



Informe Proyecto Zazu - Prueba producto II

Septiembre, 2021

Objetivos



Objetivo general

De la investigación

- Determinar producto preferido y desempeño entre Prototipo AP3 vs Froot Loops



Objetivos específicos de investigación

Sobre la categoría:

- Hábito de consumo de la categoría (frecuencia, marcas que consume habitualmente)

Jerarquización de atributos a evaluar:

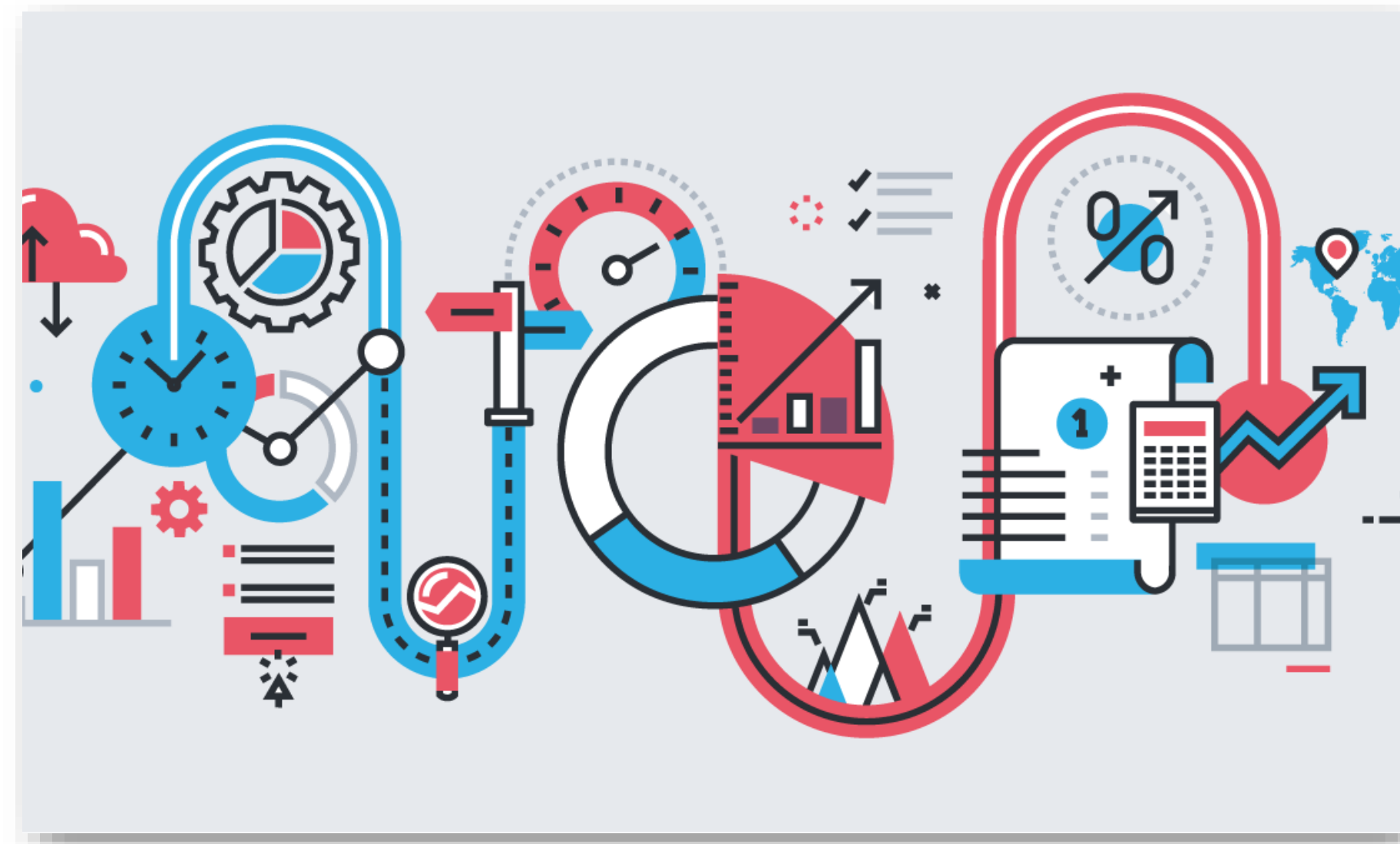
- Apariencia general
- Color del cereal
- Olor/Aroma
- Sabor del cereal
- Nivel de dulce
- Crocancia
- Sabor que deja en la leche
- Sabor residual que deja en la boca

Evaluación de los atributos organolépticos de cada producto en 2 fases: seco y con leche.

- Agrado general de cada muestra.
- Razones de agrado y desagrado
- **Intención de compra**
- **Intención de sustitución de su marca habitual (Froot Loops)**
- **¿Qué le cambiaría o mejoraría?**
- Determinar la muestra preferida y las razones de preferencia.

Nota: los objetivos en azul serán cubiertos sólo con adultos.

Metodología



Metodología

Se trabajó una metodología cuantitativa a través de entrevistas personales en locación central. 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.

Cada persona probó dos productos: un prototipo de polar y Froot Loops, utilizando una aproximación monadica secuencial con rotación de productos.

Se trabajó la siguiente aproximación:

- Se hizo un pre reclutamiento en lugares cercanos a la locación, se aplicó el filtro correspondiente y con quienes cumplieron con las condiciones de participación se invitó a la prueba
- Las locaciones fueron en hogares con salones y/o garajes amplios, dado que estamos viviendo una situación de transición (por la emergencia sanitaria) en donde aún las personas se cuidan mucho en salir a distancias largas y necesitan un poco más de seguridad.
- El lugar de la locación cumplió con las normas de bio seguridad y se tuvo especial atención de usar locaciones que permitieron el distanciamiento social
- La prueba se hizo tanto en seco como con Leche Colanta de acuerdo con sus indicaciones

Metodología

1. Se le entregó a cada entrevistado una porción de 30 gramos de producto para la evaluación en seco y luego se le dio un vaso de leche (150 ml) para que la agregara y se procedió con la segunda fase de evaluación. Esto se repitió para cada muestra.
2. Alimentos Polar entregó la cantidad necesaria del prototipo para su evaluación
3. Reinova compró el benchmark, el fue del mismo lote de producción; así como el resto de los implementos e ingredientes (leche, platos, cucharas, etc).

Grupo objetivo

- Amas de casa con hijos, encargadas de la decisión compra de los alimentos en el hogar, entre 25 y 45 años
- Niños entre 9 y 12 años
- ESE 2 y 3
- Todos consumidores de Froot Loops por lo menos 1 vez por semana.

Cobertura geográfica:

Bogotá



Tamaño de la muestra

150 entrevistas totales, distribuidas como se indica a continuación:

Madres	ESE 2	ESE 3	Total
25-35 años	30	30	60
36-45 años	30	30	60
Total	60	60	120

Error standard a total 8,9% nivel de confianza 95%

Niños	ESE 2	ESE 3	Total
Niños 9-12 años	8	7	15
Niñas 9-12 años	7	8	15
Total	15	15	30

Error standard a total 17,8% nivel de confianza 95%

Resultados



Resumen ejecutivo

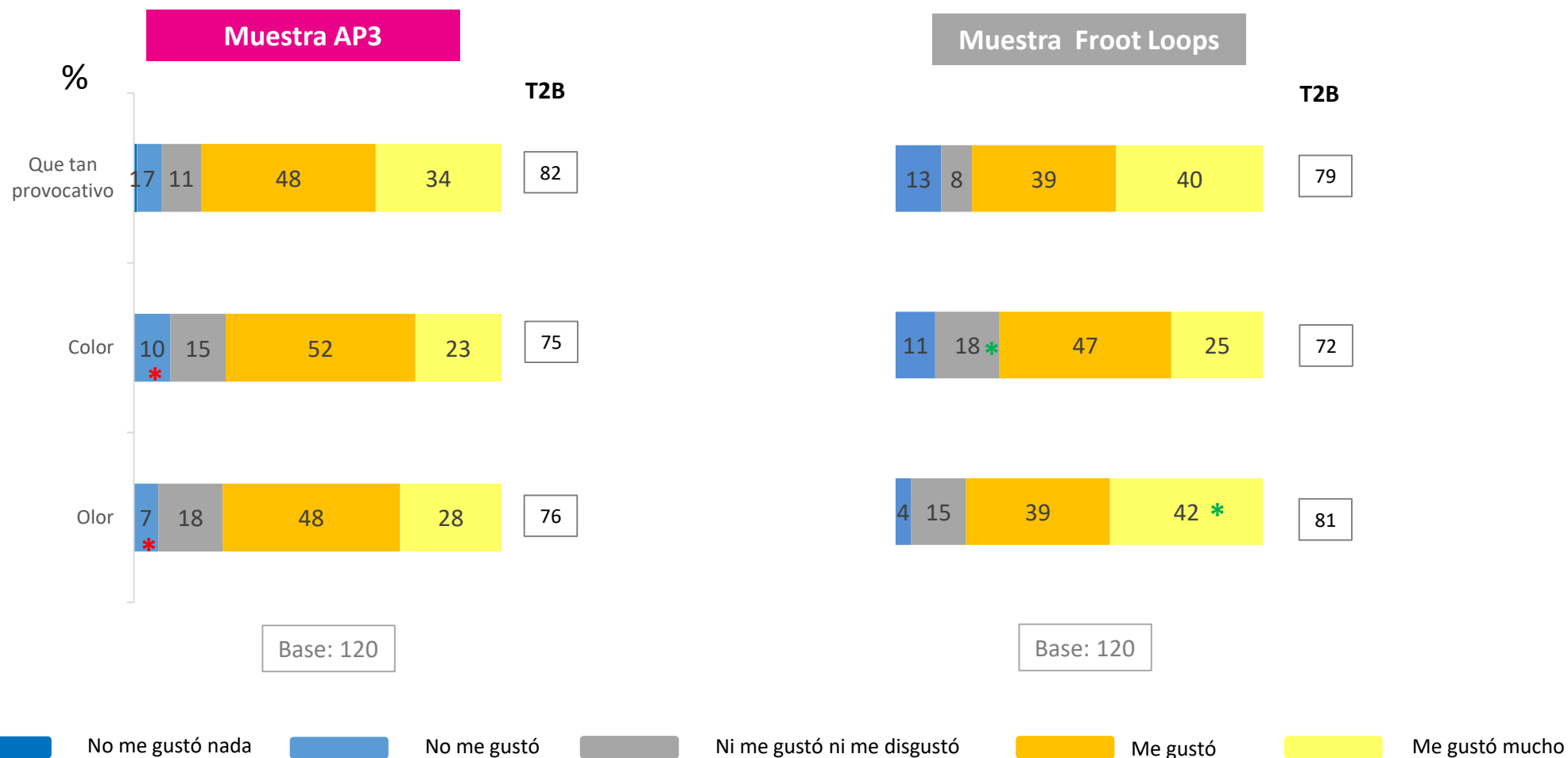
- La muestra AP3 necesita ajustarse para mejorar la percepción del sabor residual tanto en seco como con leche especialmente en el grupo de las mamás
- El color es una variable en que AP3 se desempeña mejor según el criterio de los niños
- El sabor residual es la variable en que AP3 se desempeña por debajo de Froot Loops afectando el agrado general y la preferencia
- Para las mamás el nivel de AP3 está en su punto adecuado mientras Froot Loops muestra exceso, sin embargo, es la variable de menos acuerdo entre grupos poblacionales en donde a los niños les encanta el nivel de Froot Loops y ponderan esta variable.

