

FORMA DE COMPRA DE LA HARINA DE MAÍZ

Alimentos Polar
Isgreg Aguilar

Ipsos
Eliana Calderon
Directora de Proyectos

Iván Hernández
Gerente de Proyectos



FICHA TÉCNICA

Cliente Alimentos Polar

Objetivo: Determinar la forma de compra de la categoría HPM

Representante cliente: Isgreg Aguilar

Proveedor de campo Ipsos

Metodología Cuantitativo

Muestreo No probabilístico

Grupo Objetivo Hombres y mujeres venezolanos residentes en Venezuela, responsables de la compra en el hogar, compradores de HPM de 25 a 55 años, de cualquier NSE, pertenecientes a la Comunidad Conexión latina

Tamaño de la muestra
Muestra prevista 120 casos
Muestra realizada 120 casos

Método de recolección Entrevista online auto aplicada con cuestionario estructurado.

Fechas de campo Del 10 de Mayo de 2022 al 2 de Junio de 2022

Nivel de confianza: 95% de confianza

Incentivos: Propios de Ipsos

Análisis de Resultados Total muestra

Material de campo Cuestionario y tarjetas de logos

Este estudio se llevó a cabo cumpliendo con las normas ISO 20252:2012 - ISO 9001:2008, cumple con los códigos éticos establecidos por ESOMAR/CCI.



Cuestionario



Tarjeta de logos



ID: 21 RG 52523
FRENTE A LOS SERVICIOS DE INVESTIGACIONES DE MERCADOS Y DE OPINION DE LOS CONSUMIDORES



SC-CER652620



Perfil general del entrevistado

Género

Hombre 28%

Mujer 72%

Edad:

25 a 35 años 47%

36 a 45 años 27%

46 a 55 años 27%

NSE

AB -

C 20%

C+ 2%

D 74%

E 4%

ES LA RESPONSABLE DE LA COMPRA Y PREPARACION DE ALIMENTOS

Base 120



Yo con alguien más realizo la compra en mi hogar **51%**



Yo con alguien más realizo las preparaciones **57%**

LOS PRODUCTOS QUE HA COMPRADO EN LOS ÚLTIMOS 3 MESES

Harina de Maíz	100%
Proteína	100%
Frutas y Verduras	97%
Lácteos y derivados	81%
Harina de Trigo	78%
Granos	72%
Harina/Polvo de	47%

El aspecto más importante para comprar Harina de Maíz es ser una marca de calidad, correlacionado con la facilidad de amasar, que sea suave.



Base 120

ASPECTOS A TENER EN CUENTA PARA COMPRAR HARINA DE MAIZ

La marca / que sea una marca de calidad	77%
Que se fácil de amasar/ suave	74%
Que sirva para preparar varios platos	67%
El precio adecuado	55%
Que no se formen grumos al amasar	52%
Que la harina sea suelta	40%
Su sabor a maíz	39%
Que sea rendidora/ Que rinda lo suficiente	39%
Que sea fácil de encontrar	37%
Que este en oferta o promoción	17%

CADA CUANTO COMPRA HARINA DE MAIZ

A Diario	5%
4 a 6 veces por semana	9%
2 a 3 veces por sema	36%
1 vez por semana	35%
Cada 15 días	12%
Una vez al mes	3%

