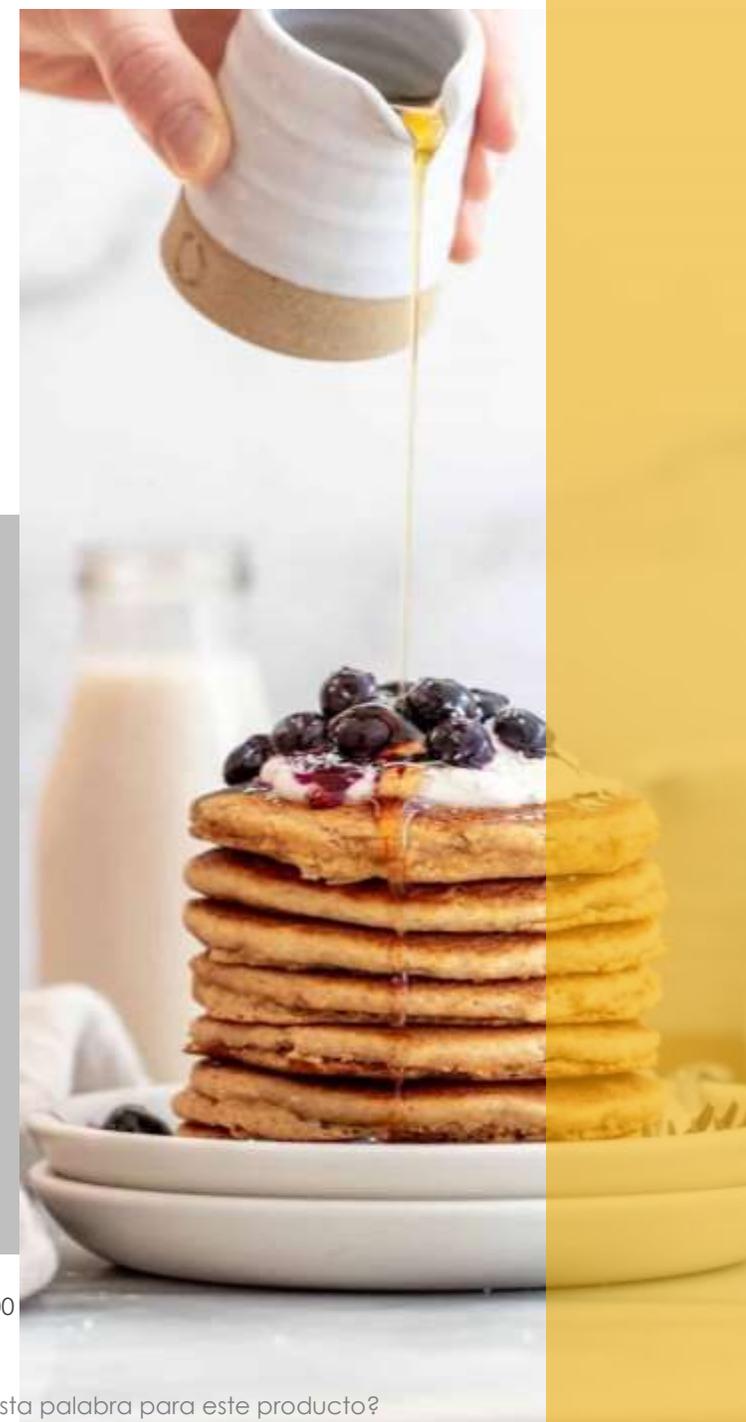
No Sabe 4%
Nada 1%
No responde 0,3%

OTROS

Componentes	4%
No tiene químicos	4%
Libre de impurezas	0,5%
Desempeño	8%
Es de buena calidad	4%
Referido a usos	2%
Es para pancakes	1%
Es para aderezar	1%
Practicidad	3%
Fácil de digerir	1%
Fácil de usar	1%
Práctico de llevar	1%
Target	1%
Es especial para niños	0,5%
Para compartir en familia	0,5%
Otras características	6,7%
pequeña	
Genera confianza	3%
Presentación	2%
Innovador	1%
Es importado	1%
Es elegante	0,3%

BASE 300

P2A. ¿Qué propiedades transmite esta palabra para este producto?

