

# Evaluación concepto leche vegetal



Junio 27, 2023



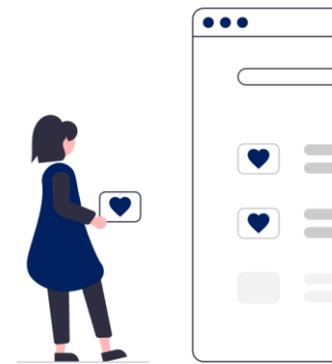
# CALIDAD

Este proyecto fue realizado 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



- Evaluar el concepto de leche vegetal a base de avena Quaker en cuanto a su entendimiento, novedad, beneficios percibidos y credibilidad.
- Explorar entre cuatro alternativas la denominación/nombre de producto que mejor se asocia a los atributos, usos y beneficios del producto ofrecido en el concepto.



# OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Evaluar el **concepto del producto con una de las cuatro denominaciones**, considerando:
  - Entendimiento de la idea
  - Agrado general. Razones
  - Elementos de agrado y desagrado
  - Principales beneficios del producto
  - Diferenciación vs lo existente en el mercado
  - ¿Qué hace diferente a este producto?
  - Credibilidad. Razones
  - Relevancia del producto
  - Target proyectado
  - Ocasiones y frecuencia de consumo proyectado
  - Intención de compra. Razones
  - Intención de alternar o reemplazar su producto actual
2. Explorar sobre **otras alternativas de denominaciones/nombre de producto**, en función de:
  - Indagar sobre fit entre cada una de las denominaciones y el concepto
  - Indagar sobre aspectos positivos, aspectos negativos
  - Mejor alternativa. Razones

# TARGET



Mujeres responsables de la decisión de compra y de la preparación de los alimentos en sus hogares.

3 – 4/5  
**NSE**

30-40 años  
**EDAD**

Bogotá y B/quilla  
**CIUDAD**



**Grupo 1:** Compradoras y consumidoras de leches vegetales de cualquier tipo (soya, almendra, avena, etc.), con una frecuencia de consumo de al menos 1 vez por semana.



**Grupo 2:** Compradoras y consumidoras de leche de vaca, con una frecuencia de consumo de al menos 3 veces por semana.

# FICHA TÉCNICA



## Metodología de recolección:

Cualitativa a través de focus groups virtuales.



## Marco muestral y tipo de muestreo:

N.A.



## Controles de calidad :

- Filtro de reclutamiento incluyendo características del target y tiempo de participación en proyectos anteriores, control de pre-asistencia y validación de información.
- Consulta de participantes en la base inter-agencias de ACEI.
- Supervisión indirecta a entrevistadores por parte de un par.



## Método de selección del target:

Por reclutadores, referenciación.



## Alcance del instrumento:

Cubrimiento de objetivos.



## Duración del instrumento:

1 hora y 30 minutos.



## Muestra:

8 focus groups.



## Número de participantes:

Total ► 46 participantes.



## Fecha de trabajo de campo

6 al 13 de junio de 2023.



## Incentivos

Efectivo a través de billeteras virtuales.



## Número de investigadores:

Uno (1).

## Material utilizado



Guía de sesión.

# FICHA TÉCNICA



## 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.



## Procesamiento de datos

Mediante análisis de contenido de la información levantada durante el trabajo de campo, y a partir del mismo se desarrolla el informe de resultados .



## 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.

\*Los resultados de esta investigación no son extrapolables a la población en su totalidad, debido al mecanismo de selección y tamaño de la muestra, así como, al carácter netamente cualitativo de los métodos de levantamiento de información.



# MUESTRA



| NSE Grupo                                      | Bogotá              |                     | Barranquilla        |                     | Total    |
|--|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------|
|  | 3                   | 4/5                 | 3                   | 4/5                 |          |
| Compradoras y consumidoras de leches vegetales | 1 (6 participantes) | 1 (6 participantes) | 1 (5 participantes) | 1 (6 participantes) | 4        |
| Compradoras y consumidoras de leche de vaca    | 1 (5 participantes) | 1 (6 participantes) | 1 (5 participantes) | 1 (6 participantes) | 4        |
| <b>Total</b>                                   | <b>2</b>            | <b>2</b>            | <b>2</b>            | <b>2</b>            | <b>8</b> |



# Esquema de análisis

- EVALUACIÓN DE CONCEPTO.
  - EVALUACIÓN DE ALTERNATIVAS DE NOMBRE.
  - CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES
  - ANEXO (EJERCICIO INDIVIDUAL)
- 

# RESULTADOS



A glass bottle of oat milk is the central focus, sitting on a wooden cutting board. The board is surrounded by oat grains and stalks, suggesting a natural, wholesome product. The background is a light, neutral color. A dark blue, wavy graphic element is on the left side of the image, containing the text.