Análisis de desempeño – Variables de apariencia – Mamás



Datos expresados en porcentaje %

A total T2B no se observan diferencias estadísticas en las variables de apariencia, Froot Loops supera a AP3 en el top de la escala en olor



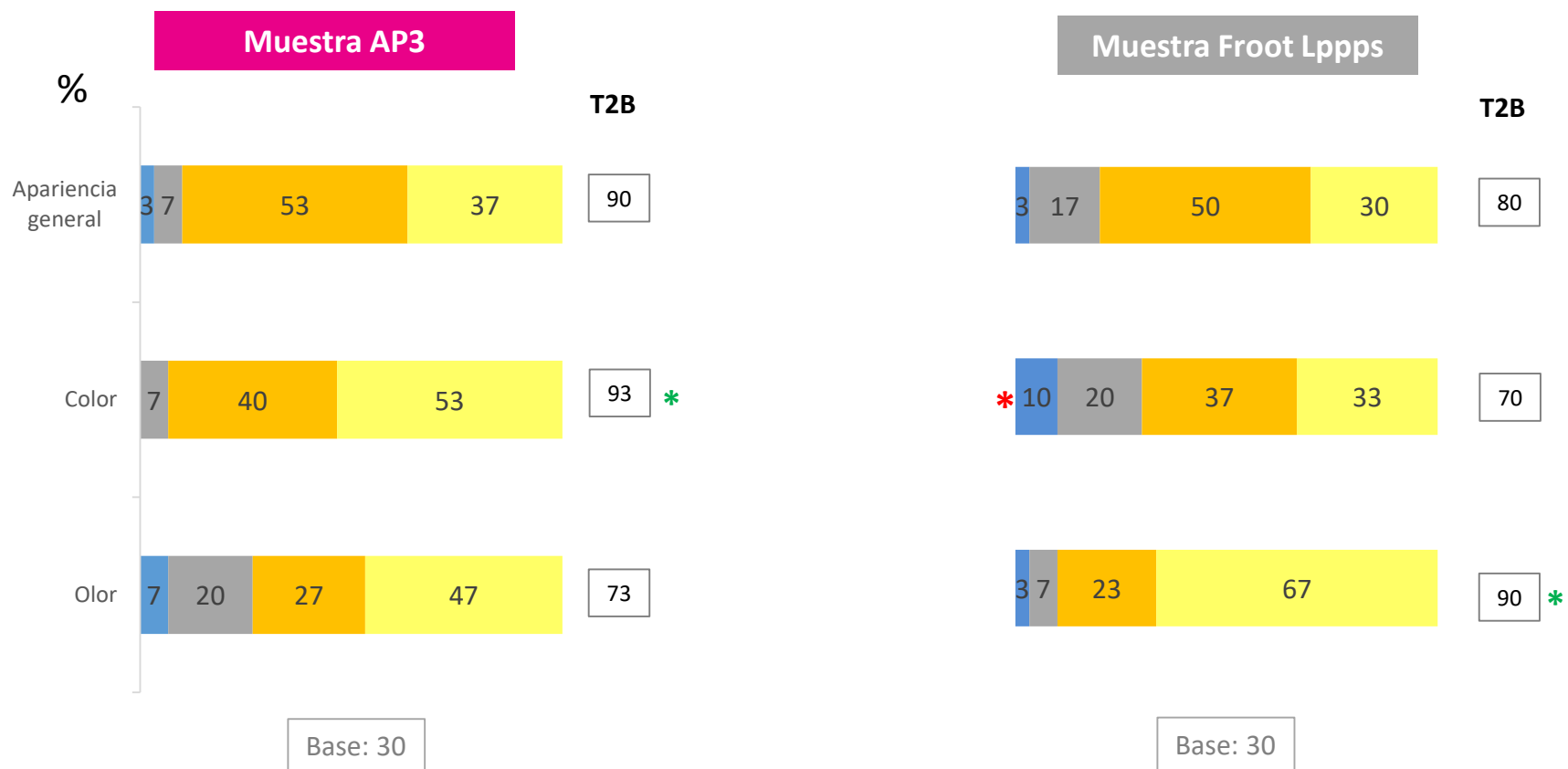
* Diferencias estadísticamente significativas

Análisis de desempeño – Variables de apariencia – Niños



Datos expresados en porcentaje %

En el segmento de los niños Froot Loops la supera en olor, mientras que AP3 en color



■ No me gustó nada
 ■ No me gustó
 ■ Ni me gustó ni me disgustó
 ■ Me gustó
 ■ Me gustó mucho

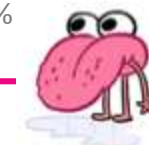
* Diferencias estadísticamente significativas

Resultados prueba en seco

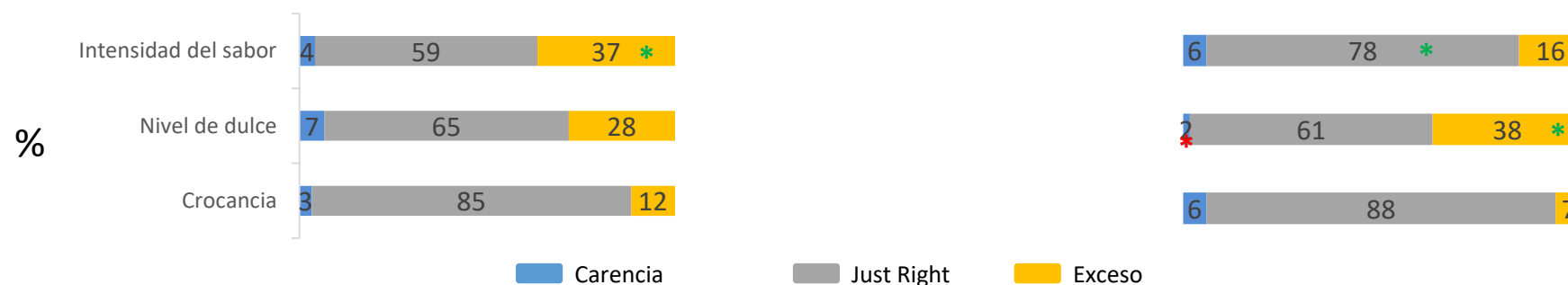
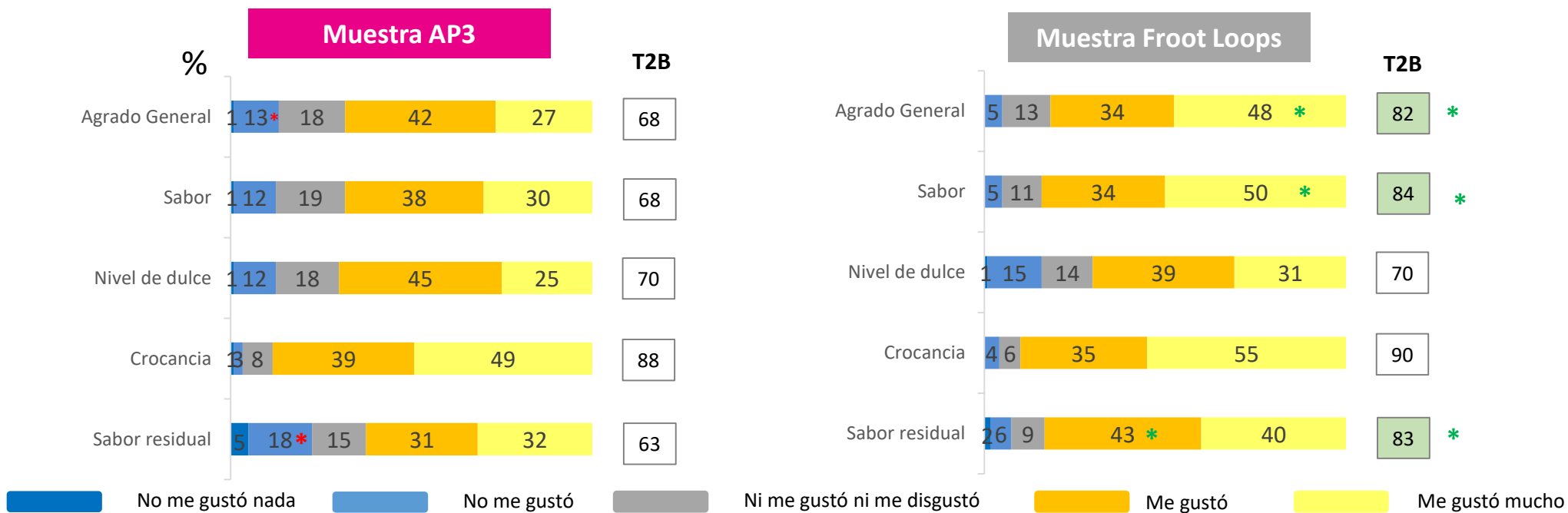


Análisis de desempeño – Mamás

Datos expresados en porcentaje %



Sabor y sabor residual son variables que inciden en la calificación de agrado general, ubicando a Froot Loops por encima de AP 3 en estas variables. Para AP3 se observa exceso en la intensidad del sabor mientras también se observa exceso para Froot Loops en el nivel de dulce.



Base: 120

* Diferencias estadísticamente significativas

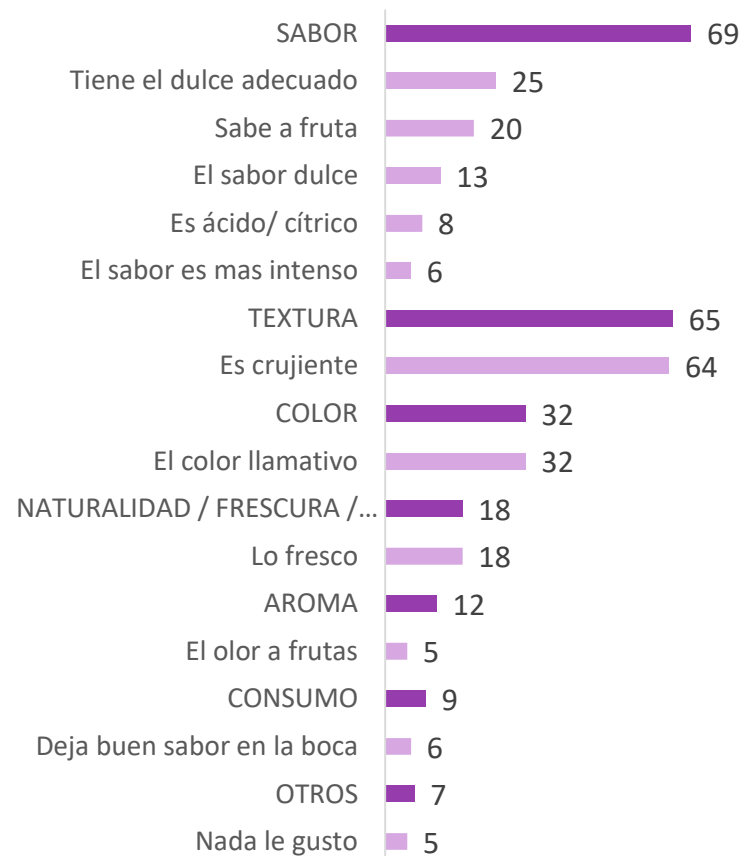
Elementos de agrado – Mamás

Datos expresados en porcentaje %

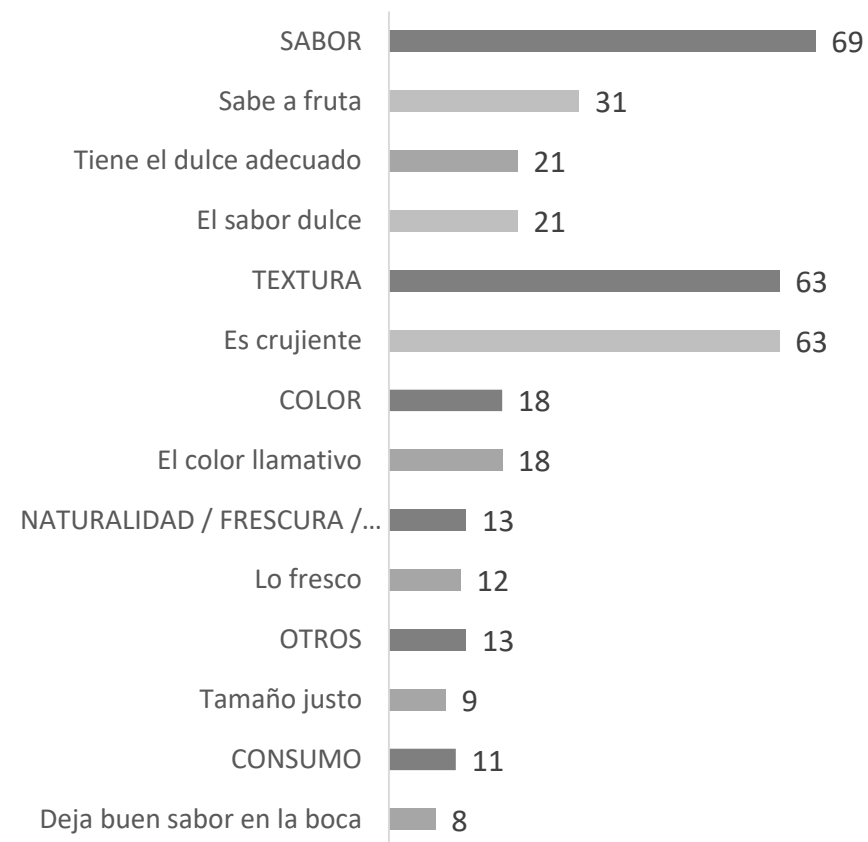


En general se recuperan elementos muy parecidos para ambas muestras, las referencias mas importantes se hacen en relación con Sabor y Textura

