



*Alimentos Polar*

# PROYECTO AFRODITA

Propuesta de valor

Septiembre 2021

3504





## Objetivo General

Evaluar el concepto, la imagen y el producto de mezcla para hacer arepa de choclo, como propuesta de valor integral



# Objetivos Específicos:

A partir del **primer contacto** con consumidor entender:



## **Hábitos de compra** (para compradores)

- Marca que usualmente compra
- Marca más comprada
- Marca preferida
- Presentación que compra
- Precio que paga
- Pantry check
- Lealtad de compra

## **Hábitos de uso de la categoría**

- Frecuencia de uso
- Productos que prepara

# Primer Contacto



## **Evaluación del concepto**

- Entendimiento
- Agrado
- Novedad
- Credibilidad

## **Evaluación visual del producto seco**

- Apariencia general
- Color
- Intensidad del color
- Olor
- Intensidad del olor a maíz



# Objetivos Específicos:

A partir del **segundo contacto** con consumidor (24 – 48 horas después) entender:



## Segundo Contacto



### **Evaluación de la mezcla**

- Apariencia general
- Color
- La facilidad de la preparación
- Olor
- Intensidad del olor a maíz
- Consistencia

### **Evaluación de la cocción**

- Facilidad para moldear la arepa
- Desempeño de la arepa en el sartén
- Tiempo de cocción
- Olor a maíz durante la cocción
- Intensidad del olor a maíz durante la cocción

### **Evaluación del producto final (arepa de choclo)**

- Apariencia general
- Color de la arepa
- Olor a maíz de la arepa
- Intensidad del olor a maíz de la arepa
- Sabor de la arepa
- Intensidad del sabor a maíz
- Nivel de dulce de la arepa
- Consistencia de la arepa

### **Evaluación general del producto utilizado:**

- Agrado en general del producto utilizado
- Intención de compra
- Adecuación del concepto evaluado y el producto probado

### **Evaluación del empaque**

- Agrado en general
- Diferenciación/Novedad
- Adecuación del empaque al concepto y al producto
- Sensibilidad de precio (análisis van Westendorp)
- Disposición de compra con precio sugerido

# Población objetivo

**Mujeres**, encargadas de la decisión de compra y del proceso de preparar los alimentos en sus hogares

**Compradoras de PAN Choclo - 30%:** Que compren al menos 1 vez al mes. Y que la consuman al menos 1 vez por semana.

**Conocedoras y no rechazadoras de Arepa de Choclo (70%):** Mujeres conocedoras que no consumen actualmente pero estarían interesadas o consumidoras actuales en cualquier otra presentación (ready to eat, preparada a partir de maíz o lista para calentar).



**Mujeres:**  
25 a 55 años



**Ciudades**  
Bogotá  
Cali  
Barranquilla



**NSE**  
2 al 5

# Metodología



Investigación **Cuantitativa**  
Encuesta **personal** con cuestionario estructurado



**Encuestas On Line**  
Asistidas



**Duración**  
30 min aprox. en cada contacto



Agosto 13 a Septiembre 4



6 **encuestadores** y 2 **supervisores**



**Muestra Planeada y Ejecutada**  
270 encuestas en total  
90 encuestas por ciudad

**Tipo de prueba: a ciegas**

# Estímulos evaluados

Concepto: Video Animatic

PRODUCTO



EMPAQUE





## 1. Resultados

- Concepto
- Producto
- Empaque

## 2. Hábitos de Compra y Uso

## 3. Demográficos



# 1. Resultados

- Concepto
- Producto
- Empaque



Alimentos Polar

# Fase 1

# Concepto

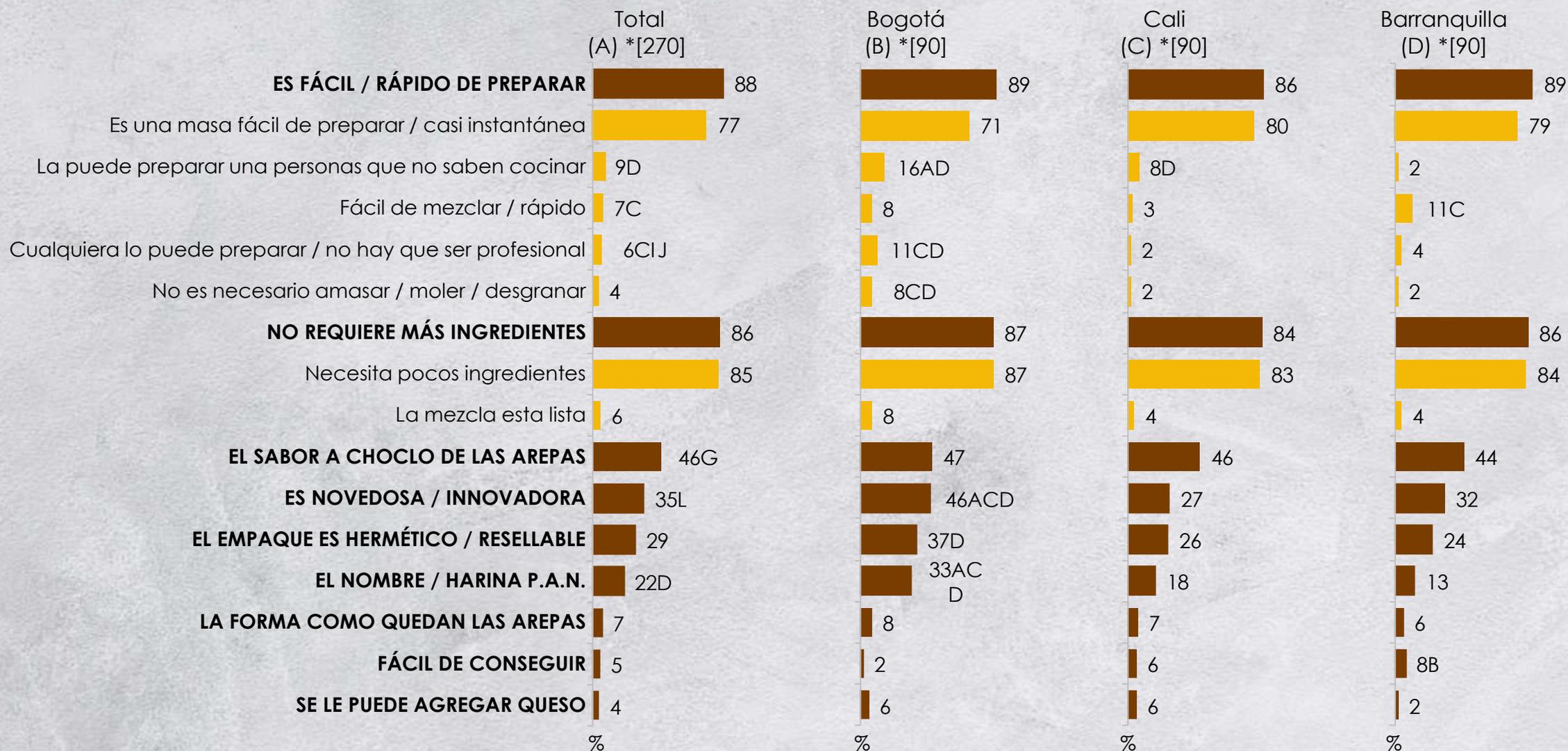


## Hallazgos...

- ❖ La idea de la mezcla para hacer arepas de choclo es sobresaliente: es creíble y genera alta intención de compra. Aunque la diferenciación no es el aspecto más fuerte, tampoco representa una debilidad.
- ❖ El comercial transmite el mensaje de facilidad para preparar, a partir de que es fácil, rápido y requiere pocos ingredientes. También se valora la novedad a partir del sabor a choclo y el empaque resellable.
- ❖ La idea resulta bien acogida y evaluada en todas las ciudades

# Descripción del comercial

El concepto transmite el mensaje de facilidad para preparar, a partir de que es fácil, rápido y requiere pocos ingredientes. También se valora la novedad a partir del sabor a choclo y el empaque resellable

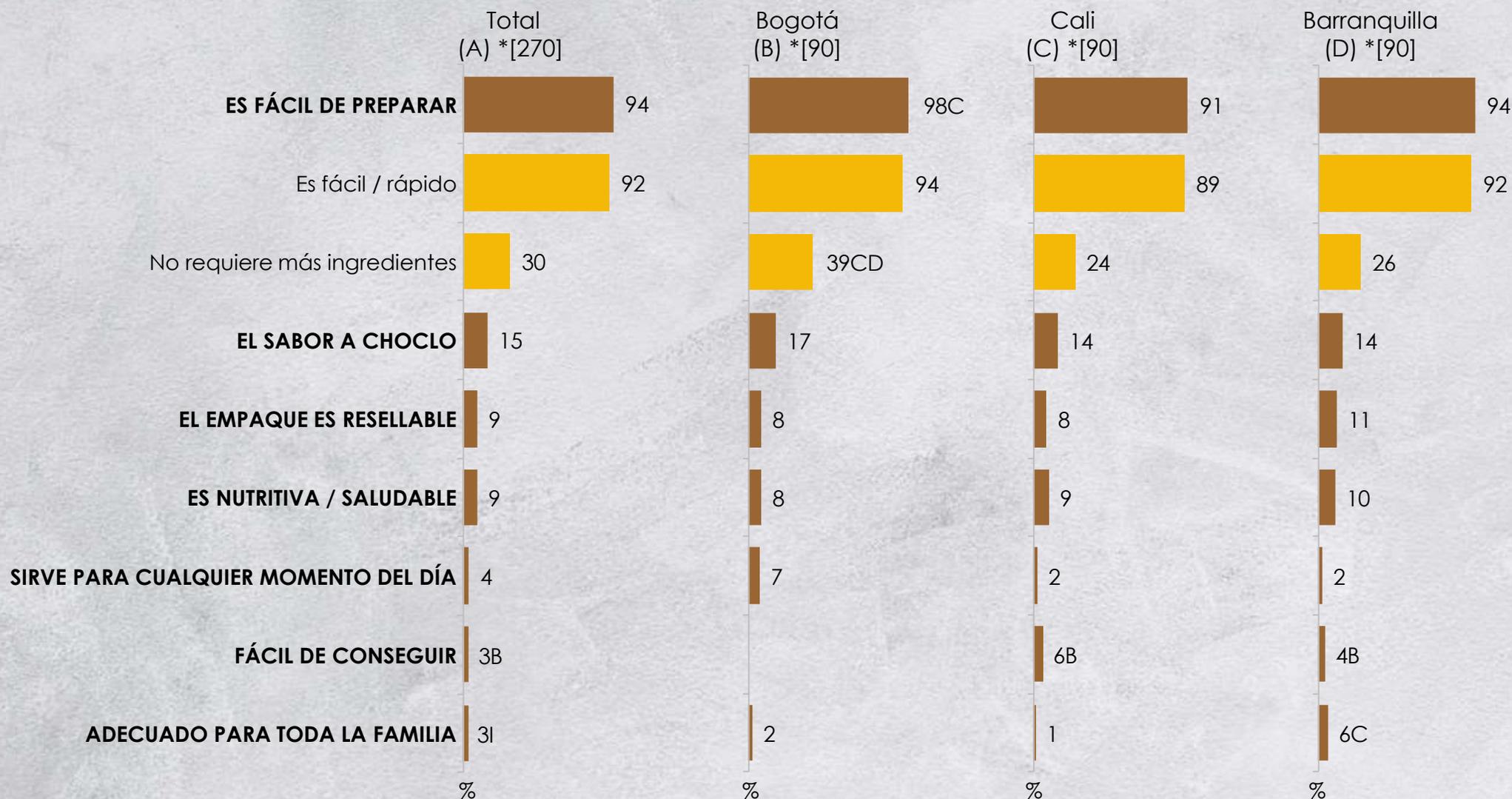


P12. Cuénteme todo lo que entendió en este concepto como si se lo estuviera contando a un amigo.

Base: Total encuestados

# Beneficio Principal

En línea con lo que les transmite el comercial, la facilidad de preparar es el principal beneficio del producto, entendiendo que es fácil, rápido y requiere pocos ingredientes

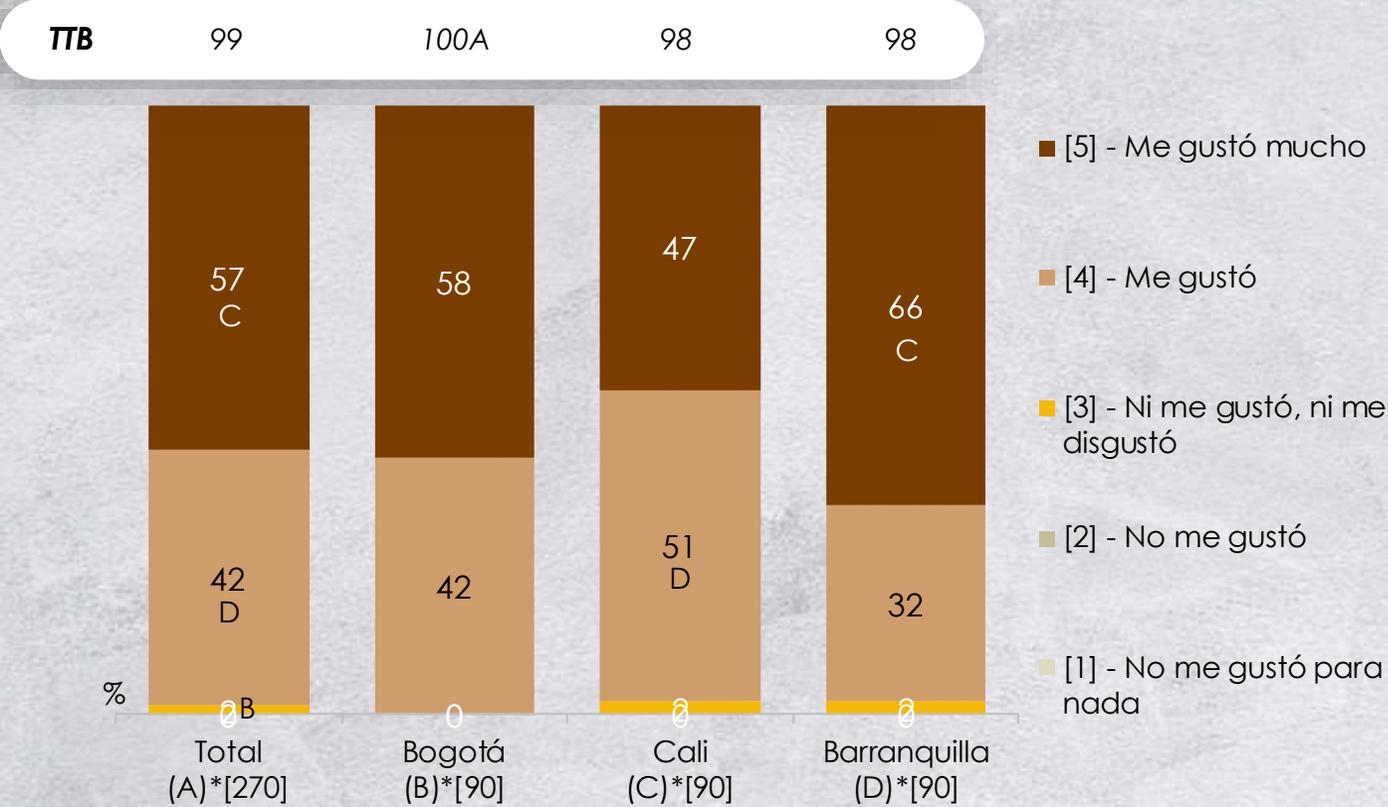


P13. ¿Cuál es el principal beneficio que le ofrece este producto?

Base: Total encuestados

# Agrado general

El nivel de agrado hacia la idea es muy alto. En ninguna de las tres ciudades se evidencia desagrado

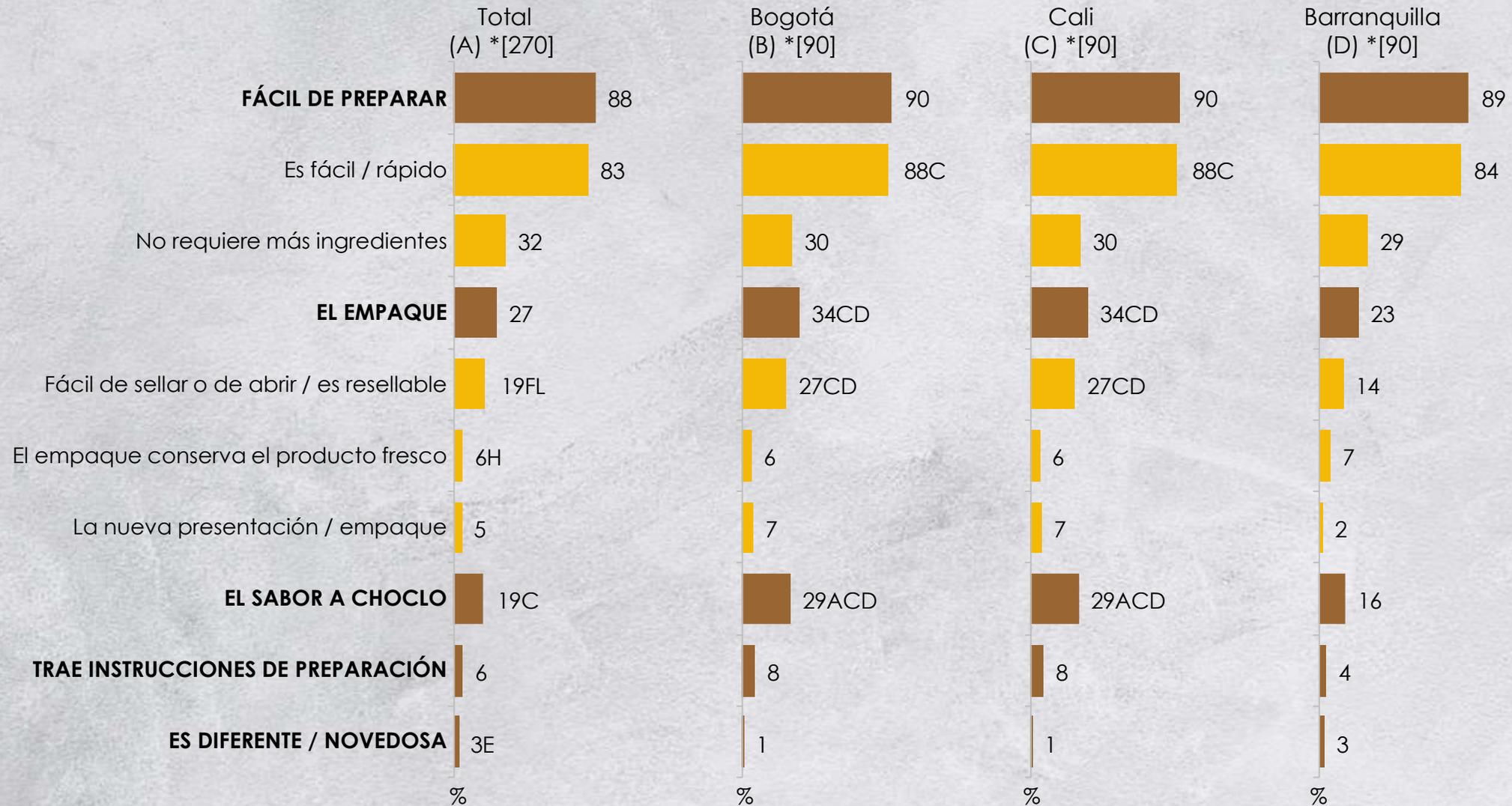


P14. ¿Podría decirme qué tanto le gustó la idea que acabamos de ver?

Base: Total encuestados

# Razones de agrado

La facilidad de preparación es el aspecto que más agrado genera, el línea con el mensaje y beneficio transmitido

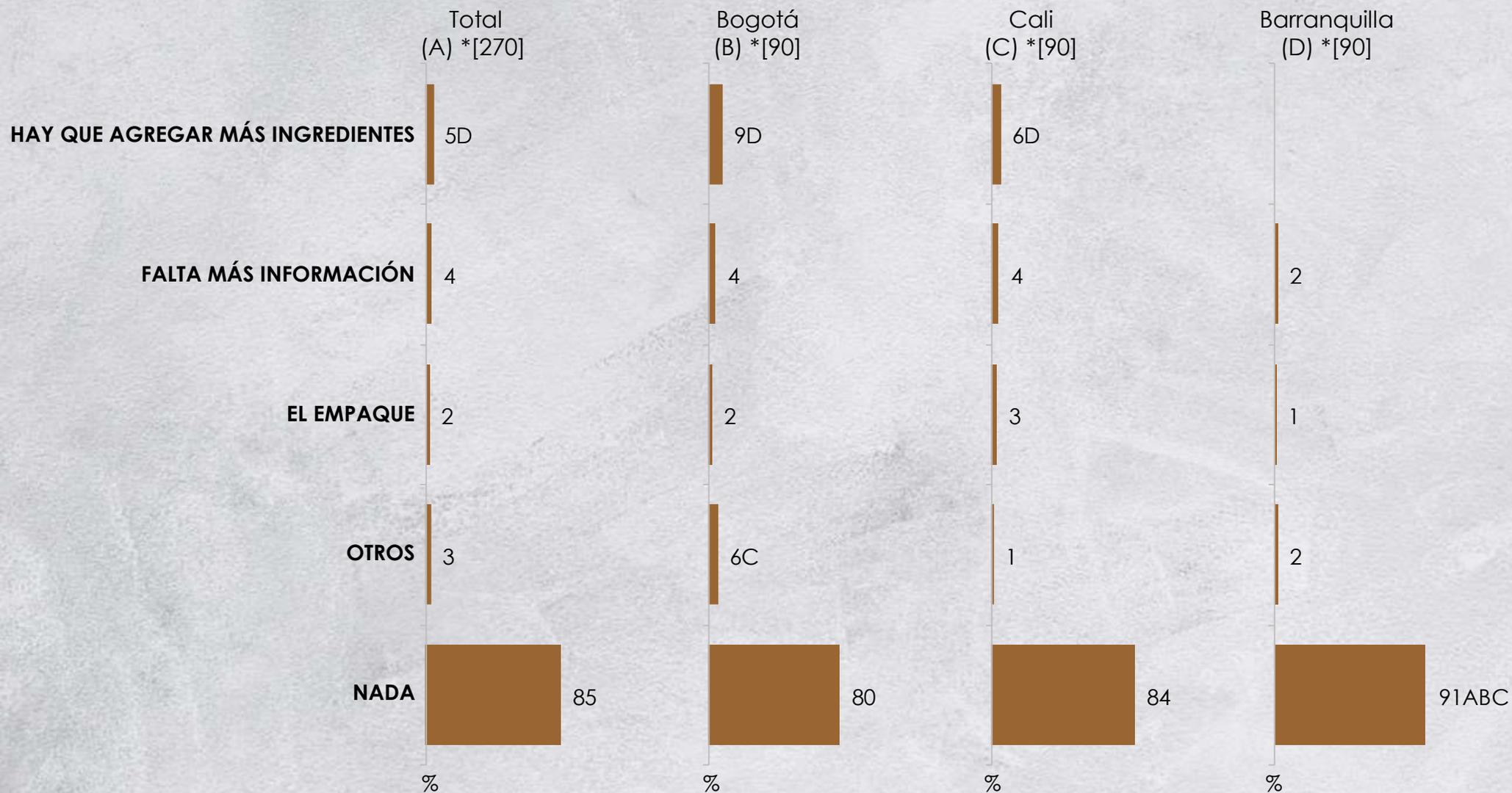


P15. ¿Qué fue lo que más le gustó de la idea que acaba de ver?

