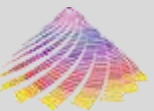




## Informe final Evaluación de concepto Proyecto Aunt Jemima/Happy

Septiembre 8, 2021

# Objetivos



# Objetivo general

## De la investigación

- Evaluar la relevancia y potencial de desarrollo que tiene el concepto de Mezcla lista para tortas/ brownies AP.



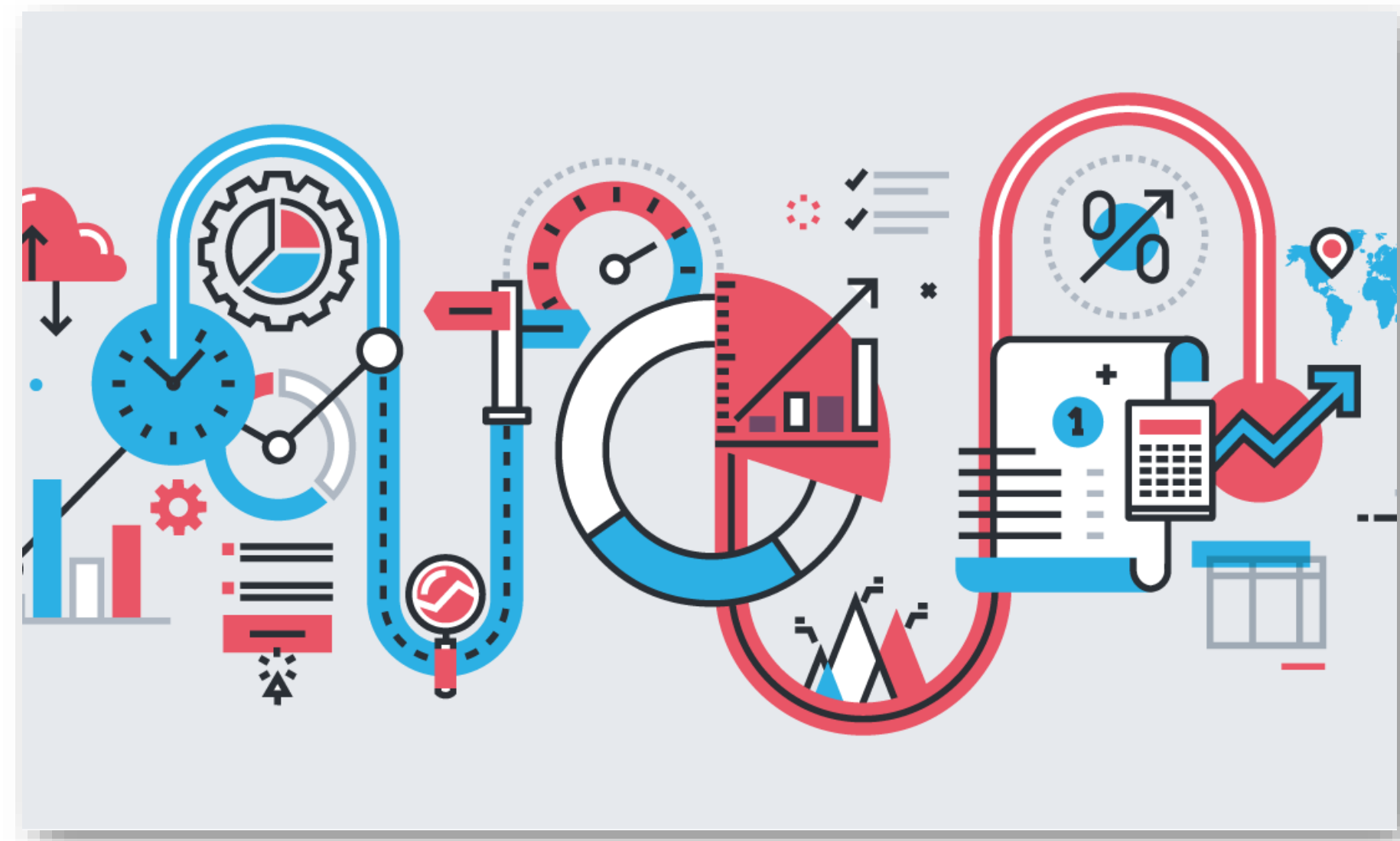
# Objetivos específicos de investigación

- Entendimiento de la idea
- Agrado general. Razones
- Elementos de agrado y desagrado
- Principales beneficios del producto
- Novedad/ innovación del producto ofrecido
- Que hace diferente a este producto?
- Credibilidad
- Relevancia del producto
- Intención de compra. Razones

Para quienes compraría el producto :

- Generar Ranking de variedades de mezcla de torta a presentar.
- Razones para el primer y último lugar

# Metodología



# Metodología

---

Se trabajó una metodología cuantitativa a través de entrevistas personales en hogares. Se diseñó un cuestionario que cubrió los objetivos propuestos el cual fue probado en campo y aprobado por ustedes antes de iniciar el trabajo de campo.

# Grupo objetivo

- Mujeres encargadas de la decisión de compra en sus hogares y responsables de preparar los alimentos en sus hogares.
- Que compren y consuman tortas y/o brownies ya sea listos para consumir, preparados a través de mezclas listas, o preparados en casa. Al menos una vez al mes.
- Entre 25 y 45 años
- NSE: 2, 3 y 4.

## Cobertura geográfica:

Bogotá, Barranquilla y Medellín



# Tamaño de la muestra

360 entrevistas totales, 120 por ciudad, distribuidas como se indica a continuación:

	Bogotá			B/quilla			Medellin			Total
	Est 2	Est 3	Est 4	Est 2	Est 3	Est 4	Est 2	Est 3	Est 4	
<b>25-35</b>	20	20	20	20	20	20	20	20	20	<b>180</b>
<b>36-45</b>	20	20	20	20	20	20	20	20	20	<b>180</b>
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>360</b>

Error standard a total 6,94 % nivel de confianza 95%

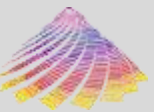
Error standard por ciudad 8,94 % nivel de confianza 95%



# Resultados



RESULTADOS



## Resumen ejecutivo

- El concepto para las nuevas tortas fáciles de Aunt Jemima resulta muy bien valorado por la población bajo estudio, especialmente en la ciudad de Barranquilla.
- Es un concepto donde los beneficios principales y elementos de agrado se concentran en la promesa de la facilidad, el no necesitar horno, además de percibirse económica. Por otra parte también se releva la promesa de poco tiempo representado en 30 minutos
- En Bogotá se observan diferencias estadísticas frente a las otras dos ciudades en novedad y diferenciación dado que hay una pequeña proporción que no considera el concepto ni novedoso, ni relevante, lo cual no ocurre en las otras dos ciudades
- Se recomienda seguir adelante con el desarrollo del producto dado que no hay ningún elemento que signifique algún tipo de riesgo en el proyecto

Llegó la nueva línea **tortas fáciles** de Aunt Jemima!

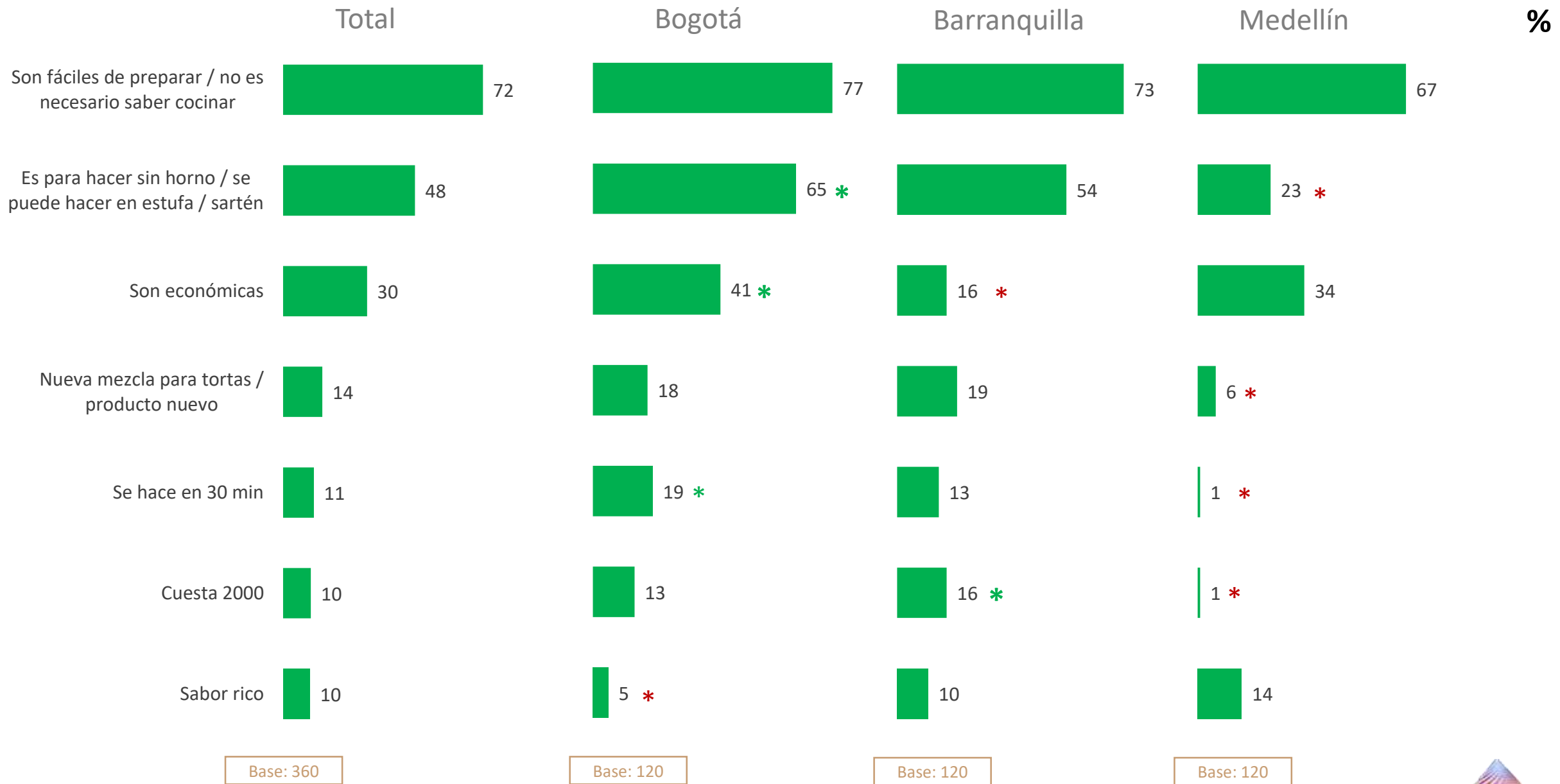
Mezclas listas con las que podrás preparar tus tortas favoritas de forma fácil y rápida en casa, y lo mejor de todo es que no necesitas horno!