# EVALUACIÓN DE CONCEPTO



## CONCEPTO EVALUADO

*Quaker presenta una nueva forma de tomar leche: la nueva bebida vegetal a base de avena.*

*La nueva bebida vegetal a base de avena Quaker es deliciosa y cremosa. Tiene un delicioso sabor que va bien con todo: sola, en el café, en el cereal, en las recetas. Y lo mejor ¡es Quaker!*

*Además, le encanta a toda la familia: desde los niños hasta los abuelitos.*

*La bebida vegetal a base de avena Quaker es la nueva alternativa a la leche de vaca*



## Concepto evaluado

El concepto despierta amplia receptividad, es **claro, directo y genera una fuerte recordación**.

Es evidente el tipo de producto del que se está hablando, utilizándose diferentes descriptores como “leche de avena”, “bebida vegetal de avena” o “bebida a base de avena”.

Es **entendido claramente** el componente puramente vegetal del producto, es decir una bebida que no tiene leche de vaca o de origen animal, y resulta completamente creíble lo expuesto por el concepto.

*“Quaker ahora tiene un nuevo producto que es una leche, no contiene lactosa, obviamente, es de origen vegetal, que es de avena”*





# A nivel de discusión, se reafirman y profundizan las bondades encontradas en el ejercicio inicial:

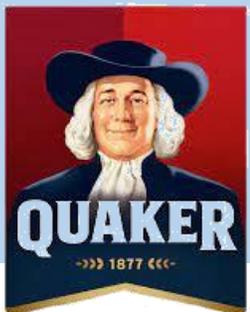


Son cuatro los aspectos que principalmente se destacan y sustentan la aceptación y acogida frente a la idea:

1

Ingrediente principal, AVENA cereal altamente familiar, cercano y de frecuente consumo, que tiene bondades importantes, heredadas por el producto del concepto

Marca QUAKER



Genera **confianza y credibilidad**, además de estimular el acercamiento frente al nuevo producto.

2

Beneficios y características descritas.