FORMA DE COMPRA DE HARINA DE MAIZ

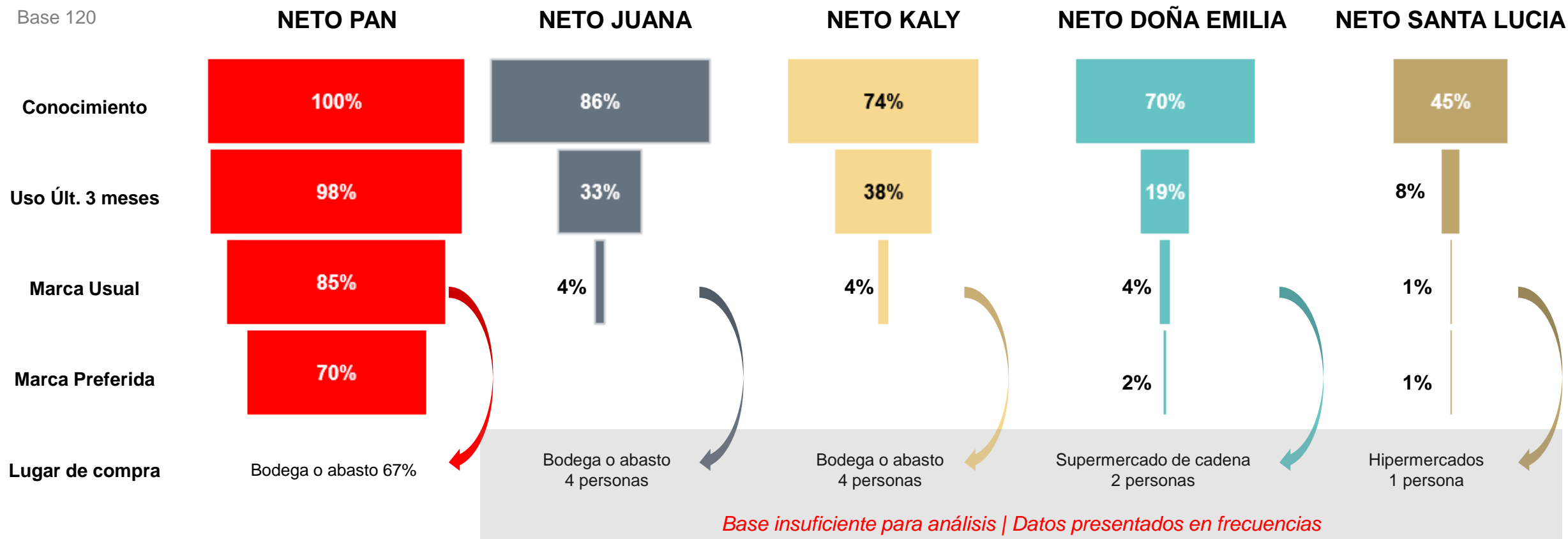
Siempre compro la misma marca, pero puedo comprar otras	49%
Siempre compro la misma marca y no compro ninguna otra	25%
Tengo un grupo de marcas que prefiero comprar, pero puedo comprar cualquier otra	13%
Tengo un grupo de marcas que prefiero comprar y no compro ninguna otra	12%
Compro cualquier marca. Todas las marcas son iguales	1%
Compro la marca que esté disponible	1%

PAN con el mejor desempeño frente a sus principales competidores en conocimiento, compra y preferencia