¡Si, escuchaste bien! Las nuevas **tortas fáciles** de Aunt Jemima se preparan en la estufa en tres simples pasos: ¡Mezcla, vierte en el sartén, cocina y listo! En solo 30 minutos tendrás una deliciosa y esponjosa torta hecha en casa.

Las nuevas **tortas fáciles** de Aunt Jemima son tan fáciles de preparar que hasta los que no saben cocinar podrán hacerlas.

Encuéntralas en tu tienda más cercana en bolsa a \$2.000.

# Entendimiento de la idea (espontaneo)

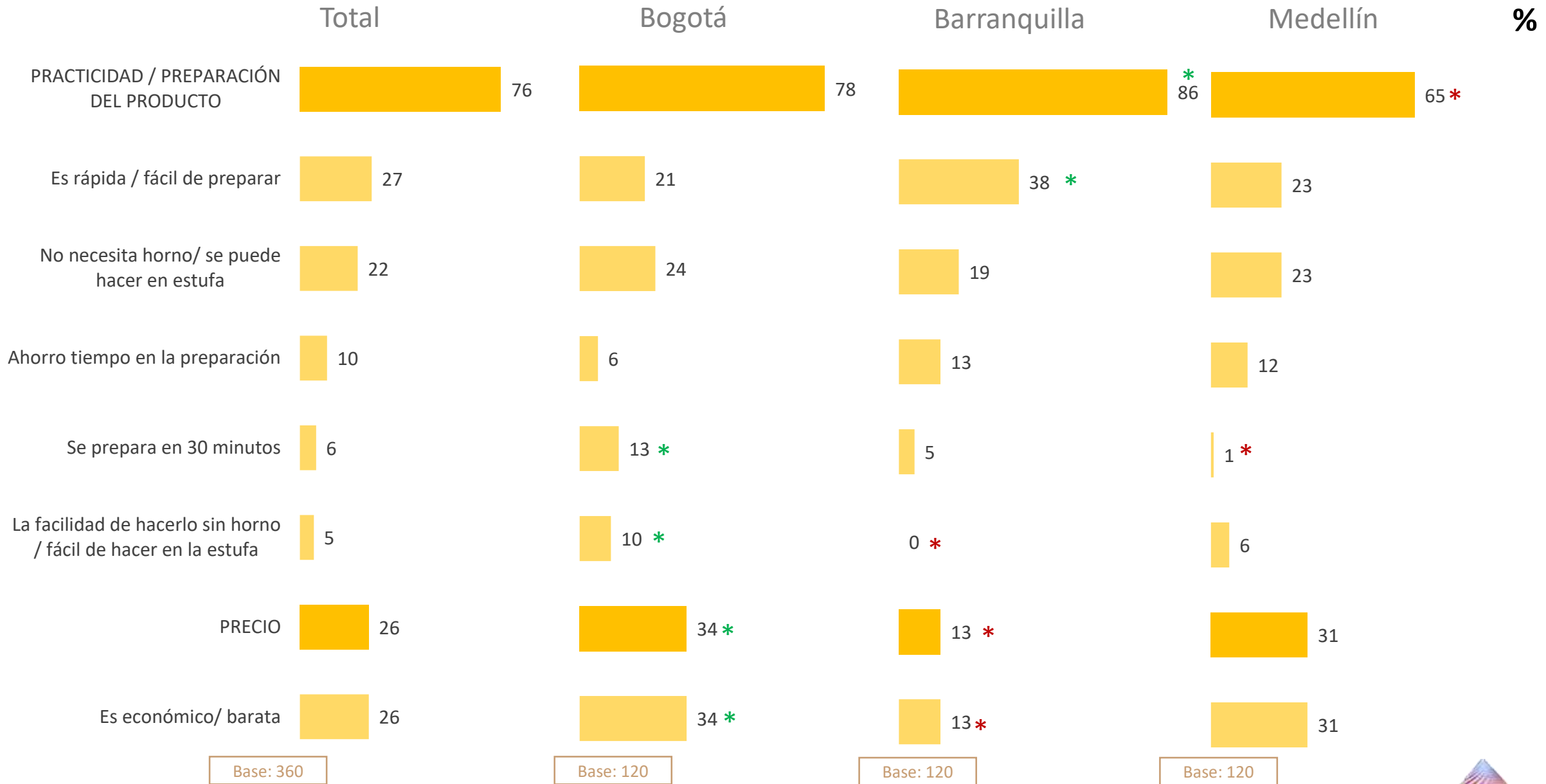


P1. ¿Si usted fuera a contarle a otra persona que vio esta descripción para un nuevo producto, que le diría? Por favor dígame detalladamente que le diría.

\* Dif estadísticas significativas

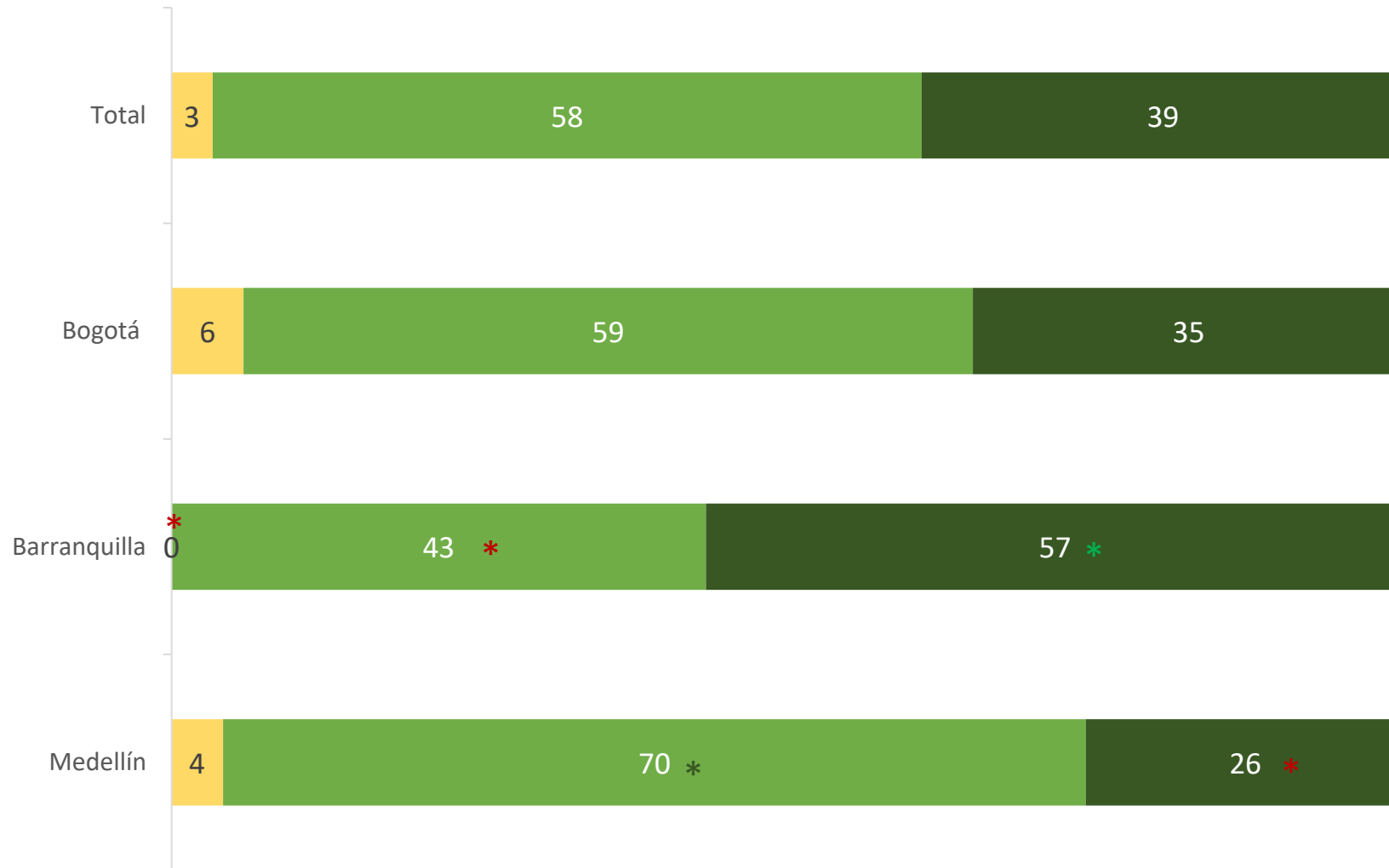


# Principal beneficio percibido (espontaneo)



# Agrado General

Datos expresados en %



No me gusto para nada 1 2 3 4 5 Me gusto muchísimo

T2B	Prom
97	4,36
94	4,29
100 *	4,57
96	4,22

(Base 360)

(Base 120)

(Base 120)