3

Carácter novedoso y diferencial dentro de la categoría



4



## Ingrediente principal, AVENA a la que se le vinculan como principales bondades:

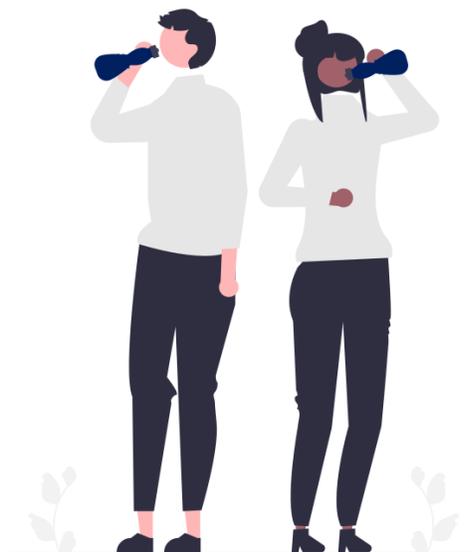


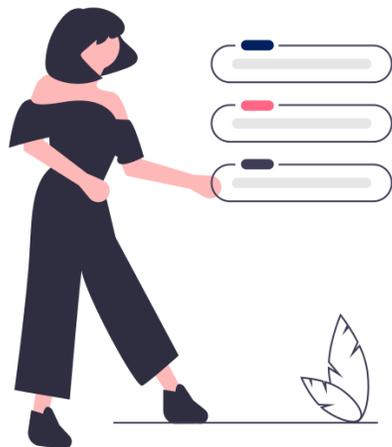
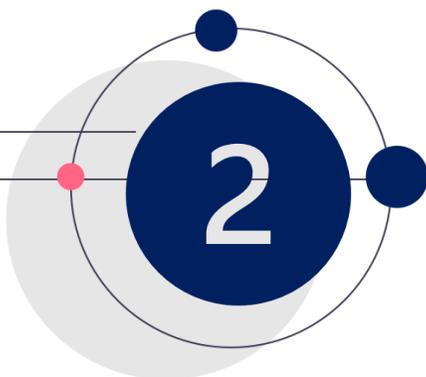
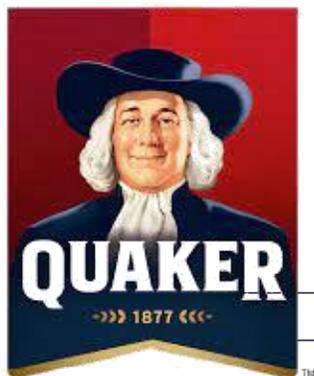
- ✓ Es natural y nutritiva.
- ✓ Saludable por su contenido de fibra: facilita y promueve una mejor digestión, trae beneficios para el colon y mencionado en menor proporción, aporta masa muscular.
- ✓ De agradable sabor.
- ✓ Baja en grasa/ no incide en el aumento de peso.
- ✓ Saciedad: permite espaciar el consumo de alimentos por un buen tiempo.

Con menor frecuencia se menciona:

- ✓ Aporte energético; para antes y después de hacer ejercicio o esfuerzo físico.
- ✓ Cuidado de la piel.

*“Yo me tomo una avena, se supone que no me va a dar hambre seguido, pues se sostiene y equilibra el cuerpo”.*





## Marca QUAKER

- De reconocimiento por su trayectoria, tradición y calidad.
- Líder en la categoría de avenas, denotando un avance y desarrollo / crecimiento a través del producto evaluado.
- Es sólida, confiable, lo que facilita la credibilidad hacia el producto ofrecido .

Importante respaldo y es garantía de los beneficios de consumo.

Favorece la percepción de buen sabor y desempeño organoléptico.

**Tiene alta correlación y coherencia, con la frase del concepto: "Y lo mejor, es QUAKER".**

*"Quaker tiene unos productos muy buenos, por ejemplo, a mi hijo le encanta la colada Quaker, la de fresa le fascina fría o caliente, entonces diría que a alguna amiga se la recomendaría a ojo cerrado, porque debe quedar muy bueno, debe quedar muy cremosa"*



- **Versatilidad**/posibilidad de consumirse de diferentes formas:
  - ✓ Puede ser mezclado con jugos, cereal o café (éste último solo para algunas), de lo cual se derivan además variados usos y preparaciones
  - ✓ Bebida sola: a manera de refrigerio o para darle a los hijos en la tarde.

En algunos casos se menciona como un reemplazo no solo de productos o derivados lácteos sino de otras bebidas como refrescos, gaseosas o jugos.

*“Deliciosa, porque eso es lo que yo quiero, que se pueda combinar con diferentes... con el café, sobre todo, pues para mí es difícil combinar la leche de almendras con el café, no, no, no me entra.”*

### 3

## Beneficios y características descritas.



- **Desempeño organoléptico asignado**: cremosidad y delicioso sabor son relevantes para garantizar una buena experiencia de consumo.

*“Digamos, las otras leches vegetales tienen un cierto sabor, en cambio la avena es como más neutro no deja como...como ese sabor en el retro nasal que es molesto”.*

### 3

## Beneficios y características descritas.

- **Dirigido y adecuado para toda la familia.**



Aun cuando se ve indicado también para **personas intolerantes a la lactosa, no deja de lado que:**

- Es para los **niños** que requieren del aporte nutritivo que ofrece la avena. Resulta altamente relevante en el caso de hijos de consumidores de leches vegetales que rechazan la categoría.
- Su carácter inocuo y saludable lo hace indicado para los **miembros de mayor edad.**
- Es liviano para el organismo y se digiere fácilmente.
- La avena es un cereal aceptado y de agrado **para toda la familia.**



*“Dice que le encanta a toda la familia, es decir, desde el niño, el adolescente, el adulto y hasta los abuelitos, o sea me parece súper muy bien esa frase”*

Principalmente entre no consumidoras de la categoría, **logra sobreponerse al imaginario que despiertan las leches vegetales**, donde se considera que son **dirigidas y apropiadas para personas intolerantes a la lactosa, enfermos, adultos o personas que son excesivamente cuidadosas en su alimentación.**

# 4

## Su carácter novedoso:



Nueva alternativa a la leche de vaca → Es una opción más para quienes desean alternar o reemplazar la leche de vaca por una bebida con el sabor agradable y ampliamente aceptado de la avena.