CONOCIMIENTO & COMPRA

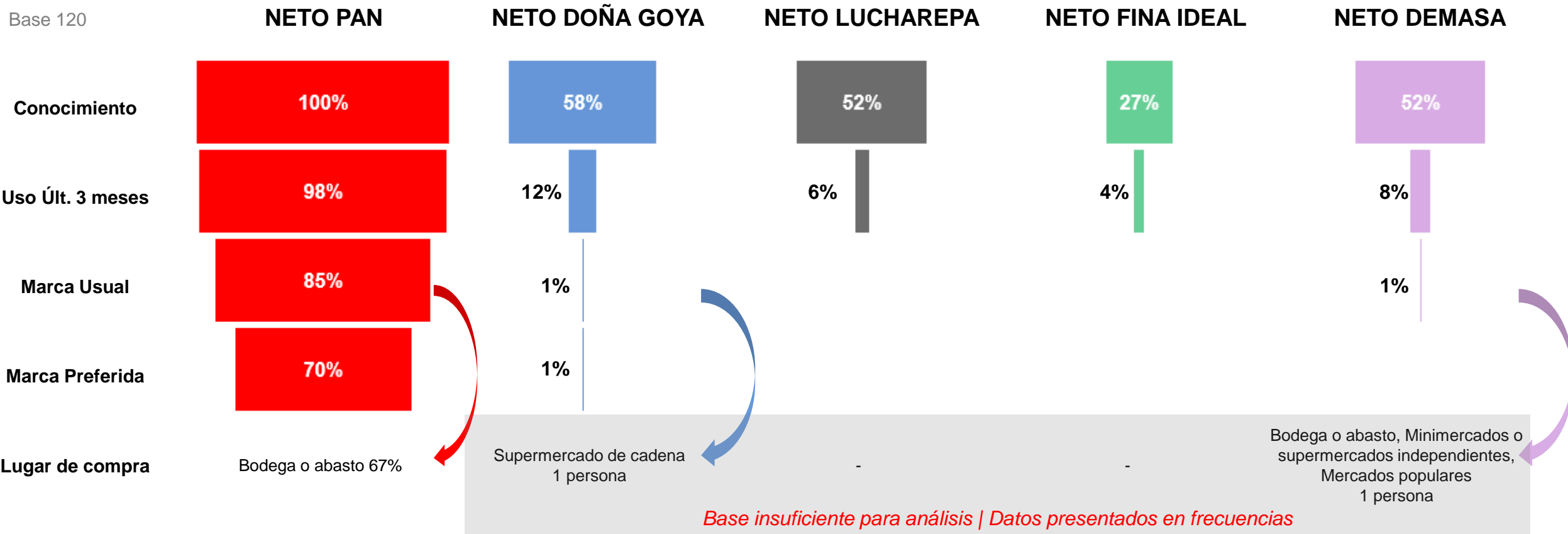
Base 120



Otras marcas de la categoría donde su principal reto esta en convertir a compra desde la base de conocimiento.



CONOCIMIENTO & COMPRA



PAN MAÍZ BLANCO es la referencia que más le aporta a PAN. Resulta importante impulsar PAN MAÍZ AMARILLO en conocimiento.



CONOCIMIENTO & COMPRA

Base 120



NETO PAN

PAN MAÍZ BLANCO

PAN MAÍZ AMARILLO

PAN MAÍZ Y ARROZ BLANCO

Conocimiento

100%

99%

77%

89%

Uso Últ. 3 meses

98%

90%

21%

72%

Marca Usual

85%

55%

3%

28%

Marca Preferida

70%

52%

1%

18%

Lugar de compra

Bodega o abasto 67%

Supermercado de cadena 68%
Bodega o abasto 64%

Supermercado de cadena
3 personas

Bodega o abasto 79%

*Base insuficiente para análisis |
Datos presentados en frecuencias*

La accesibilidad (monetaria) impacta en la preferencia, por lo que es importante utilizar en la comunicación de la marca aspectos o atributos que justifiquen el diferencial de precio con otras marcas.



¿POR QUÉ SU MARCA PREFERIDA NO ES LA MARCA QUE COMPRA USUALMENTE?

27%

marca preferida no es la usual



	TOTAL	NETO PAN	PAN maíz Blanco	PAN maíz amarillo	PAN maíz y arroz blanco
ACCESIBILIDAD	63%	63%	12	1	7
<i>Tiene precio alto</i>	53%	59%	12	-	4
<i>No hay disponibilidad de la marca</i>	13%	7%	-	1	1
PREFERENCIA	28%	30%	6	1	1
<i>Prefiere otras marcas</i>	19%	19%	3	1	1
<i>Por tradición prefiere otra</i>	6%	7%	2	-	-
<i>Le gusta variar los productos</i>	3%	4%	1	-	-
CALIDAD	9%	7%	2	-	-
<i>Falta calidad en el producto</i>	9%	7%	2	-	-
PRODUCTO	6%	4%	-	-	1
<i>El producto no tiene gluten</i>	3%	4%	-	-	1
<i>Otras marcas tienen mejor sabor</i>	6%	4%	-	-	1
OTRAS MENCIONES	3%	4%	-	-	1
Base	32	27	18	2	7

Base insuficiente para análisis | Datos presentados en frecuencias

Dentro de PAN como marca total preferida compran usualmente KALY seguido de JUANA. Mientras que los que prefieren PAN MAÍZ BLANCO usualmente compran PAN MAÍZ Y ARROZ BLANCO



¿CUÁL ES LA MARCA USUAL DENTRO DE LOS COMPRADORES DE MARCA PREFERIDA?

