

Etiqueta nuevo Yogurt Smart Labeling

Septiembre | 2019

El contenido de este reporte es para fines informativos de los indicadores y temas tratados en el producto. Los datos no son reales ni pertenecen a las marcas aquí mencionadas.

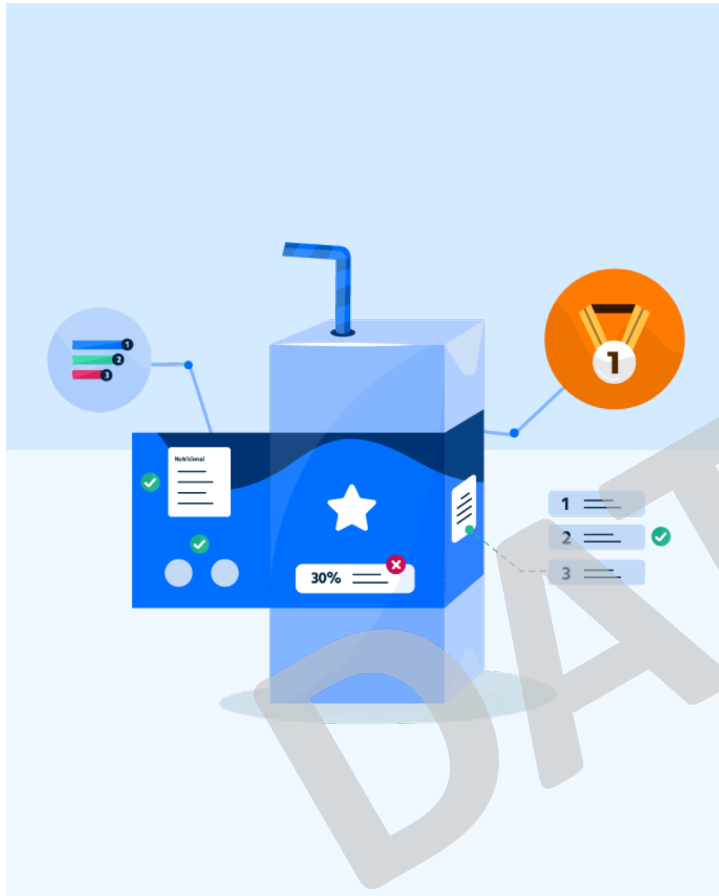


52%



68%

Smart Labeling



Introducción

Identifica los ingredientes o características de producto más poderosos y claros para tu marca o producto con nuestra metodología que combina diversas técnicas estadísticas para conocer la versión o combinación de claims con mayor alcance de mercado y alineados con los valores de tu marca.

¿Cómo lo hacemos?

1. Evaluamos hasta 300 características e identificamos los más relevantes con un modelo choice based.
2. Con un algoritmo adaptativo podemos optimizar la muestra y hacer zoom en los claims más relevante, lo que te da un entendimiento más profundo
3. Realizamos preguntas de diagnóstico para entender el claim hasta en 10 dimensiones distintas como Brand fit, credibilidad, diferenciación, sustentabilidad, entre otros.
4. Adicional hacemos un ejercicio de asociación de la marca introduciendo competidoras para un panorama más completo.
5. Preguntas abiertas para una evaluación discursiva más profunda.

Metodología



- La metodología de Atlantia Search para la generación de etiquetas inteligentes combina sofisticados análisis estadísticos para identificar los ingredientes y características más valiosas para el mercado, así como dimensionar la pérdida de consumidores a partir de la modificación de tu etiqueta.
- Presentamos al consumidor diferentes escenarios de productos a través de nuestro algoritmo choice based que permite diseñar experimentos de selección discreta. Cada escenario presenta las diferentes opciones que puede obtener el consumidor y se calcula un score de preferencias a través de una serie de regresiones logísticas y modelo bayesiano jerárquico.
- El alcance de mercado se calcula a través de TURF analysis: utilizando la herramienta de análisis estadístico de Alcance y Frecuencia Totales no Duplicados, identificamos las características con mayor alcance de mercado.
- Así como un SV value (en la versión avanzada) que permite identificar la contribución individual de cada ingrediente al alcance de mercado en un set combinatorio.