Invita a salirse de lo tradicional y buscar nuevas alternativas de productos naturales (sin aditivos químicos) y saludables como la avena, opción de bebida vegetal de muy bajo reconocimiento en el mercado.



*"Digamos lo motiva a uno a comprar ese producto, sería cuando dicen una nueva versión entonces uno dice bueno, una nueva versión, quiero probarlo, quiero saber"*



De manera aislada y en consumidoras de leches vegetales, surge como principal novedad el encontrar una avena lista para su consumo: es práctica, ahorra tiempo de preparación (una minoría la hacen hoy en día en casa).

Igualmente, es una opción interesante para quienes acostumbran a dar bebidas de avena preparadas en casa con leche, brindando facilidad y rapidez.

### La bebida vegetal a base de avena Quaker es la **NUEVA** alternativa a la leche de vaca:

*"Esa si me parece mejor que la frase que está arriba, porque está diciendo es la nueva alternativa a la leche de vaca, mas no es la nueva forma de tomar leche"*



Su carácter novedoso:

**Es diferente a otras bebidas vegetales.**



El carácter novedoso también se destaca en la diferencia del producto vs las leches vegetales que existen en el mercado:

- **Sabor de Avena** más familiar suave/ no invasivo/ neutro / y distinto a las que actualmente se encuentran en el mercado: "Soya, almendras, coco"
- **Su textura cremosa** frente al carácter líquido identificado en las ya existentes. el contenido de avena y su carácter espeso es un RTB importante y de peso para sustentar esta cualidad
- **Sabor delicioso vs sabor insípidos o sabor residual** fuerte de las leches vegetales, lo que afecta la apetitividad, aspectos incluso mencionados dentro de las consumidoras de la categoría
- **En menor proporción se alude a la versatilidad:** posibilidad de mezclarse de diferentes formas y adicionarse a frutas o cereales. Aunque hay mayor distanciamiento frente al consumo con el café, esta opción abre un mayor espectro de consumo especialmente en el segmento de consumidoras de leche vegetal. Se alude a que algunas de las opciones actuales tienen saborizantes (i.e. Vainilla) lo cual afecta la posibilidad de consumir de variadas formas o diferentes preparaciones.

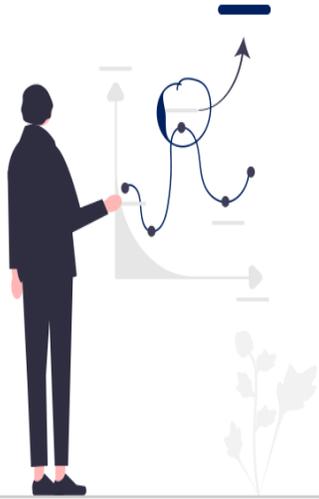
En el concepto se refuerza con:

La nueva bebida vegetal a base de avena es **deliciosa y cremosa.**

+

Tiene un **delicioso sabor que va bien con todo, sola, o en el café, en el cereal, en las recetas.**

## A nivel de desempeño y aceptación frente a las leches vegetales:



El concepto evaluado frente a los existentes tiene como **key benefit** el permitir **cuidar la salud y tener bienestar sin sacrificar el sabor y placer durante el consumo.**

Este insight se deriva de los puntos descritos anteriormente: herencias de la avena: carácter saludable, sabor y alto agrado general.

*“Los componentes son más saludables porque están hechos a base de avena”*

*“ Rica, combina con todo y es para toda la familia”*

Adicionalmente para generar una mayor diferenciación, **entre consumidoras de leches vegetales de Bogotá de estratos 4/5** se mencionan como **expectativas** (que se derivan de la experiencia previa con algunas marcas de leche de almendras):

- ☞ Que tenga **bajo contenido de azúcar y de aditivos o saborizantes artificiales.**
- ☞ Que cuente con un **alto contenido de avena, cercano al 100%** y que de alguna forma se dé a conocer para evitar información engañosa respecto a las propiedades del producto.