Base: Total encuestados

# Razones de desagrado

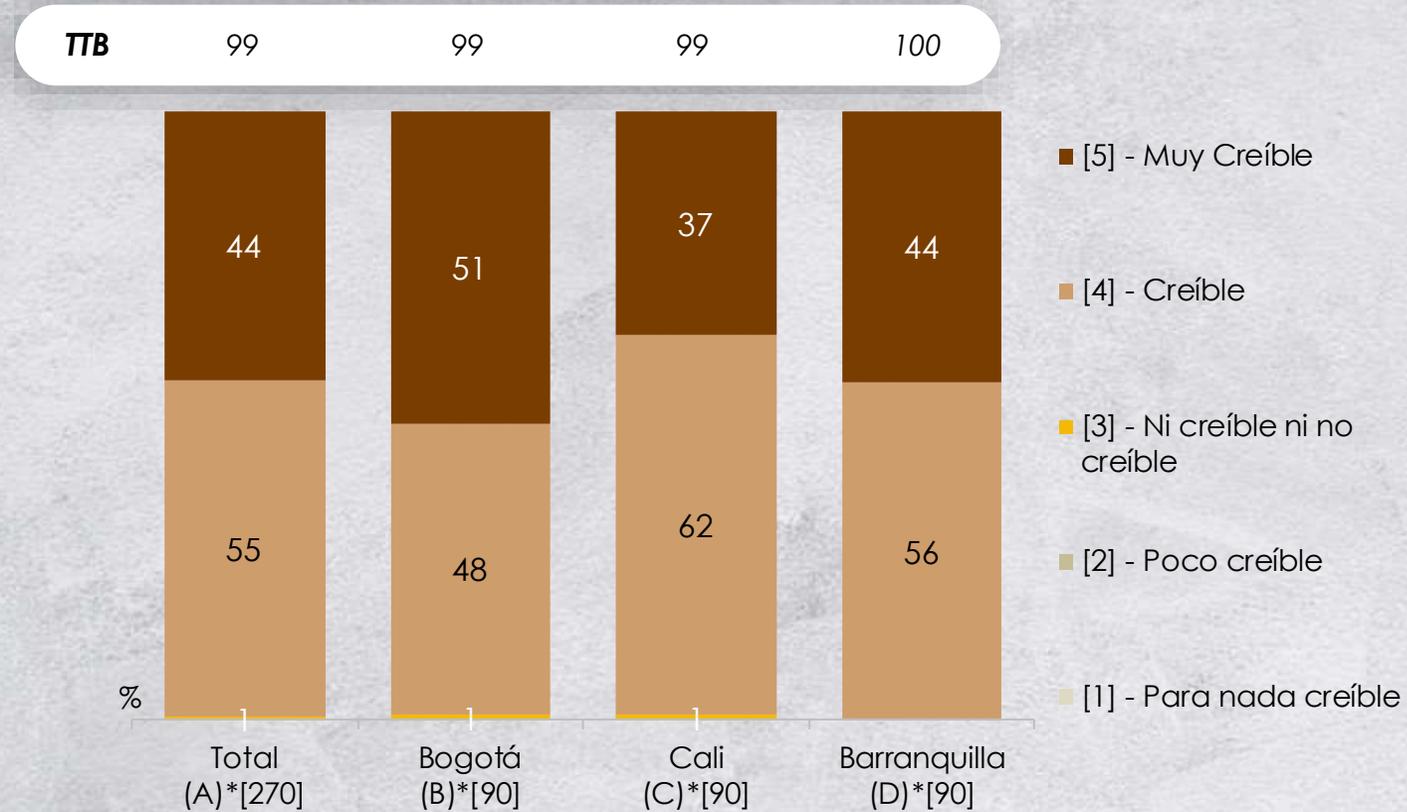
Los aspectos que generan desagrado son muy pocos. En Bogotá y Cali hay algunas menciones relacionadas con que hay que agregar más ingredientes.



P16. ¿Qué fue lo que menos le gustó de la idea que acaba de ver?

Base: Total encuestados

Tampoco se evidencian problemas de credibilidad con respecto a lo que ofrece esta idea

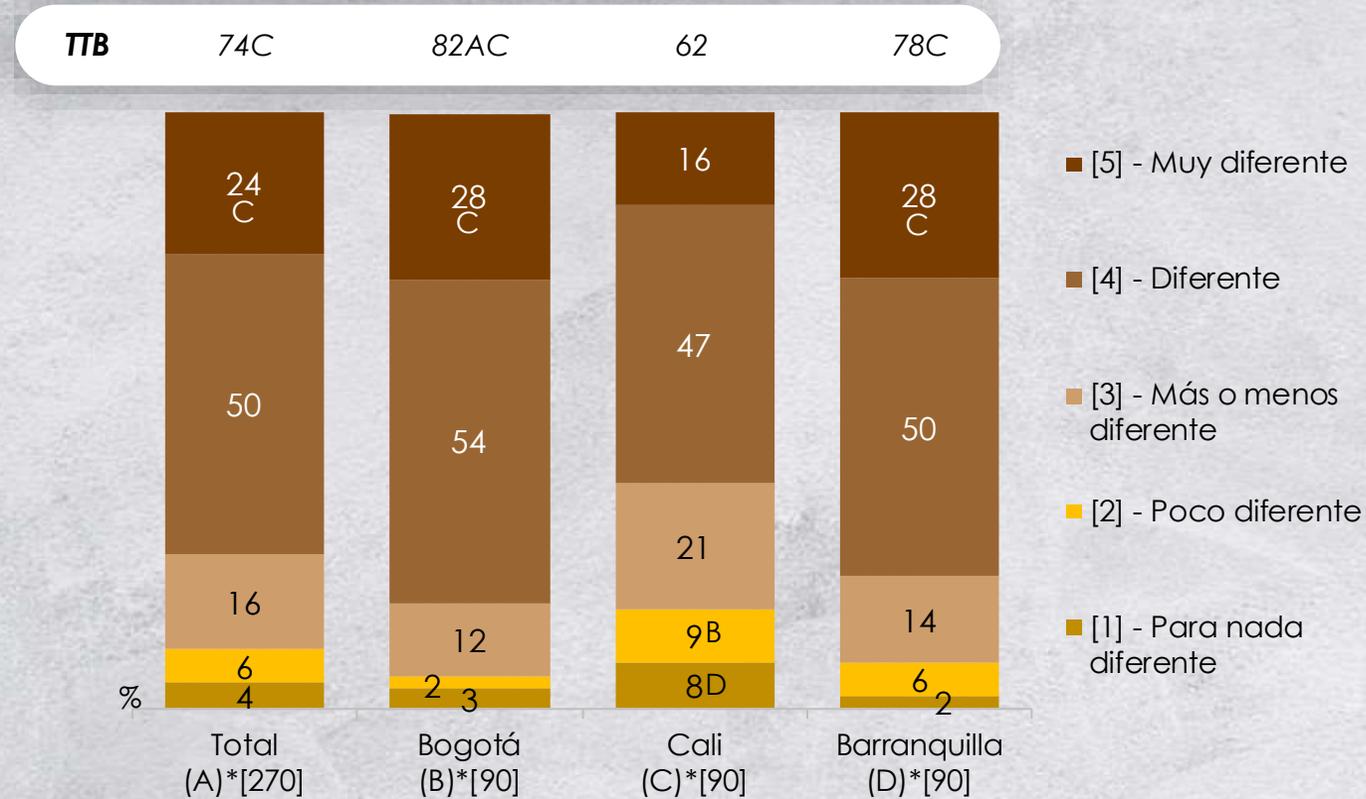


P17. ¿Qué tan creíble es la idea de producto que acaba de ver?

Base: Total encuestados

# Diferenciación

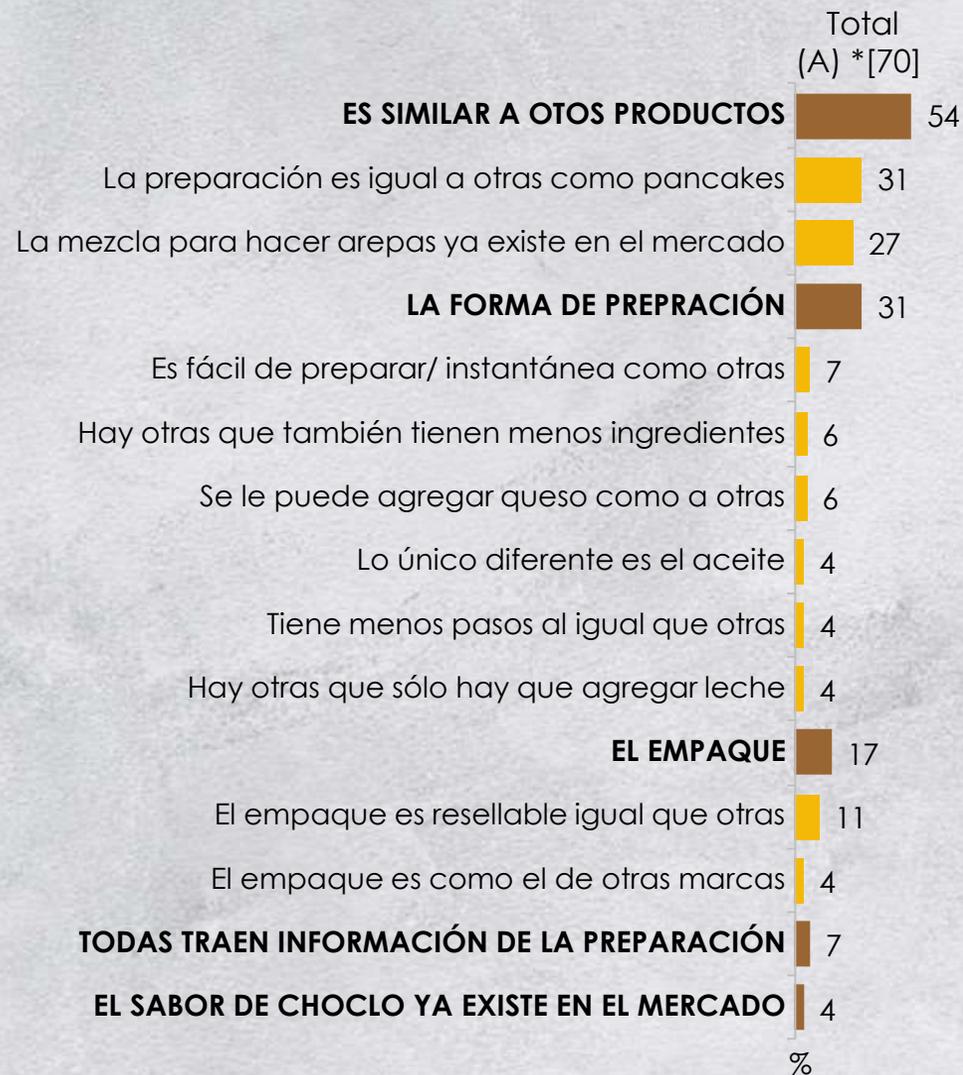
La diferenciación es más baja que la credibilidad y el agrado, pero se percibe más diferente en Bogotá y Barranquilla. En Cali son un poco más críticos en este aspecto



P19. ¿Qué tan diferente es la idea de producto que acaba de ver?

Base: Total encuestados

# Razones de NO diferenciación



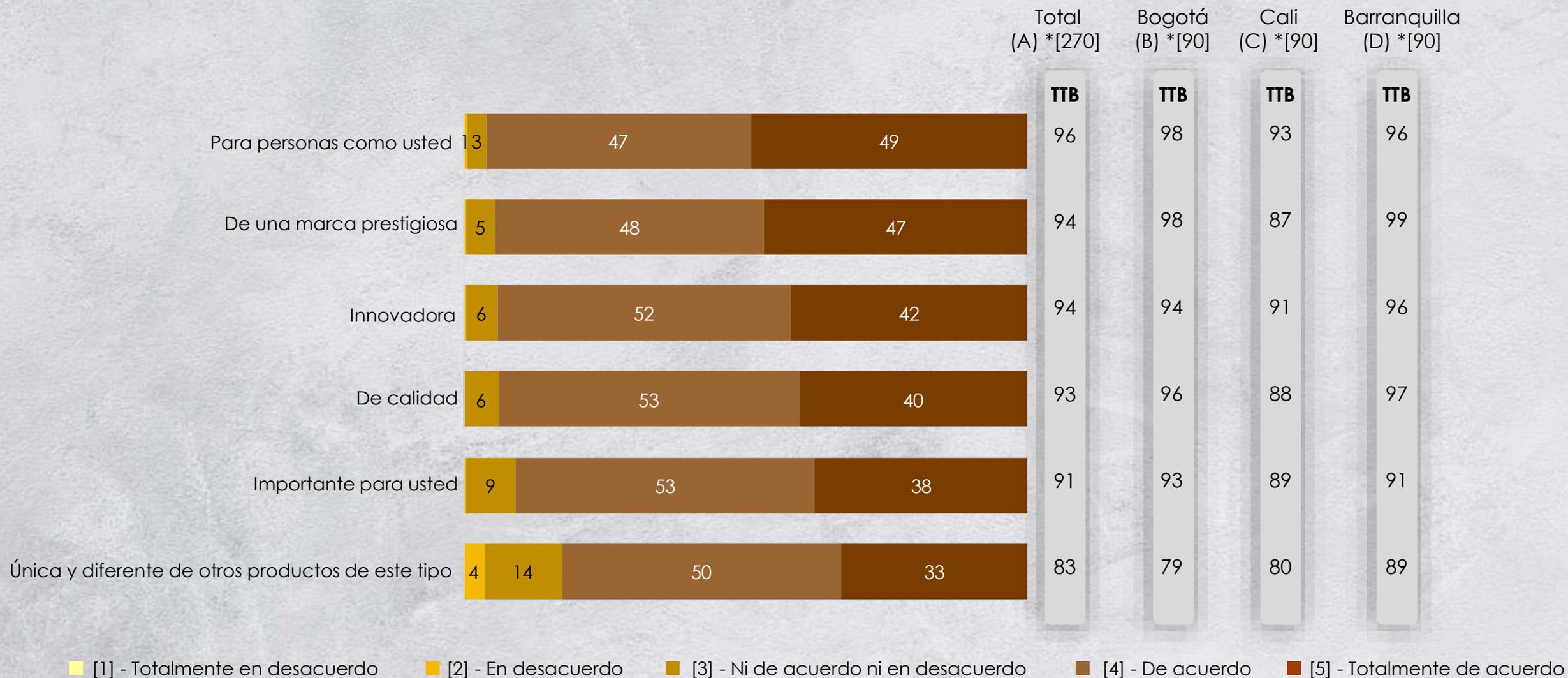
La principal razón para no percibir esta idea diferente, es que ya hay otros productos que son similares en su forma de preparación y que ya existen mezclas para este producto

P20. ¿Podría decirme por qué razón usted dice que la idea que acaba de ver es poco/nada diferente?

Base: Total encuestados

# Atributos de imagen

En línea con ser agradable, creíble y diferente, es una idea con una imagen muy positiva del producto que ofrece, en términos funcionales y emocionales

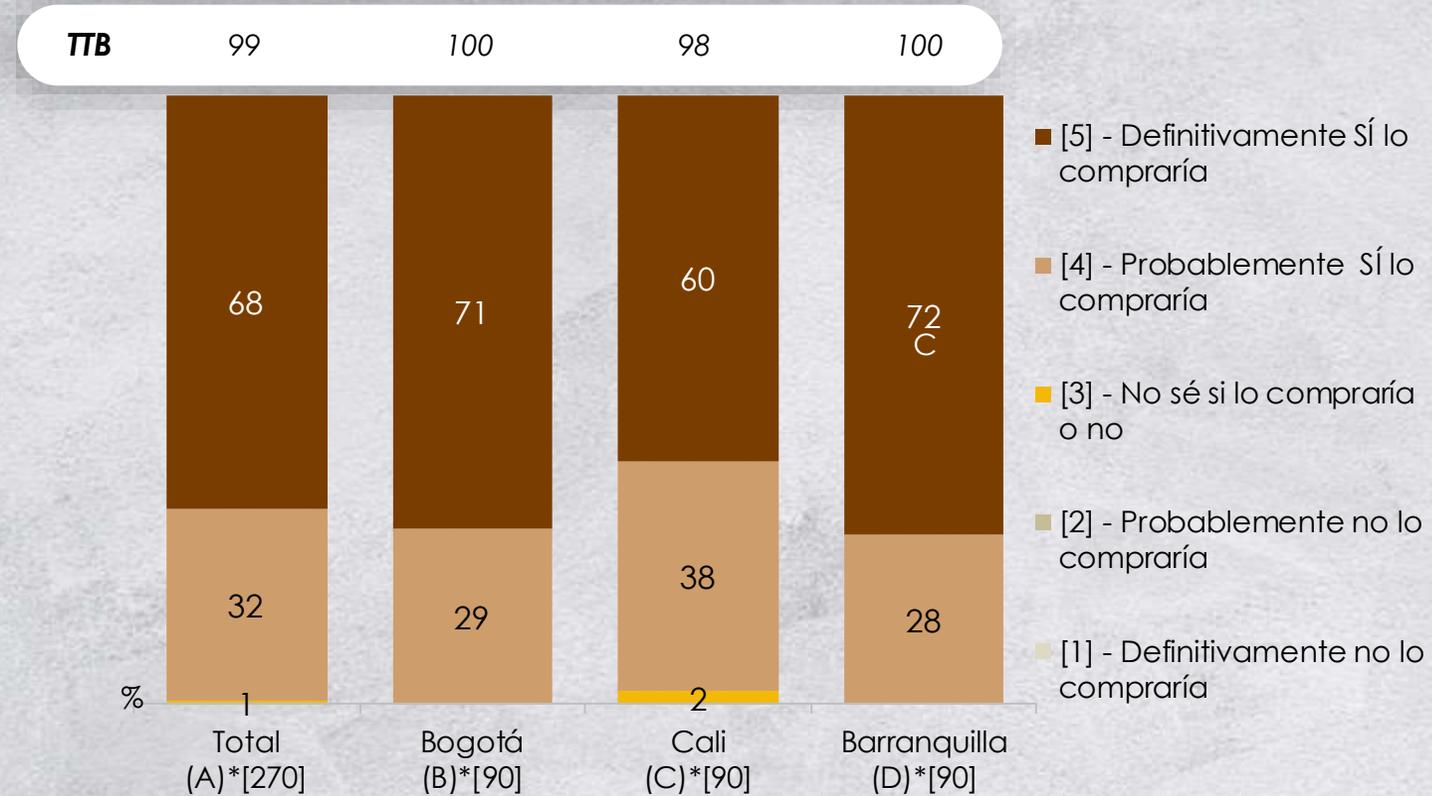


**P21.** ¿Qué tan de acuerdo está con que esta mezcla para hacer arepas de choclo es...?

Base: Total encuestados

# Intención de compra

En consecuencia, el buen desempeño de la idea se traduce en una altísima intención de compra hacia el producto ofrecido



P22. ¿Qué tan dispuesta estaría a comprar el producto que le están ofreciendo en esta idea?

Base: Total encuestados

# Indicadores de Concepto - Resumen

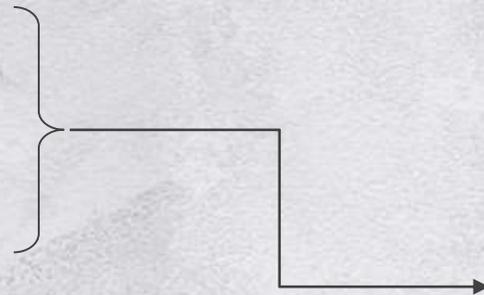
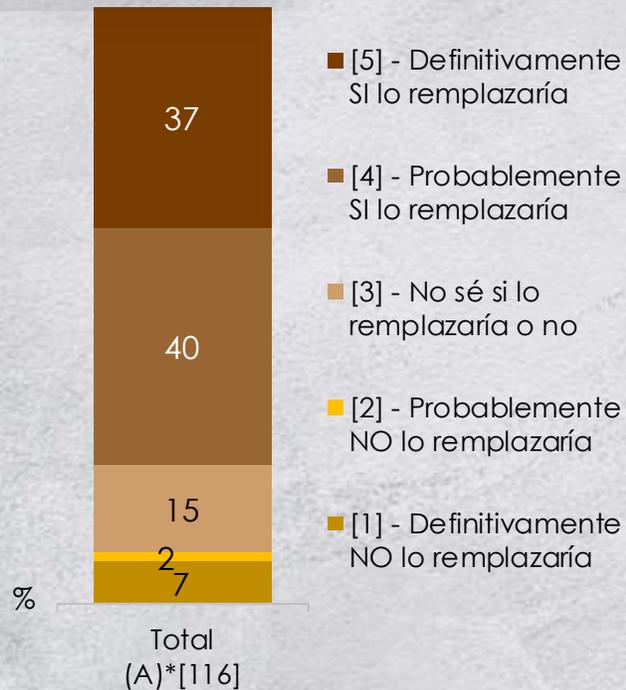
	TTB	
<b>Credibilidad</b>	<b>99%</b>	✓
<b>Diferenciación</b>	<b>74%</b>	✓
<b>Intención de Compra</b>	<b>99%</b>	✓

La idea es sobresaliente: es creíble y genera alta intención de compra. Aunque se destaca menos en la diferenciación, la facilidad en la preparación podría construir en ese objetivo.