27%

marca preferida no es la usual		MARCA PREFERIDA							
		NETO PAN	PAN maíz Blanco	PAN maíz amarillo	PAN maíz y arroz blanco	NETO JUANA	NETO KALY	DOÑA EMILIA	NETO DOÑA GOYA
MARCA USUAL	NETO PAN	63%	14	1	2	-	1	-	-
	<i>PAN maíz Blanco</i>	11%	-	1	2	-	1	-	-
	<i>PAN maíz amarillo</i>	7%	2	-	-	-	-	-	-
	<i>PAN maíz y arroz blanco</i>	44%	12	-	-	-	-	-	-
	NETO JUANA	11%	1	-	2	-	-	1	1
	<i>Juana maíz blanco</i>	11%	1	-	2	-	-	1	-
	NETO KALY	15%	2	1	1	1	-	-	-
	<i>Kaly maíz blanco</i>	7%	2	-	-	1	-	-	-
	<i>Kaly maíz amarillo</i>	7%	-	1	1	-	-	-	-
	NETO DOÑA EMILIA	7%	1	-	1	1	-	-	-
	<i>Doña Emilia maíz blanco</i>	7%	1	-	1	1	-	-	-
	NETO DEMASA	4%	-	-	1	-	-	-	-
	<i>Demasa maíz blanco</i>	4%	-	-	1	-	-	-	-
	Base	27	18	2	7	2	1	1	1

9 – © Ipsos 22-013404-01-DREAM_COMPRA_HPM

Base insuficiente para análisis | Datos presentados en frecuencias



PAN con mayor declaración en compra última vez, entre sus razones sobresale aspectos que giran en torno a la textura.






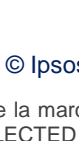
Base 120

	COMPRA ÚLTIMA VEZ	*RAZONES DE COMPRA	*PAGO EN DOLARES PROMEDIO
NETO PAN	87%	Es un producto con la masa suave Es un producto de buena calidad Es un producto con buen precio, económico Es un producto con buen sabor Es un producto fácil de preparar Es un producto tradicional Es un producto rendidor	1,46
NETO KALY	6%	Es un producto de buena calidad	2,11
NETO JUANA	3%	Es un producto con buen precio, económico	1,17
DOÑA EMILIA	3%	Es un producto con la masa suave Es un producto de buena calidad Es un producto con buen precio, económico Es un producto con buen sabor	1,04
NETO DOÑA GOYA	2%	Es un producto fácil de encontrar	3,40
<i>*Base insuficiente para análisis</i>			

Neto Santa Lucia, Neto Lucharepa, Neto Fina Ideal y Neto Demasa no tienen % de respuesta en compra última vez

PAN maíz arroz resultó con un precio promedio mayor que el resto de las variedades PAN

Base 120

	COMPRA ÚLTIMA VEZ	*RAZONES DE COMPRA	*PAGO EN DOLARES PROMEDIO (USD)
	NETO PAN 87%	Es un producto con la masa suave Es un producto de buena calidad Es un producto con buen precio, económico Es un producto con buen sabor Es un producto fácil de preparar Es un producto tradicional Es un producto rendidor	1,46
	PAN MAÍZ BLANCO 52%	Es un producto con la masa suave Es un producto de buena calidad Es un producto fácil de encontrar Es un producto con buen sabor Es un producto fácil de preparar Es el producto preferido en la casa Es un producto tradicional	1,39
	PAN MAÍZ Y ARROZ BLANCO 33%	Es un producto con la masa suave Es un producto de buena calidad Es un producto con buen precio, económico Es un producto con buen sabor Es un producto fácil de preparar Es el producto que le gusta Es un producto tradicional Es un producto rendidor	1,57
	PAN MAÍZ AMARILLO 2%	Es un producto con buena textura Es un producto de buena calidad Es un producto fácil de encontrar Es un producto con buen sabor	1,31
<i>Base insuficiente para análisis</i>			

HARINA MAÍZ Y ARROZ se apalanca en producto (textura, sabor) y costo, gracias a esto proyectamos una positiva percepción de la relación calidad–precio.