**Surge como principal duda por algunas la mezcla resultante del café con la avena, derivado de la experiencia que han tenido con la leche de almendras (incluso quienes no consumen habitualmente la categoría, pero que si la han probado)**

*“Mire que la leche vegetal de almendras no es tan agradable, entonces tendríamos que probarla a ver qué tan bien va combinándola con los alimentos que normalmente nosotros, o con lo que preparamos la leche, algo así como dice la compañera, con el café cómo iría, a ella le da la sensación de que no pegaría mucho, entonces tocaría probar para saber”*

**Adicionalmente, pero solo de manera aislada:**

**Quaker presenta una nueva forma de tomar leche.**



**La nueva bebida vegetal a base de avena.**

- X “Leche” alude en principio a la leche de origen animal.
- X Se considera que una nueva forma de tomar leche es sobredimensionar la experiencia de consumo, en consumidoras de leches vegetales que ya están acostumbradas a hacerlo.

- X Desde el inicio, principalmente para unas pocas consumidoras de la categoría de Bogotá estratos 4/5, aludir a “base de avena” va en contra de las expectativas por encontrar un producto con un contenido del ingrediente principal cercano al 100%.
- X La avena no es un vegetal y por eso se considera poco apropiada esta frase para no consumidoras de la categoría o que no están familiarizadas con el concepto.



*“Aquí por ejemplo a mí me dice que no es 100% de avena, sino es a base de avena, entonces ya me genera como que ¡uy! ¡como qué será! Que trae un poco de avena”*

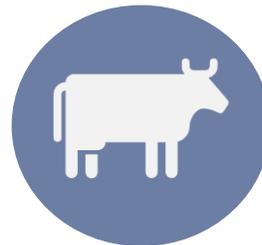
## Respecto al perfil de usuario proyectado:



La bebida vegetal a base de avena es considerada **dirigida a un amplio segmento poblacional** que abarca no solo **cualquier edad** sino **diferentes estratos socio económicos**.



No obstante, se alude **de manera puntual** al hecho de ser **personas que buscan tener y proveer a su familia una alimentación rica, pero al mismo tiempo sana/ saludable y balanceada** para lograr un mayor bienestar y mejor estado físico.



De **manera aislada**, surge como característica, personas **preocupadas por el medio ambiente y que buscan evitar el maltrato animal**.

# Intención de compra



Aunque hay en la mayoría una positiva intención de prueba y compra del producto, se encuentran algunas diferencias:



Particularmente entre **consumidoras de leche de vaca**, surgen **dos grupos de opinión**:

## Mayor proporción: Concedoras y no rechazadoras de las leches vegetales

**Positiva intención de prueba** apalancada fundamentalmente en:

- El diferencial a nivel de **cremosidad y sabor**.
- Los nutrientes, carácter saludable y alimenticio de la avena para niños y adultos.

Las bebidas vegetales son vistas como **opción saludable** que puede llegar a formar parte de su alimentación.

Sin embargo, en este caso para la mayoría el **reemplazo sería gradual**.

- **Para verificar la aceptación general de los hijos y esposo.**
- En menor medida, **seguirían comprando y consumiendo ocasionalmente leche de vaca, la cual tiene componentes y beneficios que no encuentran en las bebidas de origen vegetal:** grasa, lactosa, calcio, de importancia especialmente en los niños.

## Una minoría: Las más distantes a las bebidas vegetales

Manifiestan rechazo frente al sabor, textura y nivel de dulce de las bebidas vegetales, por lo cual se muestran más reticentes a la prueba y compra del producto, con un poco más de fuerza en Bogotá.

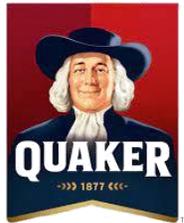
Atribuyen el uso de leches vegetales de manera casi exclusiva para personas con dificultades digestivas o de salud, por lo cual encuentran en estas situaciones los principales desencadenantes de prueba y /o consumo.

## Intención de compra entre consumidoras actuales de bebidas vegetales



Muestran una **respuesta más contundente y segura frente a la intención de prueba y consumo** basadas en:

El respaldo, seguridad y confianza que estimula **QUAKER.**



La **familiaridad y aceptación frente a la avena entre los diferentes miembros de la familia:** mayor acogida y mejor respuesta especialmente en el segmento infantil.



El **mejor desempeño organoléptico** a nivel de sabor y textura.