# Intención de reemplazo

La buena percepción se traduce en una intención positiva de reemplazar el producto habitual por el de esta idea

**TTB 77**



**Producto habitual: 4,6 unidades**

**Producto nuevo: 5,4 unidades**

**P23.** ¿Qué tan dispuesta estaría usted en reemplazar su harina/mezcla que consume actualmente por el producto que le están ofreciendo en esta idea?

Base: Total encuestados



Alimentos Polar

# Fase 1

**Producto seco-Polvo**

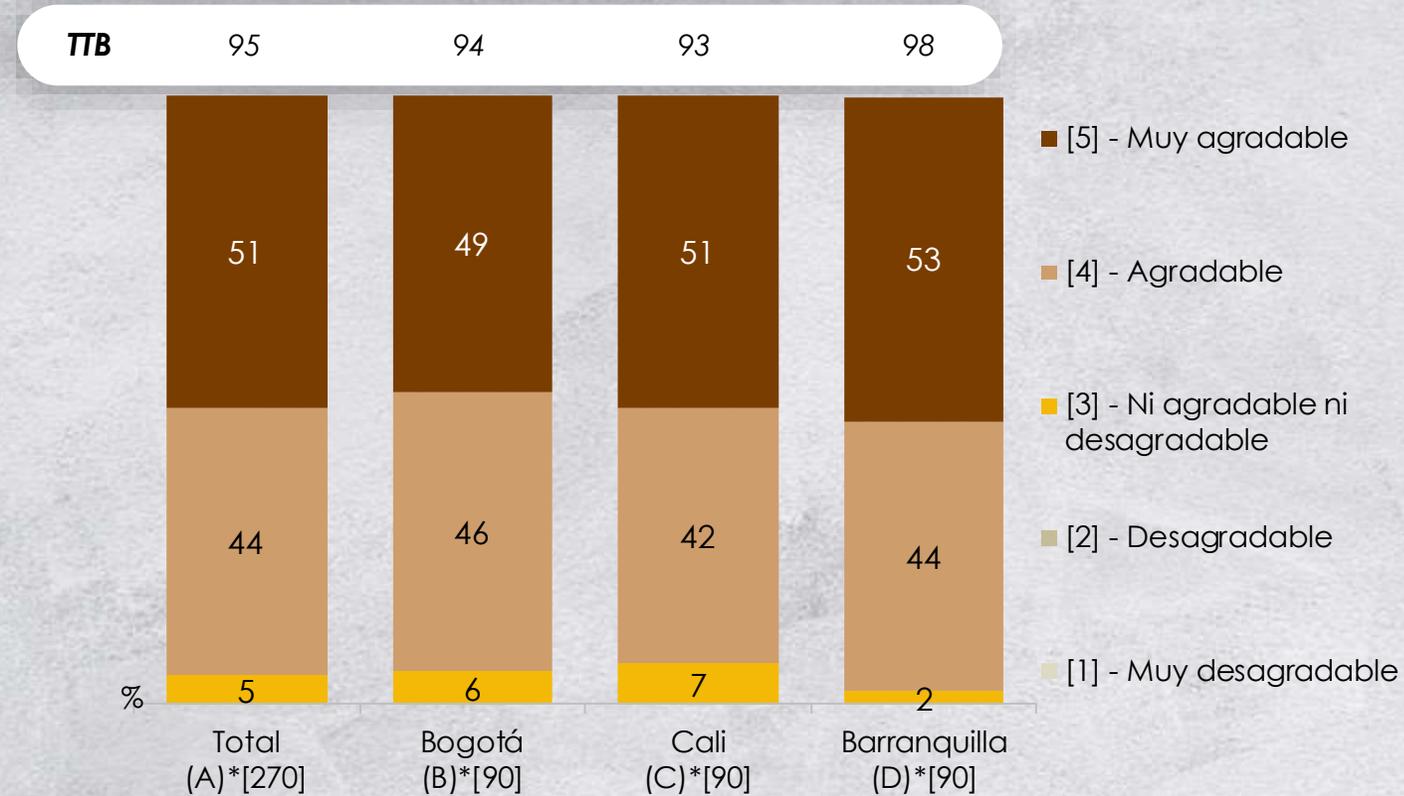


# Hallazgos...

- ❖ A partir de la evaluación en polvo seco, el desempeño de la mezcla también es positivo:
  - Su apariencia es agradable
  - Su color y olor son igualmente agradables y están en el punto justo para las consumidoras

# Apariencia

La evaluación visual del producto en su fase de polvo, no genera desagrado



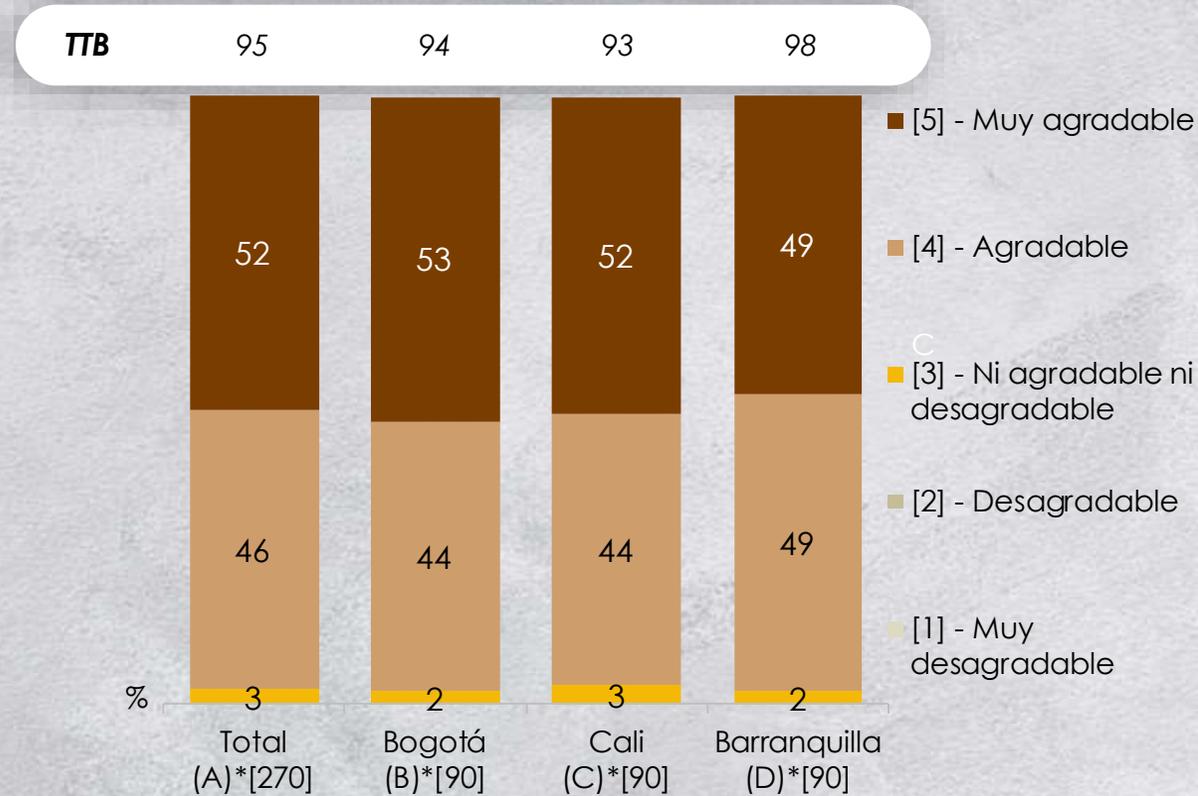
P25. ¿Cómo le parece la APARIENCIA de esta mezcla para arepas de choclo?

Base: Total encuestados

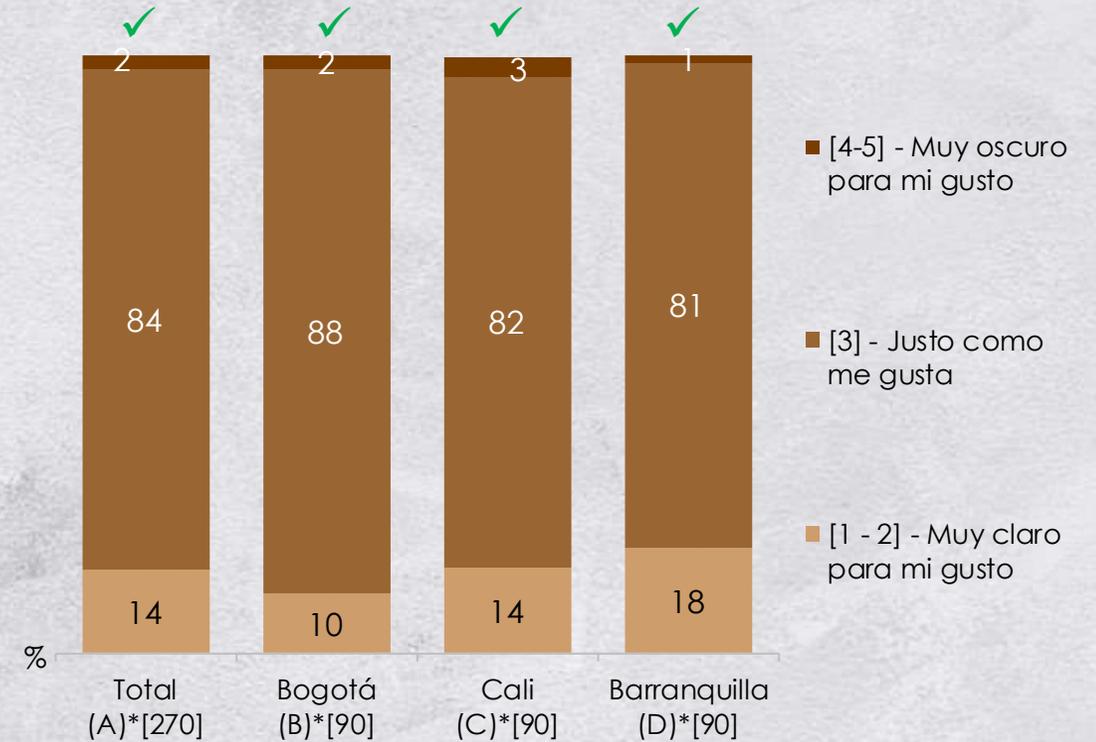
# Color

Su color es agradable y está en el nivel adecuado. No se penaliza en este aspecto

## Agrado del color



## Intensidad de color



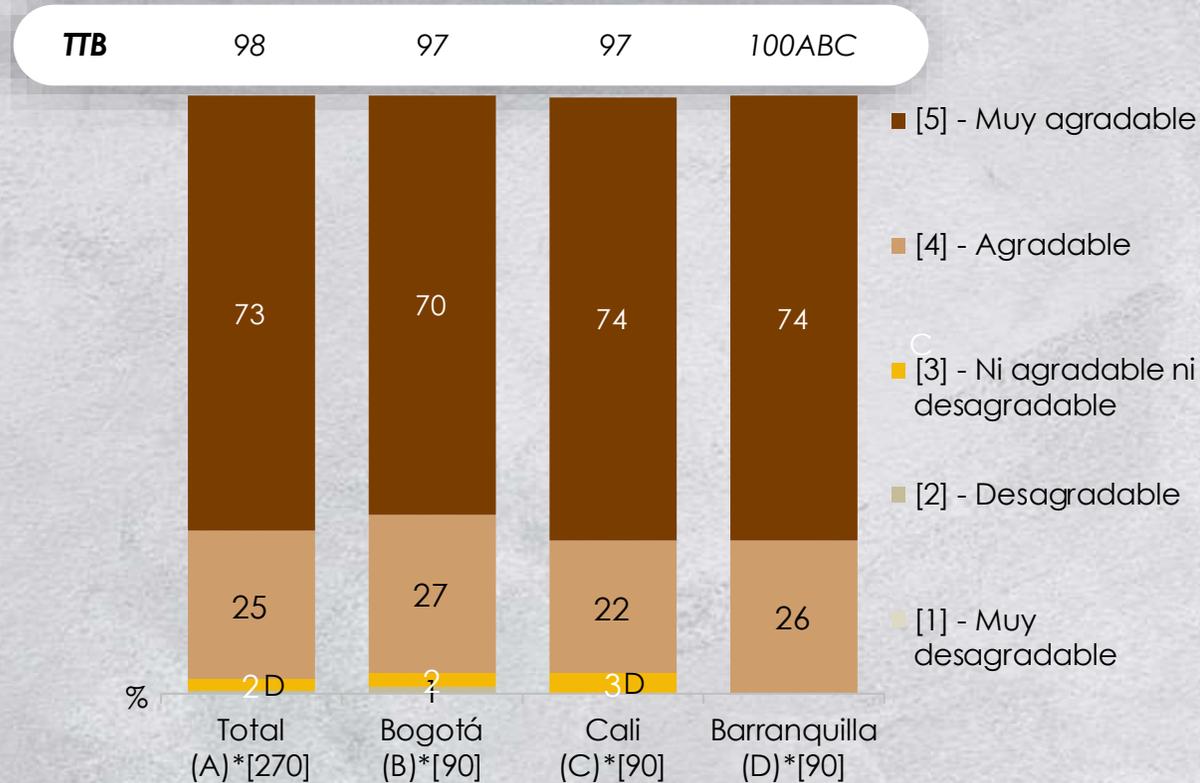
P26. ¿Cómo le parece el COLOR de esta mezcla para hacer arepas de choclo?

P27. ¿Cómo le parece la INTENSIDAD DEL COLOR de esta mezcla?

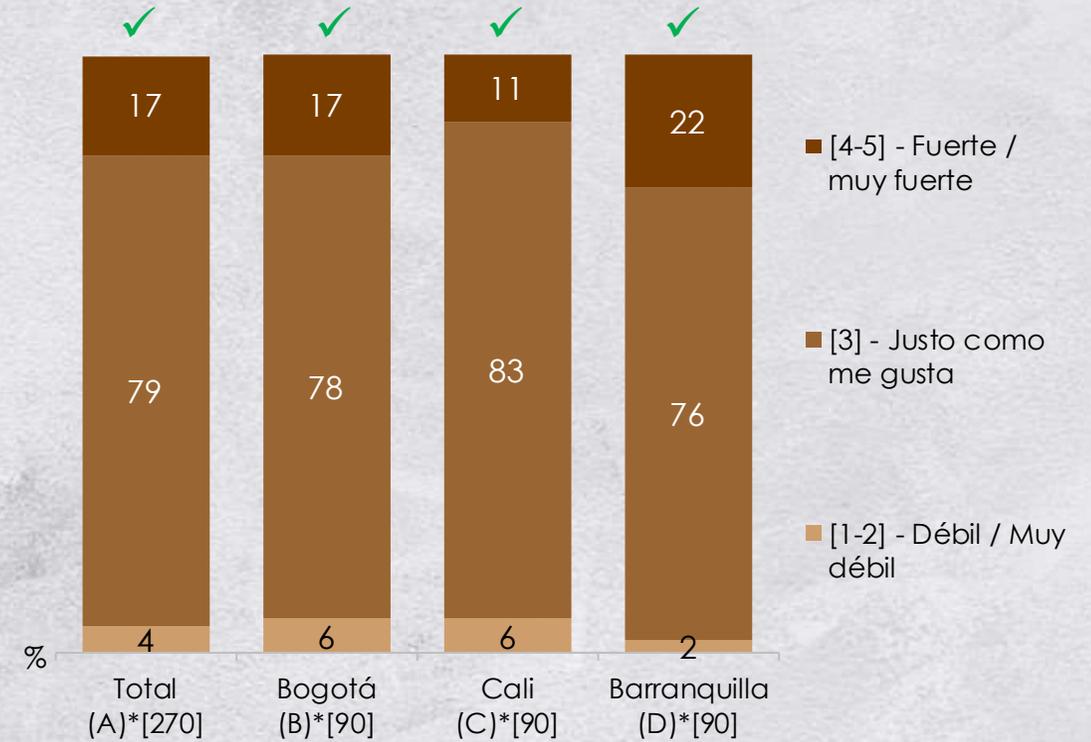
Base: Total encuestados

Su color también es agradable y está en el nivel adecuado.  
Tampoco se penaliza en este aspecto

## Agrado del olor



## Intensidad de olor



**P28.** ¿Cómo le parece el OLOR de esta mezcla para hacer arepas de choclo?

**P29.** ¿Cómo le parece la INTENSIDAD DEL OLOR de esta mezcla?



Alimentos Polar

# Fase 2

## Producto mezclado

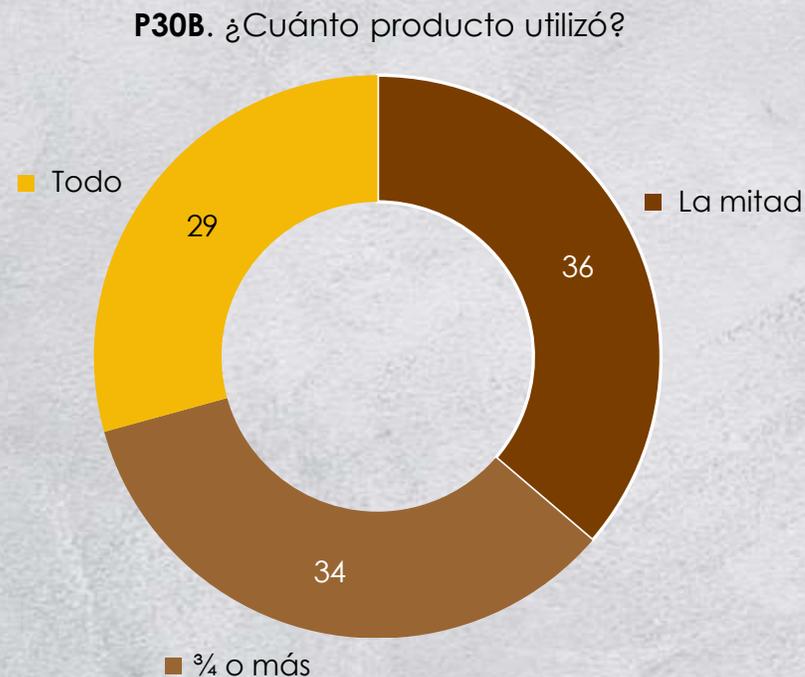


# Hallazgos...

- ❖ A partir de la evaluación en la fase de mezcla, el desempeño también es positivo y no se evidencian debilidades hacia la mezcla:
  - Su apariencia es agradable
  - Su color y olor son igualmente agradables y están en el punto justo para las consumidoras
  - Es fácil de mezclar y su consistencia está en el punto adecuado. Aunque en Bogotá hay un porcentaje mayor que encuentra la mezcla un poco más espesa que en Cali y Barranquilla, no se penaliza este aspecto

# Preparación y cantidad utilizada

7 de cada 10 consumidores usaron la mitad o más del producto, siguiendo las instrucciones tal como se indicaba en el empaque