Objetivos

Determinar el impacto que tiene los diferentes beneficios de producto en tus consumidores, así como el impacto del etiquetado de advertencia.

Preguntas de negocio

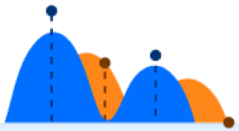
- 01 | ¿Qué beneficios de producto son los mas atractivos para mis consumidores?
- 02 | ¿Qué beneficios de producto comunican el mayor alcance de mercado?
- 03 | ¿Qué verbalización en el etiquetado de advertencia tiene el menor impacto negativo en los consumidores ?
- 04 | ¿ Cuáles son los ingredientes o atributos que más se alinean con el posicionamiento de mi marca?
- 06 | ¿Cuál es la combinación ganadora de atributos e ingredientes?



Ficha técnica general

Naturaleza metodológica

Cuantitativa



Método de recolección de datos

Choice Based Algorithm (CBA).

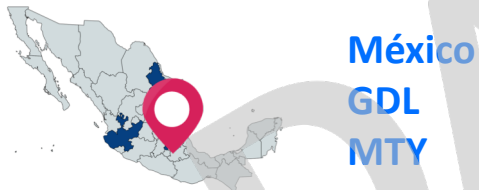


Tipo de cuestionario

Choice based Questionarie






Ámbito geográfico del universo



Universo

Muestra que cumplen los siguientes criterios:

-  **Sexo:** Hombres y mujeres
-  **NSE:** Abierto
-  **Edad:** Mayores de 18 años

Tamaño de la muestra

Unidades muestrales válidas



Margen de error: +- 4.6% para un Nivel de confianza de 95% (Universo >100,000)

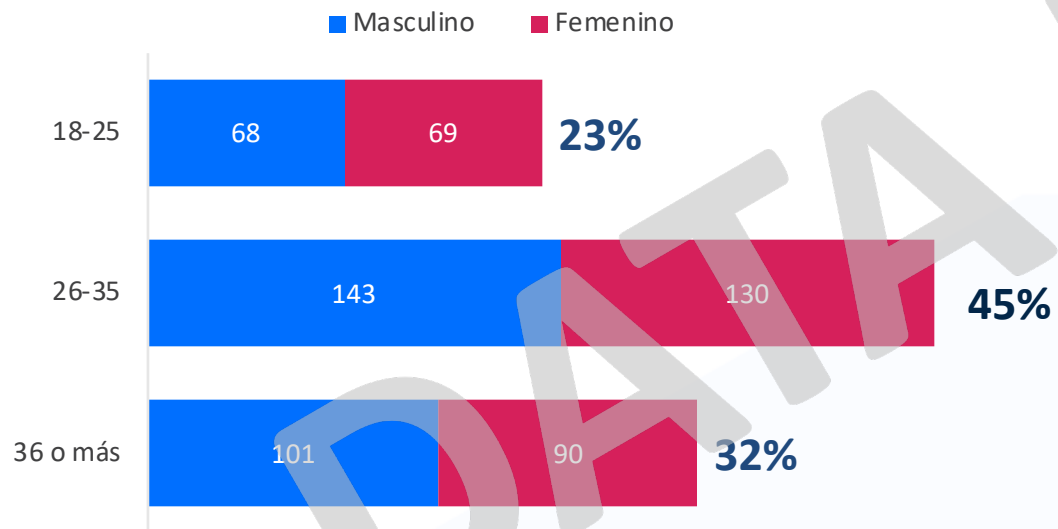
Filtro: Consumidores de yogurt en la última semana