Posibilidad de hacer **mayor cantidad de combinaciones y preparaciones** que con la bebida vegetal que consumen en la actualidad.

De manera aislada, **se espera que el precio del producto sea menor al de bebidas de almendras.** Han constatado que la avena es de menor de costo (frente a la almendra) como insumo principal.

*“Nosotros somos consumidores de leche vegetal, entonces puede cambiar unas marcas, hay algunas que no son tan buenas, yo me migro a Quaker y de una, claro sin pensarlo porque me da una marca que me representa calidad y la voy a probar”*



Tiene una especial fuerza el consumo en **4 momentos principales**:

## DESAYUNO:

- Sola como bebida, acompañada de huevos, arepa o pan.
- Para preparar el chocolate o con modificadores de leche como Milo.
- Con cereal y fruta: se adicionaría en reemplazo de la leche.

## MERIENDA

- Acompañada de sánduches o galletas.
- Como bebida refrescante cuando los hijos llegan del colegio.
- Otros acompañantes: pandebono, empanadas, arepa, granola.

Cabe señalar que, para algunas, surge como un reemplazo en los momentos en que consumen frescos o bebidas de avena, en tanto obtienen mayor practicidad y facilidad de preparación.

## ANTES O DESPUES DE LA ACTIVIDAD FÍSICA

- Para los hijos deportistas.
- Después de hacer actividad física.
- En batidos de frutas donde surge como ventaja el no tener que adicionar la avena.

## CENAS O COMIDAS LIGERA:

- Acompañada de sánduches, galletas. .



*“Yo lo podría combinar en un desayuno la bebida de almendras con frutica, con cereales, y hay algo adicional de las que somos mamás, que creo que todas acá somos mamás, cuando los niños empiezan con procesos respiratorios enfermedades los pediatras por lo general les prohíben la leche de vaca, entonces ahí vendría el reemplazo de esta bebida láctea”*

## Ocasiones y momentos de consumo



Particularmente entre **consumidoras de leche vegetal**, más cercanas a la categoría, además de los consumos en desayunos y meriendas, **surgen otros espacios:**



**Preparación de alimentos** como sopas, cremas, salsas y postres (cupcakes, tortas):

Sería un reemplazo definitivo de la leche de vaca y de las leches vegetales que consumen actualmente en función de:

- La **innovación, diferenciación. sabor y cremosidad** que tienen frente a las que hoy conocen.
- Carácter **saludable**, contenido de fibra y bajo o nulo contenido de grasa.



*“La leche de almendras tiene un sabor muy fuerte, no suele gustar igual que la de soya. Pues yo la tomo porque digamos ya me acostumbré a eso, pero para poder adaptar a mi familia sería mucho más fácil con la de avena”*

*“Incluso también para preparaciones del almuerzo, no sé alguna torta o algo así, también si se requiere el líquido, yo también he manejado la leche vegetal y le cambia entonces – también lo aplicaría para la preparación como tal”.*

*“No, pues que también sería rico de pronto para mi hijo, para que vaya aprendiendo a querer ese sabor, de pronto con los cupcakes, de pronto ya no se le echa leche de vaca, sino esa leche como para que él vaya pues conociendo más ese sabor. A él le encanta la avena, a mí me encanta la avena como sea”*

# EVALUACIÓN DE DENOMINACIONES



## Denominaciones evaluadas:



- ✓ BEBIDA VEGETAL DE AVENA
- ✓ BEBIDA VEGETAL A BASE DE AVENA
- ✗ BEBIDA DE AVENA
- ✗ BEBIDA A BASE DE AVENA

De mayor aceptación, aun cuando, se dividen las opiniones en algunos grupos, por lo cual vale la pena establecer los pros y contras de cada una de estas denominaciones...

Logran baja valoración y poca afinidad con el concepto bajo estudio



## BEBIDA **VEGETAL** DE AVENA:

- ✓ Es de **fácil recordación**: es un nombre más **corto, directo y no genera mayores dudas o confusión** en relación con el tipo de producto y su ubicación la categoría.
- ✓ Alude a un **alto nivel de pureza y concentración: 100% AVENA**.
- ✓ En este sentido, el nombre o descriptor es en sí mismo un RTB de gran relevancia para comunicar o **transmitir aspectos como cremosidad y apetitosidad, dolores importantes para el consumidor actual y potencial de bebidas vegetales**.
- ✗ El contenido **100% de avena puede constituir una sobrepromesa para el producto**. En caso de no ser cumplida puede generar un alto nivel de insatisfacción o rechazo entre las consumidoras potenciales.