**P31. ¿Cómo preparó las arepas?**

Siguiendo las instrucciones exactas

**92 %**

Hizo algo diferente

**8%**

**65%** agregó queso rayado

**13%** agregó mantequilla

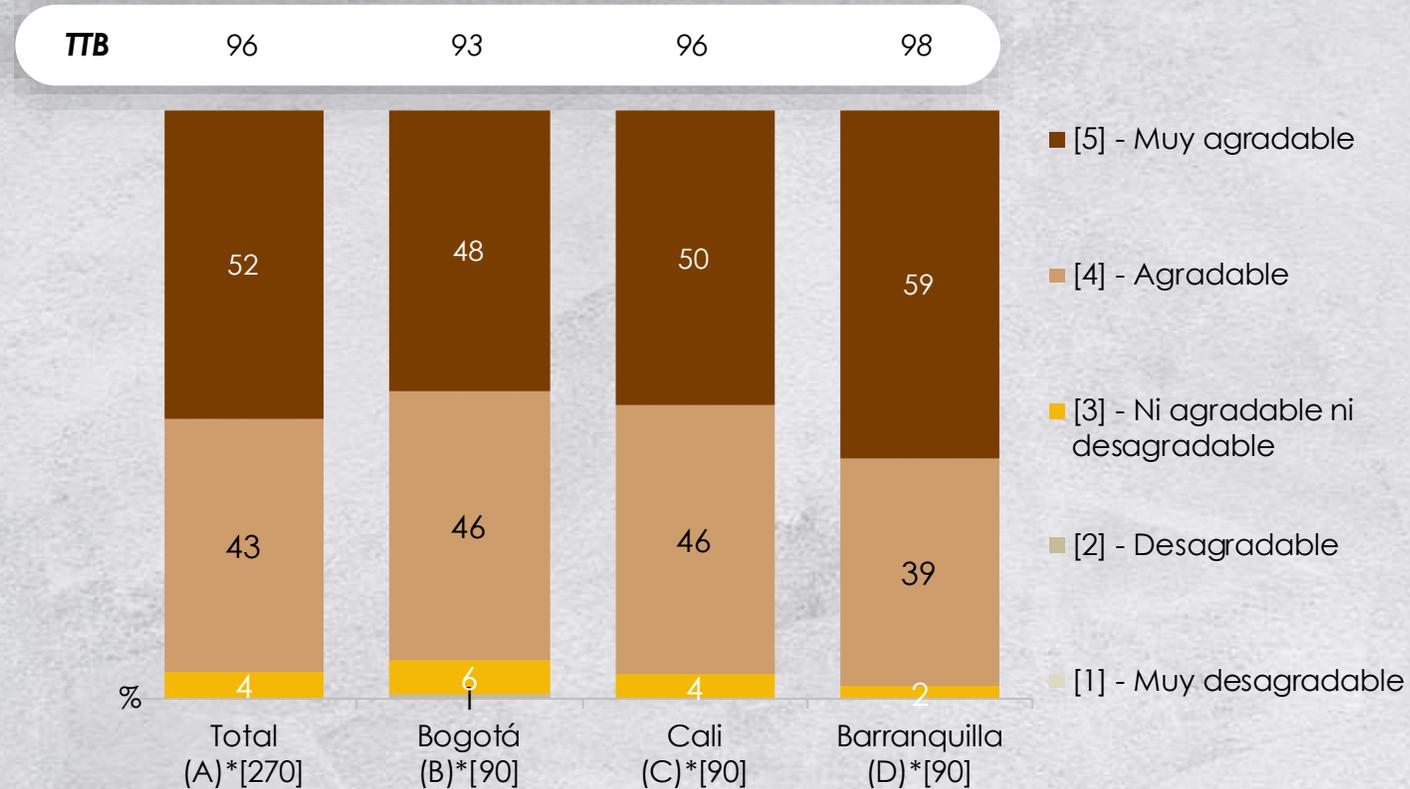
**9%** agregó sal

**9%** agregó leche

Base: Total encuestados

# Apariencia

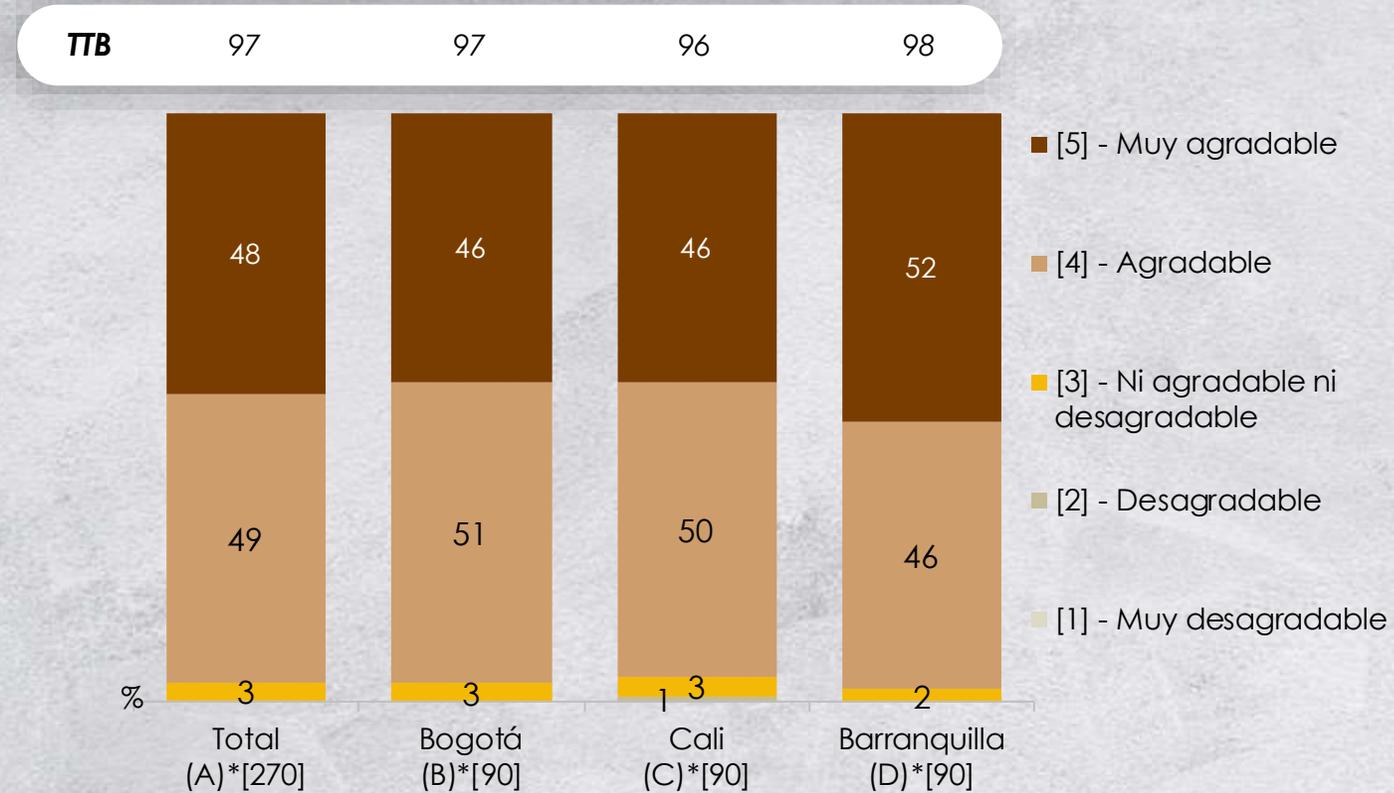
La apariencia en la fase de mezclado es igualmente agradable. Así como en la fase en polvo, no hay desagradados hacia la mezcla



P33. ¿Cómo le pareció la APARIENCIA de la mezcla que preparó con el producto que se le entregó?

Base: Total encuestados

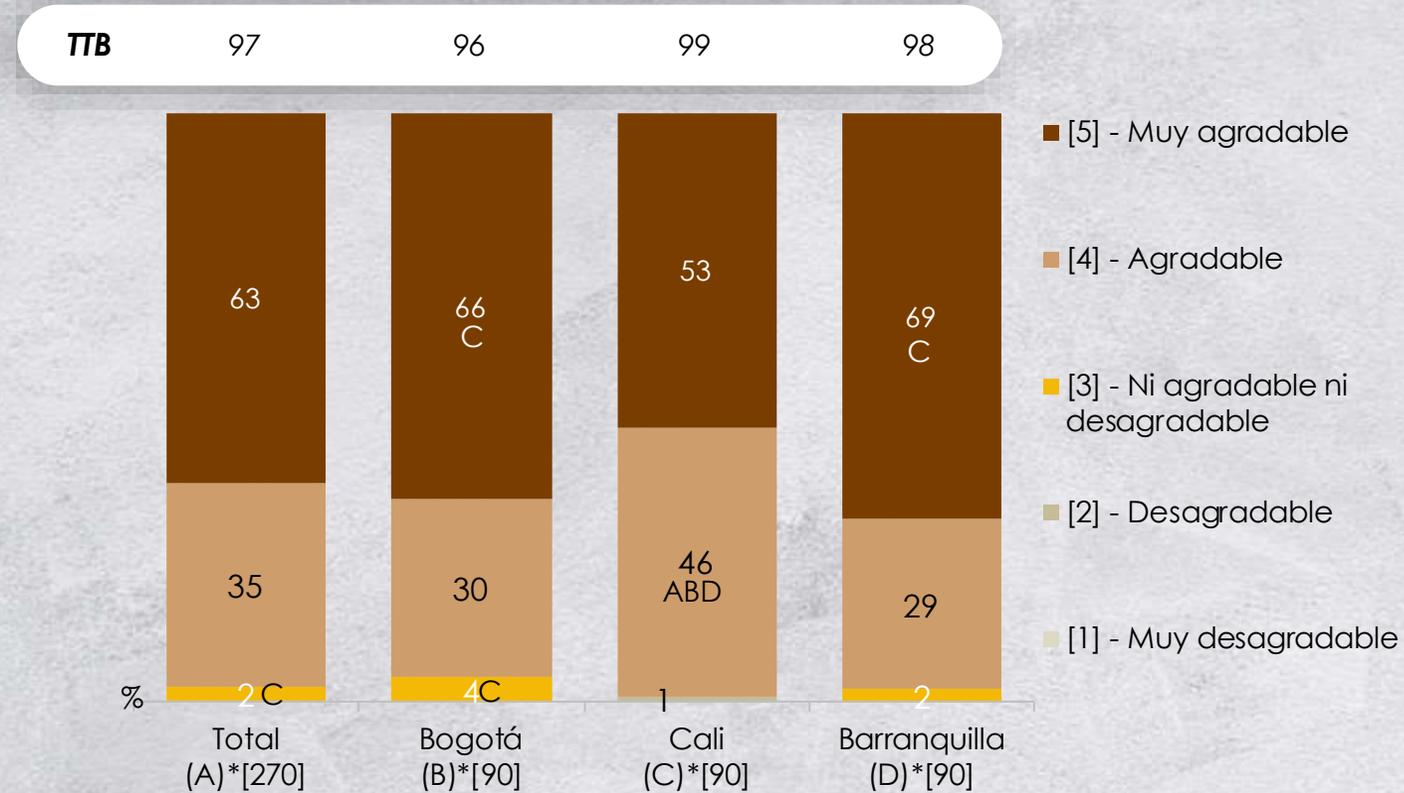
Su color también resulta agradable en esta fase y tampoco hay consumidores que hayan encontrado algún desagrado



**P34.** ¿Y cómo le pareció el COLOR de la mezcla?

Base: Total encuestados

Igualmente, su olor resulta agradable y tampoco genera ningún tipo de desagrado

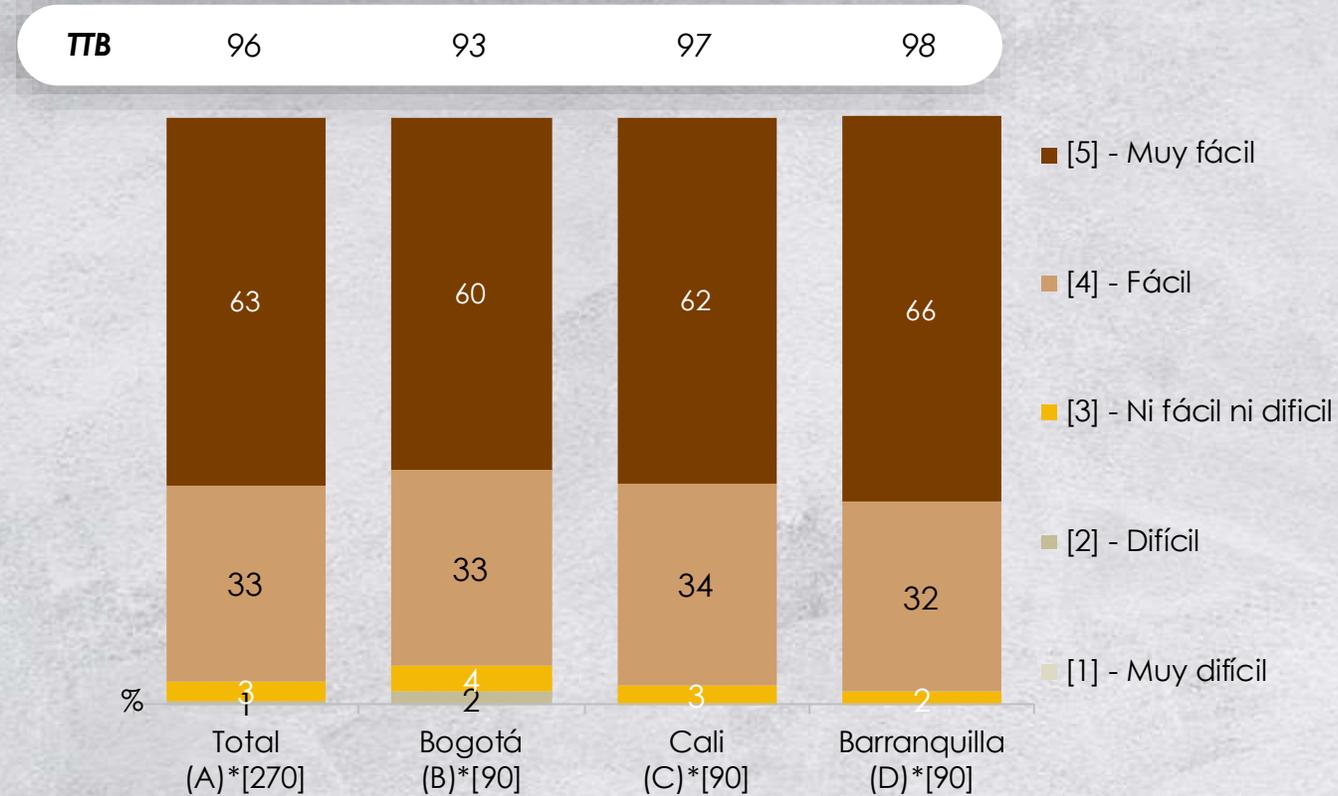


P36. ¿Cómo le pareció el OLOR de la mezcla que preparó con el producto que se le entregó?

Base: Total encuestados

# Facilidad para mezclar

La experiencia en el mezclado es muy positiva, es fácil y no representa dificultad alguna para las consumidoras

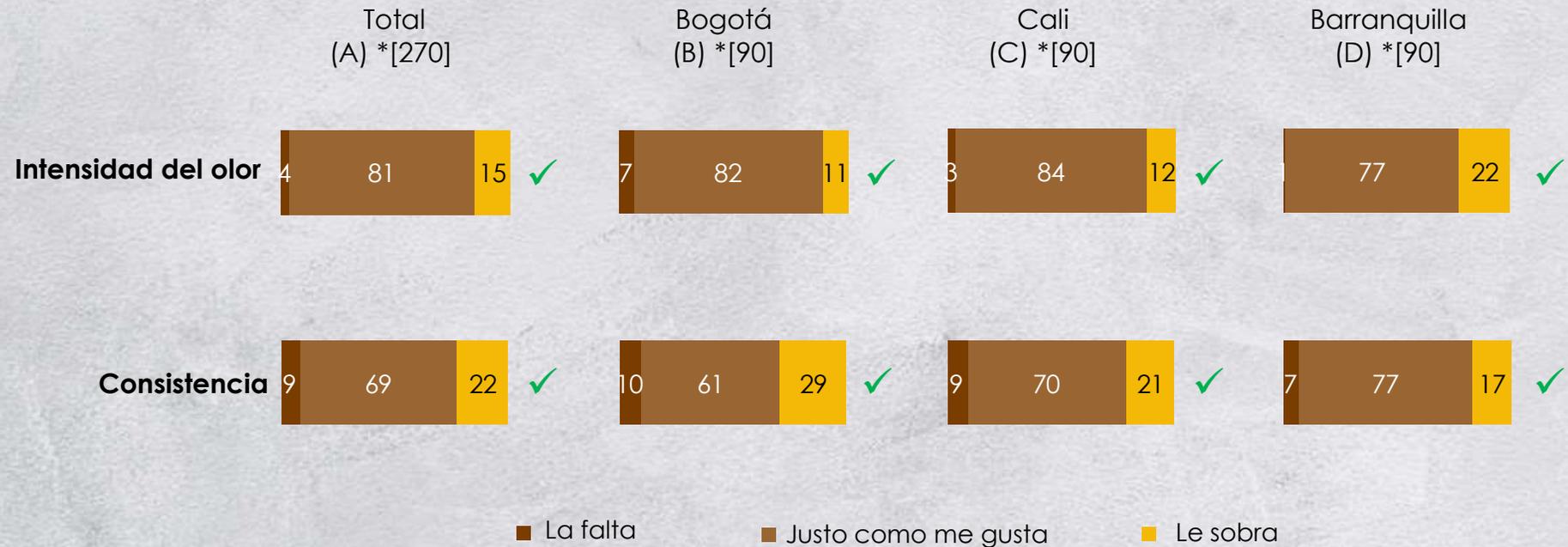


P35. ¿Qué tan fácil o difícil le pareció en general la mezcla de los ingredientes?

Base: Total encuestados

# Penalty Analysis

Organolépticamente, es un producto bien balanceado en su color y consistencia en la fase de mezcla. En Bogotá hay alguna percepción de que la mezcla es un poco más espesa de lo esperado, aunque no lo suficiente como para penalizarlo. Esto puede deberse a diferencias en preparación y sabores aprendidos en cada región, que probablemente se vayan ajustando con la experiencia en la preparación y el uso del producto o con las cantidades e indicaciones de preparación.



P37. P38. ¿Cómo le parece el nivel de...?

Base: Total encuestados



Alimentos Polar

Fase 2

**Cocción**

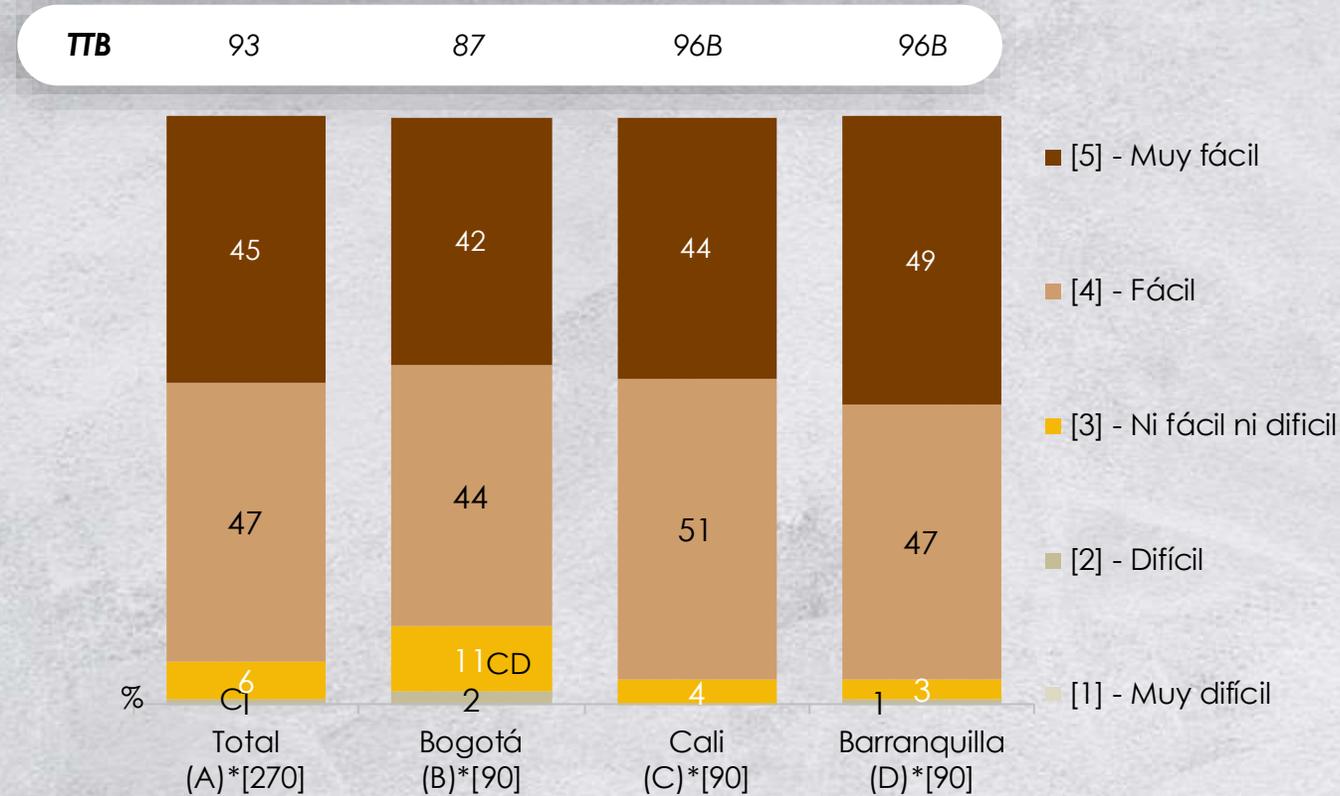


# Hallazgos...

- ❖ A partir de la evaluación en la fase de cocción, el desempeño de la mezcla sigue siendo positivo y no se evidencian debilidades en la mezcla:
  - Es fácil de verter, fácil de voltear y su tiempo de cocción está entre justo y poco.
  - Su olor es agradable y está en el punto justo para las consumidoras
  - Aunque la mezcla es bien evaluada en todas las ciudades, en esta fase la mezcla es algo más agradable en Cali y Barranquilla

# Vertido de la mezcla

El vertido de la mezcla tampoco representa dificultades. Esta facilidad, es más evidente en Cali y Barranquilla, que en Bogotá (aquí hay una mayor percepción de que la mezcla es un poco espesa)

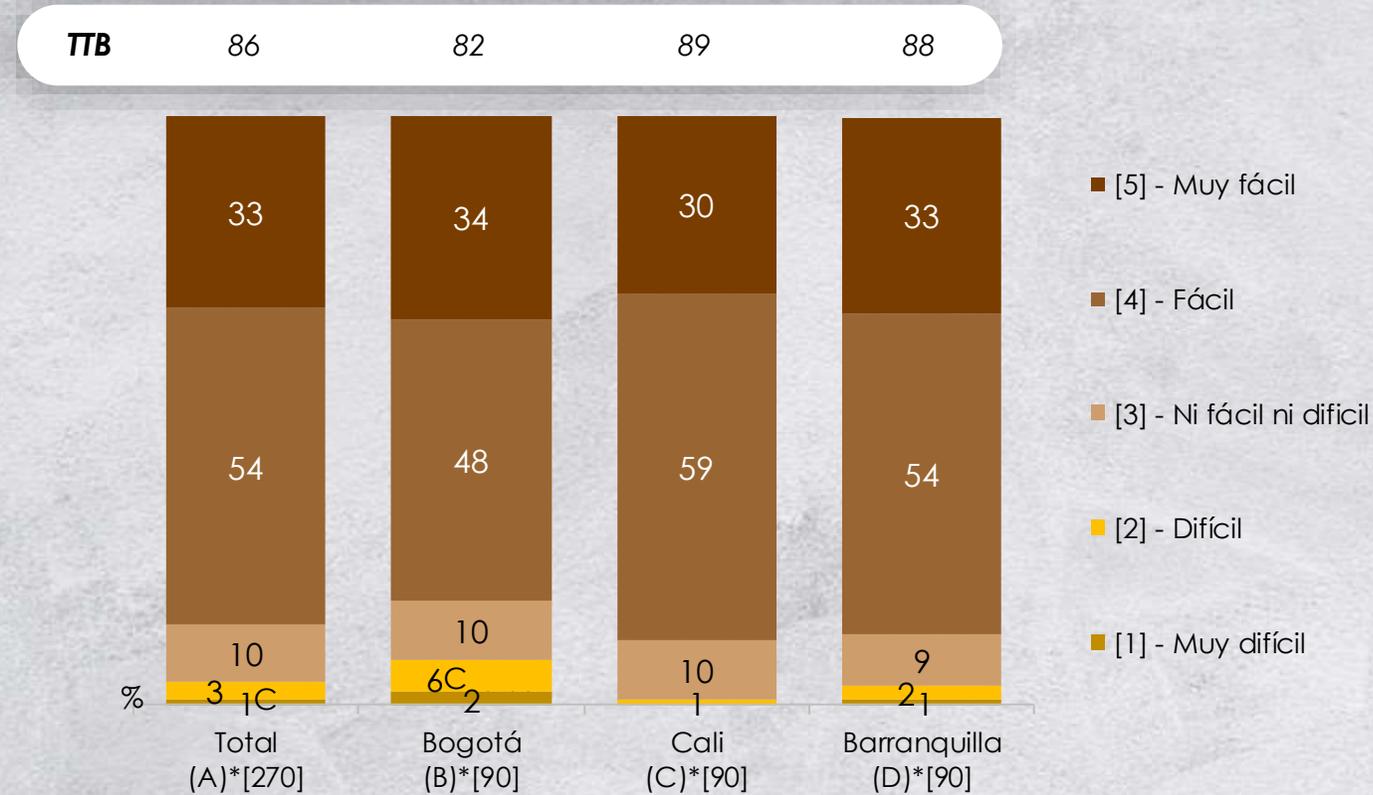


P39. ¿Qué tan fácil o difícil fue verter la mezcla que preparó con el producto que se le entregó?