Muestra AP3



Muestra Froot Loops



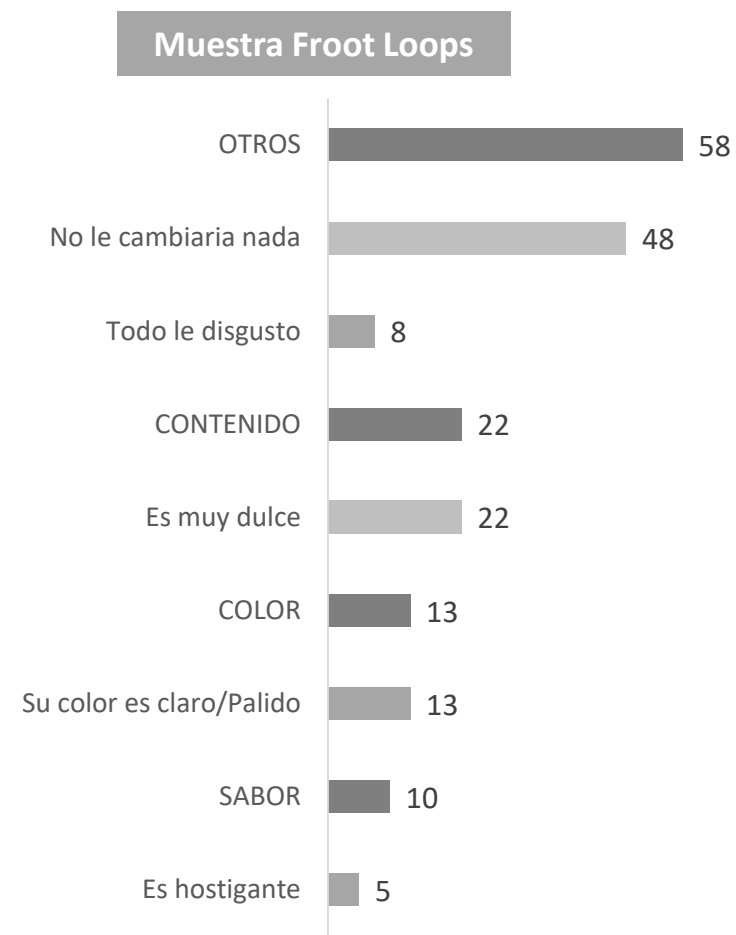
Base: 120

Elementos de desagrado – Mamás

Datos expresados en porcentaje %



Para AP3 la oportunidad de mejora esta en el sabor especialmente el residual



P5. ¿Hubo algo que no le gustó de este cereal? **PROFUNDICE** ¿Algo más que no le haya gustado?

Base: 120



Análisis de desempeño – Niños

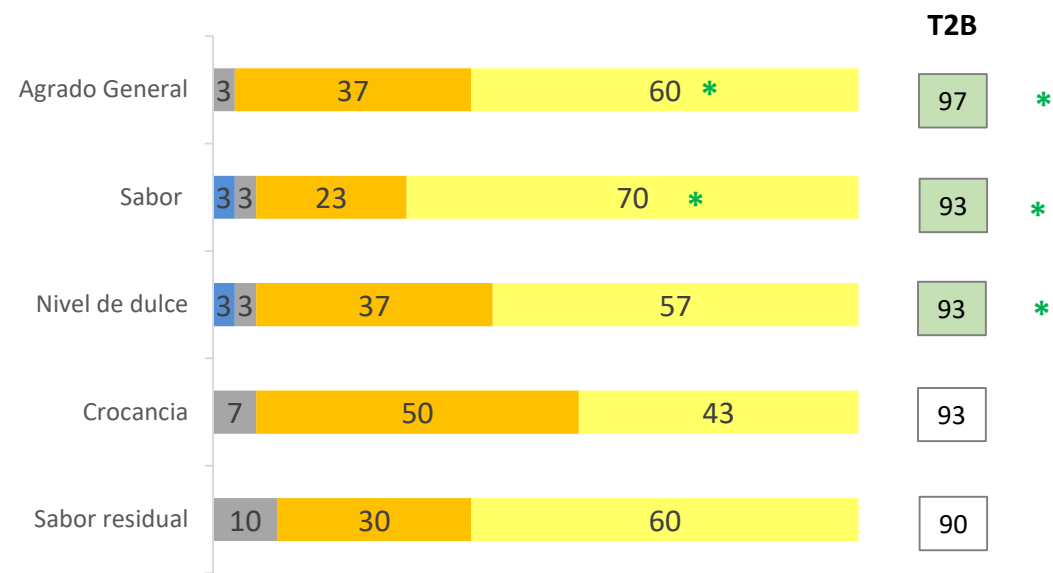
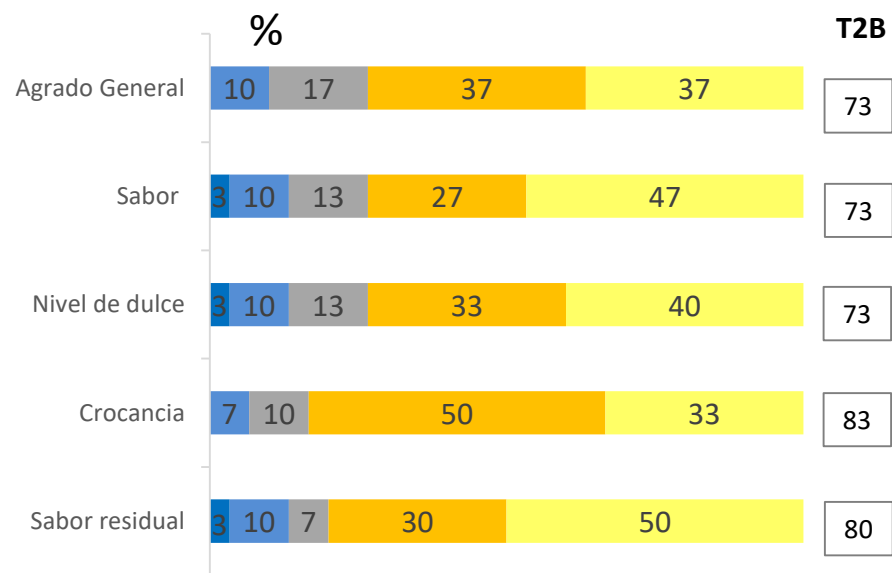
Datos expresados en porcentaje %



Froot Loops supera en la mayoría de las variables la muestra AP3, con diferencias significativas a nivel de agrado general, sabor y nivel de dulce

Muestra AP3

Muestra Froot Loops



No me gustó nada
 No me gustó
 Ni me gustó ni me disgustó
 Me gustó
 Me gustó mucho

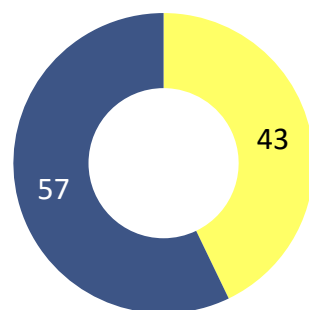
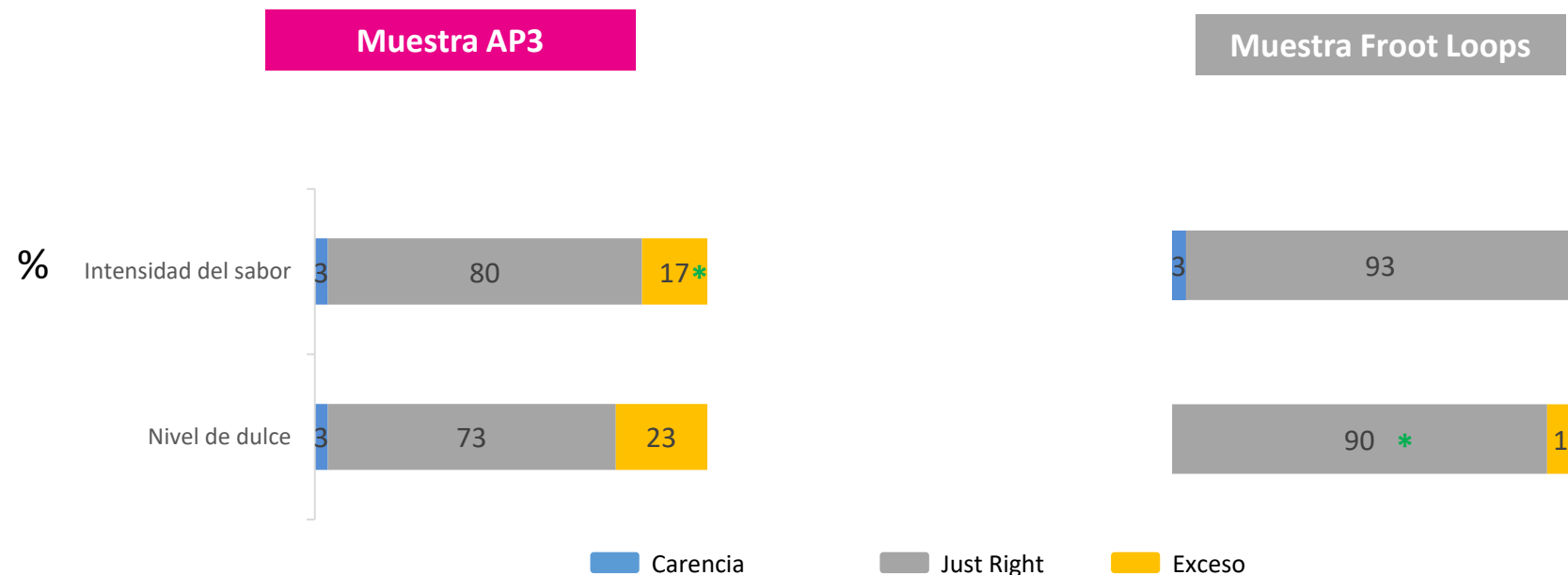
Base: 30

Análisis de desempeño – Niños

Datos expresados en porcentaje %



Para los niños Froot Loops observa con un nivel justo de dulce casi para la totalidad de la población, para una pequeña proporción indican que les sobra dulce. Para la muestra AP se observa una mayor percepción



Le sobra un poco de dulce (yellow) Le sobra mucho dulce (dark blue)