Encuesta demográfica



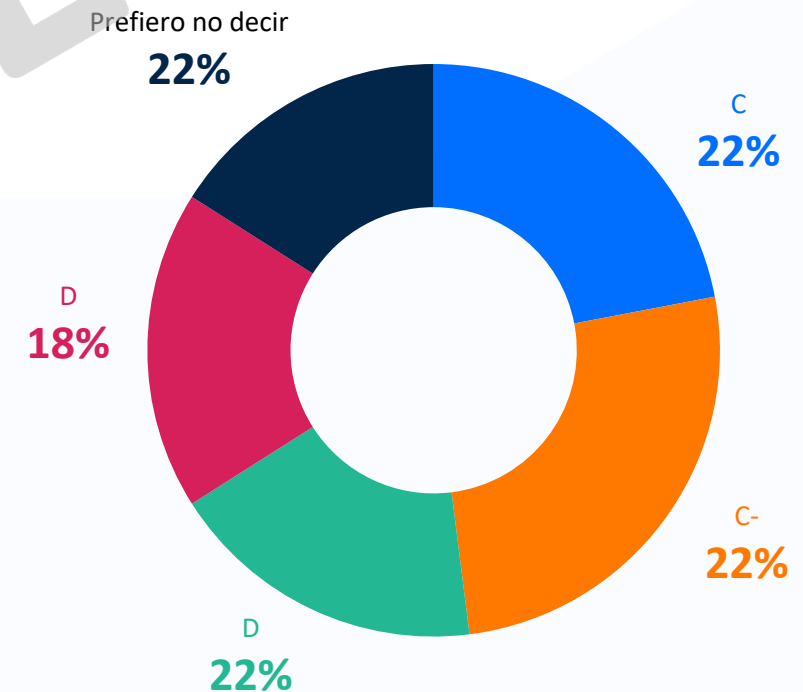
Distribución de la muestra por sexo y edad

Dentro del análisis los rangos de edad se agruparon de la siguiente manera: **18 a 25 años, 26 a 35 años, 36 años o más.**



Distribución de la muestra por nivel socioeconómico

La muestra se compone de **450 encuestados**, de los niveles socioeconómicos **C, C-, D+, y D** distribuidos de la siguiente manera:



Resultados

52%



68%



Preference Score

Atributo	Score
🌿 Ingredientes de origen natural	35
🌿 Sin saborizantes artificiales	34
Mejora la digestión	28
Sabor natural	26
Sin endulzantes artificiales	19
Producido con ingredientes orgánicos	18
Ingredientes orgánicos	17
Sin conservadores	8
Endulzado con miel de agave	-3
Con lactobacilos	-5
Del campo a tu mesa	-21
Sin colorantes	-22
Aporta calcio	-29
Endulzado con jarabe de maíz	-50
Endulzante sin calorías	-56

Los mejores atributos del producto son aquellos que hablan de la naturalidad, la frescura y los beneficios adicionales del producto.

Los atributos relacionados con el sabor y el tipo de proteína son los menos preferidos por los consumidores.

Desempeño de propuestas

Intención de compra

Atributo	Intención de compra
Ingredientes de origen natural	2.9
Sin saborizantes artificiales	1.8
Mejora la digestión	2.5
Sabor natural	1.5
Sin endulzantes artificiales	2
Producido con ingredientes orgánicos	1.6
Ingredientes orgánicos	1.3
Sin conservadores	1.5
Endulzado con miel de agave	1.5
Con lactobacilos	0.2
Del campo a tu mesa	0.7
Sin colorantes	-0.6
Aporta calcio	2.2
Endulzado con jarabe de maíz	2.0
Endulzante sin calorías	1.6

Las propuestas que refieren a la naturalidad son aquellas que tienen una mejor intención de compra.

Algunos beneficios que no son tan claros para el consumidora como los láctobacilos o adicionales que se le agregan al producto son los que generan menor intención de compra.

Desempeño de propuestas

Diferenciación

Atributo	Diferente
Ingredientes de origen natural	1.8
Sin saborizantes artificiales	1.5
Mejora la digestión	1.5
Sabor natural	1.2
Sin endulzantes artificiales	0.6
Producido con ingredientes orgánicos	0.6
Ingredientes orgánicos	0.5
Sin conservadores	0.5
Endulzado con miel de agave	0.5
Con lactobacilos	0.2
Del campo a tu mesa	0.1
Sin colorantes	0.5
Aporta calcio	0.4
Endulzado con jarabe de maiz	0.4
Endulzante sin calorías	0.3

En términos generales ninguna de los atributos de producto logró ser totalmente diferenciadora.