Base: Total encuestados

# Facilidad de voltear

Tampoco hay dificultades con respecto a la facilidad para voltear la arepa en la cocción

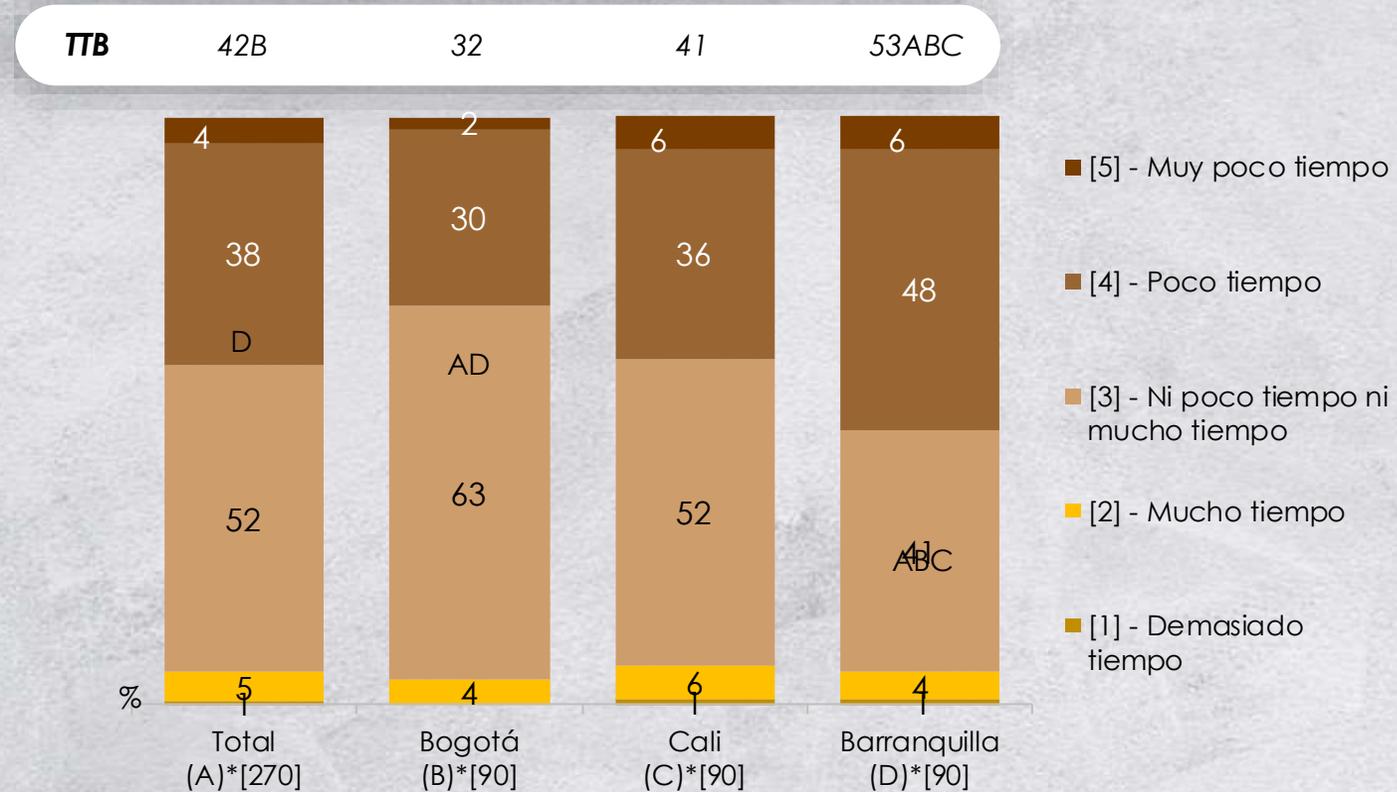


P40. ¿Y cómo evaluaría la facilidad para voltear la arepa de choclo cuando la estaba cocinando?

Base: Total encuestados

# Tiempo de cocción

El tiempo de cocción es justo, ni poco ni mucho. Incluso, para 4 de cada 10 consumidoras resulta ser poco. En Barranquilla (probablemente por su clima), se percibe menor el tiempo



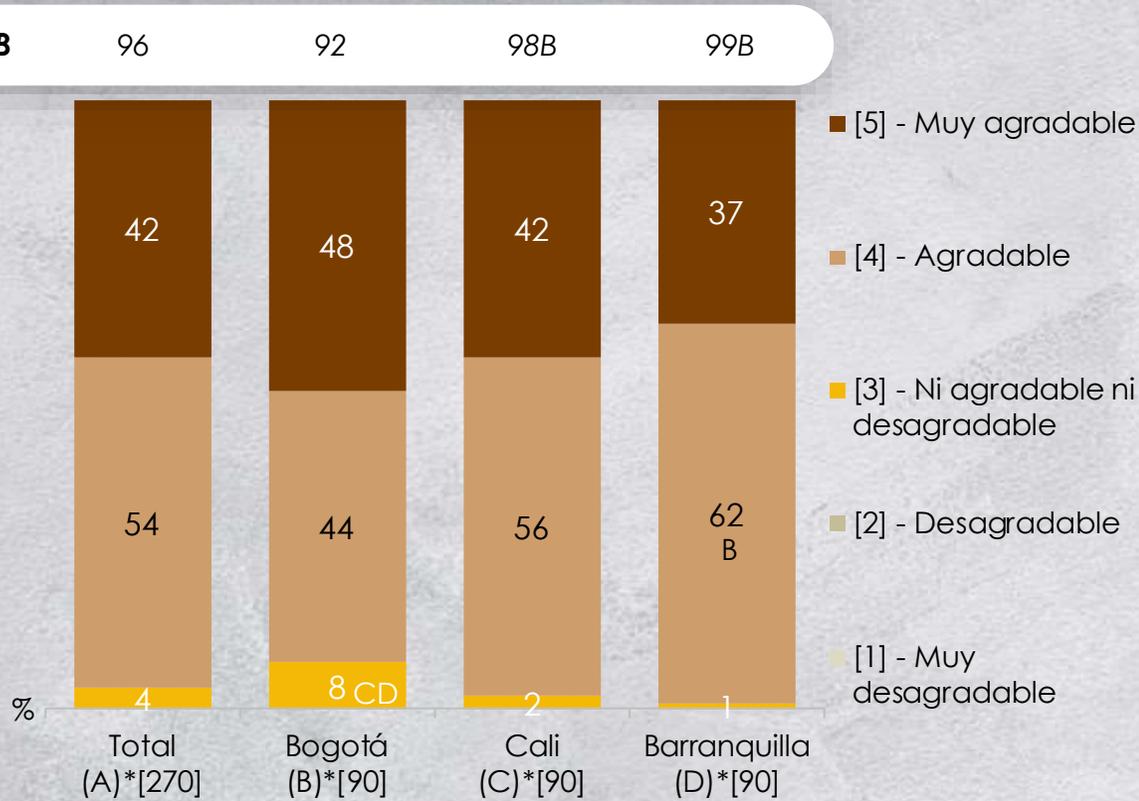
P41. ¿Cómo le pareció el tiempo de cocción de la arepa de choclo que preparó con la mezcla que se le entregó?

Base: Total encuestados

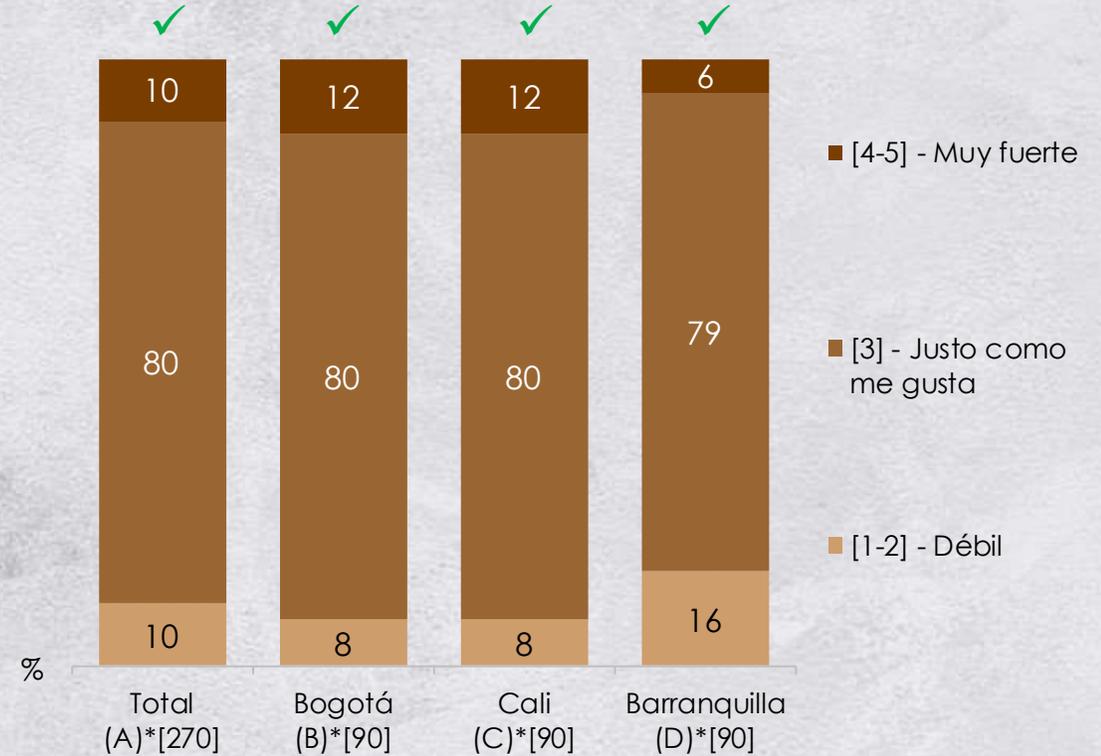
# Olor a maíz

Así como en las fases de polvo y de mezcla, el olor durante la cocción es agradable, con la intensidad justa

## Agrado del olor



## Intensidad de olor



**P42.** ¿Cómo le pareció el OLOR A MAÍZ durante la cocción?

**P43.** ¿Cómo le parece la INTENSIDAD DEL OLOR durante la cocción?

Base: Total encuestados



Alimentos Polar

Fase 4

# Las Arepas

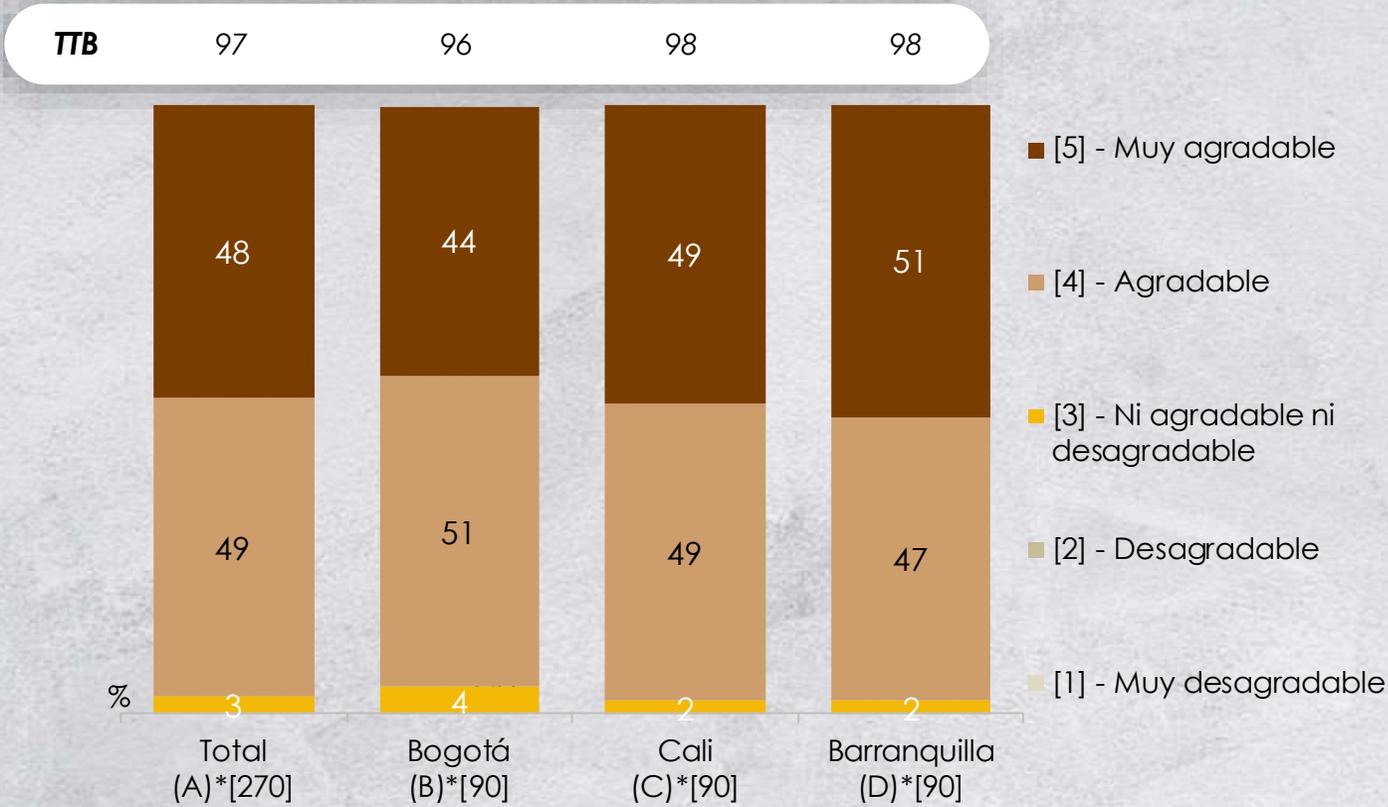


## Hallazgos...

- ❖ La buena calificación de la mezcla en etapas anteriores, resulta en una muy buena calificación de las arepas ya preparadas:
  - Tienen una apariencia agradable y su color está en el punto justo
  - Tienen un olor y sabor agradable, con una intensidad justa que se traduce en una alta satisfacción con el producto y una alta intención de compra hacia ésta mezcla
  - Aunque la consistencia tiene un grupo importante que la percibe suave, es algo que eventualmente podría ajustarse por las consumidoras con la experiencia en el uso del producto y con las cantidades e indicaciones de preparación

# Apariencia

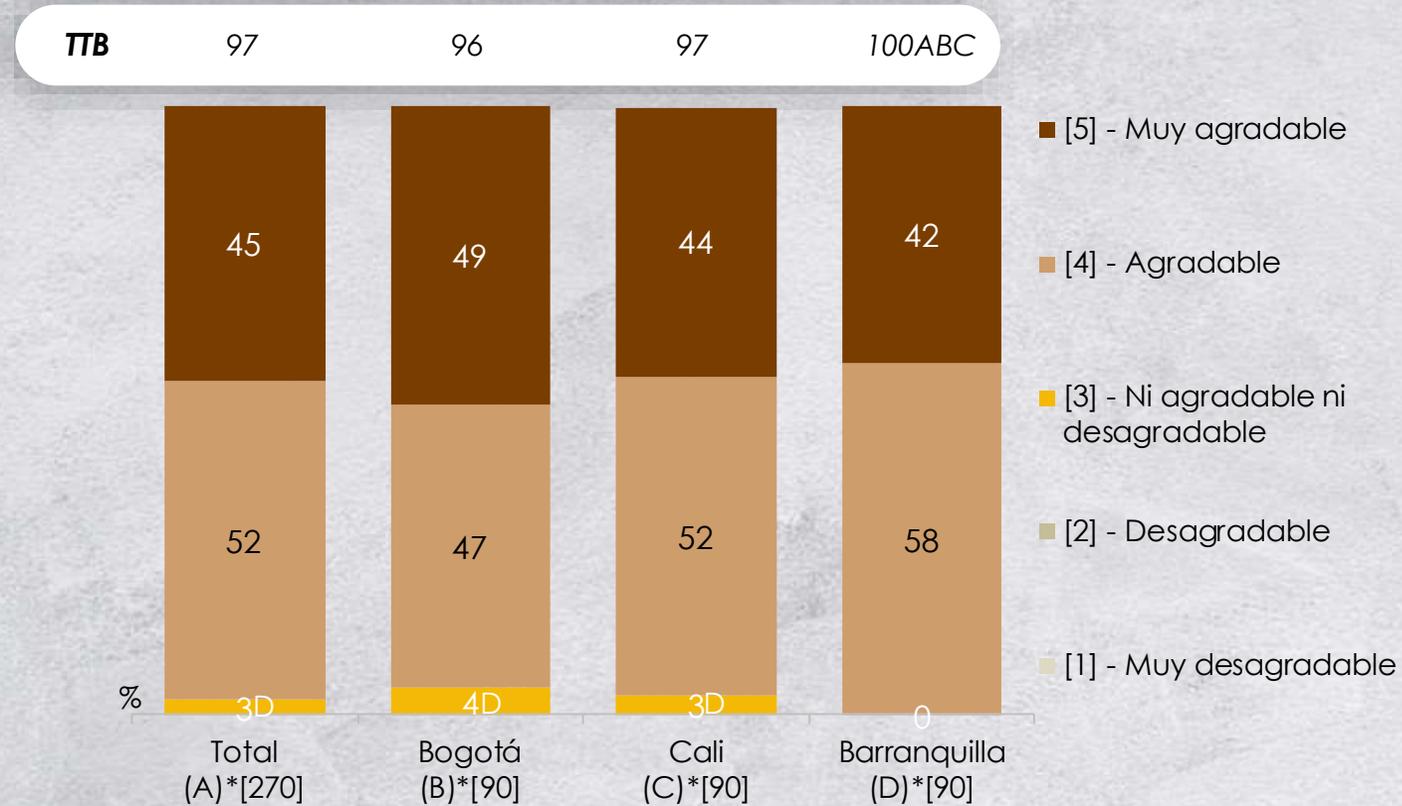
La buena apariencia en las fases previas, se mantiene hasta la etapa final de las arepas preparadas. El aspecto con que quedan las arepas, es muy agradable



P44. ¿Cómo le pareció la APARIENCIA de la arepa de choclo ya cocida que preparó con la mezcla que se le entregó?