Base: 30

* Diferencias estadísticamente significativas

Resultados prueba con leche



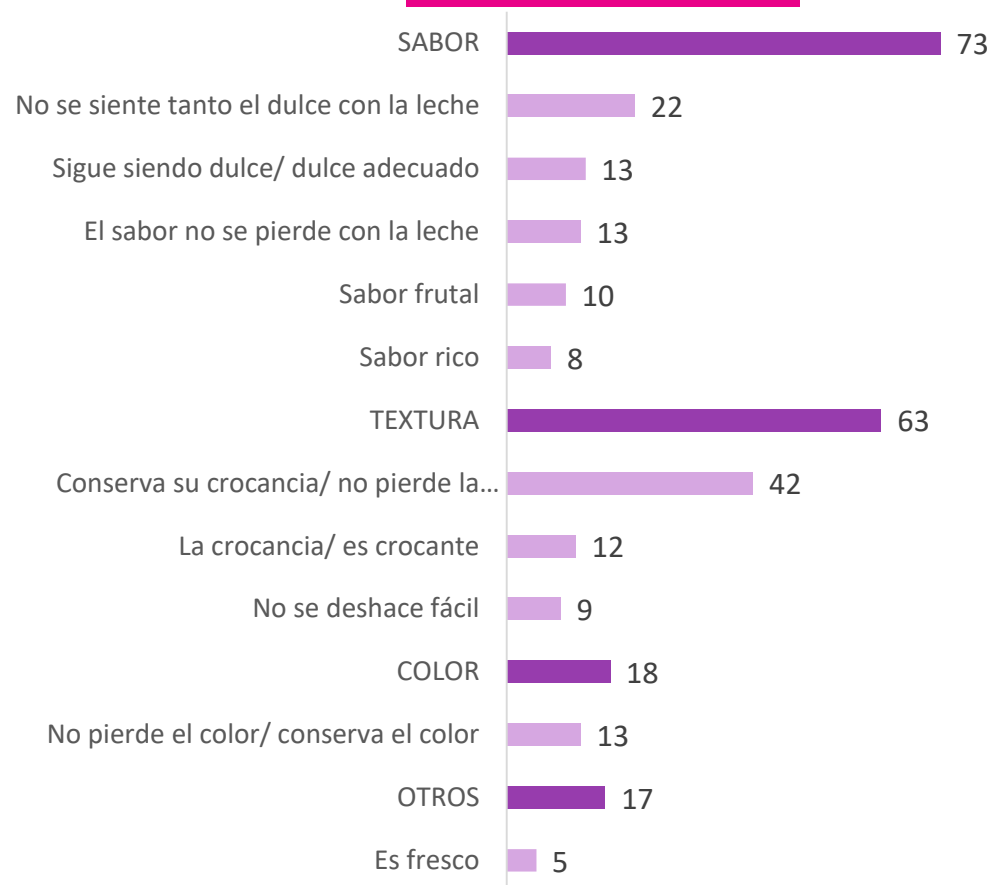
Elementos de agrado – Mamás

Datos expresados en porcentaje %

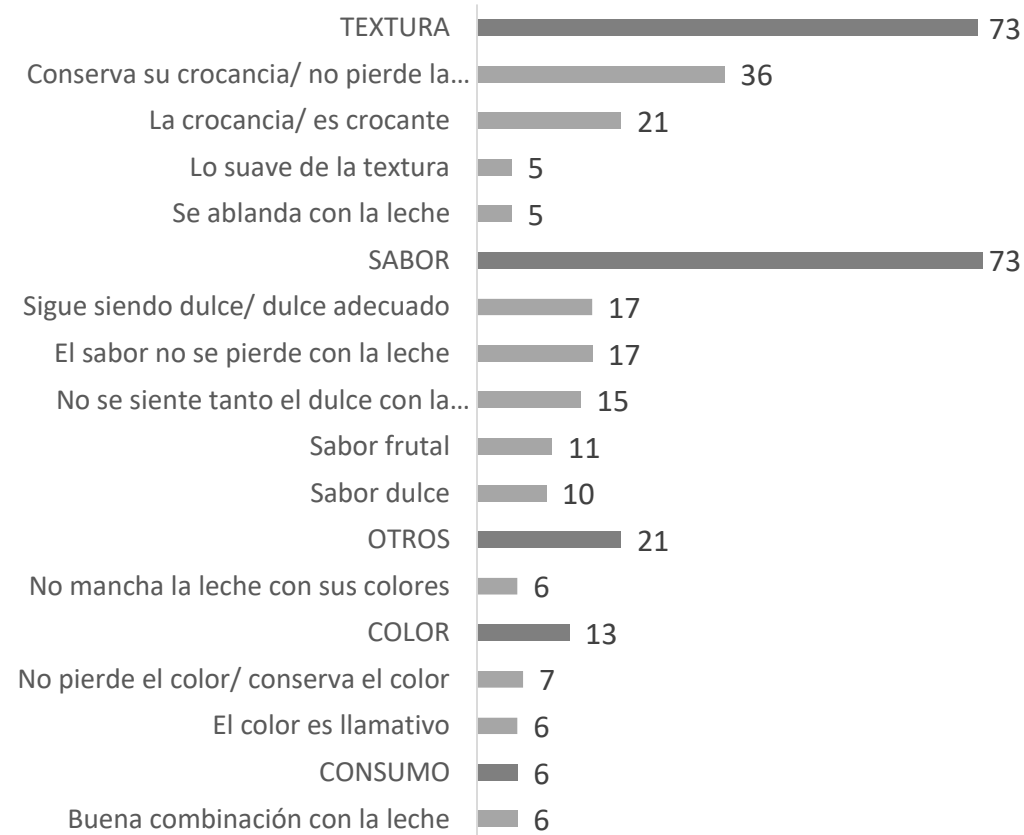


Sabor y textura son las variables que mas inciden en el agrado para las madres, para ambas muestras se recuperan elementos relacionados con estas variables

Muestra AP3



Muestra Froot Loops



Base: 120

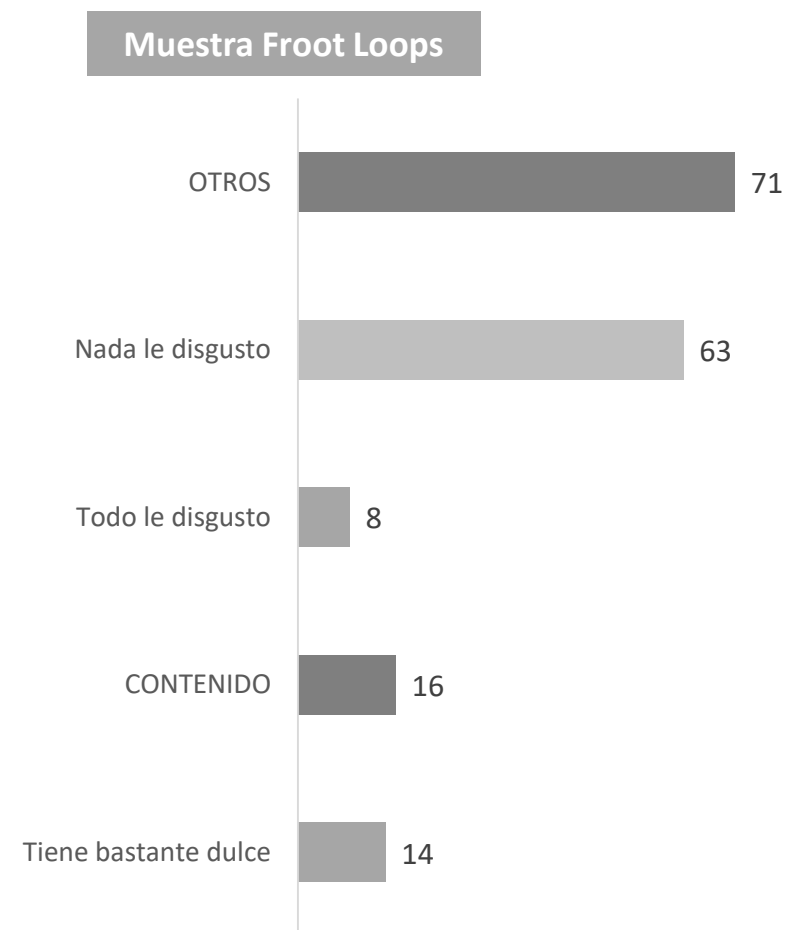
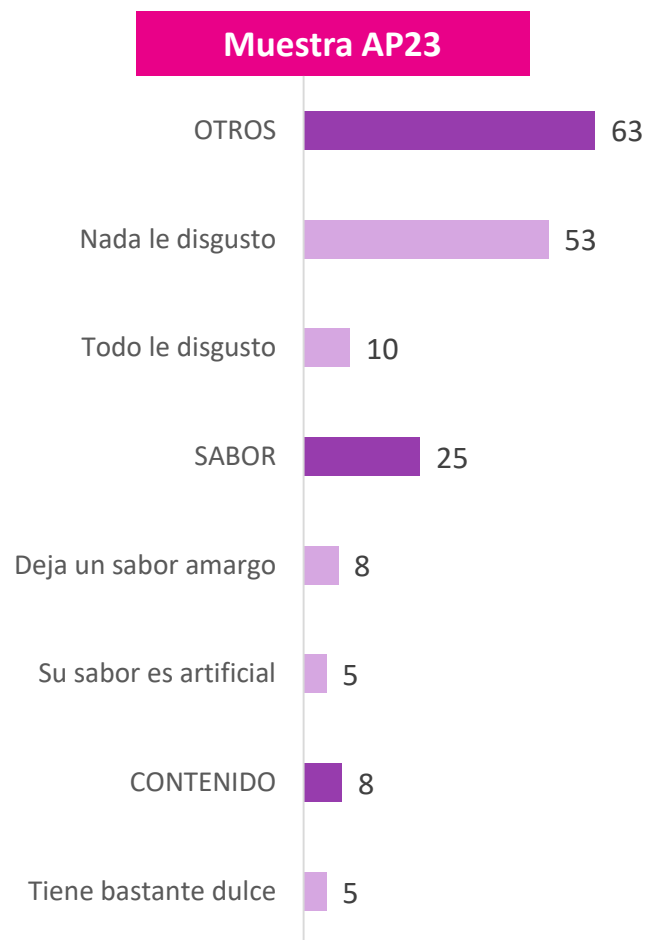
P13. ¿Qué le gustó de este cereal en leche? PROFUNDICE ¿Algo más que le haya gustado?

Elementos de desagrado – Mamás

Datos expresados en porcentaje %



Nuevamente el sabor residual es el que tiene oportunidad para la muestra AP3, se declara como un sabor amargo



Base: 120

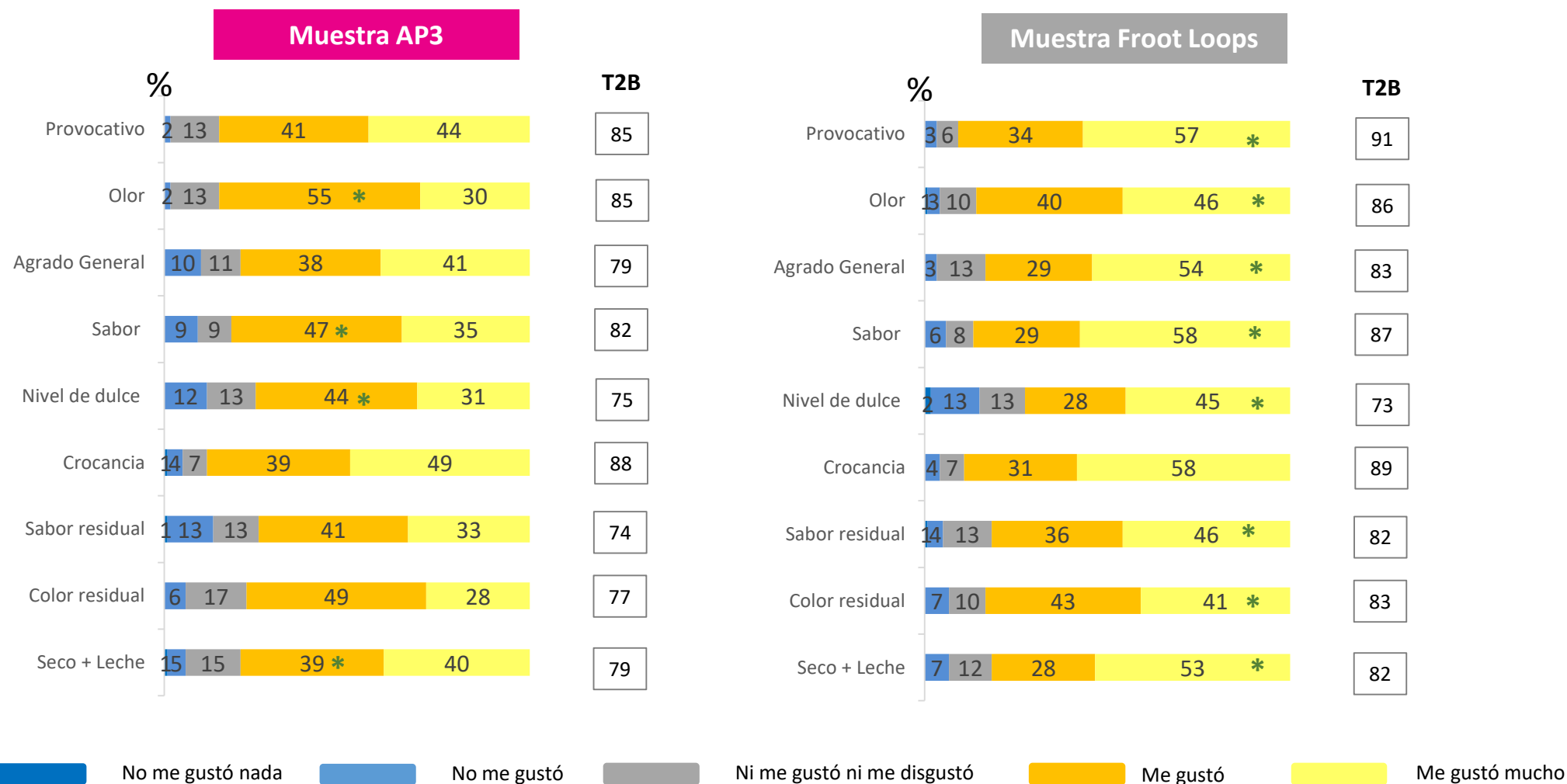
P14. ¿Hubo algo que no le gustó de este cereal en leche? PROFUNDICE ¿Algo más que no le haya gustado?