**PROFUNDIZACION
HARINA MAÍZ Y ARROZ**

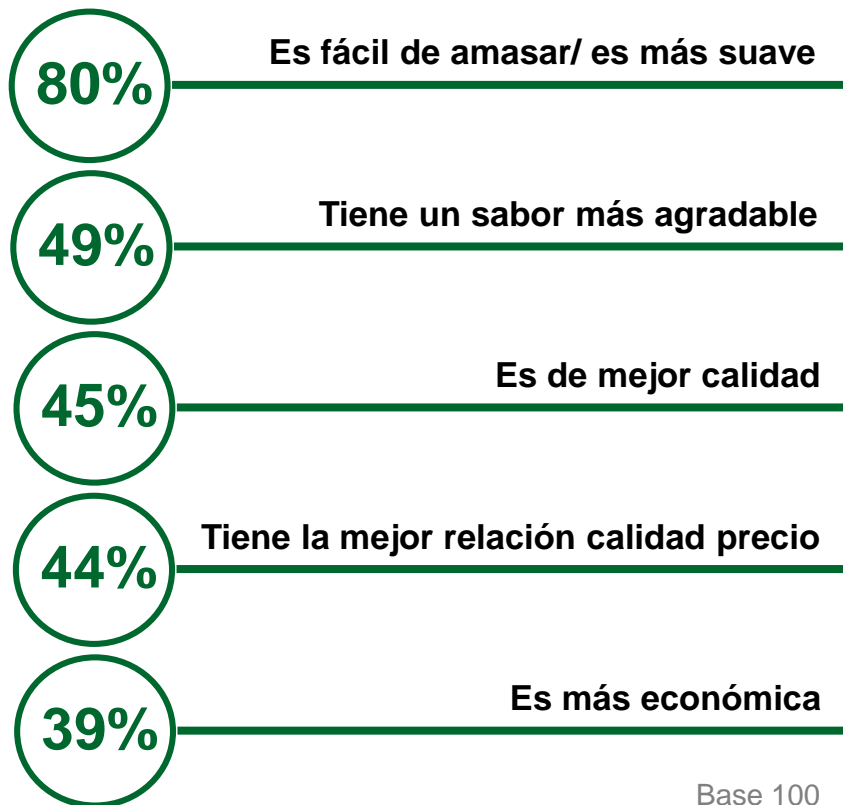
83%

SI

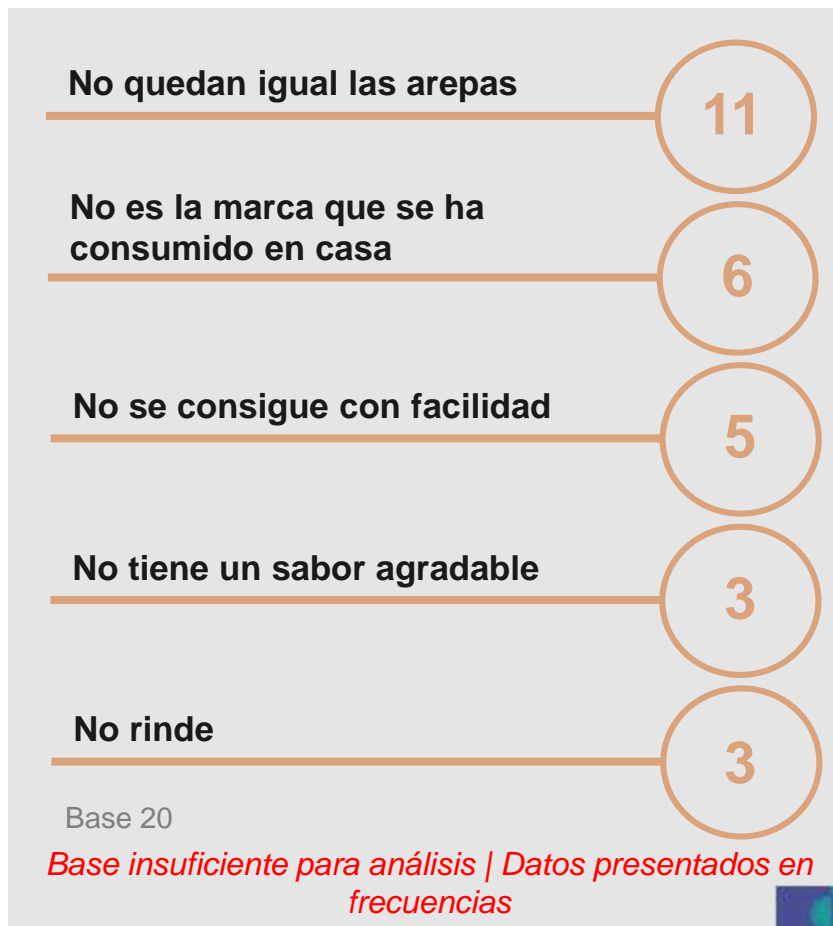
No 17%



Base 120



Base 100



Base 20

Base insuficiente para análisis | Datos presentados en frecuencias








PAN MAÍZ BLANCO y PAN MAÍZ Y ARROZ BLANCO, con mayor intención de compra futura, justificada en atributos de producto, practicidad y ahorro.

Base 120

COMPRA PROXIMA VEZ

*RAZONES DE COMPRA

	1,26 USD	PAN MAÍZ BLANCO	43%	Es un producto de buena calidad Es un producto con buen sabor Es un producto con la masa suave Es un producto tradicional Es un producto fácil de encontrar Es un producto fácil de preparar Es el producto que le gusta Es un producto rendidor
	1,10 USD	PAN MAÍZ Y ARROZ BLANCO	32%	Es un producto de buena calidad Es un producto con buen sabor Es un producto con la masa suave Es un producto con buen precio, económico Es un producto fácil de preparar Es el producto que le gusta Es un producto rendidor
	1,06 USD	JUANA MAÍZ BLANCO	11%	Es un producto de buena calidad Es un producto con la masa suave Es una marca conocida Es un producto con buen precio, económico Es un producto fácil de preparar Es un producto rendidor
	1,02 USD	KALY MAÍZ BLANCO	8%	Es un producto con buen precio, económico Es un producto fácil de encontrar