Base: Total encuestados

El color de las arepas es igualmente agradable, siendo Barranquilla la ciudad donde mejor evalúan su color

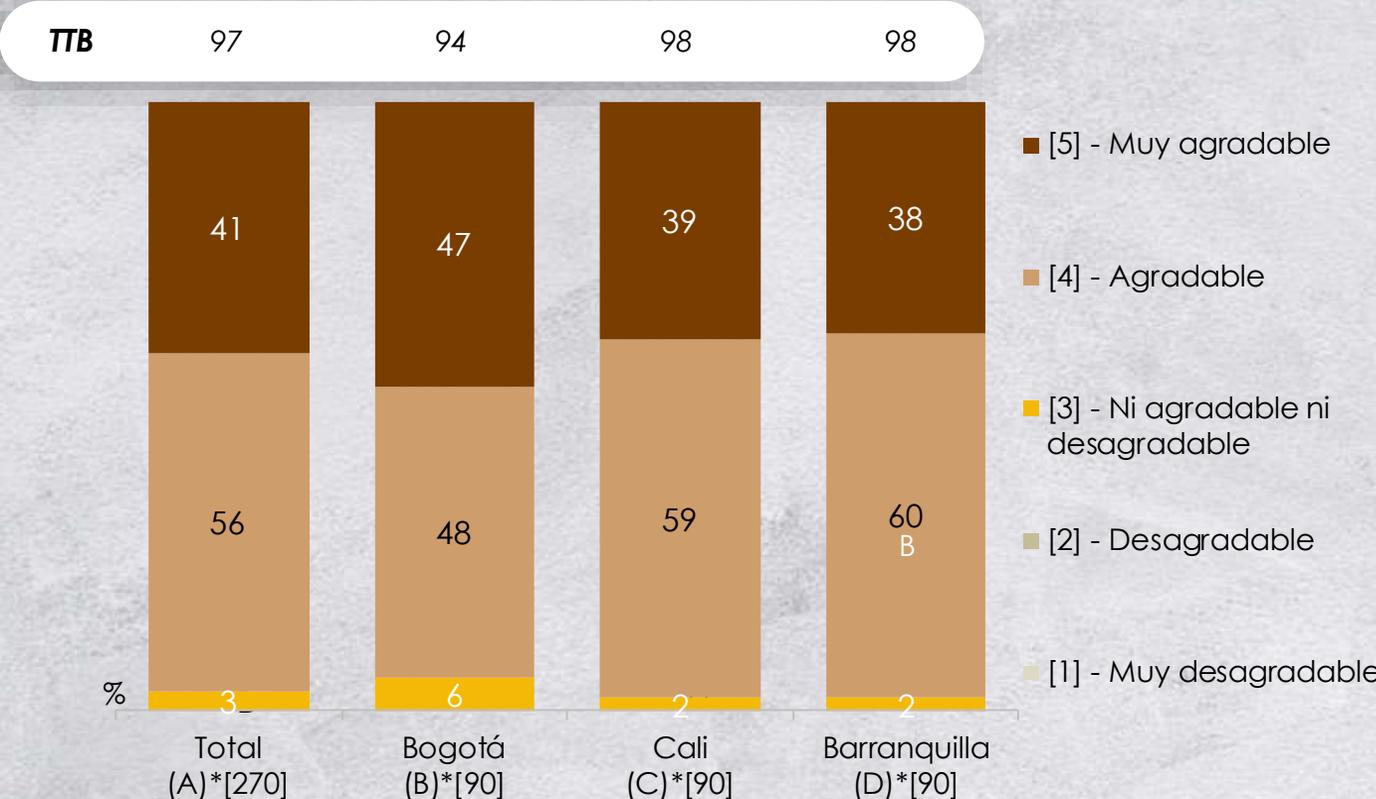


**P45.** ¿Y cómo le pareció el COLOR de la de la arepa de choclo que preparó?

Base: Total encuestados

# Olor a maíz

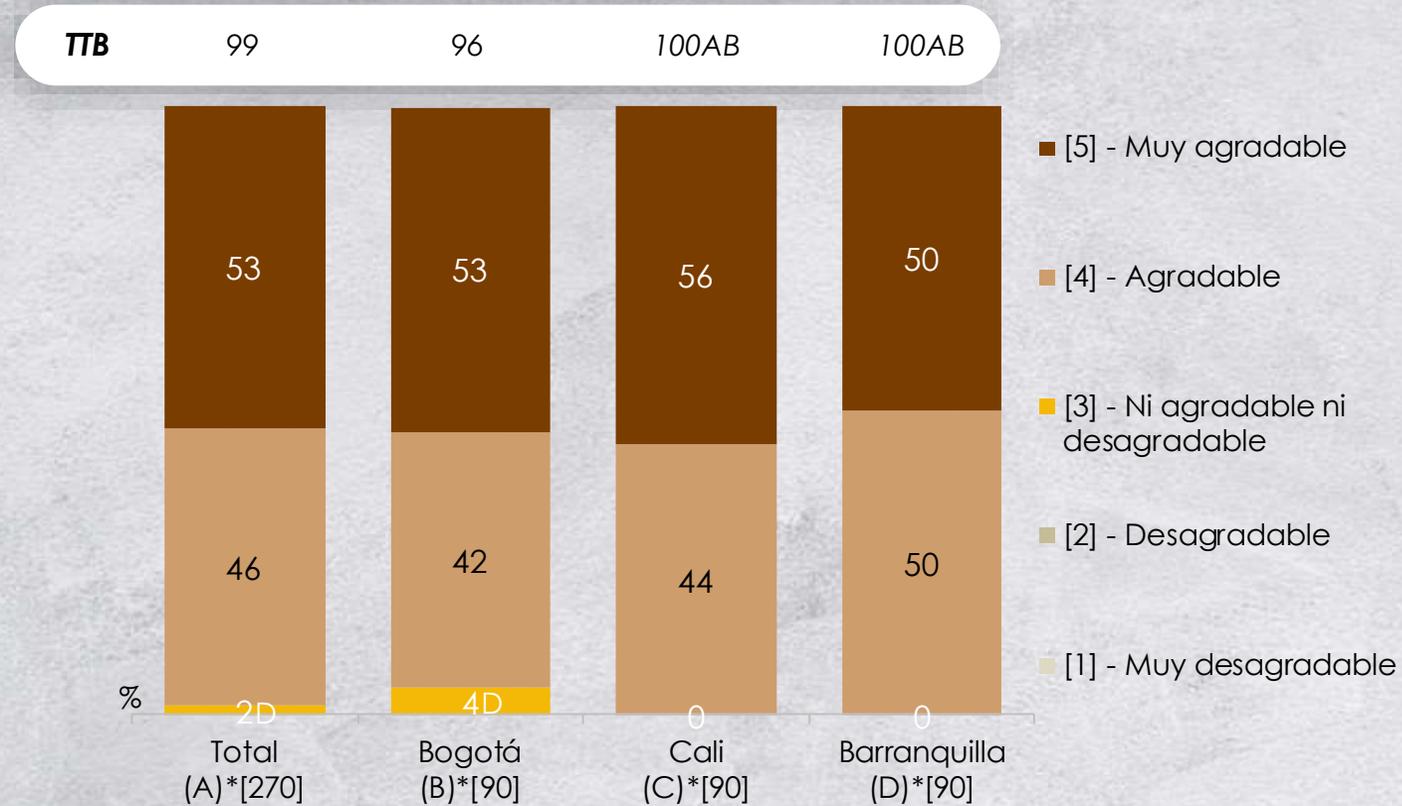
Igualmente, el olor de las arepas es agradable, no se genera ningún tipo de desagrado al igual que en las fases previas



P46. ¿Cómo le pareció El OLOR A MAÍZ de la arepa de choclo que preparó con la mezcla que se le entregó?

Base: Total encuestados

Todo el buen desempeño durante el proceso, resulta en unas arepas con un sabor agradable, especialmente en Cali y Barranquilla

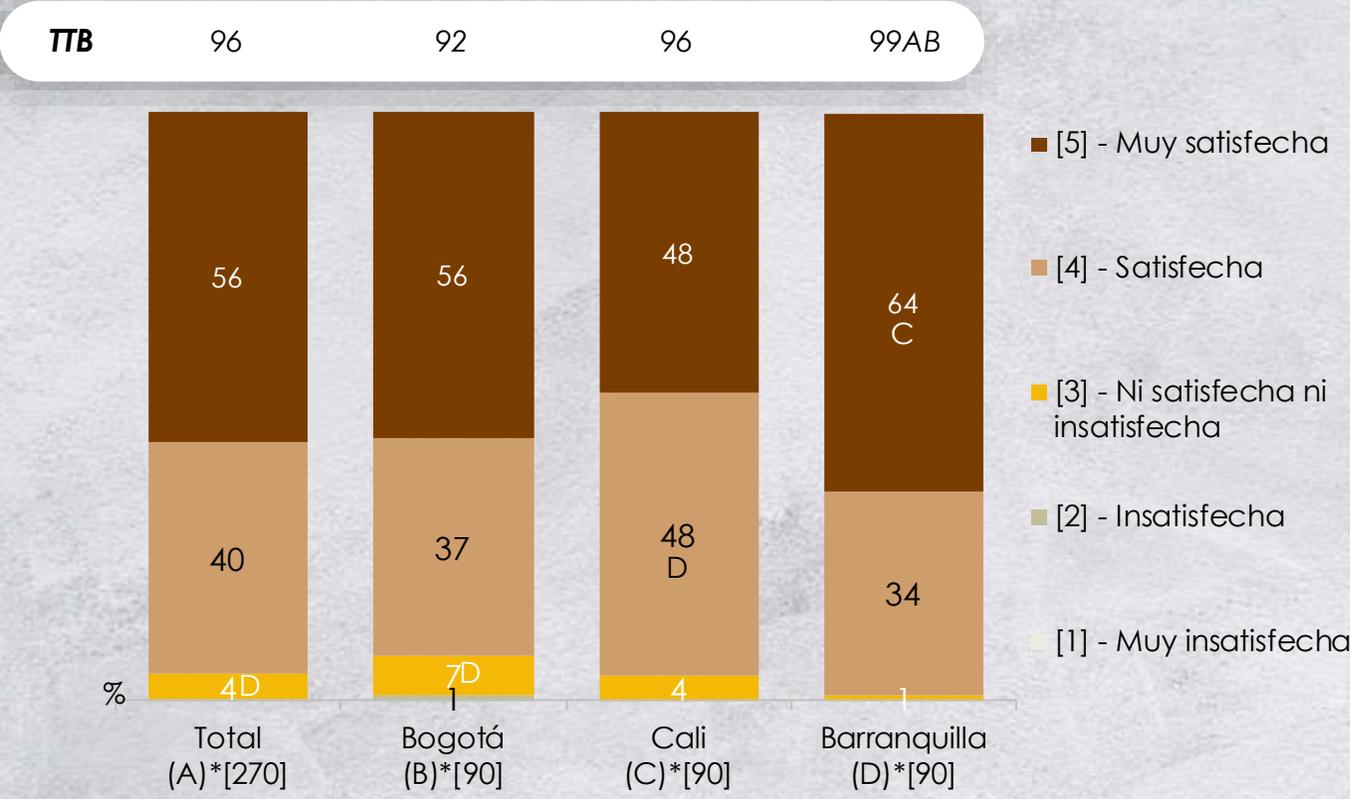


**P48.** ¿Cómo le pareció el SABOR de la arepa de choclo cocida que preparó con la mezcla que se le entregó?

Base: Total encuestados

# Satisfacción general

La experiencia en todo el proceso resulta en un alto nivel de satisfacción con la utilización de la mezcla

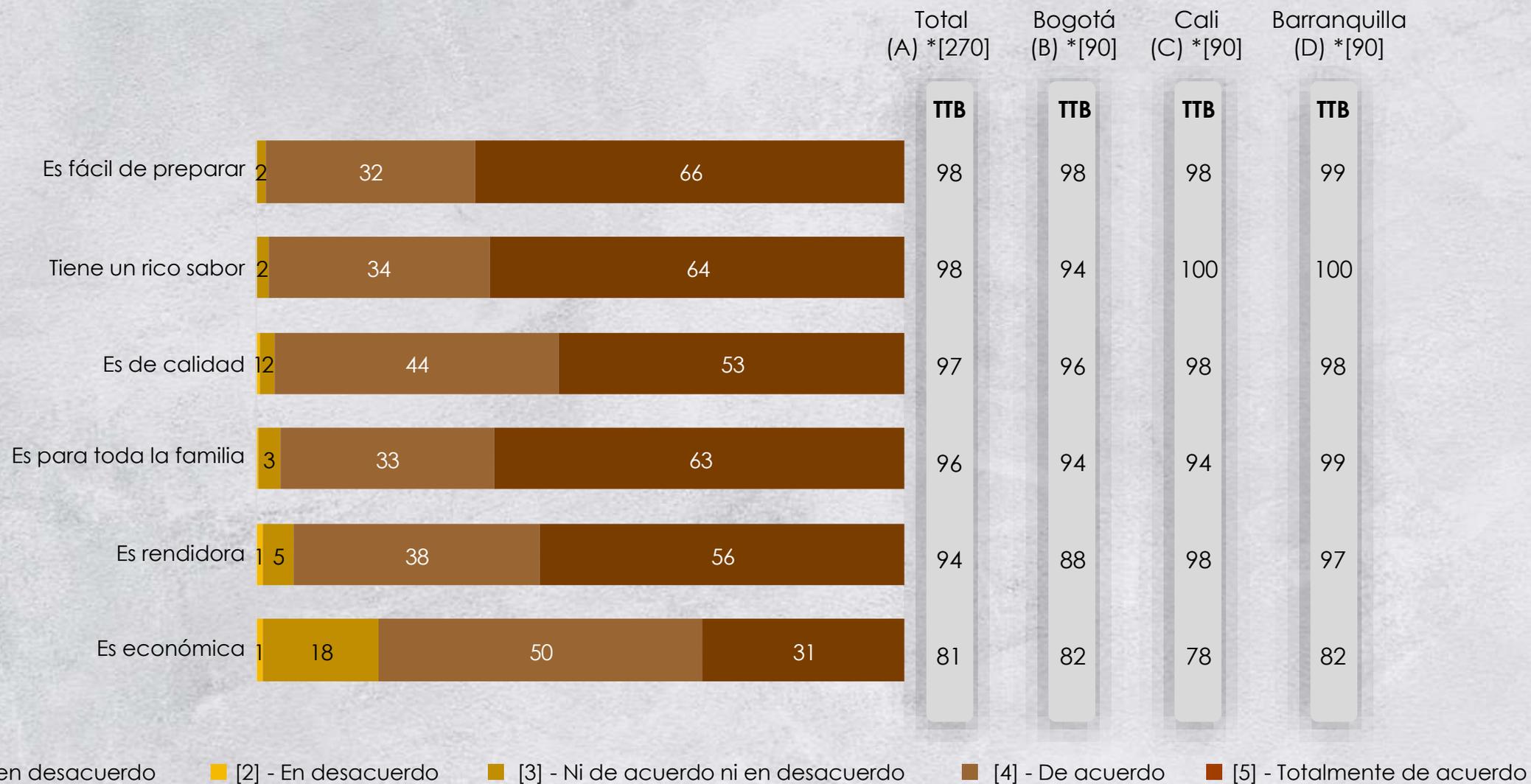


P52. ¿Qué tan satisfecha quedó usted con esta mezcla para preparar arepas de choclo que utilizó?

Base: Total encuestados

# Atributos de imagen

La satisfacción también se ve reflejada en una muy buena percepción del producto en general. Sin embargo, “ser económica” es el aspecto de más baja asociación



**P53.** Después de su experiencia con este producto, ¿Qué tan de acuerdo está usted con que la mezcla para preparar arepas de choclo utilizada...?

Base: Total encuestados

# Penalty Analysis

El perfil organoléptico de las arepas, muestra un producto balanceado en sabor y consistencia. A pesar de que hay un grupo que percibe el dulce algo alto y la consistencia algo suave, no es suficiente como para penalizar el producto. Esto puede deberse a diferencias en el paladar y sabores aprendidos en cada región, que probablemente se vayan ajustando con la experiencia en la preparación y el uso del producto o con las cantidades e indicaciones de preparación

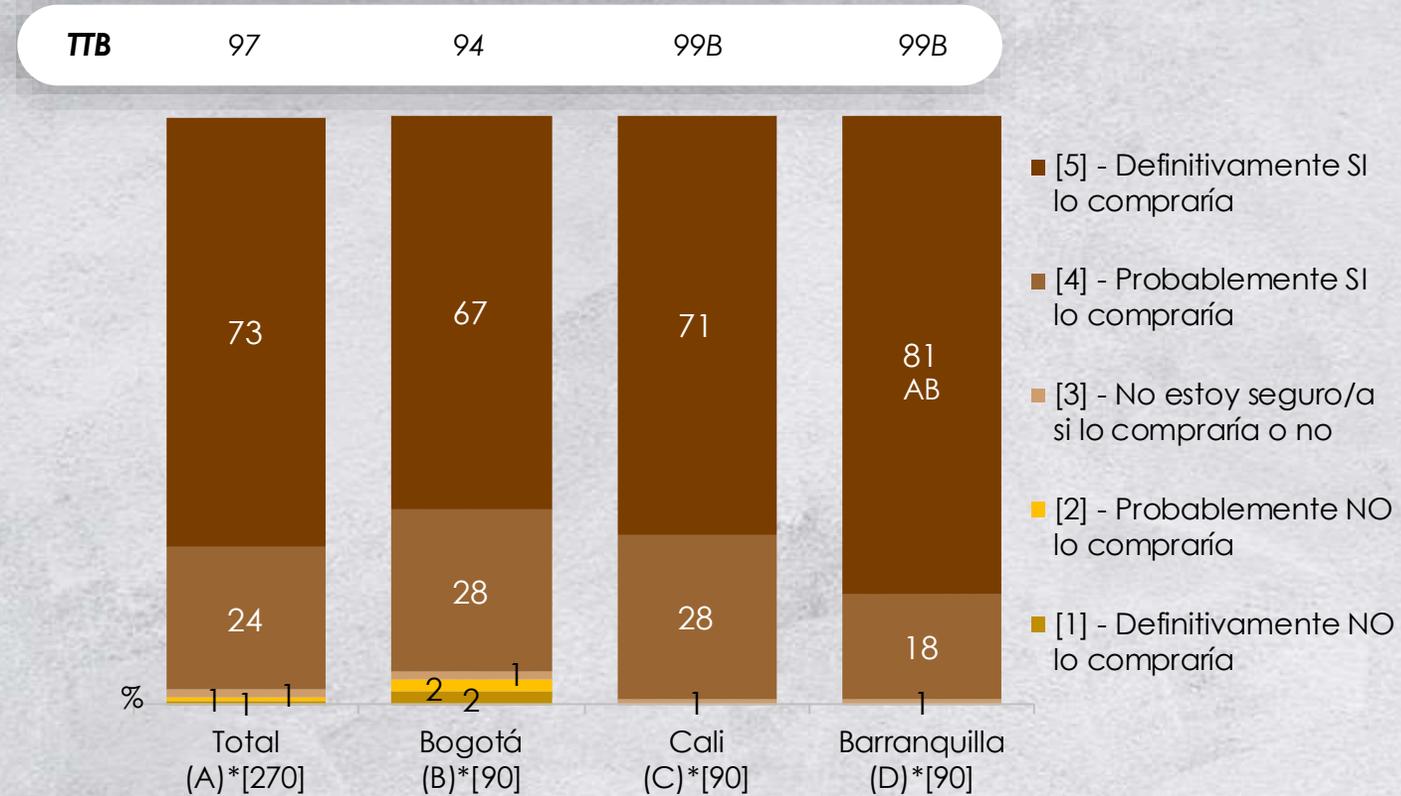


P47. P49. P50. P51. ¿Cómo le parece el nivel de...?

Base: Total encuestados

# Intención de compra

El buen desempeño de la mezcla en todas las fases, se traduce finalmente en una alta intención de compra hacia el producto, particularmente superior en Cali y Barranquilla



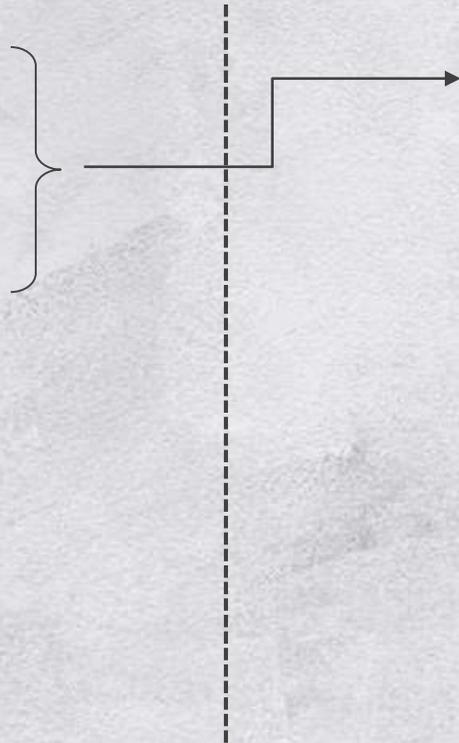
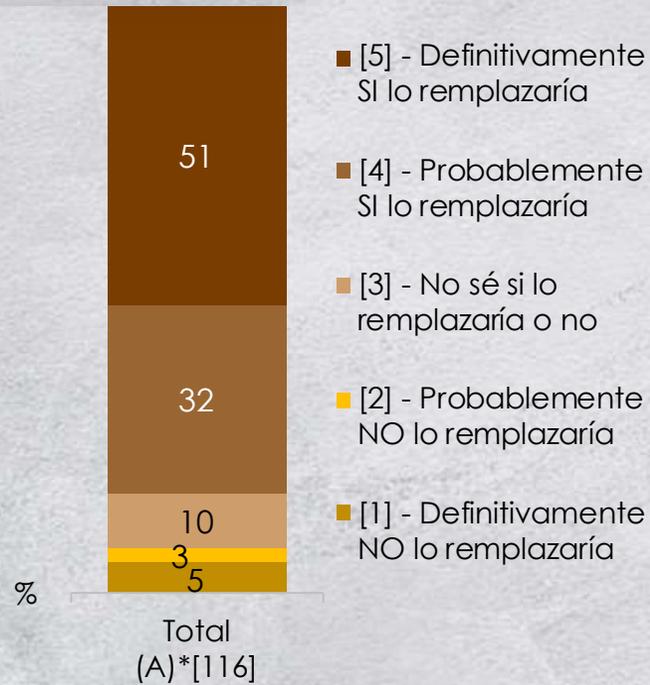
P54. Una vez probada la mezcla para preparar arepas de choclo, ¿qué tan dispuesta estaría a comprar el producto si lo encuentra en el mercado?

Base: Total encuestados

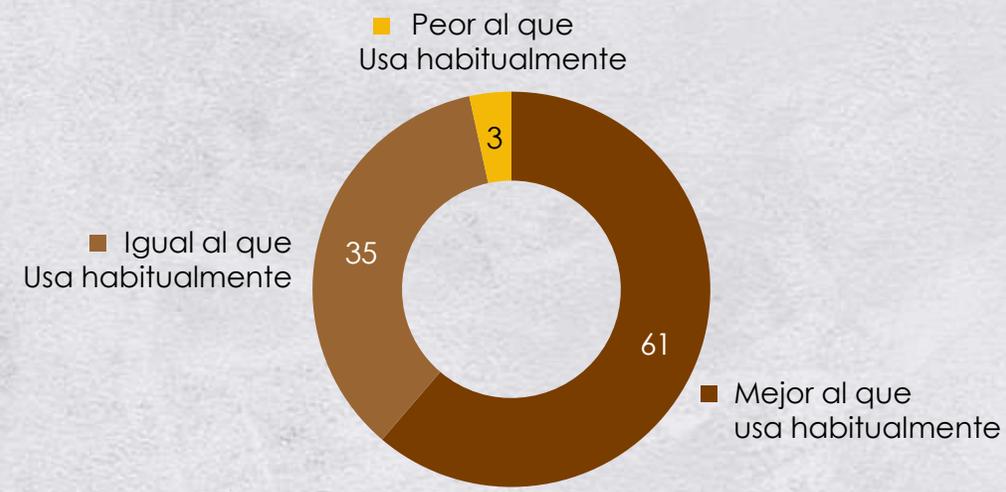
# Intención de reemplazo

Así como en la fase de polvo, hay una alta intención de reemplazar el producto habitual, considerando que este producto evaluado en mejor por 6 de cada 10 consumidoras

**TTB 83**



**P57.** Según estas opciones, usted considera que este producto para hacer arepas de choclo es...



**P55.** Una vez probado el producto, ¿qué tan dispuesta estaría en reemplazar el producto que consume actualmente por esta mezcla que le entregamos?