## BEBIDA **VEGETAL** A BASE DE AVENA:

- ✓ Se percibe como **una bebida completa, en donde la Avena se configura como el principal ingrediente más no como el único** → presencia de otros nutrientes
- ✓ **Logra comunicar eficientemente beneficios organolépticos** del concepto como cremosidad, y delicioso sabor
- ✓ **Permite mayor variedad de combinaciones** y preparaciones en función de considerar que la avena es parte de la bebida, pero está mezclado con otros ingredientes que ofrecen mayor versatilidad al momento de combinarse con otros alimentos
- ✓ Sin perder los beneficios nutritivos y alimenticios del cereal, el hecho de percibirse “menos concentrada y pura” **la saca del contexto de las avenas líquidas listas** para ser consumidas. Abre un espacio y categoría diferente
- ✗ Deja un espacio abierto para considerar que **tiene incluidos otros ingredientes base que pueden afectar algunos beneficios** (carácter inocuo, buen sabor e incluso contenido lácteo).
- ✗ **Afecta la percepción de cremosidad** al percibirlo con una textura más líquida.
- ✗ **Desvirtúa la pureza y naturalidad esperada**.



El término Vegetal, conserva la percepción de naturalidad y carácter saludable del producto y además lo ubica de manera puntual en la categoría

Pese al carácter positivo asignado, se encuentran en casos aislados como principales barreras:

- X La alusión a vegetal puede traer consigo **confusiones respecto a otros contenidos del producto** (contenido de otros ingredientes vegetales)
- X Al denominarse como **bebida vegetal** puede **distanciar y afectar el consumo del segmento infantil**.
- X Al aludir a bebida vegetal **se desvirtúa la cremosidad** descrita en el concepto y de gran aceptación para la mayoría

## BEBIDA A BASE DE AVENA



### Obtiene baja valoración y baja coherencia con el concepto:

Es **poco impactante**. Es una descripción **muy general** que carece de elementos que definan claramente la bebida, su posicionamiento diferencial y beneficios.

En este sentido, evidencia un riesgo importante, en tanto se desvirtúan atributos de gran relevancia y que son diferenciales de gran atractivo en el contexto competitivo:

- ✗ La avena es **un componente** → lleva a pensar en menor concentración de avena, donde se deriva adición de agua o **de leche** que desvirtúan la pureza e inocuidad del producto.
- ✗ Bebida **más líquida**, en contraposición a uno de los principales beneficios identificados en el concepto: cremosidad y buen sabor.
- ✗ Para usuarias de la categoría y algunas no usuarias, no puntualiza su carácter vegetal **perdiendo fuerza dentro del contexto competitivo**: requiere enmarcarse en el segmento BEBIDAS VEGETALES.
- ✗ Para algunas es una bebida más de avena, **muy similar a las que existen actualmente en el mercado**.
- ✗ De forma **aislada evoca un "polvo de avena" para preparar**.

*"No están diciendo de qué es la bebida, dicen que tiene avena, pero no sabemos si es leche o un refresco"*

Solo en algunos casos se encuentran como aspectos positivos básicamente en consumidoras de leche de vaca de estrato 3 de Bogotá:

- ✓ Da prioridad y relevancia al contenido de avena sobre otros tipos de contenido.
- ✓ Permite mayor variedad de combinaciones y preparaciones en función de considerar que la avena es parte de la bebida, pero está mezclado con otros ingredientes que ofrecen mayor versatilidad al momento de combinarse con otros alimentos.

*"Porque siento el vegetal como que sobra, o sea, exacto, si yo la quiero combinar con muchas comidas, esa palabra vegetal para mi sobra".*



### Es el descriptor o nombre de menor aceptación y coherencia con el concepto:

- X La simpleza o sencillez **le resta innovación o impacto, se percibe común y muy similar a las bebidas de avena o avenas listas para consumir existentes** en el mercado (i.e. Avena Alpina, Finesse), limitando su capacidad para competir en el mundo de bebidas o leches vegetales.