	1,03 USD	DOÑA EMILIA MAÍZ BLANCO	7%	Es un producto de buena calidad Es un producto con buen sabor Es un producto con la masa suave Es un producto con buen precio, económico Es un producto rendidor

**Base insuficiente para análisis*

CONCLUSIONES

CONOCIMIENTO & COMPRA

- ✓ PAN con los mejores indicadores de la categoría, principalmente por la referencia de PAN MAÍZ BLANCO y PAN MAÍZ Y ARROZ BLANCO.
- ✓ Tener en cuenta los precios de las referencias ya que es un factor para decidir en la compra de una marca de preferencia.
- ✓ Apalancarse en las características de textura, calidad, sabor, facilidad y marca tradicional que tiene PAN como drivers para impulsar desde las comunicaciones la compra del producto.
- ✓ Los compradores de marca preferida de PAN escogen otra referencia de las variedades de PAN como marca usual

PROFUNDIZACIÓN PAN MAIZ Y ARROZ BLANCO

- ✓ Alto porcentaje de personas que compraron la referencia PAN MAÍZ Y ARROZ BLANCO en los últimos 3 meses.
- ✓ Aprovechar las principales características que se destacan de esta referencia para PAN como textura, sabor y calidad, para tener una percepción positiva calidad-precio.

COMPRA PROXIMA VEZ (SELECCIÓN DE FICHAS)

- ✓ Las dos referencias de PAN evaluadas presentan la mayor intención de compra donde sobresalen características del producto y practicidad del mismo.

**BE
SURE.
MOVE
FASTER.**

GAME CHANGERS