Base: Total encuestados



Alimentos Polar

# Fit Concepto - Producto

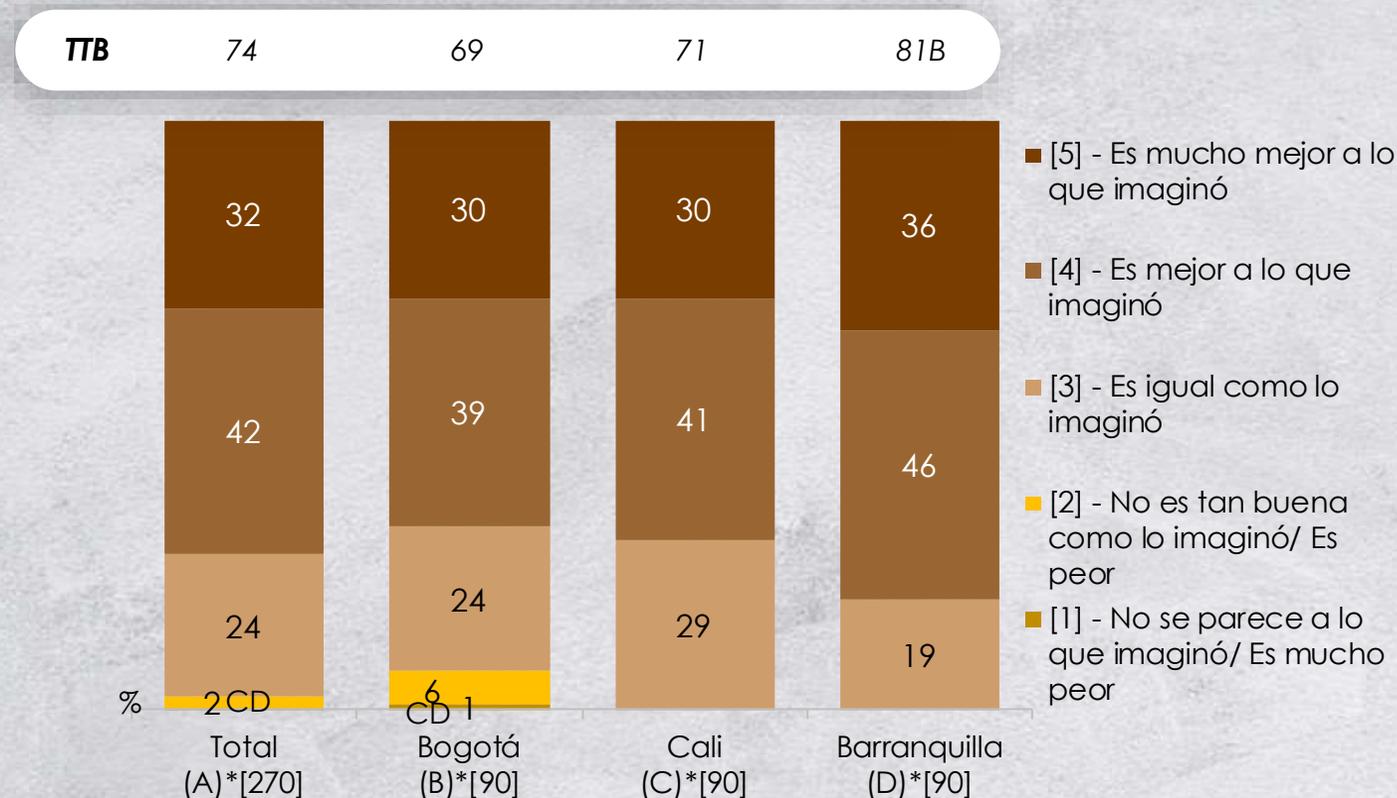


## Hallazgos...

- ❖ La propuesta de valor tiene un muy desempeño, la mezcla utilizada resulta muy alineada con la propuesta de la idea que ofrece el producto desde su concepto
- ❖ 9 de cada 10 consumidoras están satisfechas con lo ofrecido en el concepto y el resultado obtenido durante el proceso de preparación, encontrando que la experiencia es mejor o igual a lo esperado

# Experiencia vs. Expectativa

Al final de la evaluación, para 7 de cada 10 consumidoras el uso de la mezcla resulta superior a lo imaginado desde la propuesta de la idea inicial. El producto cumple con lo esperado

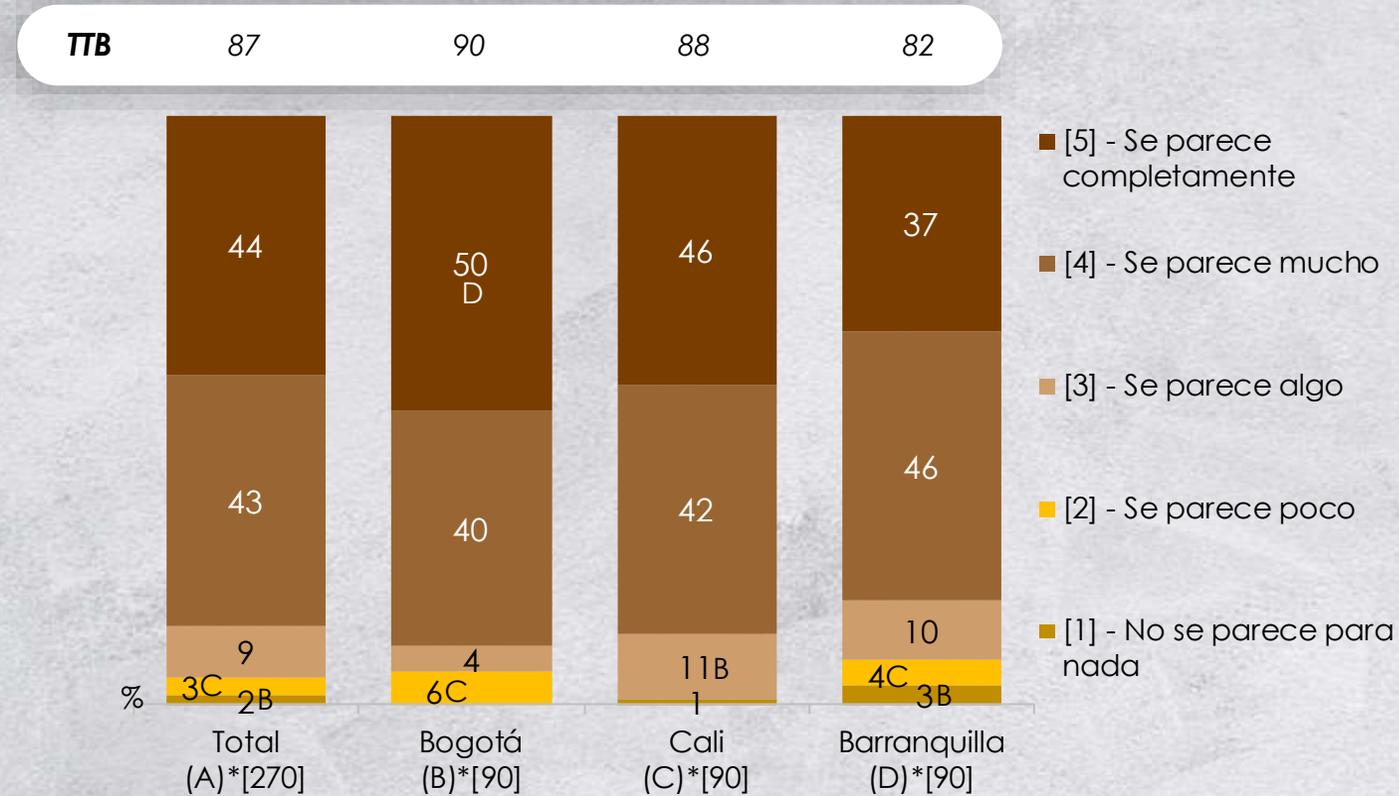


P60. Luego de haber usado la mezcla y en comparación con el concepto que acabamos de ver nuevamente, considera usted que el la mezcla que probó es...

Base: Total encuestados

# Fit Concepto vs. Producto

En línea con lo anterior, la mezcla utilizada resulta muy alineada con la propuesta de la idea que ofrece el producto desde su concepto

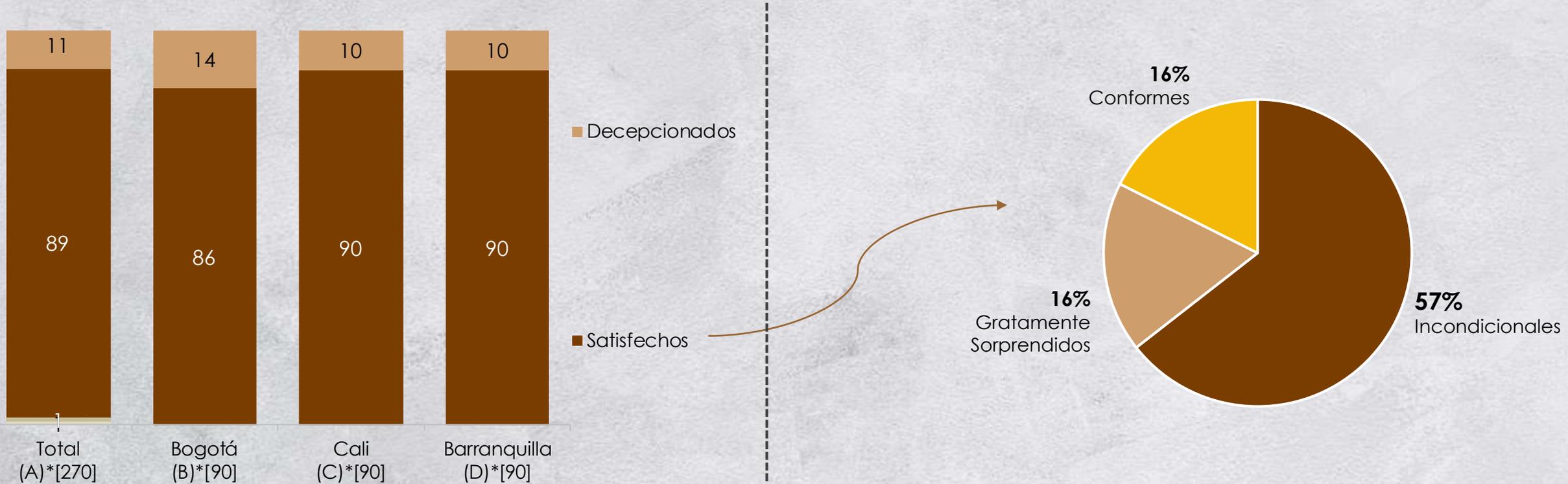


P59. ¿Qué tanto se parece esta mezcla para hacer arepas de choclo que utilizó con la descripción que acabamos de ver y que vimos en el primer contacto?

Base: Total encuestados

# Concept Product Match

9 de cada 10 consumidoras al final están satisfechas con lo ofrecido en el concepto y el resultado obtenido durante el proceso de preparación, encontrando que la experiencia es mejor o igual a lo esperado



Base: Total encuestados



Alimentos Polar

# Evaluación de empaque

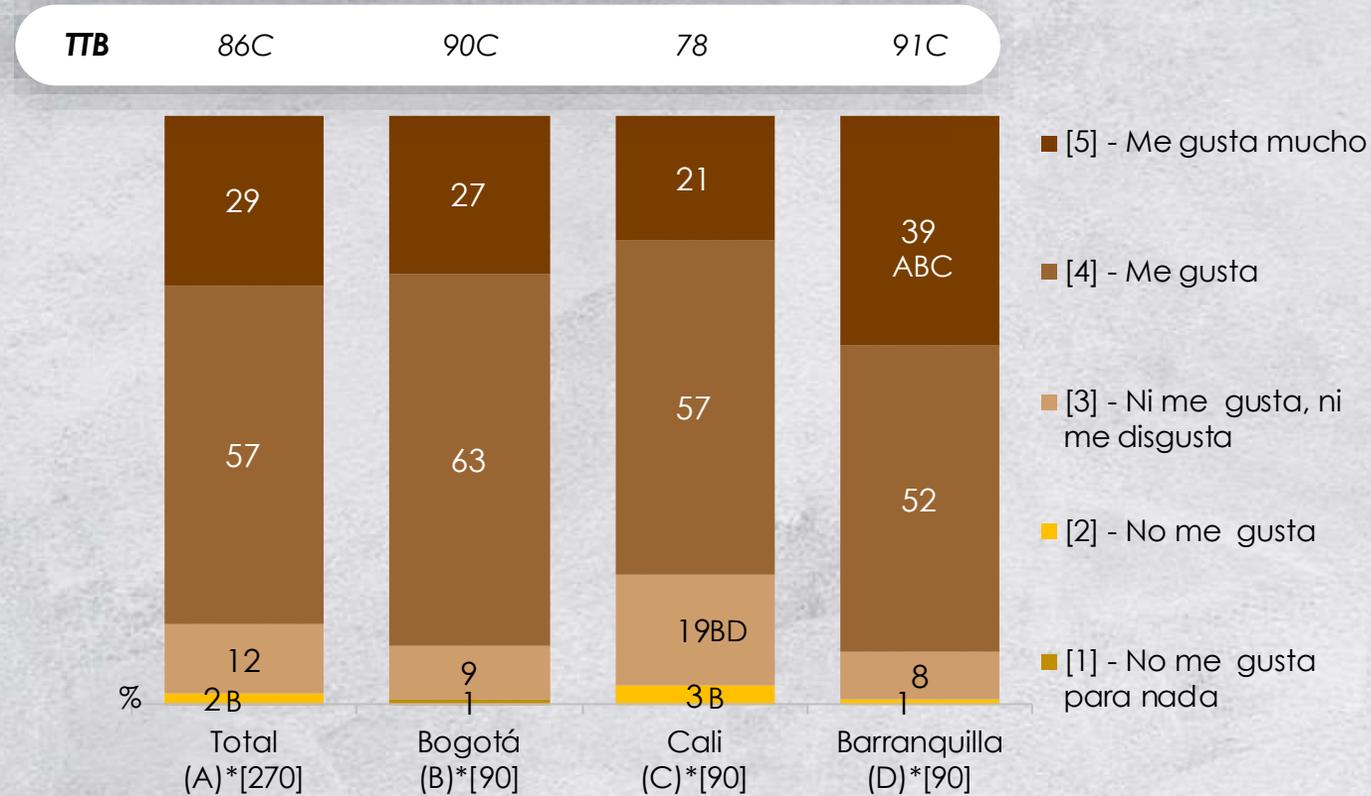


## Hallazgos...

- ❖ El empaque es agradable (un poco menos en Cali). Los aspectos más agradables, es que tiene colores e imágenes llamativas, al igual que su sistema de cierre permite sellarlo y proteger el producto. Aunque las menciones de disgustos son bajas, los colores y los puntos blancos son el aspecto más mencionado.
- ❖ El fit de toda la propuesta “empaque + concepto + producto” es muy alta (más en Barranquilla), aunque comparado con el fit observado entre “concepto + producto”, hay una ligera reducción, lo que sugiere que eventualmente el empaque podría ser susceptible de pequeños ajustes.
- ❖ Aunque la intención de compra de la oferta total con precio es alta, ésta se erosiona un poco y es inferior a la intención de compra en fases de concepto y de producto, dado que la expectativa es que el precio sea algo menor (\$5,200) al estimado de \$5,900.

# Agrado general

El empaque es agradable, aunque en Cali son un poco más críticos y encuentran un poco menos de agrado que en Bogotá y Barranquilla

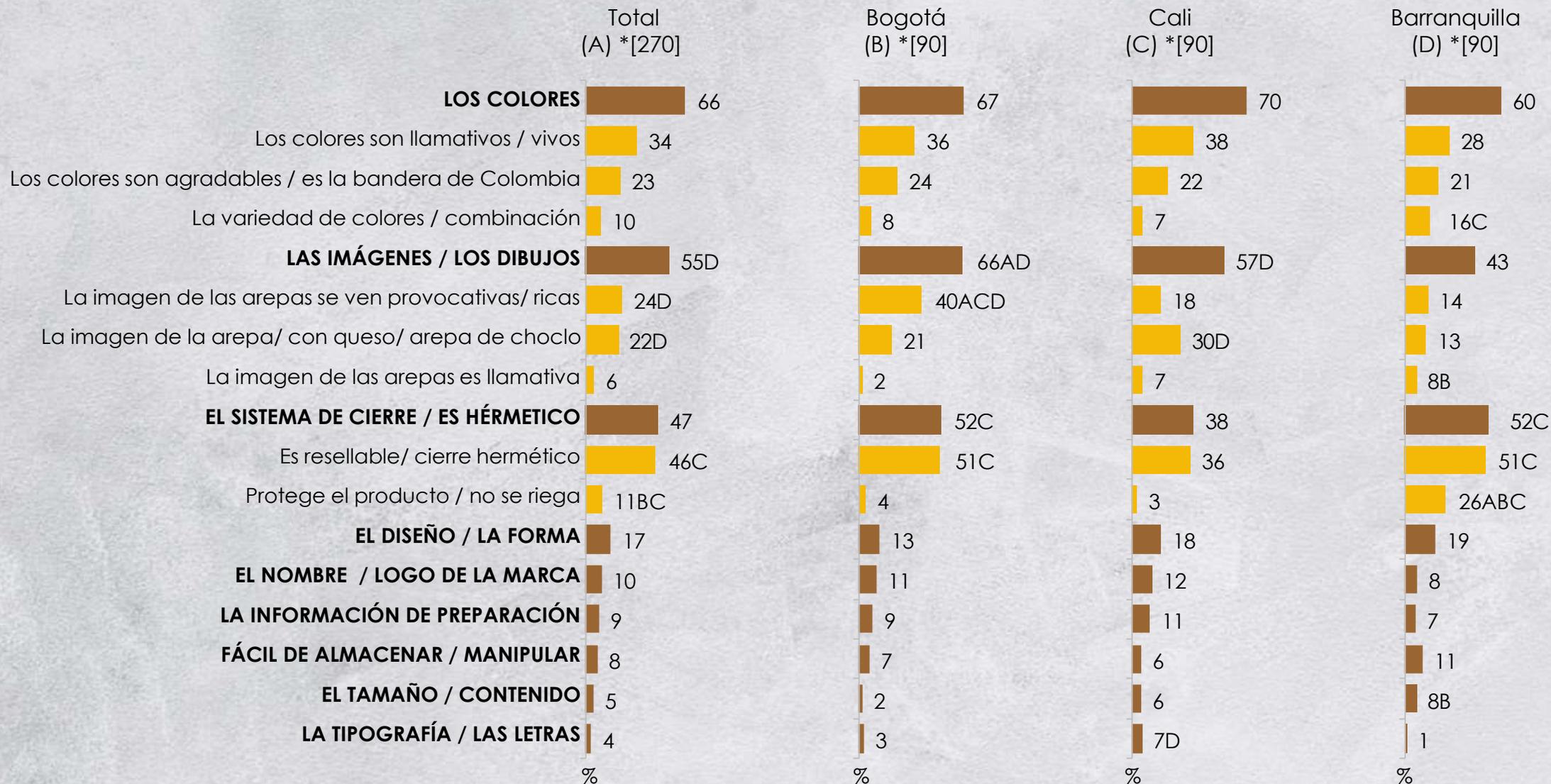


P61. ¿Podría decirme qué tanto le gusta el empaque que acaba de ver?

Base: Total encuestados

# Razones de agrado

Los aspectos más agradables del empaque, es que en general tiene unos colores y unas imágenes muy llamativas, al igual que si sistema de cierre permite sellarlo y proteger el producto

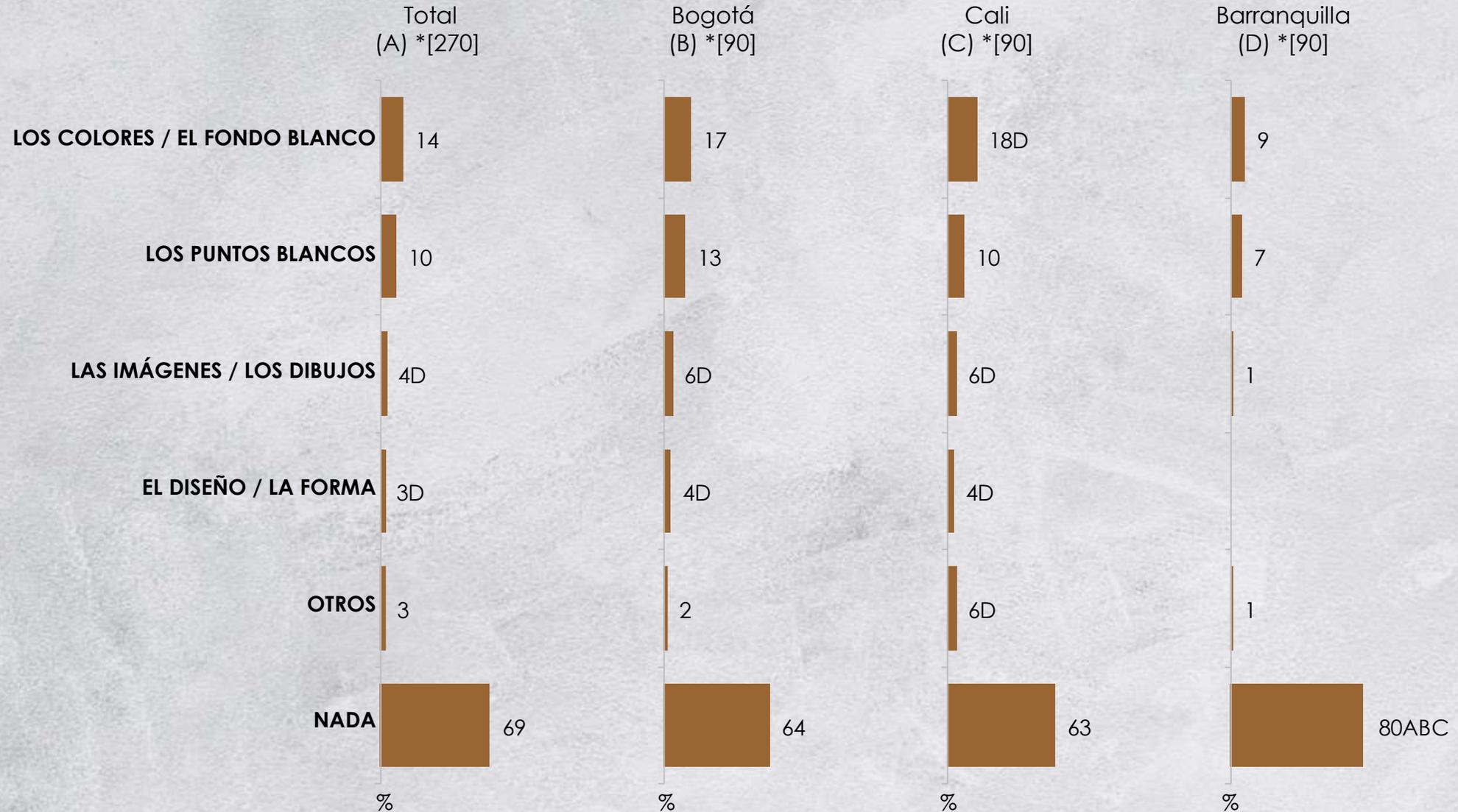


P62. ¿Qué es lo que MÁS LE GUSTA del empaque?