Las propuestas que refieren a la naturalidad y con beneficios claros son las que logran ser mas diferenciadoras.

Relación con etiquetado de advertencia

El alto contenido de azúcar se perdona cuando se utilizan endulzantes naturales como la miel de agave, mientras que el alto contenido de azúcar se disculpa por la aportación de otros nutrientes como el calcio o los lactobacilos.

Claim	Alta en sodio	Alto en azúcar	Contiene grasas trans	Alto contenido calórico
Aporta calcio	0%	50%	0%	50%
Con lactobacilos	0%	50%	33%	17%
Del campo a tu mesa	0%	25%	25%	50%
Endulzado con jarabe de maíz	0%	33%	0%	67%
Endulzado con miel de agave	0%	0%	0%	100%
Endulzante sin calorías	0%	0%	20%	80%
Ingredientes de origen natural	33%	17%	17%	33%
Ingredientes orgánicos	25%	25%	0%	50%
Mejora la digestión	20%	40%	0%	40%
Producido con ingredientes orgánicos	0%	0%	40%	60%
Sabor natural	17%	17%	0%	67%
Sin colorantes	0%	20%	40%	40%
Sin conservadores	0%	33%	33%	33%
Sin endulzantes artificiales	40%	20%	0%	40%
Sin saborizantes artificiales	0%	17%	0%	83%

Alcance combinatorio 2 elementos

Atributo 1	Atributo 2	Alcance de mercado
Sin endulzantes artificiales	Mejora la digestión	33%
Sabor natural	Sin endulzantes artificiales	28%
Endulzado con miel de agave	Mejora la digestión	28%
Ingredientes de origen natural	Mejora la digestión	28%
Sin endulzantes artificiales	Endulzado con miel de agave	28%
Ingredientes orgánicos	Sin endulzantes artificiales	28%
Ingredientes de origen natural	Sin endulzantes artificiales	28%
Ingredientes orgánicos	Mejora la digestión	28%
Sin saborizantes artificiales	Mejora la digestión	28%
Sabor natural	Mejora la digestión	28%
Sin saborizantes artificiales	Sin endulzantes artificiales	28%
Ingredientes orgánicos	Endulzado con miel de agave	22%
Sin colorantes	Sin endulzantes artificiales	22%
Sin saborizantes artificiales	Ingredientes de origen natural	22%
Ingredientes de origen natural	Ingredientes orgánicos	22%

Alcance combinatorio 3 elementos

Atributo 1	Atributo 2	Atributo 3	Alcance de mercado
Ingredientes orgánicos	Sin endulzantes artificiales	Mejora la digestión	44%
Ingredientes de origen natural	Sin endulzantes artificiales	Mejora la digestión	44%
Sin endulzantes artificiales	Endulzado con miel de agave	Mejora la digestión	44%
Sabor natural	Sin endulzantes artificiales	Mejora la digestión	44%
Sin saborizantes artificiales	Sin endulzantes artificiales	Mejora la digestión	44%
Sabor natural	Endulzado con miel de agave	Mejora la digestión	39%
Sin colorantes	Sin endulzantes artificiales	Mejora la digestión	39%
Sin saborizantes artificiales	Endulzado con miel de agave	Mejora la digestión	39%
Sabor natural	Ingredientes orgánicos	Mejora la digestión	39%
Sabor natural	Sin endulzantes artificiales	Endulzado con miel de agave	39%
Sin saborizantes artificiales	Ingredientes de origen natural	Sin endulzantes artificiales	39%
Sabor natural	Ingredientes de origen natural	Sin endulzantes artificiales	39%
Sin saborizantes artificiales	Ingredientes de origen natural	Mejora la digestión	39%
Ingredientes de origen natural	Ingredientes orgánicos	Mejora la digestión	39%
Sin saborizantes artificiales	Sin endulzantes artificiales	Endulzado con miel de agave	39%

Correlaciones

Algunas de las propuestas tienen una relación recíproca en terminos de prefererencia.