Análisis de desempeño – Mamás

Datos expresados en porcentaje %



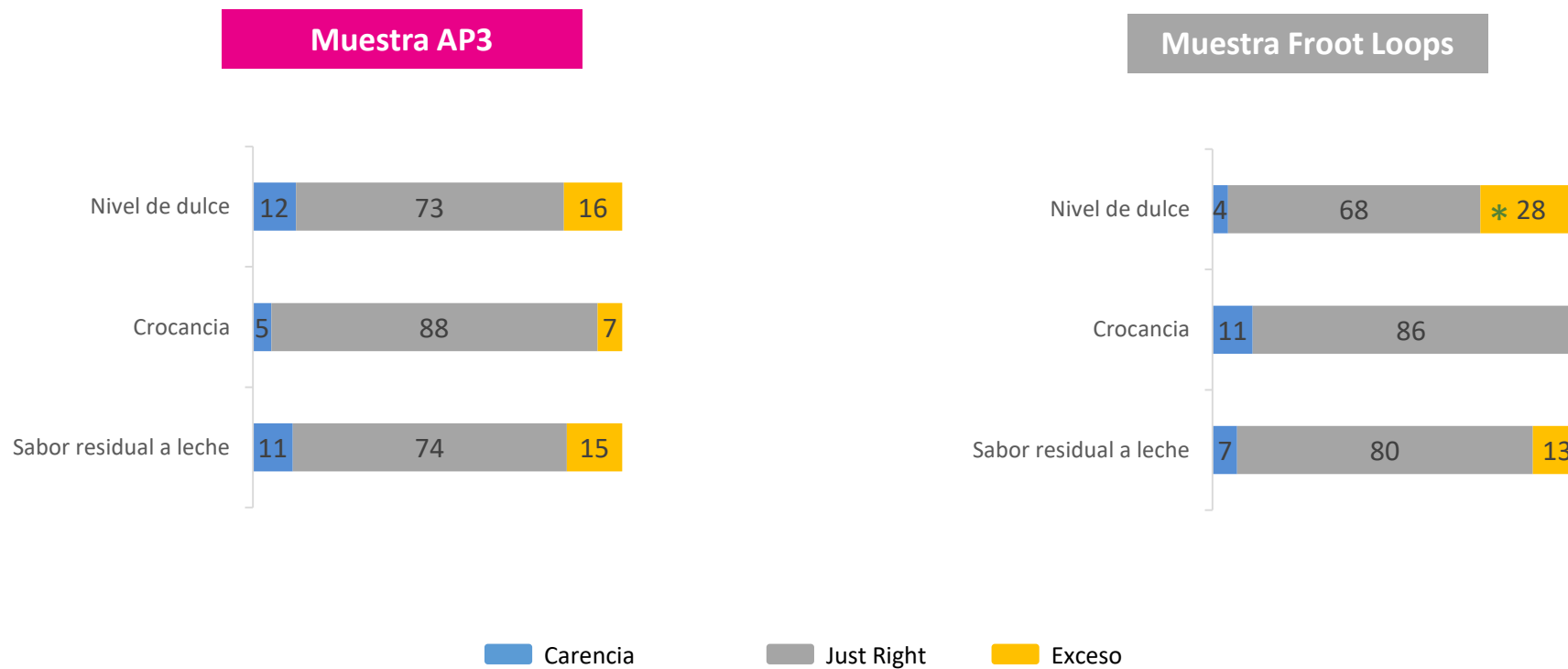
A nivel de T2B no se observan diferencias estadísticamente significativas, sin embargo en el top de la escala (mayor calificación) si se observan diferencias a favor de Froot Loops en la mayoría de las variables excepto crocancia



Base: 120



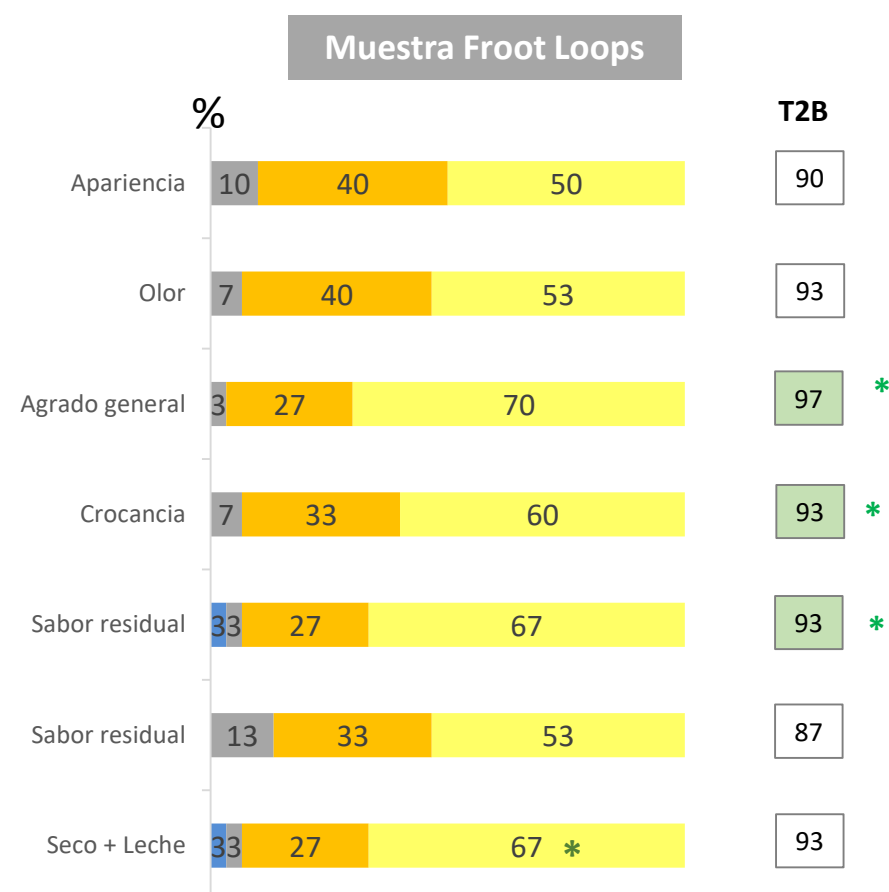
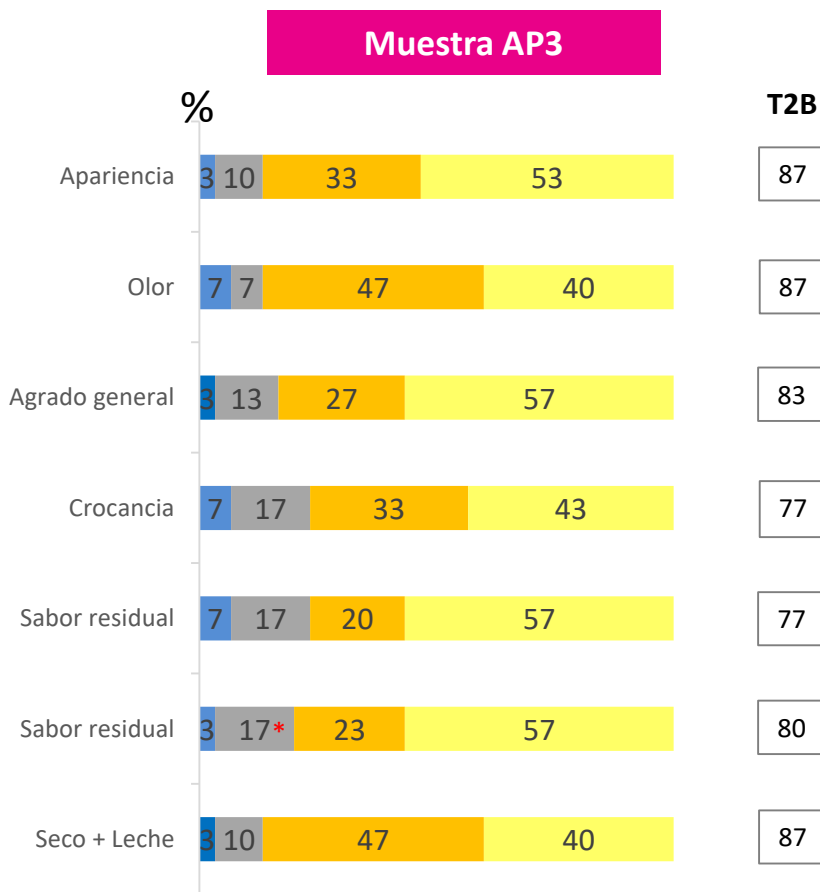
Las mamás perciben un nivel de dulce en exceso para Froot Loops con diferencias estadísticas frente a AP3



Base: 120



Froot Loops supera a AP3 en agrado general, crocancia y sabor residual

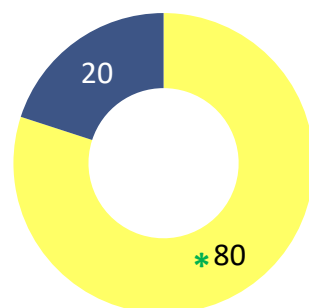
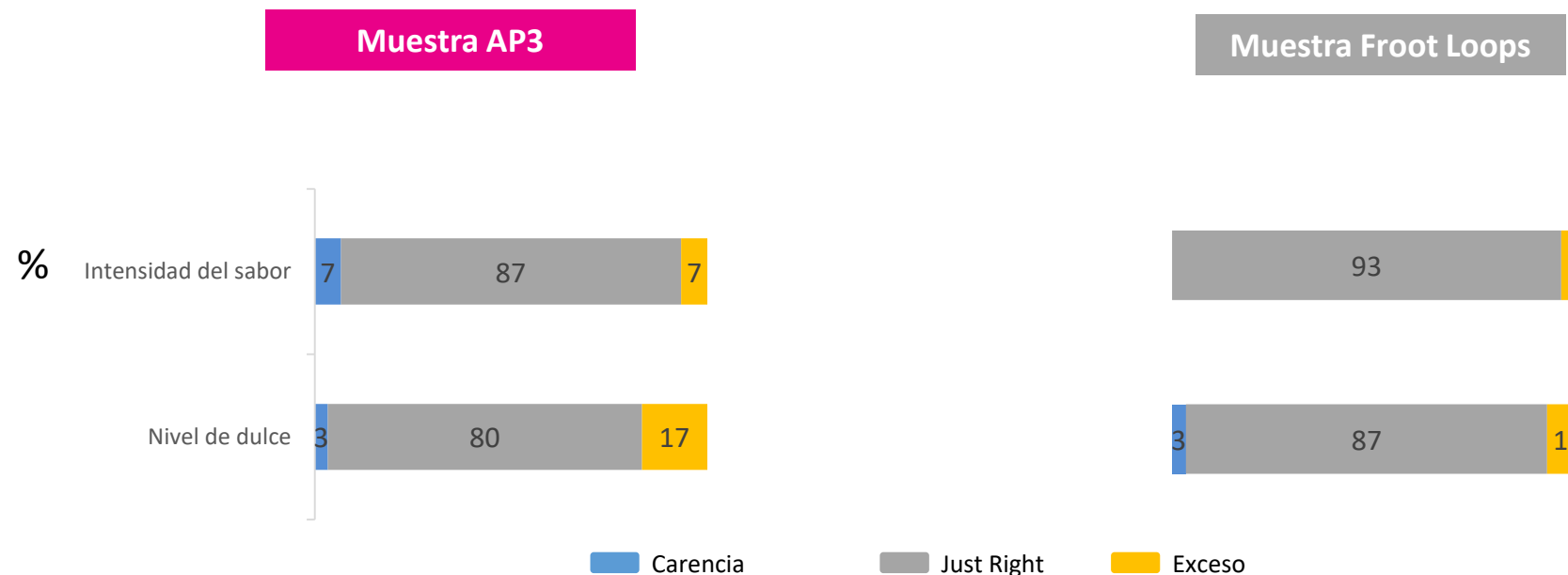


No me gustó nada
 No me gustó
 Ni me gustó ni me disgustó
 Me gustó
 Me gustó mucho

Base: 30



No se observan diferencias estadísticamente significativas para estas variables



Le sobra un poco de dulce (Yellow) Le sobra mucho dulce (Dark Blue)