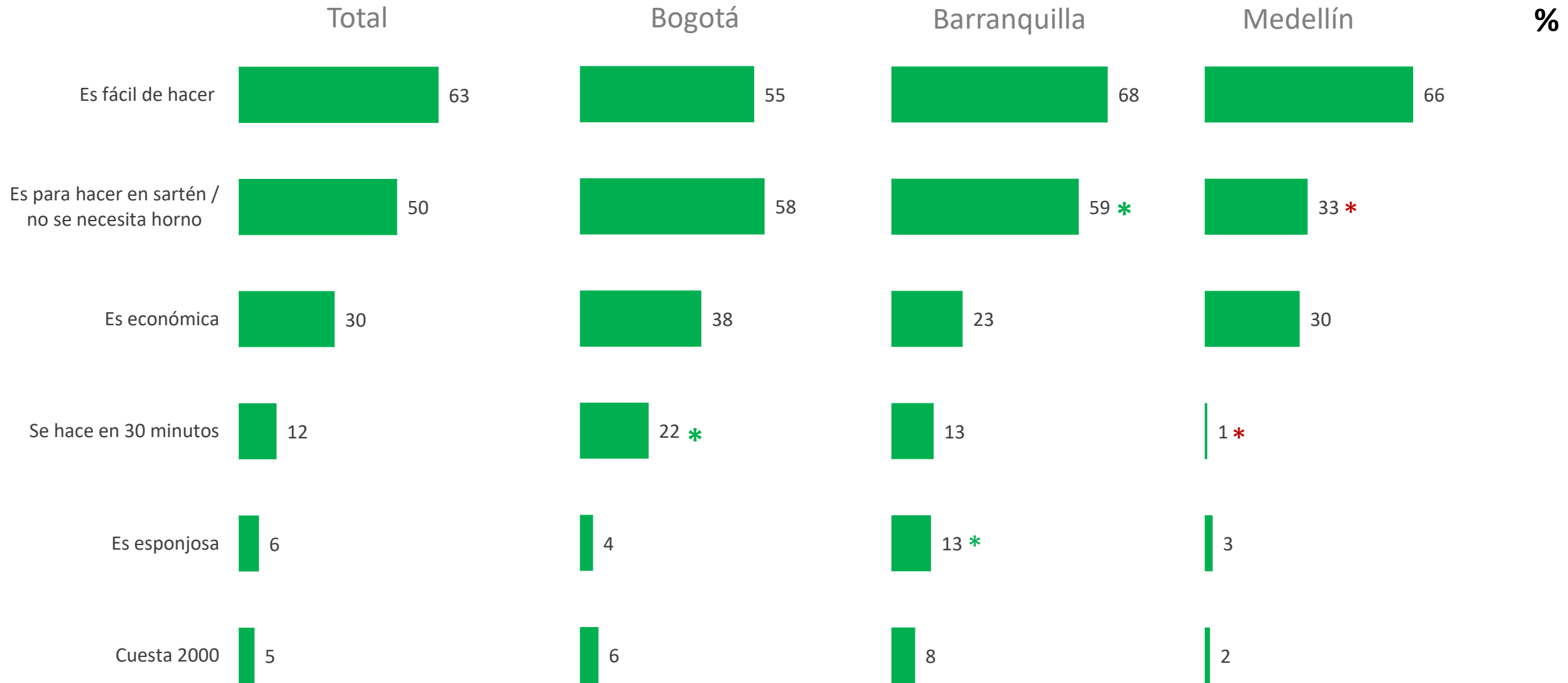
(Base 120)

\* Dif estadísticas significativas

P2. ¿Cuál de las siguientes frases describe mejor qué tanto cree usted que le agrada o no le agrada este producto que le acabo de describir? RU



# Elementos de agrado



Base: 360

Base: 120

Base: 120

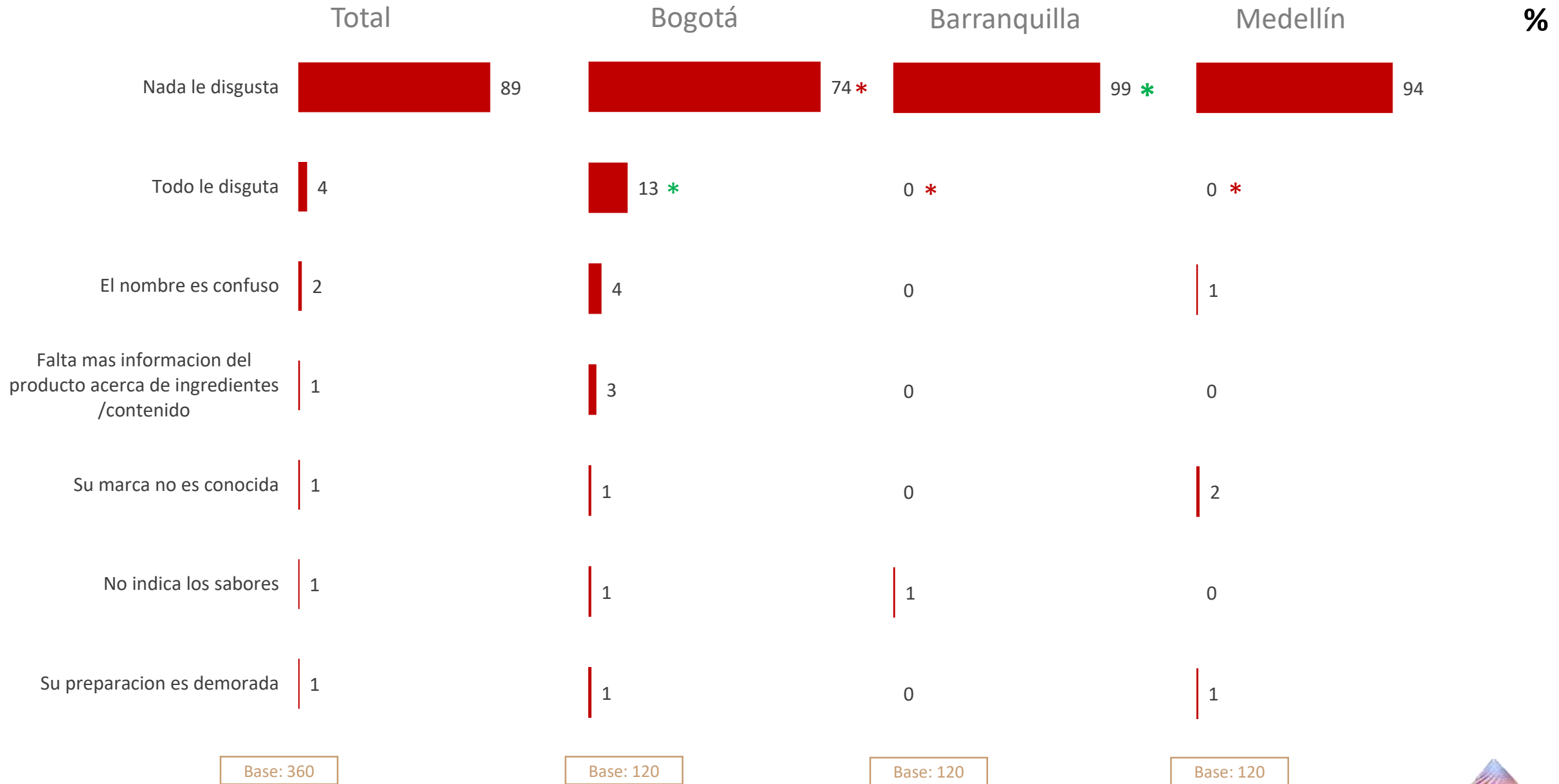
Base: 120

P3. ¿Qué aspectos, si los hay, le gustan de esta idea que le acabo de mostrar? ¿Hay algo por mínimo que sea que le guste?

\* Dif estadísticas significativas



# Elementos de desagrad



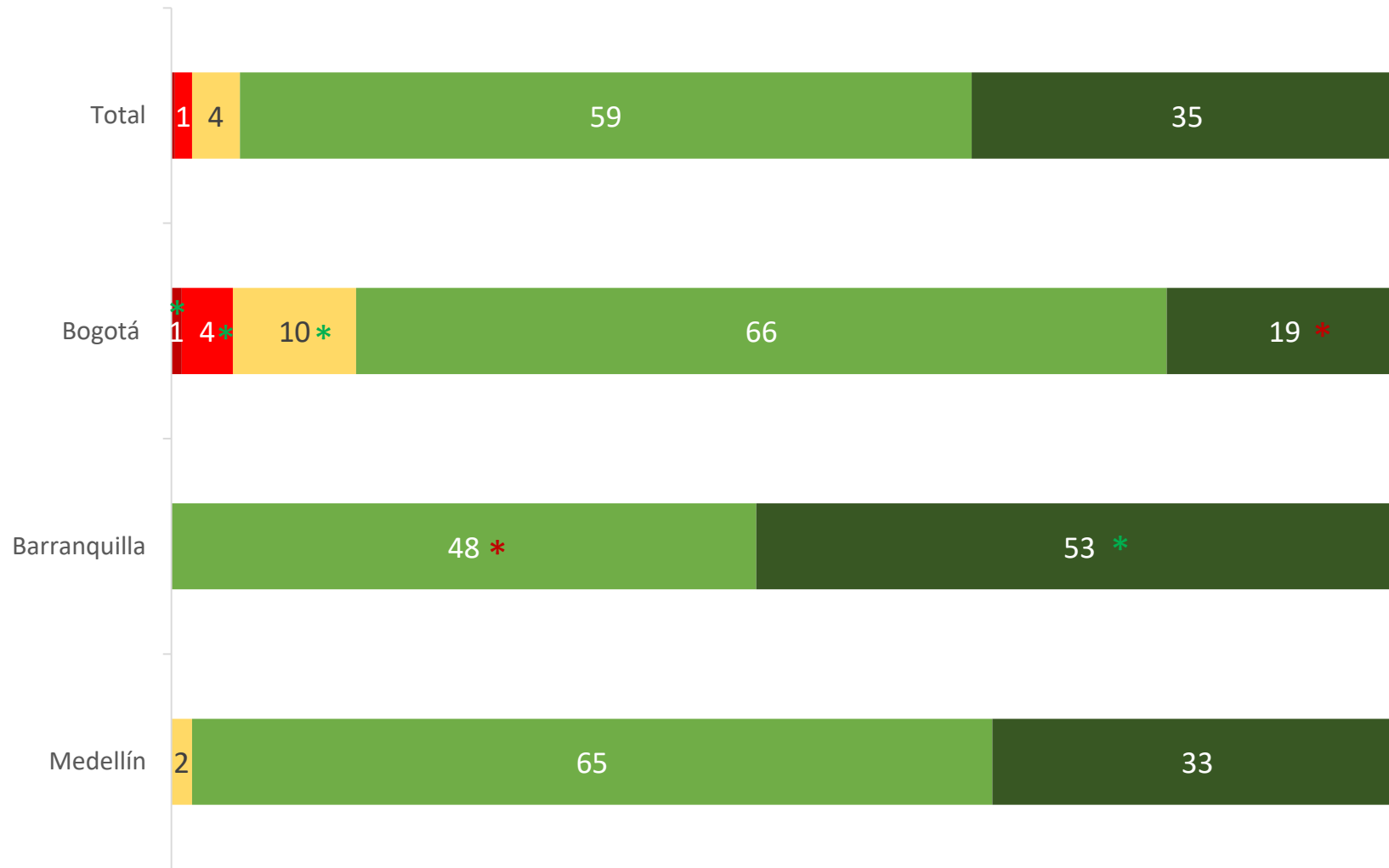
P3A. ¿Qué aspectos, si los hay, le gustan de esta idea que le acabo de mostrar? ¿Hay algo por mínimo que sea que le disguste?