Adicionalmente, surgen como elementos que resultan **incoherentes con el concepto**:

- **No se relaciona con una bebida versátil** y que pueda ser mezclada con el café o usada de la misma forma que es usada la leche de vaca.
- Se asume que **puede traer otros componentes** como por ejemplo leche de vaca: se asocia en algunos casos a un refresco de avena.

*“Para mí el plus no es que sea una bebida de avena, porque avenas hay miles, sino que es vegetal, entonces yo lo veo, vuelvo y digo la parte saludable, porque mi papá, por lo menos, él es una persona que sufre del colon, él no puede tomar leche cualquiera, y así como le comenté, mi hija también tenía que tomar leche de soya, entonces así hay muchas familias que buscan la parte muy saludable, no solamente porque les guste, sino por la parte de salud, entonces si tú pones “bebida de avena” no es lo mismo”.*

A glass bottle of oat milk is the central focus, placed on a wooden cutting board. The board is surrounded by oat grains and stalks, suggesting a natural, wholesome product. The background is a light, neutral color. A dark blue wavy shape is overlaid on the left side of the image, containing the text.

# CONCLUSIONES & RECOMENDACIONES

# CONCLUSIONES



- ✓ El concepto analizado logra un **desempeño altamente positivo**, el cual se apalanca principalmente en los beneficios de la avena, el respaldo de la marca Quaker y los beneficios ofrecidos.
- ✓ El respaldo de QUAKER, lo hacen completamente **creíble**.
- ✓ Es una opción **novedosa** que brinda una nueva opción de consumo en el mundo de bebidas saludables, especialmente las vegetales que tienen un impacto en el bienestar físico al no generar pesadez o problemas derivados de la intolerancia a la lactosa. Esto lo hace **altamente relevante**.
- ✓ Brinda **versatilidad** y puede ser combinada con gran variedad de productos y en diversas preparaciones, apalancado en la neutralidad de su sabor y el aporte en textura que puede brindar a algunos alimentos.
- ✓ Se asume de **aceptación generalizada** de niños y adultos, diferentes miembros de la familia.
- ✓ En el contexto competitivo, ofrece características únicas y altamente valoradas y **sobresale frente a las opciones existentes**, apalancándose principalmente en su **sabor y cremosidad**.
- ✓ Despierta una **alta intención de prueba y adopción**, siendo mucho más evidente y contundente en el segmento de consumidoras actuales de la categoría.
- ✓ Adicionalmente y en función de lo anterior, **amplía las opciones, momentos y situaciones de consumo entre quienes hoy ya consumen leches vegetales**.
- ✓ No se identifican críticas o inhibidores de consumo importantes.
- ✓ Además de lo anterior, no surgen recomendaciones a ajustes relevantes al concepto.

# CONCLUSIONES



En cuanto a la evaluación de las denominaciones:

- ✓ Opiniones divididas en cuanto a la pertinencia de las denominaciones “Bebida Vegetal a base de avena” y “Bebida vegetal de avena”, para acompañar el concepto.

## **Similitudes entre las dos opciones:**

- Contienen la palabra vegetal asociada en la gran mayoría de los casos con un producto saludable
- Reflejan / coinciden con las características del producto, en especial en lo relacionado con cremosidad y buen sabor, promesas fundamentales que se constituyen en importantes diferenciales frente a las leches vegetales que existen en el mercado

## **Diferencias entre las dos opciones:**

- Bebida vegetal de avena, refleja un producto 100% de Avena. Las consumidoras de leche vegetal suelen preferirla
  - Bebida a base de avena, refleja un producto en donde la avena resulta muy importante, aun cuando induce la presencia de otros ingredientes / nutrientes
- ✓ Se evidencia baja receptividad frente a la denominación “Bebida de avena” y “Bebida a base de avena”: se enmarca en un contexto básico, tradicional / poco novedoso. Al no contener la palabra Vegetal puede confundirse o asociarse con las bebidas de avena comunes en el mercado las cuáles contienen lácteos, exceso de azúcar

A glass bottle of oat milk is the central focus, sitting on a wooden cutting board. The board is surrounded by oat grains and stalks, suggesting a natural, healthy beverage. The background is a light, neutral color. A large, dark blue, wavy shape is overlaid on the left side of the image, containing the text.

# ANEXO: EJERCICIO INDIVIDUAL

# T2B