Base: 30

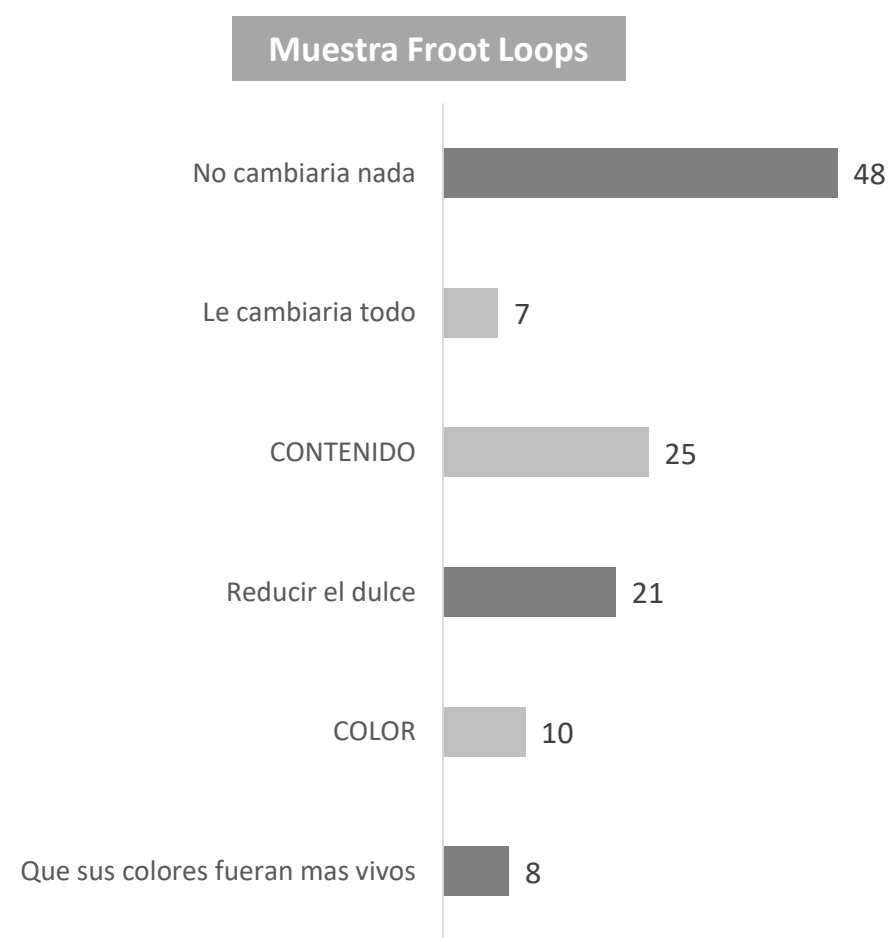
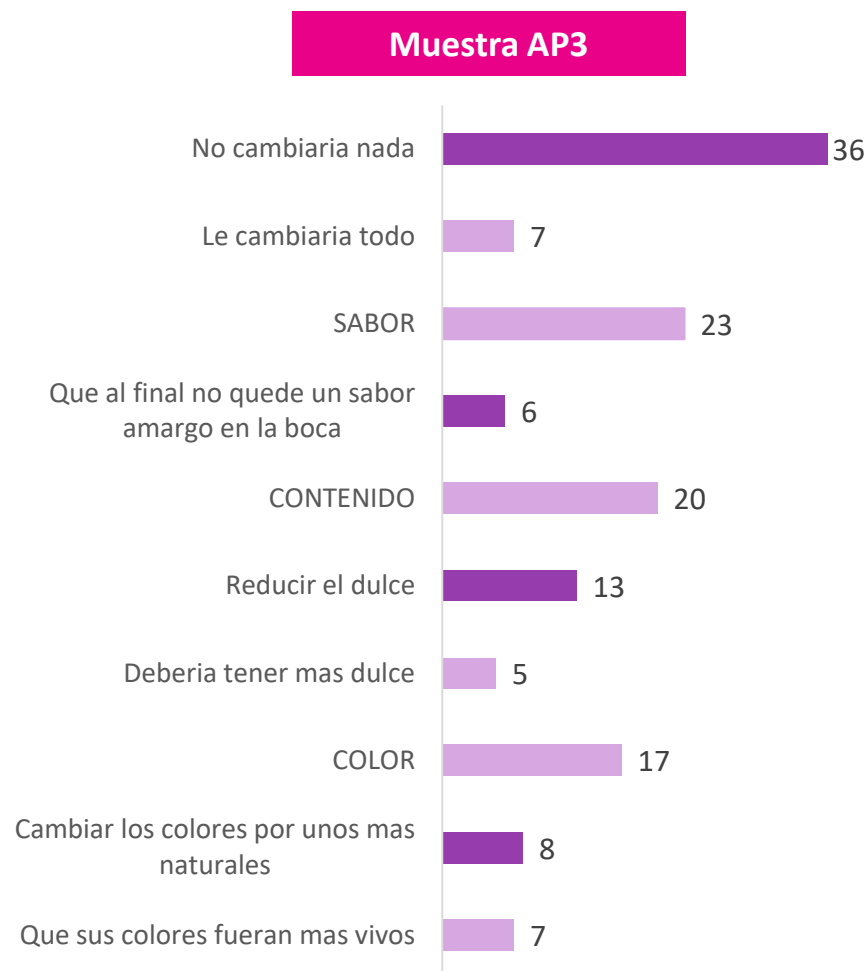
* Diferencias estadísticamente significativas

Elementos que cambiaría – Mamás

Datos expresados en porcentaje %



Para la muestra Froot Loops se observa una mayor proporción que indica que no cambiaría nada; de resto se refieren especialmente a reducir el nivel de dulce mientras para AP3 nuevamente surge el tema del sabor residual, así mismo las madres mencionan el nivel de dulce y el color

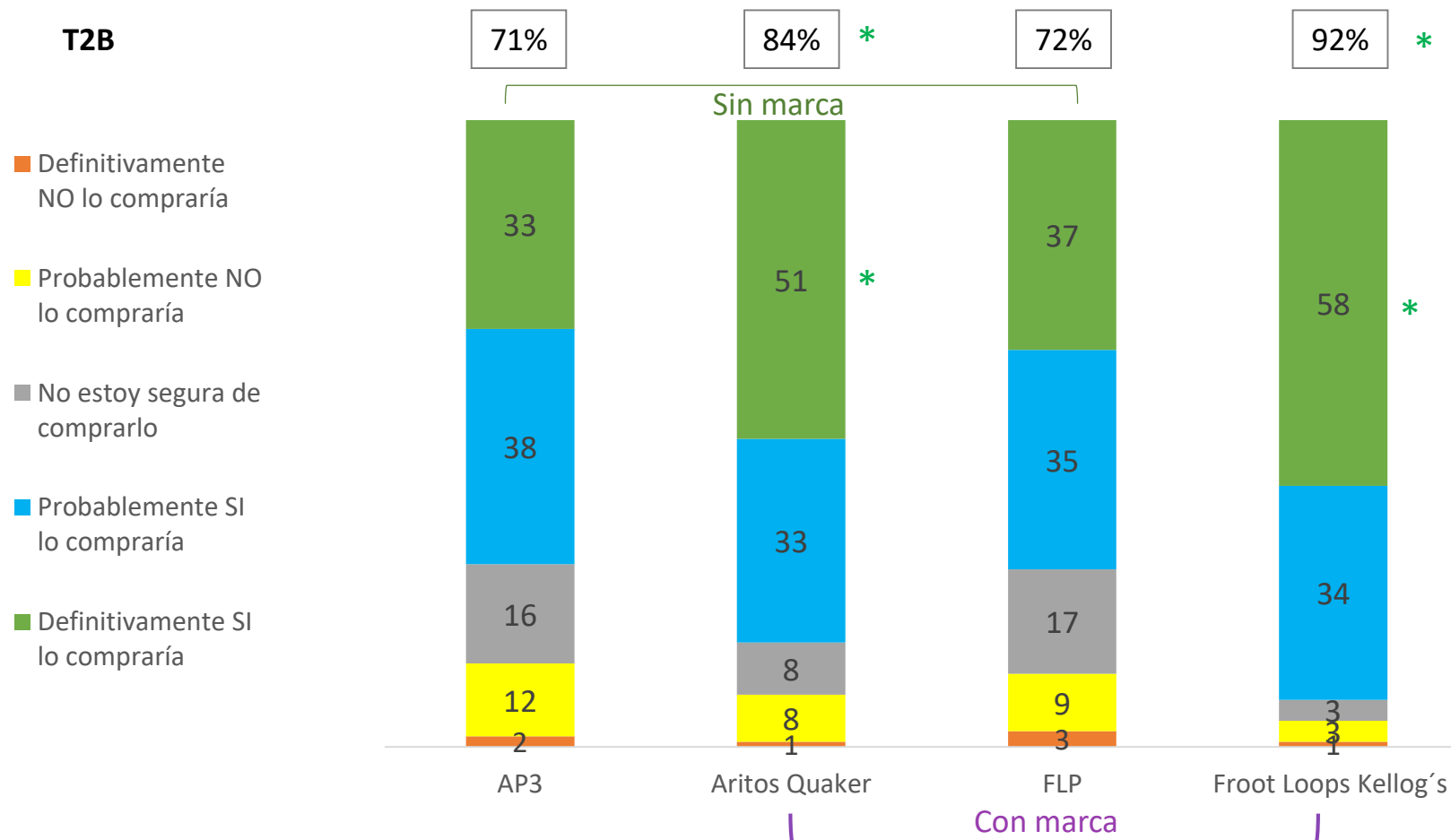


Base: 120

Intención de compra - Mamás

Datos expresados en porcentaje %

Sin marca no se observan diferencias significativas en la intención de compra. Una vez se conoce la marca la distancia se aumenta de manera sensible entre ambas marcas



* Diferencias estadísticamente significativas

P22. (MOSTRAR TARJETA 22) Si en este momento le ofreciera este producto, ¿Qué tan interesada estaría en comprarlo? (RU)

P26. (MOSTRAR TARJETA 22) Y sabiendo que es la marca... (CITE MARCA QUE ESTÉ EVALUANDO), ¿qué tan interesada estaría en comprar este cereal? (RU)



Una vez las madres conocen de que marca se tratan las muestras se observa mayor agrado por Froot Loops con diferencias estadísticamente significativas en los T2Boxes



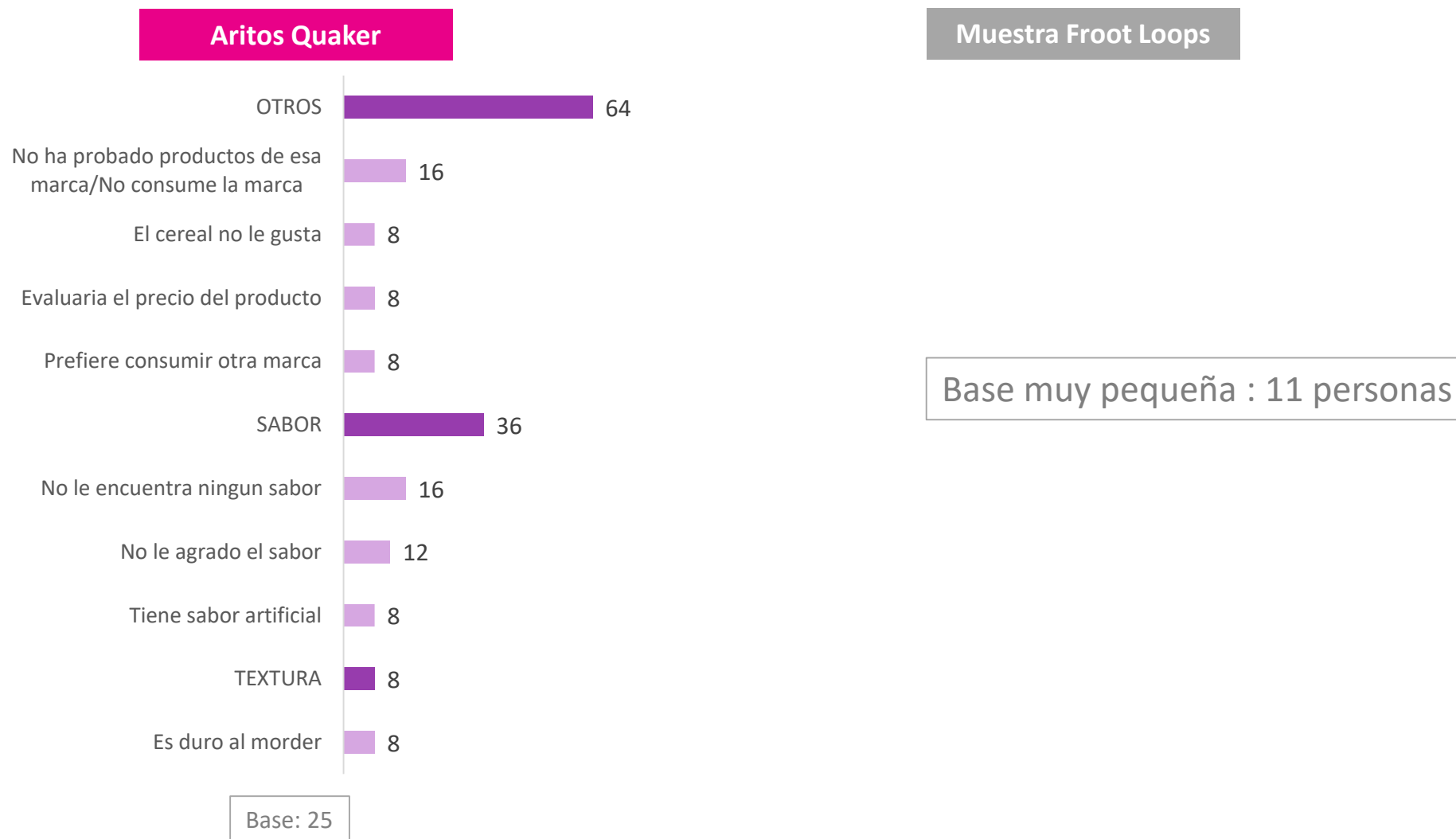
Base: 120

P25. (MOSTRAR TARJETA 1). El cereal que probó en primer lugar es de la marca... (CITE MARCA QUE CORRESPONDA SEGÚN ROTACIÓN), ¿qué tanto le gusta que este cereal sea de esta marca? (RU)

* Diferencias estadísticamente significativas

Razones por las que no agrada que sea de la marca... – Mamás

Datos expresados en porcentaje %



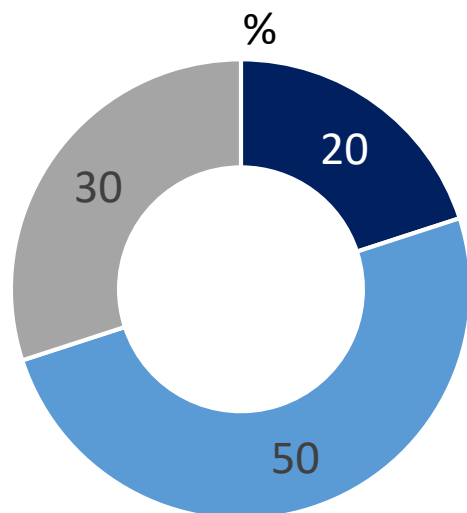
P25A. ¿Por qué razones usted menciona que INSERTE RESPUESTA DE P25 que este cereal sea de la marca (CITE MARCA)? ¿Algo más?