# Novedad y diferenciación

Datos expresados en %



No me gusto para nada 1 2 3 4 5 Me gusto muchísimo

	T2B	Prom
Total	94	4,28
Bogotá	85*	3,98
Barranquilla	100*	4,53
Medellín	98*	4,32

(Base 360)

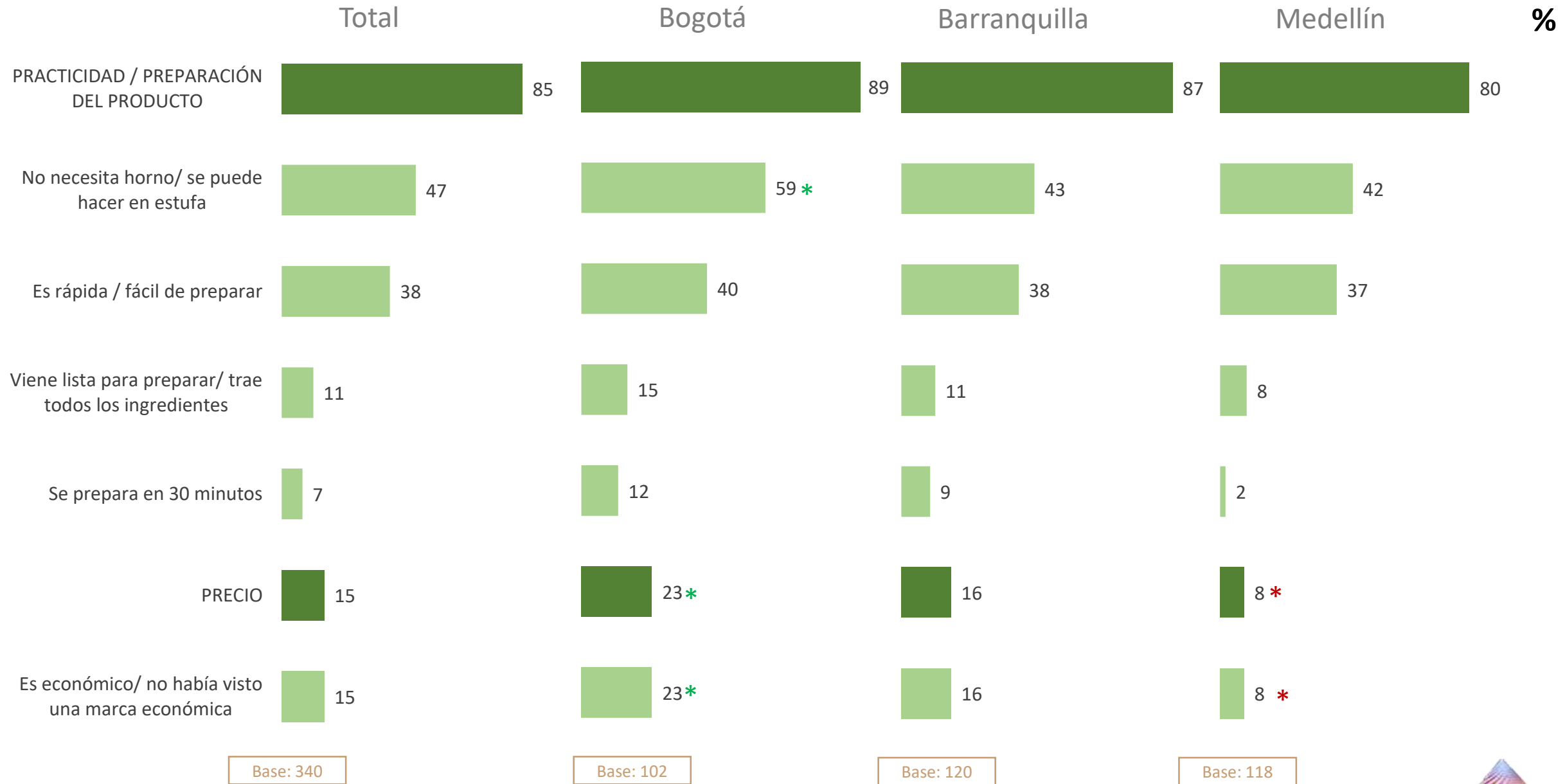
(Base 120)

(Base 120)

(Base 120)

\* Dif estadísticas significativas

# Razones porque se percibe Novedoso y Diferente

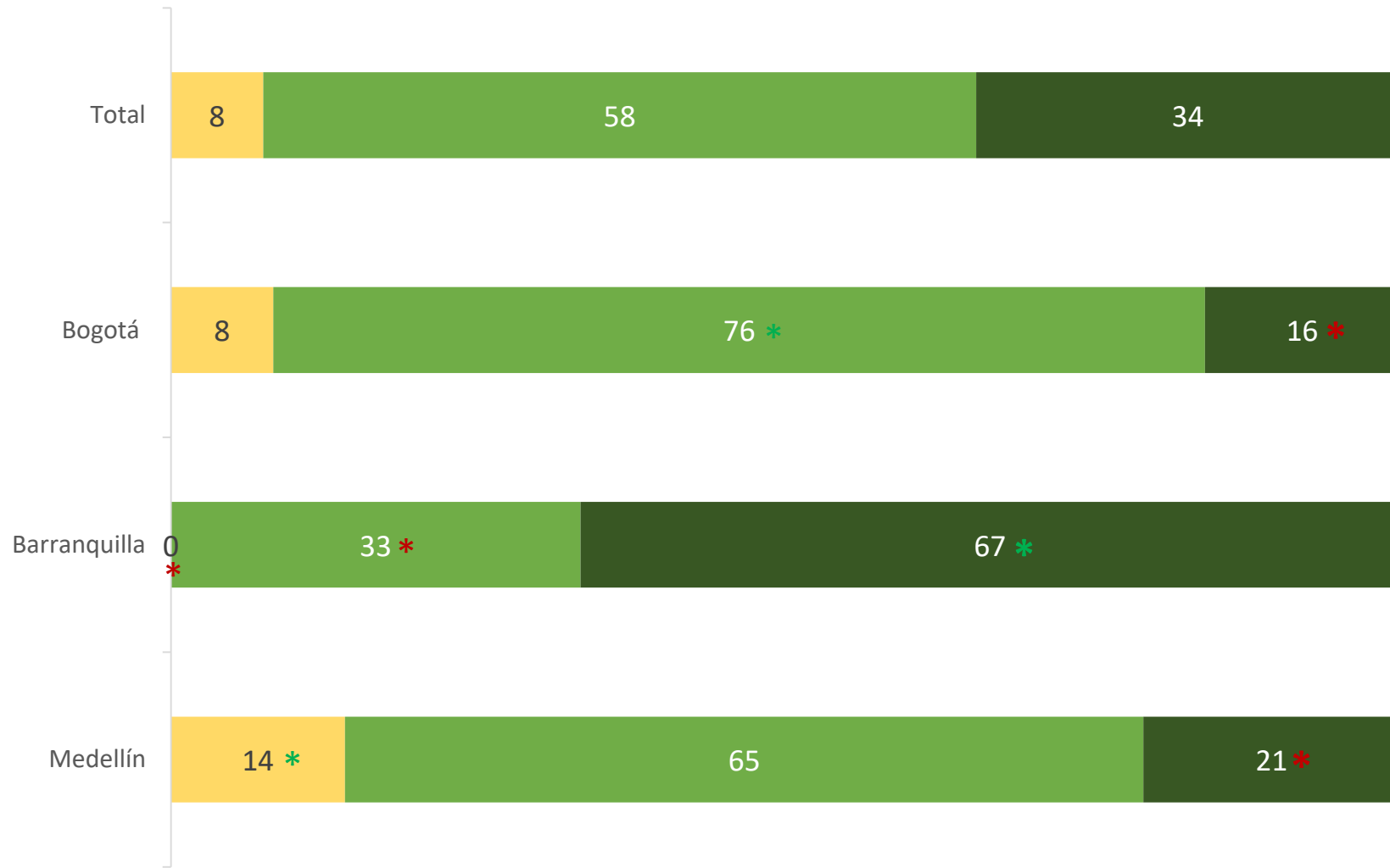


Q4A. ¿Por qué dice usted que este nuevo producto es \_\_\_\_\_ (INSERTE RESPUESTA DE P4)?