Base: Total encuestados

# Razones de desagrado

Aunque las menciones de disgustos son bajas en general, los colores y los puntos blancos son el aspecto con más menciones, especialmente en Cali

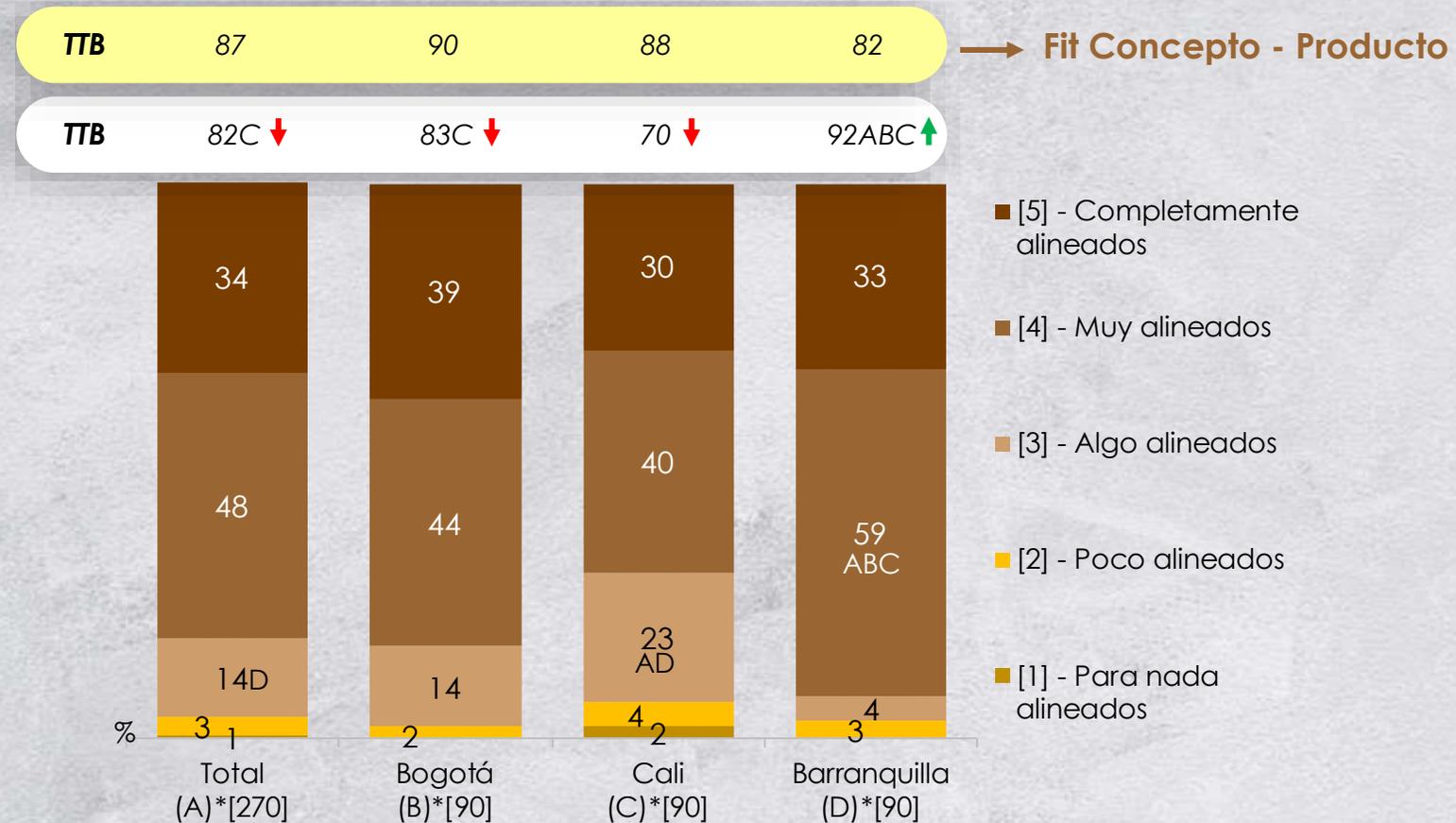


P63. ¿Qué es lo que MENOS LE GUSTA del empaque?

Base: Total encuestados

# Fit Empaque – Concepto - Producto

El fit de toda la propuesta “empaque + concepto + producto” es muy alta (especialmente en Barranquilla). Comparado con el fit observado entre “concepto + producto”, hay una ligera reducción (excepto en Barranquilla). Esto sugiere que eventualmente los puntos y el fondo blanco, podrían ajustarse ligeramente para tratar de mantener el fit de toda la propuesta un poco más alto

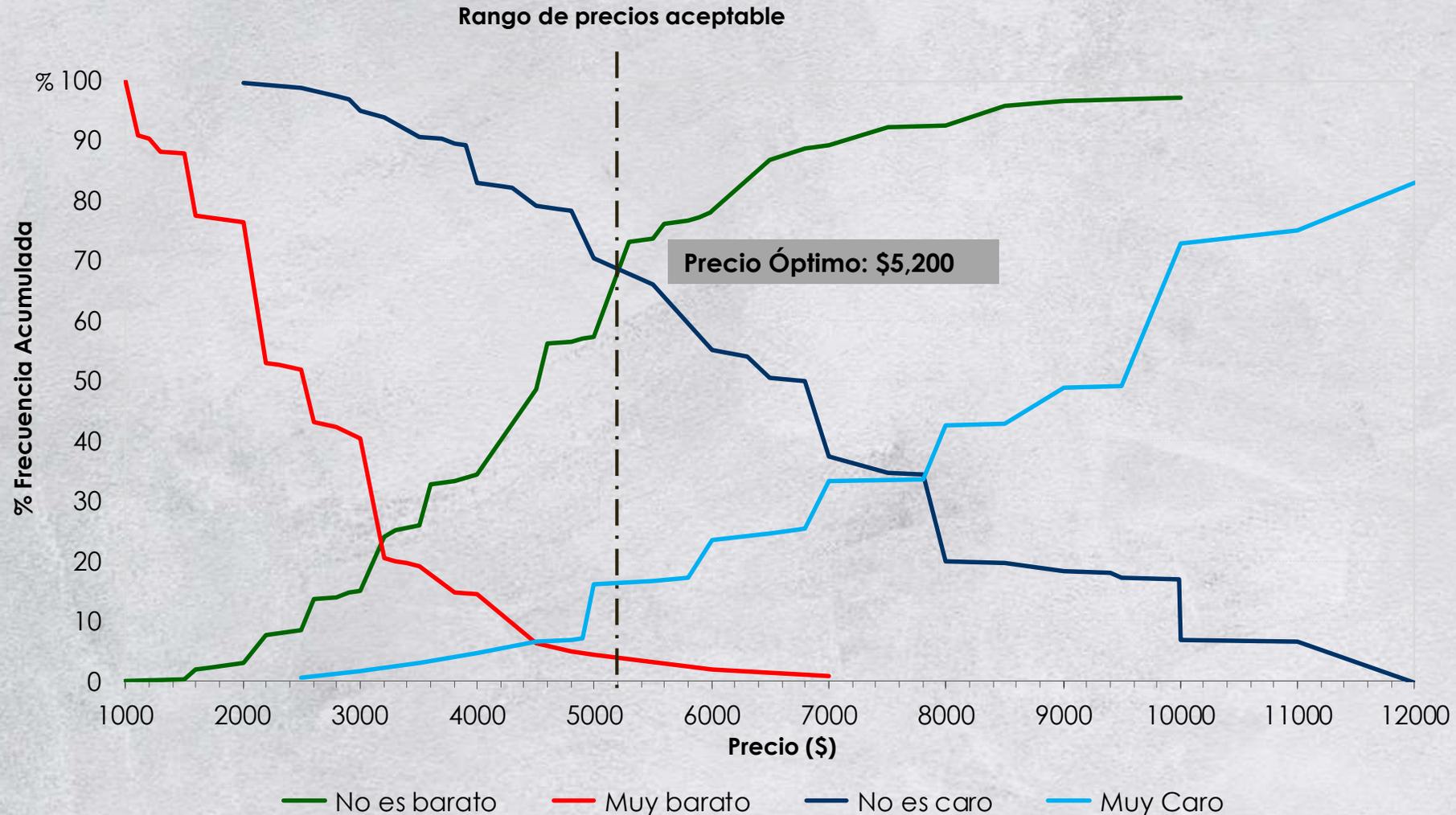


**P64.** Teniendo en cuenta el empaque que observó, la descripción que vio y el producto que probó, ¿Qué tan alineados están, qué tanto se ajustan?

Base: Total encuestados

# Percepción de precio – Total Muestra Van Westendorp

El precio óptimo es inferior al precio estimado. Sin embargo, el precio estimado se mantiene dentro de rango aceptable de precios

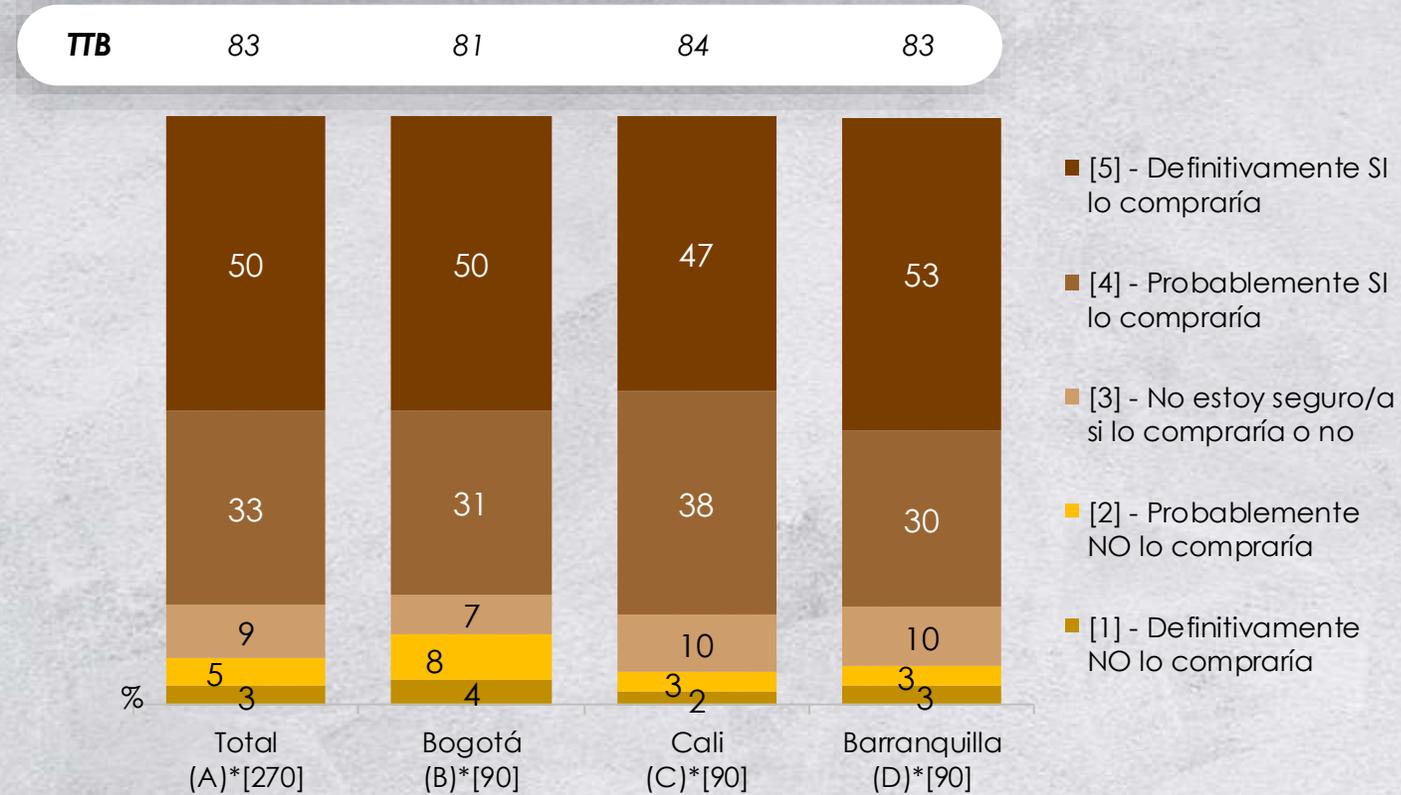


P66, 67, 68, 69. ¿Cuál es el precio que considera... para este producto?

Base: Total encuestados

# Intención de compra \$5,900

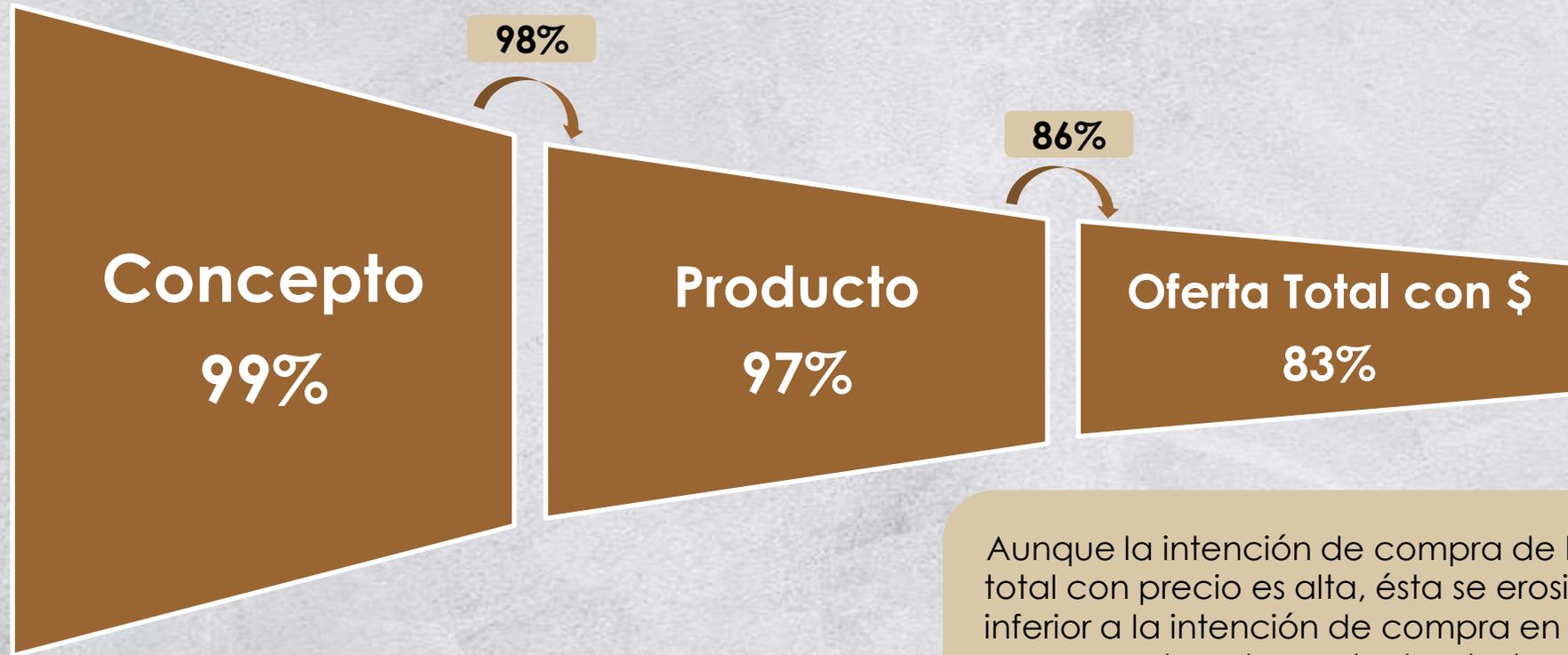
Dado que el precio óptimo resulta algo inferior al precio estimado, la intención de compra disminuye con respecto a la intención de compra en fases anteriores



**P70.** ¿Qué tan interesada estaría en comprar la mezcla para hacer arepas de choclo que le entregamos en una presentación de 900 gr por un valor de COP \$5.900...?

Base: Total encuestados

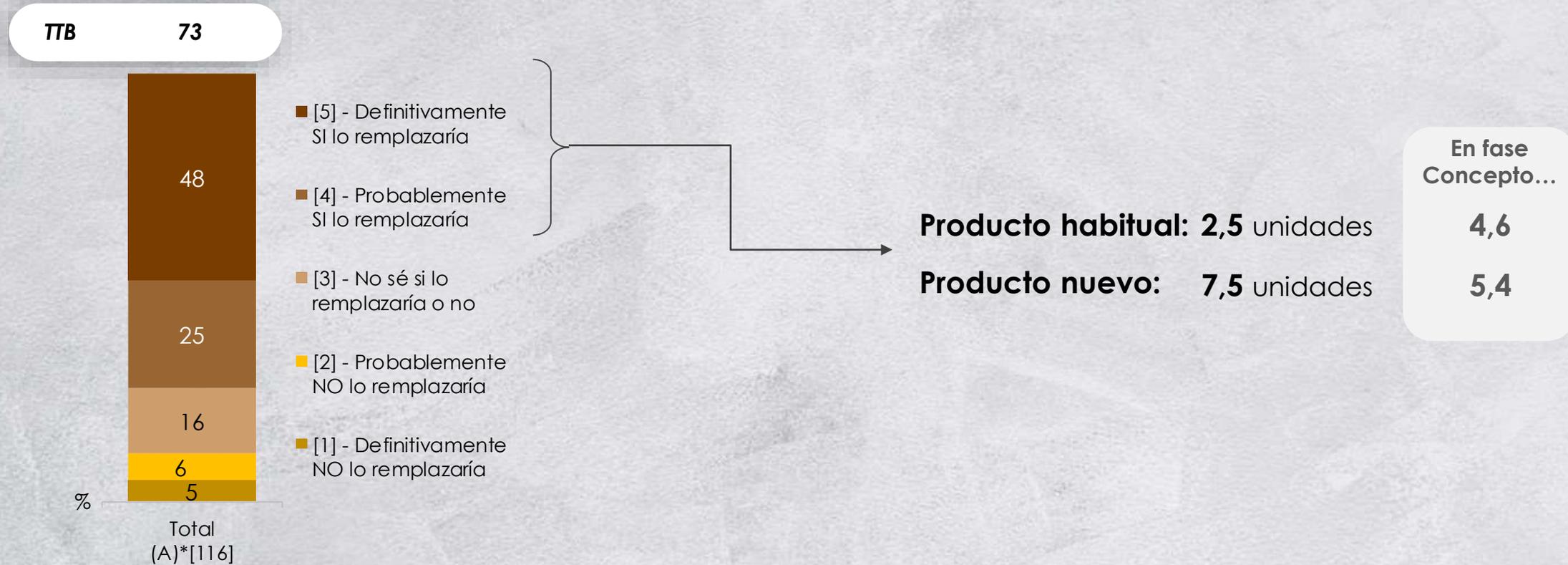
# Funnel de Intención de compra



Aunque la intención de compra de la oferta total con precio es alta, ésta se erosiona y es inferior a la intención de compra en fases de concepto y de producto, dado que la expectativa es que el precio óptimo sea menor al estimado de \$5,900.

# Intención de reemplazo

La intención de reemplazo se mantiene alta y es superior a la expresada en la etapa de concepto. La intención mejora a pesar de la expectativa de un precio menor



**P71** Una vez probado el producto, ¿qué tan dispuesta estaría en reemplazar el producto que consume actualmente por la mezcla que se le entregó, en una presentación de 900 gr por un valor de COP \$5.900...?

Base: Total encuestados

## En conclusión...

- ❖ La mezcla para preparar arepas de choclo tiene un desempeño sobresaliente en sus diferentes etapas:
  - El concepto es agradable, creíble y diferente. Lo que más se valora, es la facilidad y rapidez para preparar y que no requiere usar muchos ingredientes
  - La mezcla tiene un perfil muy agradable y balanceado en todos sus aspectos en sus diferentes etapas, desde el polvo seco hasta las arepas ya preparadas
  - Lo anterior se traduce en altísimos niveles de agrado e intención de compra hacia la mezcla evaluada
  - El empaque igualmente genera altos niveles de agrado
- ❖ Se logra un muy buen fit entre el concepto, el producto y el empaque. La experiencia es satisfactoria y la mezcla cumple con lo que ofrece el concepto

## En conclusión...

- ❖ Sin embargo, se identifican algunos puntos específicos que podrían ser susceptibles de revisar para mejorar su aceptación en algunos aspectos específicos:
  - La consistencia de las arepas: un porcentaje importante la percibe suave, algo que probablemente se vaya ajustando con la experiencia en la preparación y el uso del producto o con las cantidades e indicaciones de preparación
  - El precio: aunque el precio estimado está en el rango aceptable, la expectativa es que su precio sea algo inferior. Por esta razón, decrece la intención de compra con toda la oferta completa
  - El empaque: los puntos blancos y la parte con fondo blanco generan algo de disgusto y puede contribuir a que el fit también sea algo menor con toda la oferta completa



*Alimentos Polar*

**GRACIAS!**