Intención de Sustitución y/o reemplazo por otros productos - Mamás

Datos expresados en porcentaje %

Froot Loops observa un mayor porcentaje con diferencias significativas en consumir el cereal habitual, más el probado, para el caso de la muestra AP3 en adición se observa una mayor proporción en no cambiar el cereal habitual por este

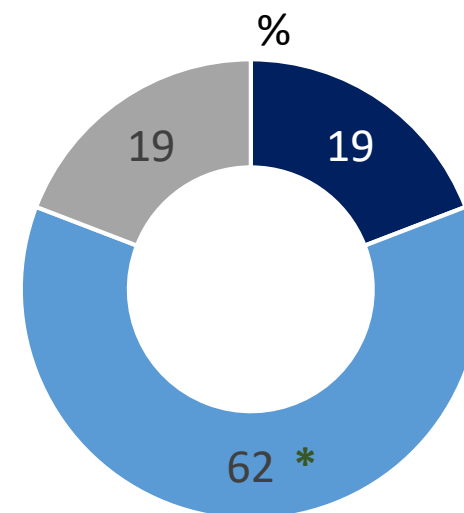
Muestra AP3



- Reemplazaría mi cereal habitual por este
- Consumiría mi cereal habitual y este también
- No cambiaría mi cereal habitual por este cereal

Base: 120

Muestra Froot Loops



- Reemplazaría mi cereal habitual por este
- Consumiría mi cereal habitual y este también
- No cambiaría mi cereal habitual por este cereal

Base: 120

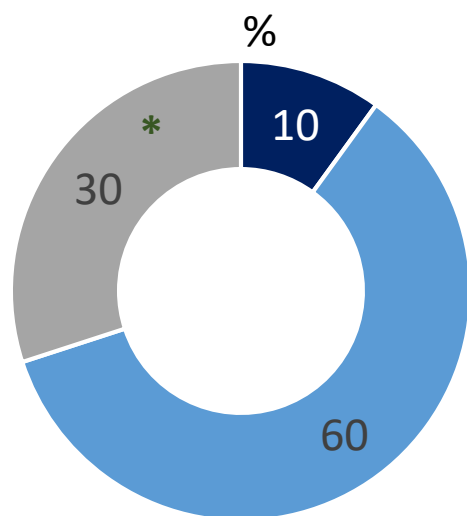
* Diferencias estadísticamente significativas

Intención de Sustitución y/o reemplazo por otros productos - Niños

Datos expresados en porcentaje %

Sucede algo similar a lo observado para las mamás, una mayor proporción que indicaría que consumiría la muestra que probo más la habitual con una mayor proporción con diferencias significativas para Froot Loops y una mayor proporción que indica que no se cambiaría para AP3, también con diferencias significativas

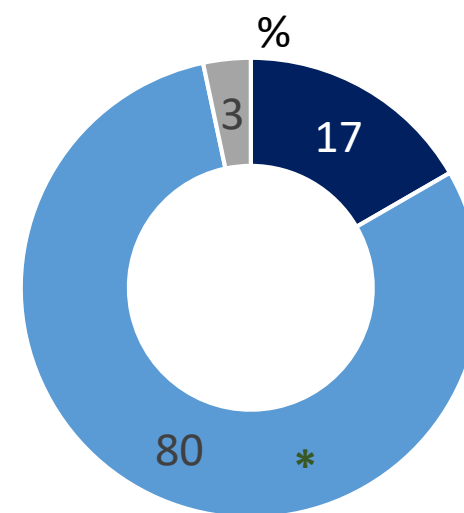
Muestra AP3



- Reemplazaría mi cereal habitual por este
- Consumiría mi cereal habitual y este también
- No cambiaría mi cereal habitual por este cereal

Base: 30

Muestra Froot Loops



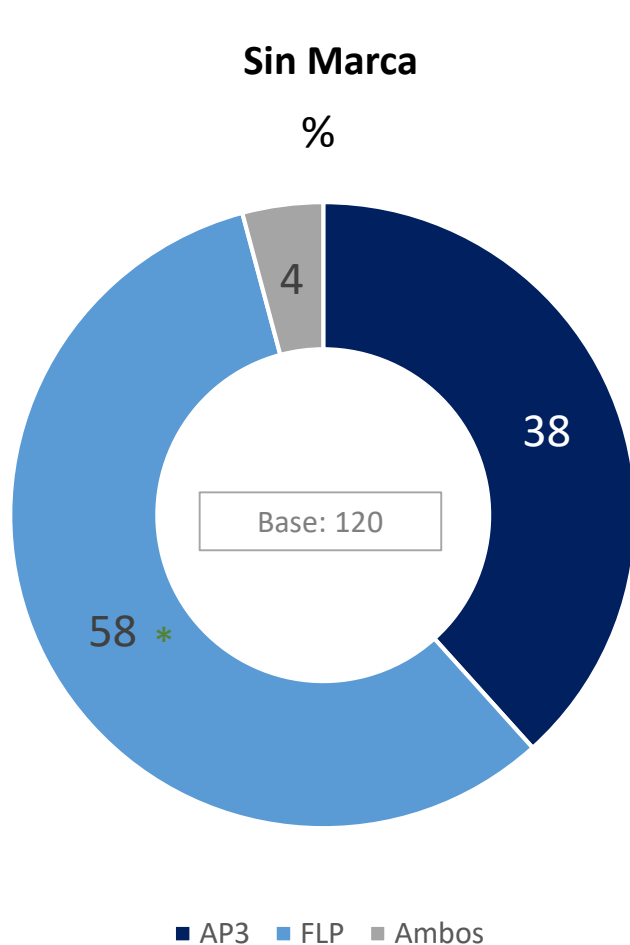
- Reemplazaría mi cereal habitual por este
- Consumiría mi cereal habitual y este también
- No cambiaría mi cereal habitual por este cereal

Base: 30

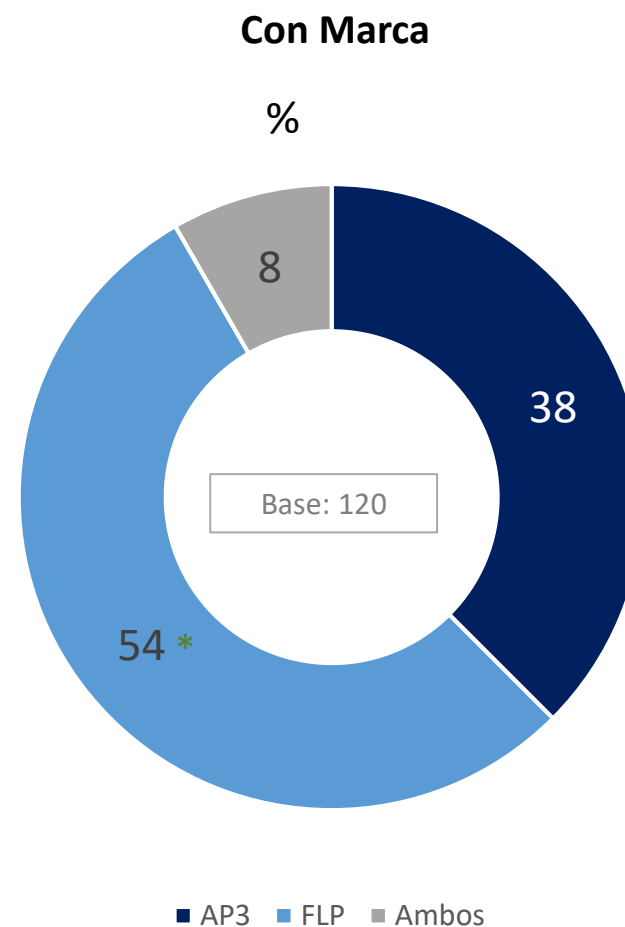
Preferencia – Mamás

Datos expresados en porcentaje %

No se observan mayores cambios sin marca y con marca. Los niveles de preferencia por Froot Loops son mayores con diferencias estadísticamente significativas en ambos casos



* Diferencias estadísticamente significativas



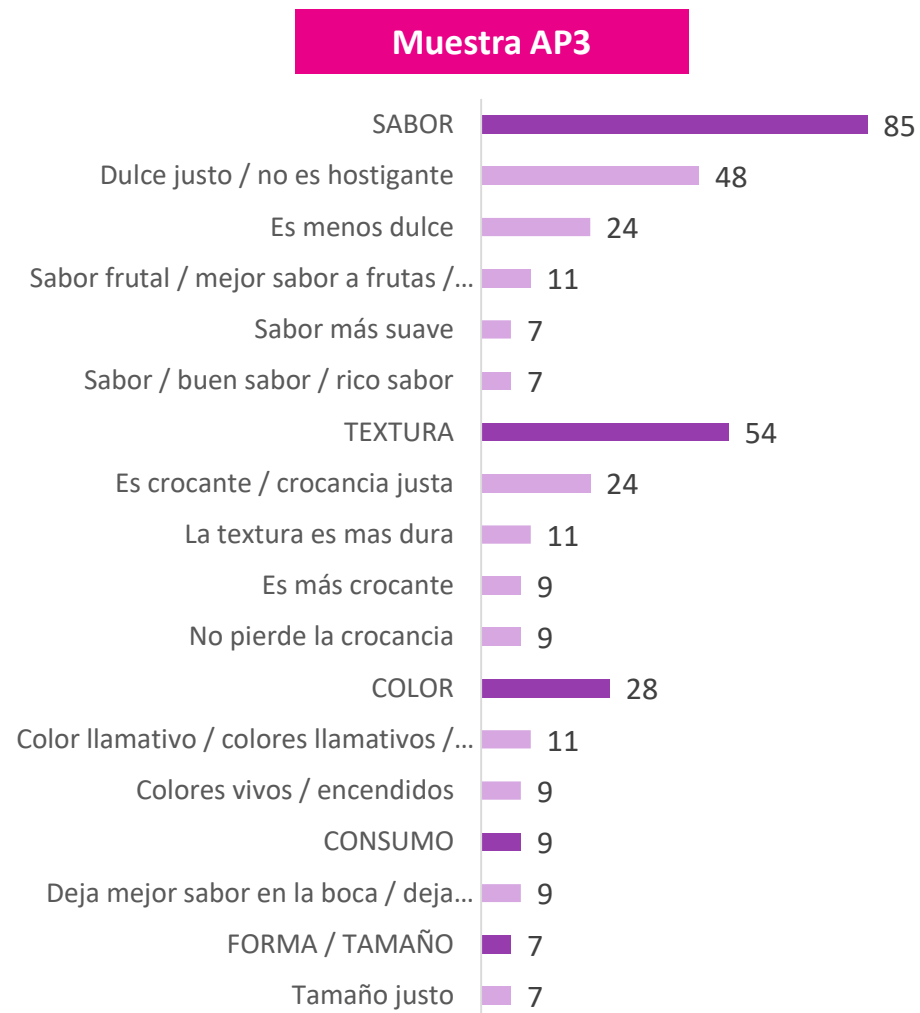
P24. De los DOS cereales listos que evaluó, me podría decir, ¿Cuál prefiere? (RU)

P29. Y sabiendo que el primer cereal que probó es de la marca (CITE MARCA CORRESPONDIENTE) y que el segundo cereal que probó es de la marca... (CITE MARCA CORRESPONDIENTE), dígame por favor ¿cuál de los dos prefiere? (RU)