# Credibilidad

Datos expresados en %



No me gusto para nada 1 2 3 4 5 Me gusto muchísimo

T2B	Prom
93	4,27
92	4,08
100 *	4,67
86 *	4,07

(Base 360)

(Base 120)

(Base 120)

(Base 120)

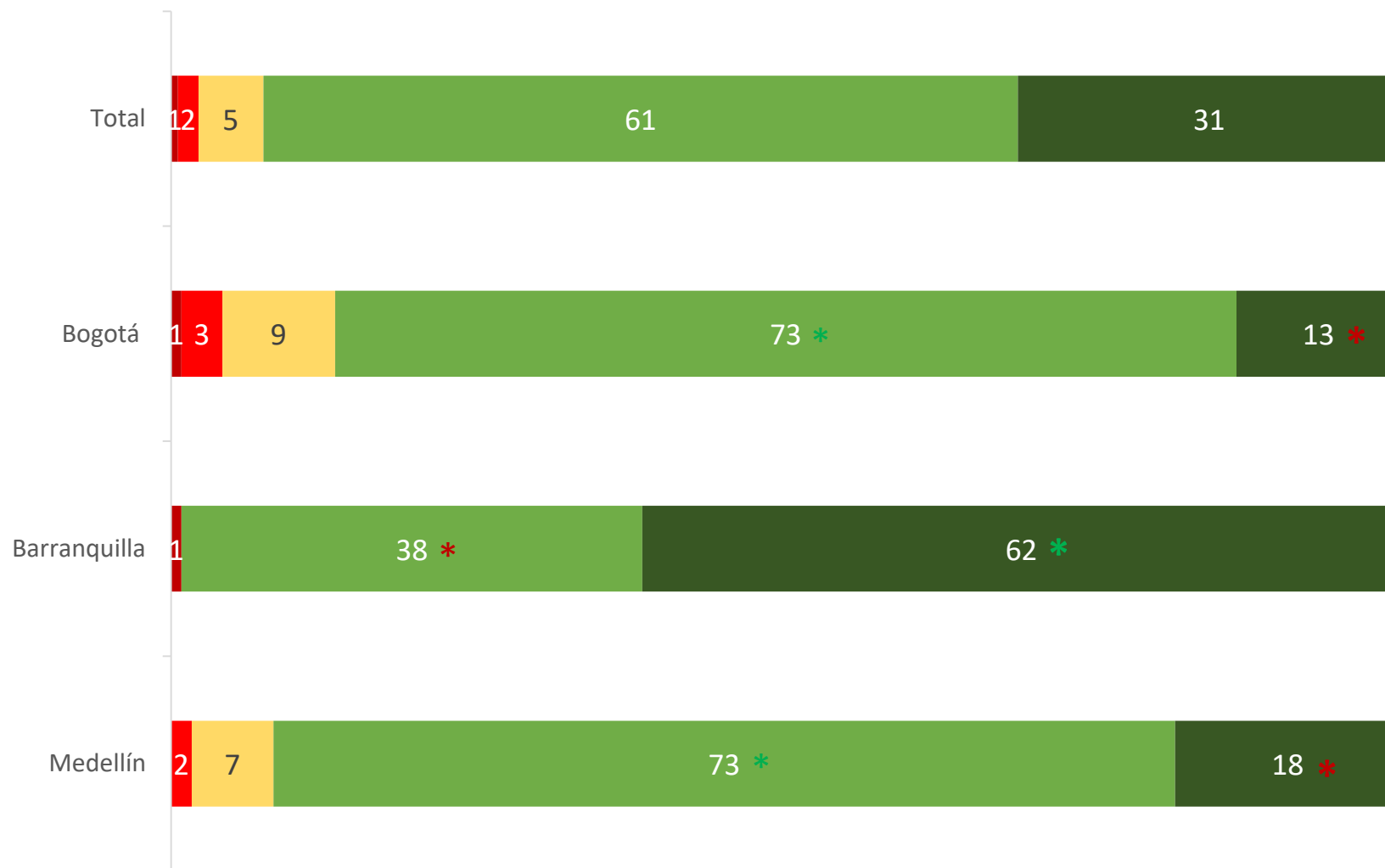
\* Dif estadísticas significativas

P5. En su opinión, ¿qué tan creíble es todo lo que ha visto acerca de esta idea? RU



# Relevancia

Datos expresados en %



No me gusto para nada 1 2 3 4 5 Me gusto muchísimo

	T2B	Prom
Total	93	4,21
Bogotá	87 *	3,95
Barranquilla	99 *	4,59
Medellín	92	4,08

(Base 360)

(Base 120)

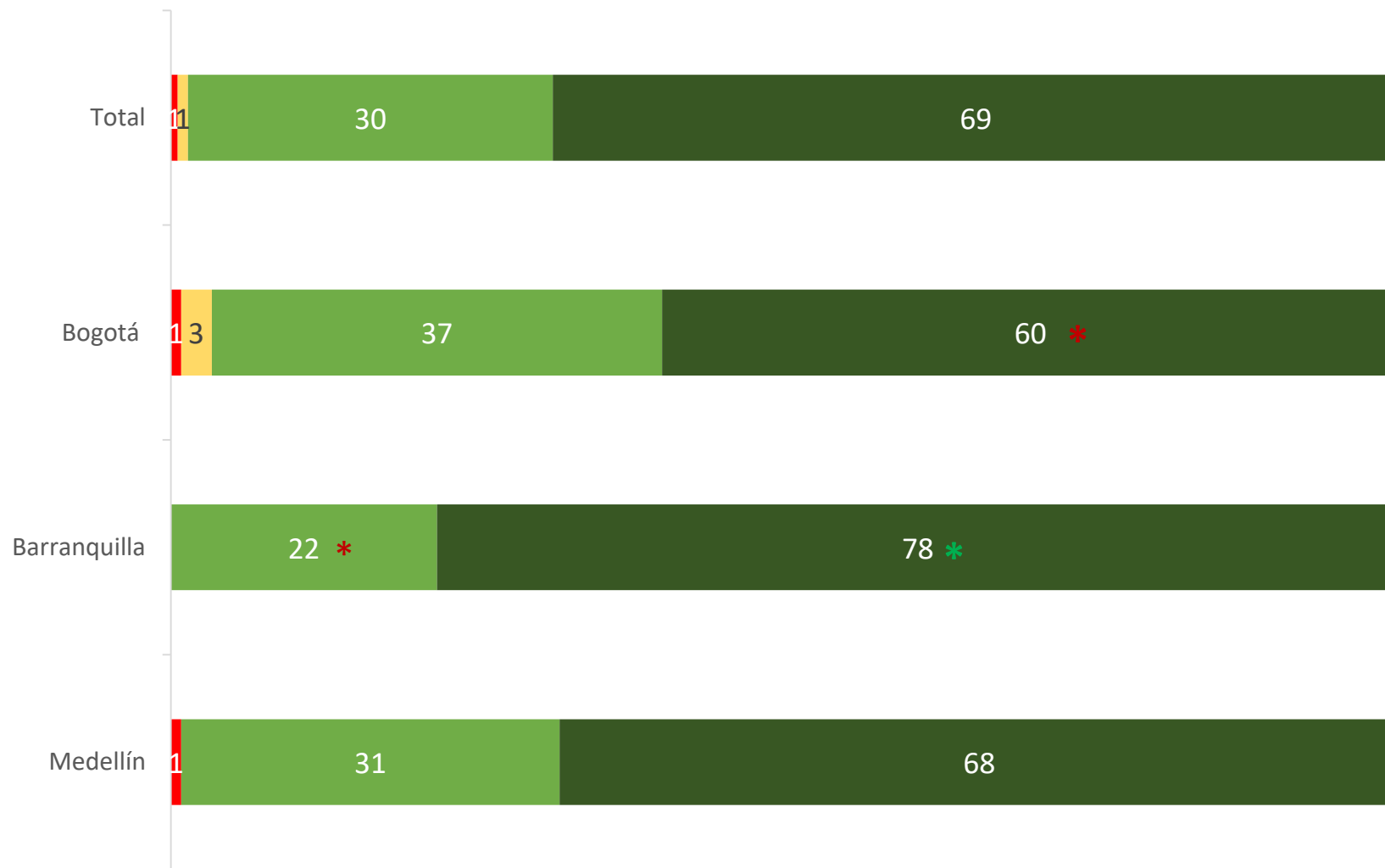
(Base 120)

(Base 120)

\* Dif estadísticas significativas

# Intención de compra

Datos expresados en %



No me gusto para nada 1 2 3 4 5 Me gusto muchísimo

	T2B	Prom
Total	99	4,67
Bogotá	97	4,56
Barranquilla	100	4,78
Medellín	99	4,67

(Base 360)