	Producido con ingredientes orgánicos	Sin endulzantes artificiales	Endulzado con miel de agave	Endulzado con jarabe de maiz	Aporta calcio
Ingredientes de origen natural	0.8	0.9			
Sin endulzantes artificiales	0.7				
Del campo a tu mesa			0.7	0.7	0.8
Sin colorantes				0.7	0.8
Endulzado con mile de agave					0.8

Algunas de las propuestas tienen una relación negativa es decir que cuando uno crece el otro decrece

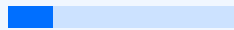
	Del campo a tu mesa	Endulzado con miel de agave	Sin endulzantes artiifiales	Endulzado con jarabe de maiz	Aporta calcio
Ingredientes de origen natural	- 0.8	- 0.8			- 0.8
Producido con ingredientes orgánicos		-0.9			
Del campo a tu mesa			-0.7		
Sin endulzantes artificiales		-0.7			-0.7

Desempeño individual

★ Ranking position **1º**

Ingredientes de
origen
natural

Preference Score **35**



Diferente **2.9**

Intención de compra **2.8**

Brand Fit **1.3**

✓ Percepciones positivas

- Sabor (2)
- Da la sensación de mayor calidad
- Se asocia con mayor calidad
- Me da confianza de la calidad del producto
- Pasa por un proceso extra, mejora el sabor
- Que le puede dar mejor sabor al producto
- Que esta es para la dieta
- Suena a profesionalismo e investigación, le da importancia
- Suena muy confiable
- Yo nunca habia escuchado eso de un producto entonces es una novedad

✗ Percepciones negativas

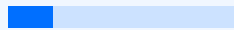
- Calidad
- No se los creo por que lo hacen en una fábrica
- Poco novedoso
- Que deja con un sabor muy suave.
- Que el proceso se habla pero no se demuestra
- Qué no estoy segura si en realidad son
- El sabor no es muy rico
- Son caros
- Que caduca rápido

Desempeño individual

★ Ranking position **2º**

Sin saborizantes artificiales

Preference Score **34**



Diferente **2.9**

Intención de compra **2.8**

Brand Fit **1.3**

✓ Percepciones positivas

- Sabor (2)
- Da la sensación de mayor calidad
- Se asocia con mayor calidad
- Me da confianza de la calidad del producto
- Pasa por un proceso extra, mejora el sabor
- Que le puede dar mejor sabor al producto
- Que esta es para la dieta
- Suena a profesionalismo e investigación, le da importancia
- Suena muy confiable
- Yo nunca habia escuchado eso de un producto entonces es una novedad

✗ Percepciones negativas

- Calidad
- No se los creo por que lo hacen en una fábrica
- Poco novedoso
- Que deja con un sabor muy suave.
- Que el proceso se habla pero no se demuestra
- Qué no estoy segura si en realidad son
- El sabor no es muy rico
- Son caros
- Que caduca rápido

Desempeño individual

★ Ranking position **3º**

Mejora la digestión

Preference Score **28**



Diferente **2.9**

Intención de compra **2.8**

Brand Fit **1.3**

✓ Percepciones positivas

- Sabor (2)
- Da la sensación de mayor calidad
- Se asocia con mayor calidad
- Me da confianza de la calidad del producto
- Pasa por un proceso extra, mejora el sabor
- Que le puede dar mejor sabor al producto
- Que esta es para la dieta
- Suena a profesionalismo e investigación, le da importancia
- Suena muy confiable
- Yo nunca habia escuchado eso de un producto entonces es una novedad

✗ Percepciones negativas

- Calidad
- No se los creo por que lo hacen en una fábrica
- Poco novedoso
- Que deja con un sabor muy suave.
- Que el proceso se habla pero no se demuestra
- Qué no estoy segura si en realidad son
- El sabor no es muy rico
- Son caros
- Que caduca rápido



www.atlantiasearch.com