Razones de preferencia SIN marca – Mamás

Datos expresados en porcentaje %

Dentro de las razones de preferencia se destacan para ambas muestras sabor, textura y color. En el caso de la muestra AP3 se aprecia el justo nivel de dulce mientras en Froot Loops se aprecia el mejor sabor por percibirlo de frutas, lo cual lo hace percibir un poco mas natural



Base: 46



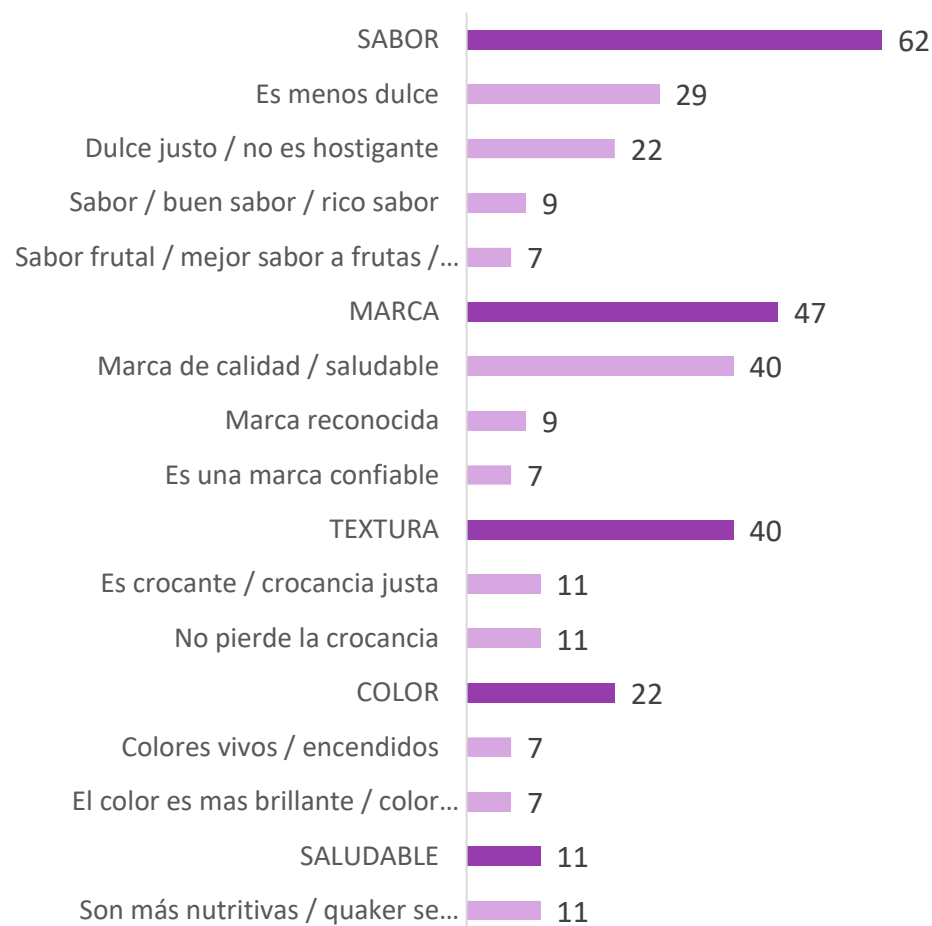
Base: 69

Razones de preferencia CON marca – Mamás

Datos expresados en porcentaje %

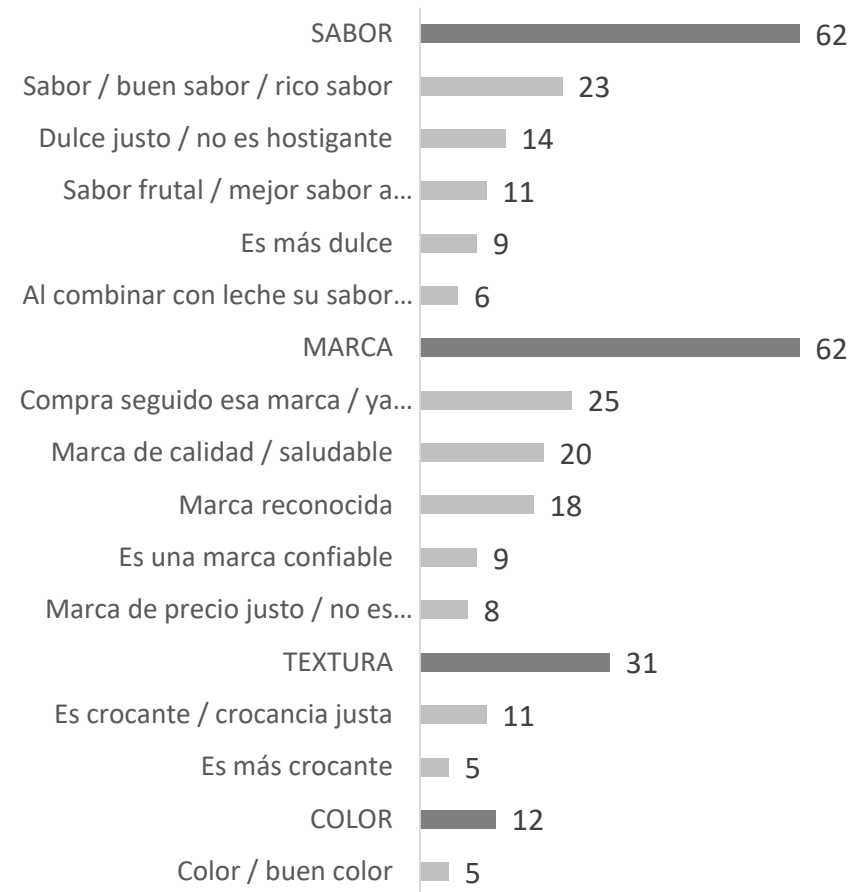
Una vez se revela la marca, se observa que Froot Loops cuenta con mayor fuerza lo que refuerza las razones de preferencia, aunque la marca Quaker se percibe más saludable que Froot Loops

Muestra AP23



Base: 45

Muestra Froot Loops

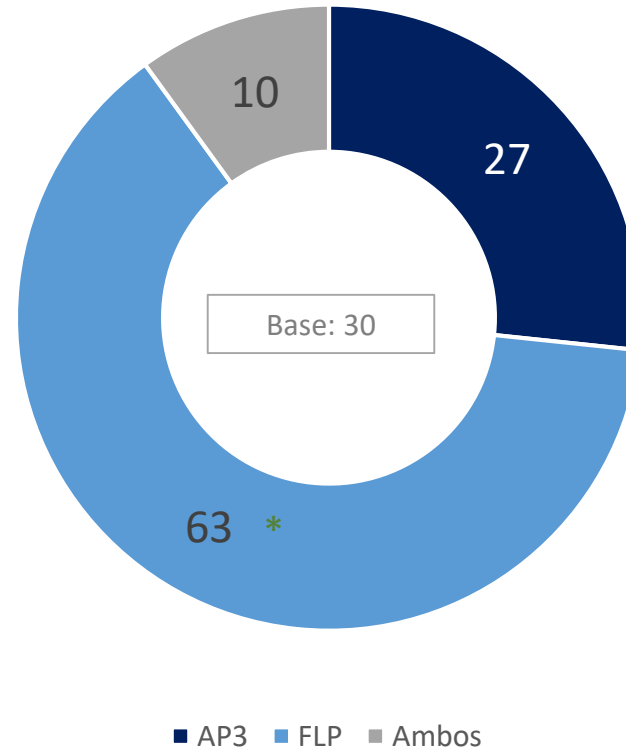


Base: 65

Preferencia - Niños

Datos expresados en porcentaje %

En el caso de los niños claramente gana la muestra Froot Loops



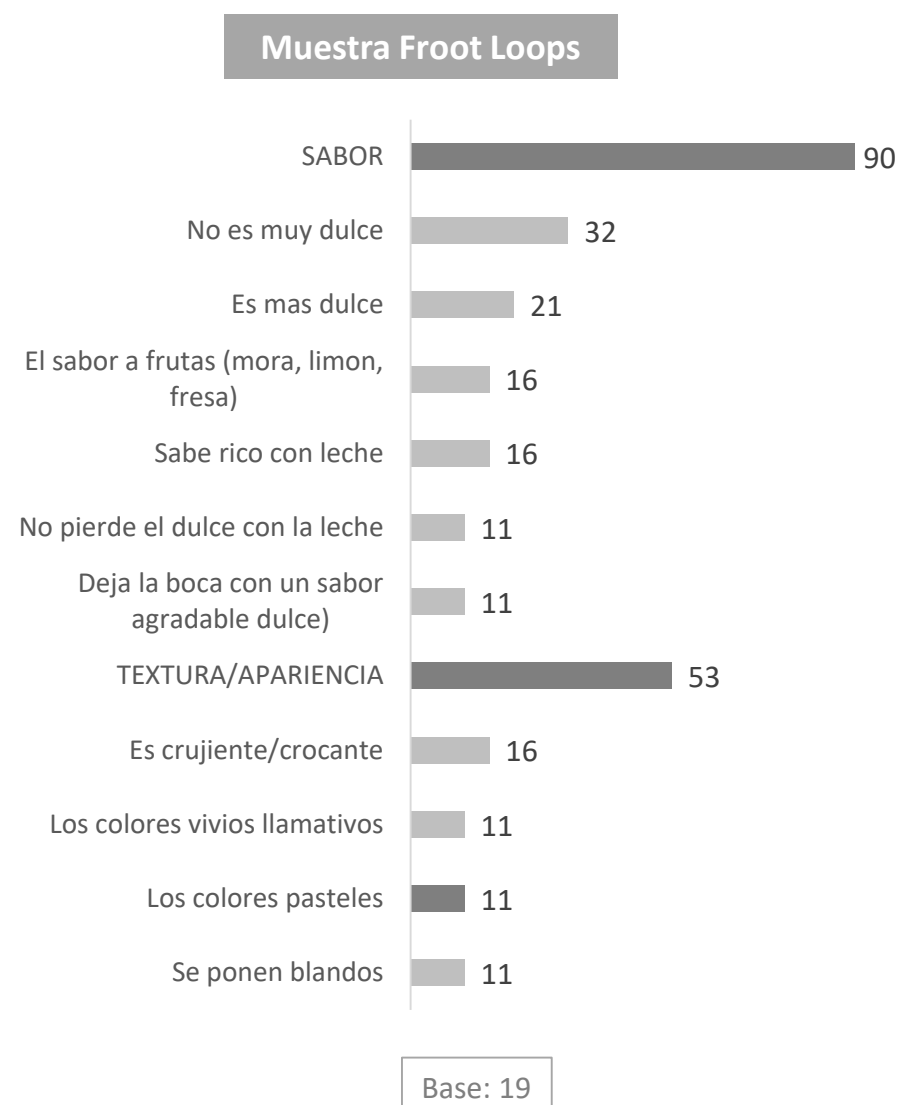
* Diferencias estadísticamente significativas

P34. De los DOS cereales que probaste, ¿Cuál fue el que más te gustó? (RU)

Razones de preferencia – Niños

Datos expresados en porcentaje %

Para los niños es muy relevante el nivel de dulce y Froot Loops lo tiene más arraigado, así como la percepción del sabor a frutas y por ello favorece tanto esta elección. Los colores son otro elemento que se recupera en el agrado de los niños



Conclusiones y recomendaciones



Conclusiones

- La muestra Froot Loops supera AP3 especialmente en la prueba seca para el grupo de las madres en agrado general, sabor y sabor residual. Es importante anotar que para esta muestra ellas perciben exceso de dulce, en donde tienen el menor acuerdo con el grupo de los niños dado que a esta población le encanta el dulce.
- A nivel de apariencia tanto madres como niños califican de mejor manera a Froot Loops en olor, mientras los niños califican mejor a AP3 en color
- Una vez vemos los resultados en la prueba con leche las diferencias a nivel de T2B se minimizan, pero Froot Loops gana en todas las variables excepto en crocancia a AP3 en el top de la escala con diferencias estadísticamente significativas
- Se observa que en la intención de compra SIN marca no se observan diferencias estadísticamente significativas, el comportamiento es muy similar para las dos muestras. Una vez se conoce la marca la situación cambia y se observan diferencias significativas a favor de Froot Loops reafirmando la fuerza con que cuenta la marca que afecta la intención de compra.
- Una vez se analizan las intenciones de sustitución y preferencia tanto para madre como para niños la balanza se recarga hacia Froot Loops

Recomendaciones

- Mejorar el sabor residual que es el que parece estar afectando más el desempeño del producto. De hecho se califica como que deja un sabor amargo, esta percepción se da especialmente por el grupo de madres tanto en la prueba seca como con leche



Alimentos Polar