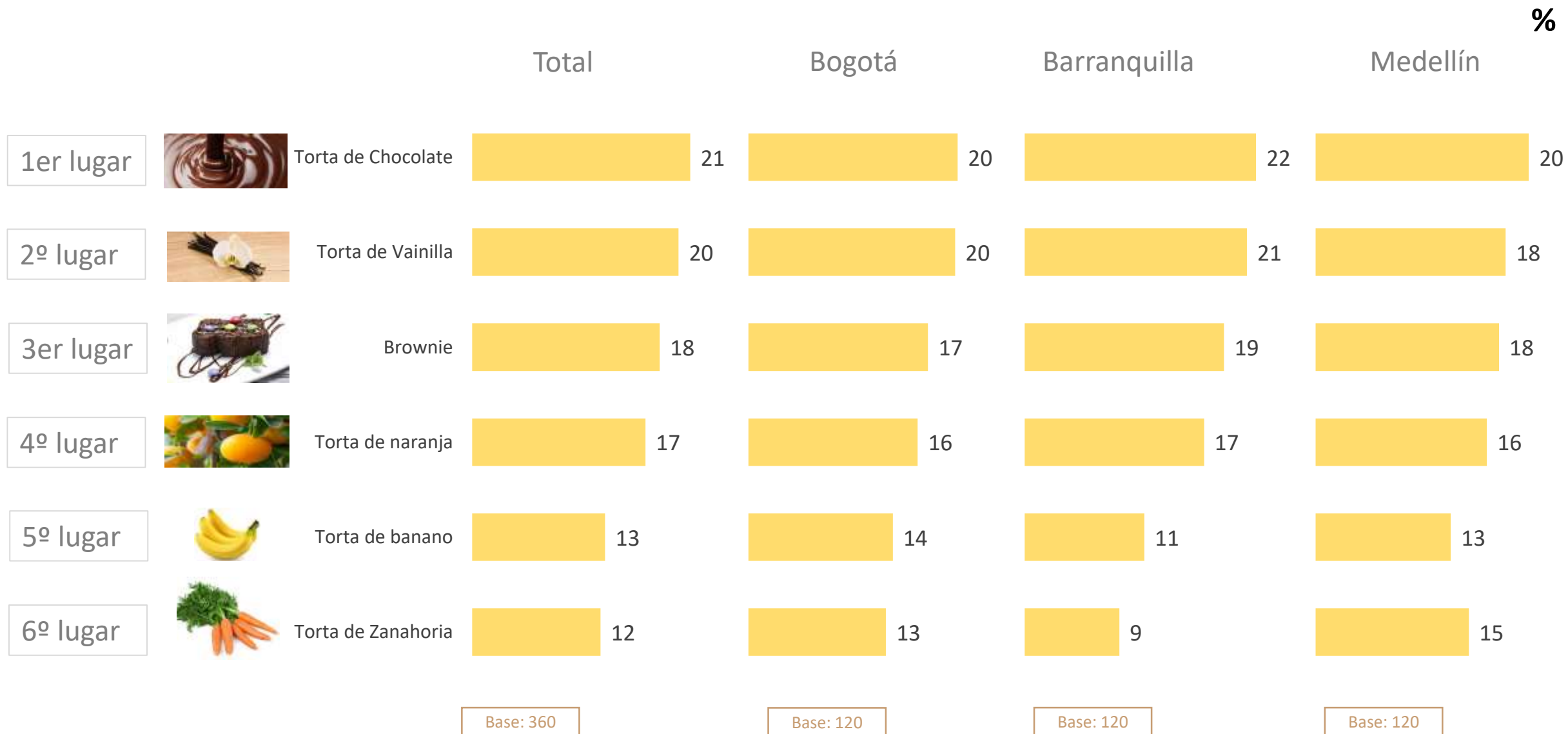
(Base 120)

(Base 120)

(Base 120)

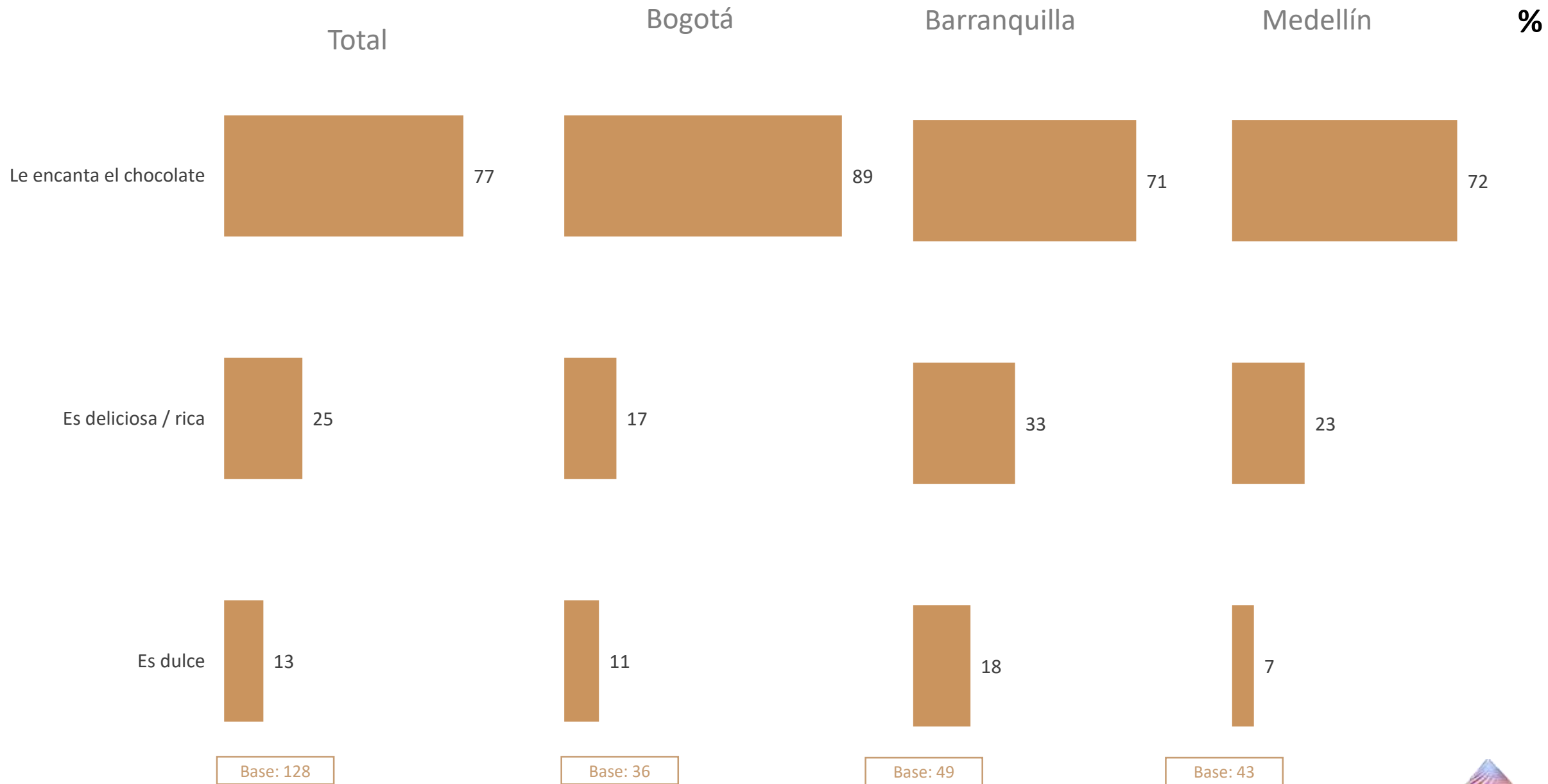
\* Dif estadísticas significativas

# Ranking variedades para tortas fáciles de Aunt Jemima



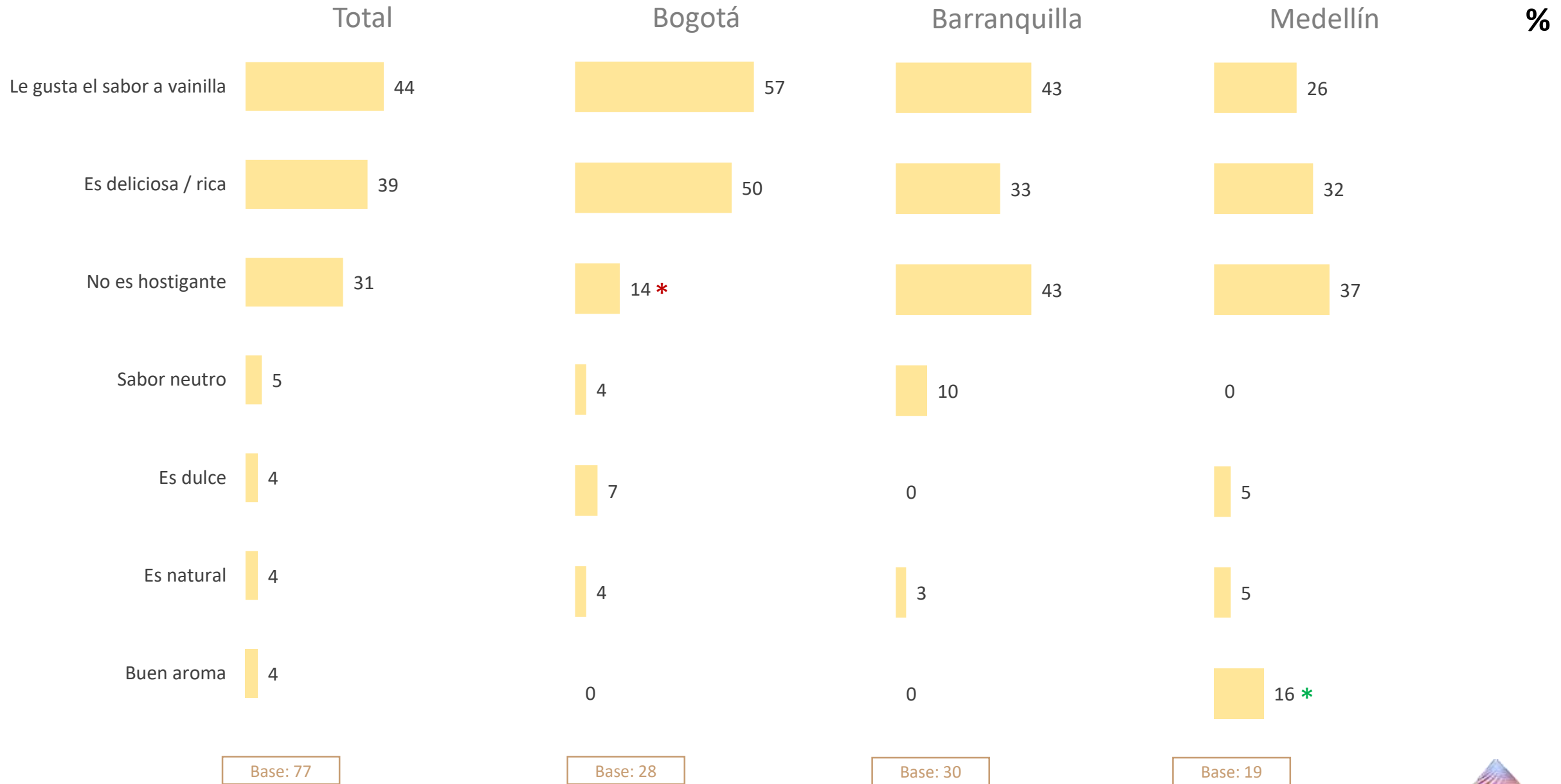
PB. A continuación se mostrarán todas las opciones de variedades que se tienen para las tortas fáciles de Aunt Jemima, Por favor ordénelos de acuerdo con su nivel de preferencia, donde el primer lugar es el sabor/variedad que a usted más le gusta y el sexto el que menos le gusta

# Razones de preferencia - Torta de Chocolate



P8A. Podría decirme por qué razón \_\_\_\_\_ (INTRODUCIR LA VARIEDAD/SABOR QUE COLOCO EN PRIMER LUGAR EN P8) es la variedad/sabor que más le gusta?