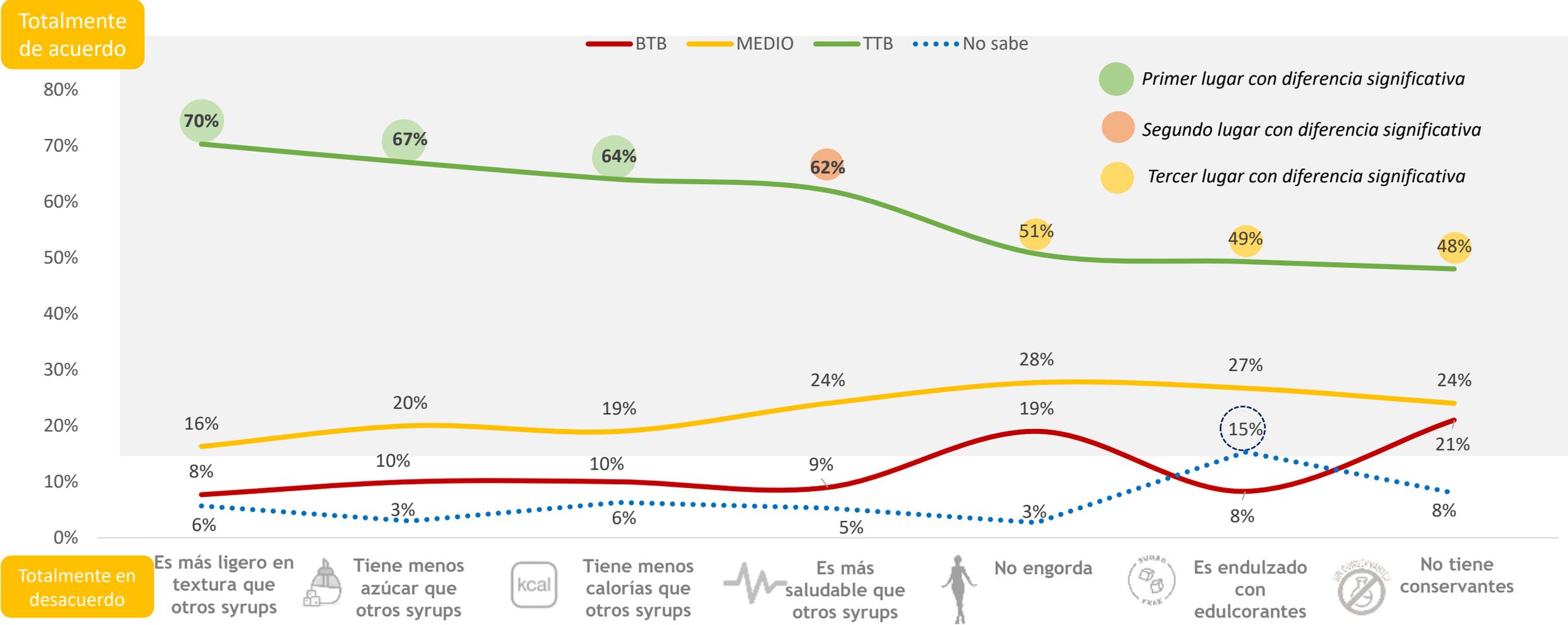


Características asignadas

Con base en imagen del producto

BASE 300 Escala: Totalmente en desacuerdo a totalmente de acuerdo

De forma inducida, las asociaciones de que un producto "lite" tiene menos azúcar y menos calorías se mantienen. Adicionalmente, la textura más ligera toma mayor relevancia. Se mantiene la alta asociación con salud.





CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

- Desde el punto de vista del consumidor, la palabra **Lite** hace referencia a reducción de azúcar en el producto, lo que implica que es un producto saludable.
- En todos los escenarios evaluados (características a partir de la etiqueta, asociación de la palabra *Lite* y las propiedades asignadas), se evidencia la misma asociación espontánea de un producto bajo en azúcar.
- La asociación que hacen entre la palabra **Lite** y un producto bajo en calorías si bien no fue la principal se mantuvo en el top 5 de asociaciones en el cluster de reducción de ingredientes.
- En un cuarto escenario, el inducido, si bien los atributos del *syrup*, bajo en azúcar y bajo en calorías, se mantienen, se percibe en una alta proporción que es más ligero en textura que otros *syrups* y en forma importante que es más saludable que otros.



Gracias!!!

Este informe fue realizado por Target Insights, para mayor información puede contactarse con:

 dora.gomez@timr.com.co

 Dora María Gómez B.

 3132829635

¿Quieres saber qué está pasando en el mercado?
Síguenos en nuestras redes, estamos como "Target.Insights" o "Target-Insights"

www.timr.com.co 

 Target Insights
Marketing Research