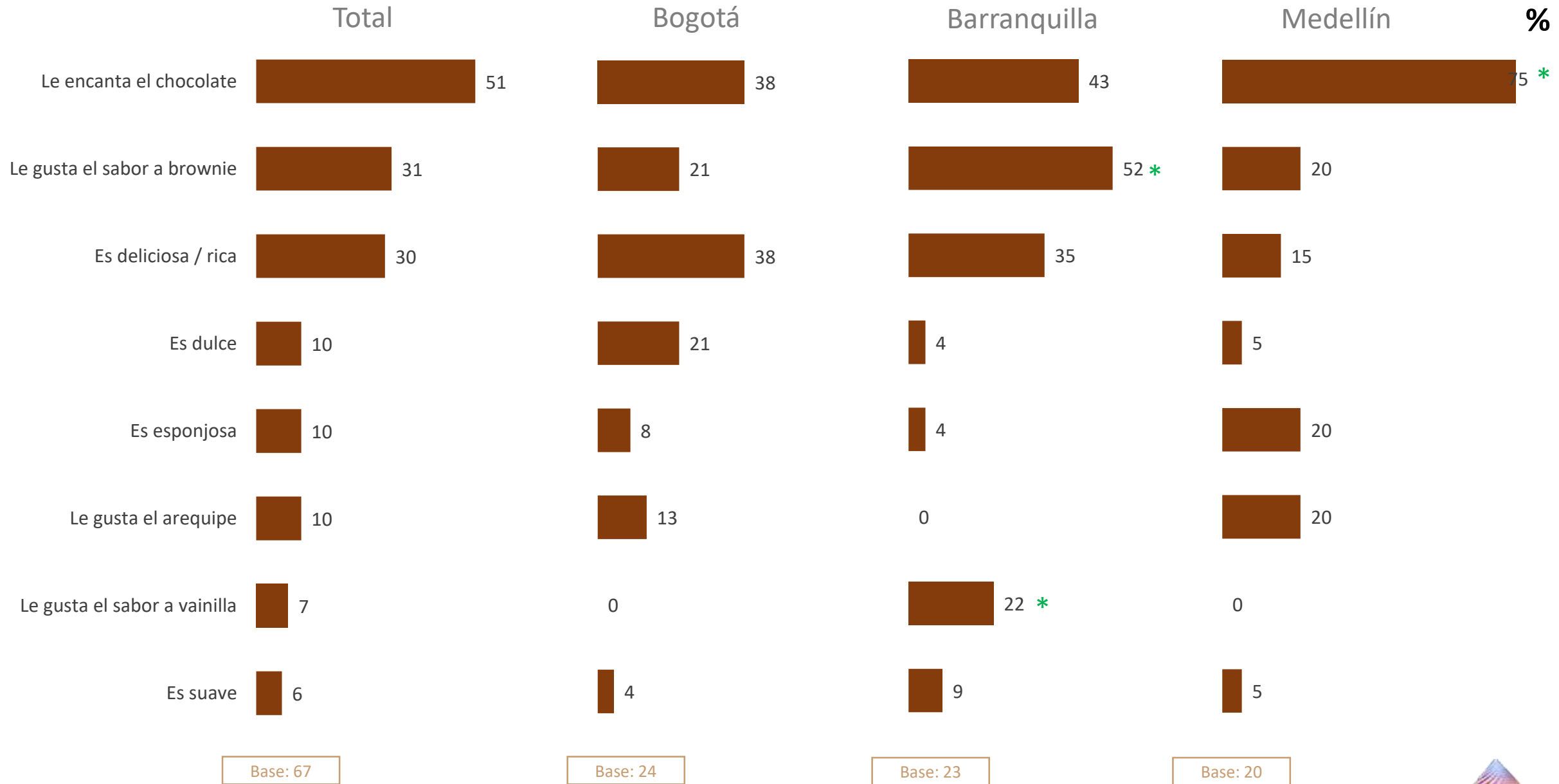
# Razones de preferencia - Torta de Vainilla



P8A. Podría decirme por qué razón \_\_\_\_\_ (INTRODUCIR LA VARIEDAD/SABOR QUE COLOCO EN PRIMER LUGAR EN P8) es la variedad/sabor que más le gusta?

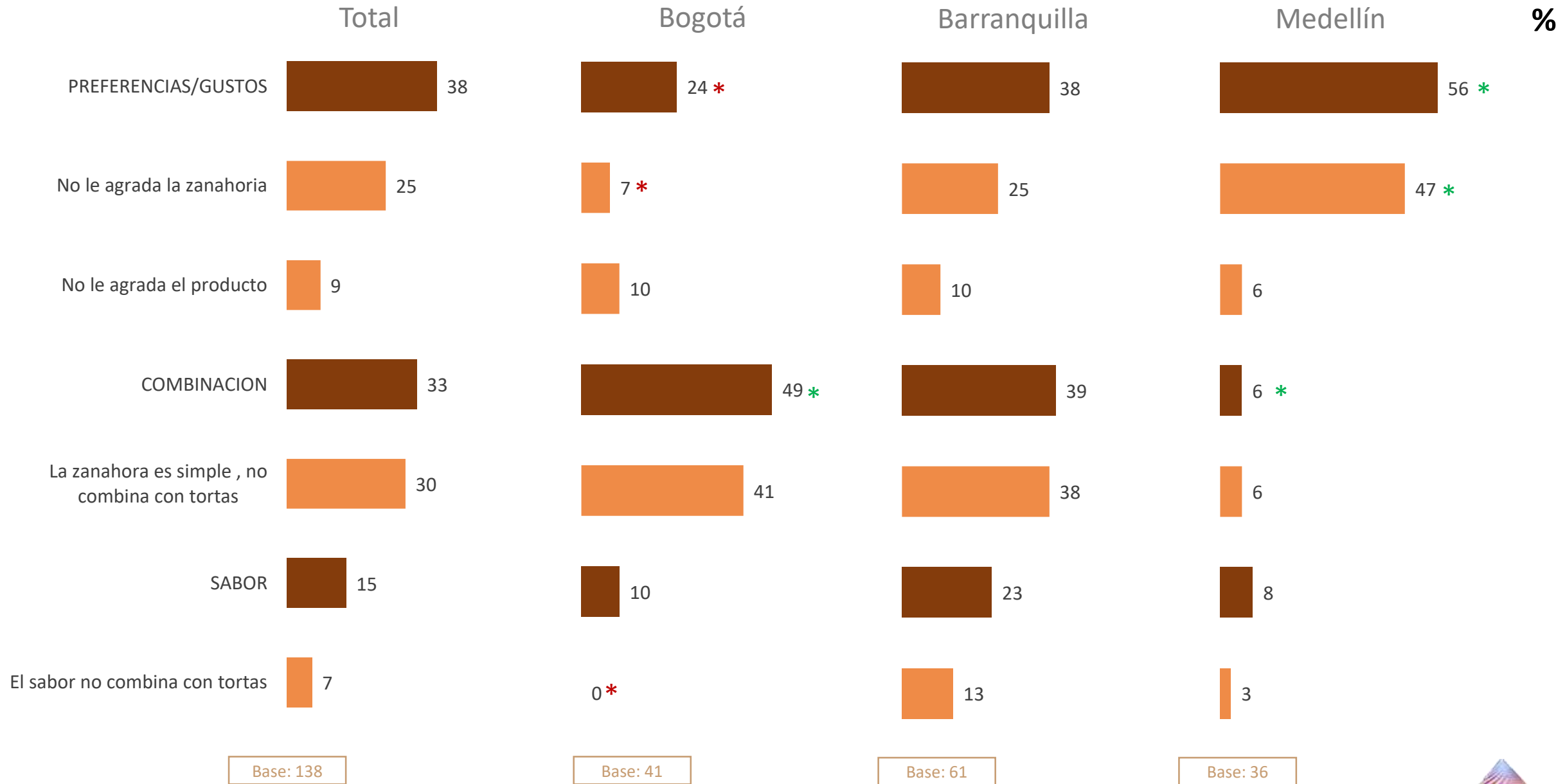


# Razones de preferencia - Torta de Brownie



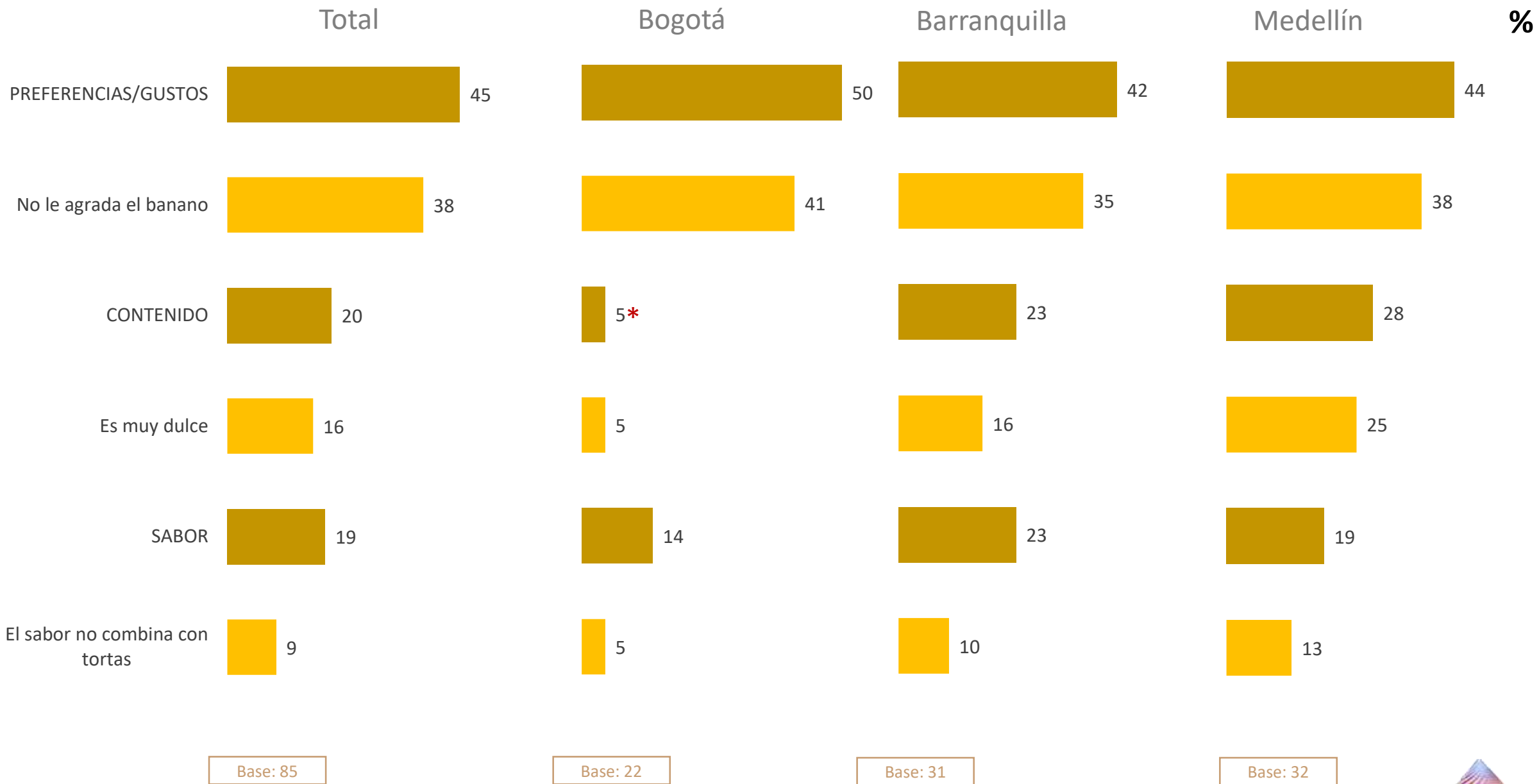
P8A. Podría decirme por qué razón \_\_\_\_\_ (INTRODUCIR LA VARIEDAD/SABOR QUE COLOCO EN PRIMER LUGAR EN P8) es la variedad/sabor que más le gusta?

# Razones NO preferencia - Torta de Zanahoria



P8B. Podría decirme por qué razón usted dice que \_\_\_\_\_ (INTRODUCIR EL SABOR QUE COLOCÓ EN ULTIMO LUGAR EN P8) es la variedad/sabor que menos le gusta?

# Razones NO preferencia - Torta de Banano

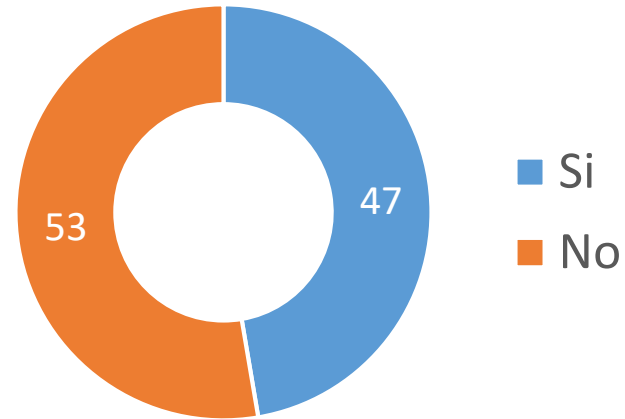


P8B. Podría decirme por qué razón usted dice que \_\_\_\_\_ (INTRODUCIR EL SABOR QUE COLOCÓ EN ULTIMO LUGAR EN P8) es la variedad/sabor que menos le gusta?



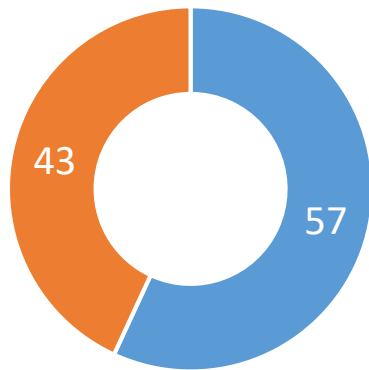
# Otros sabores

## Total

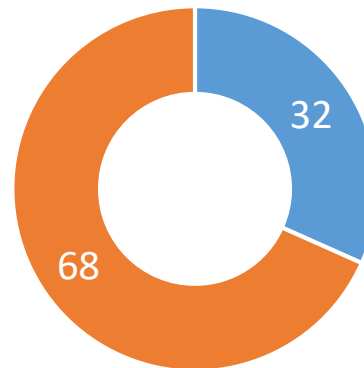


■ Si  
■ No

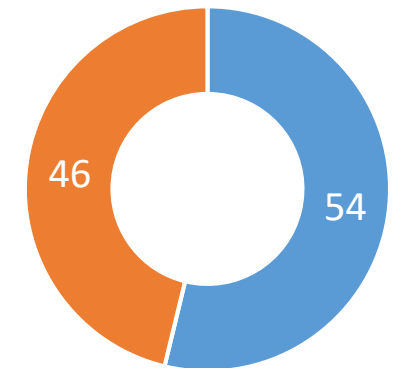
## Bogotá



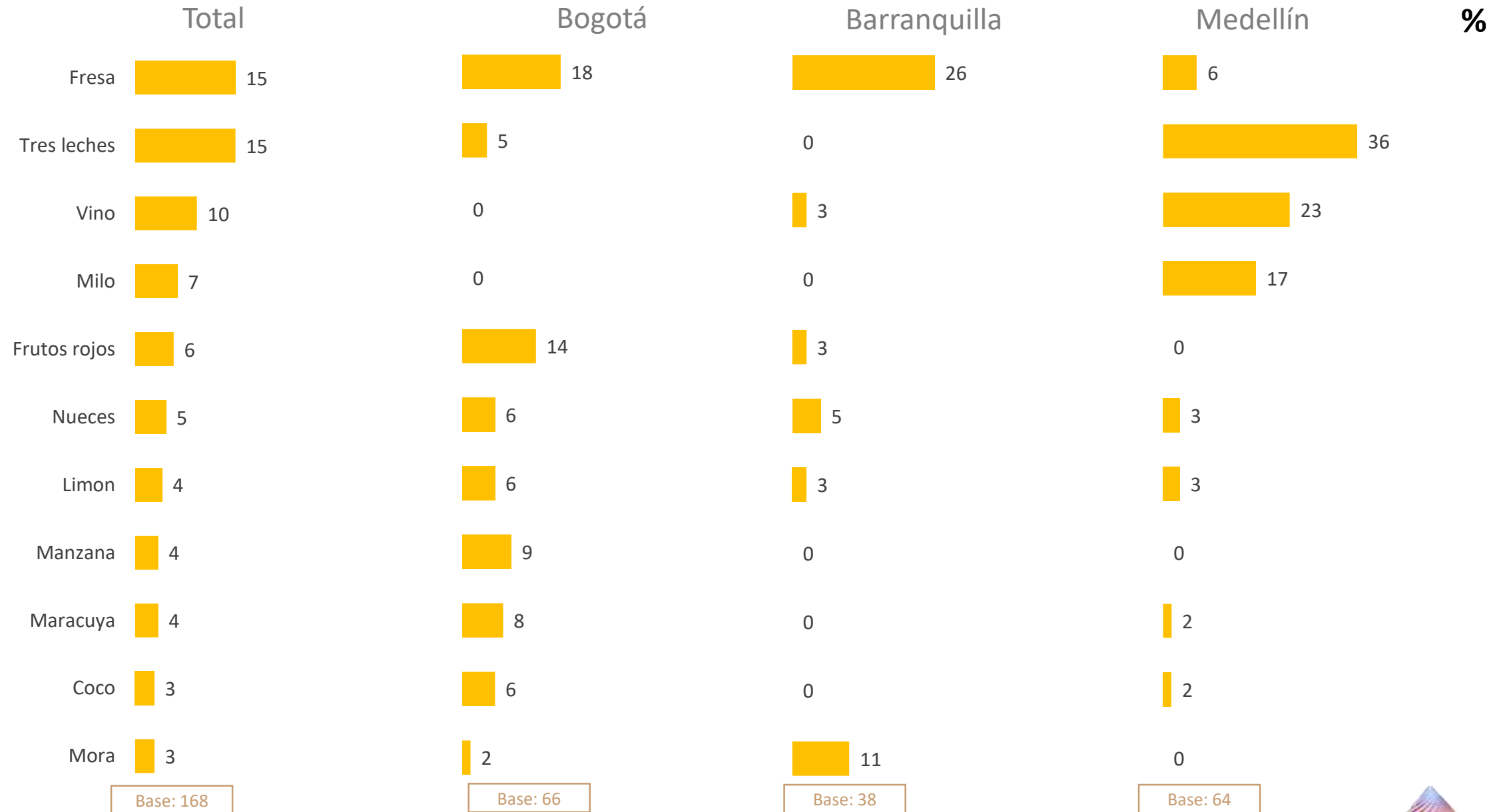
## Barranquilla



## Medellín



# Sabores diferentes



# Conclusiones y recomendaciones



# Conclusiones

- El concepto para las nuevas tortas fáciles de Aunt Jemima resulta muy bien valorado por la población bajo estudio, especialmente en la ciudad de Barranquilla.
- Es un concepto donde los beneficios principales y elementos de agrado se concentran en la promesa de la facilidad, el no necesitar horno, además de percibirse económica. Por otra parte también se releva la promesa de poco tiempo representado en 30 minutos
- En Bogotá se observan diferencias estadísticas frente a las otras dos ciudades en novedad y diferenciación dado que hay una pequeña proporción que no considera el concepto ni novedoso, ni relevante, lo cual no ocurre en las otras dos ciudades

# Recomendaciones

---

- Seguir adelante con el desarrollo del producto





*Alimentos Polar*

