OFICINA DE PARTES - FIA
RECEPCIONADO
Fecha 30 JUN. 2010
Hora 12040
Nº Ingreso

INFORME TECNICO
FINAL

SONDEO

COOPERATIVA DE ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES DE MIEL.

MAS KE MIEL.

CODIGO IMA: 430-2009

CONTENIDO

1.- Antecedentes Generales:

A continuación se presentan antecedentes relacionados con la ejecución del sondeo para el producto "Barrita Cereal Mas Ke Miel".

CODIGO DE LA INICIATIVA: **IMA 2009 – 430**

INSTRUMENTO: **SONDEO**

REGIÓN DE EJECUCIÓN: XIV DE LOS RÍOS, COMUNA DE LAGO RANCO.

PERÍODO DE EJECUCIÓN: DESDE 11 DE NOVIEMBRE AL 10 DE DICIEMBRE.

EJECUTOR DE LA INICIATIVA: COOPERATIVA DE ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES DE MIEL

COORDINADOR DE LA INICIATIVA: **YANEDEN MEDINA MILLA.**

COSTO TOTAL DE LA INICIATIVA, SONDEO MAS DISEÑO:

INICIATIVA	**FIA**	**MAS KE MIEL**	**TOTAL**
SONDEO			
%			
DISEÑO			
%			
TOTAL			
%			

2.- Resumen ejecutivo de la iniciativa.

A partir del estudio de salas de ventas y tiendas realizado durante dos días (21 y 22 de octubre) en los principales supermercados instalados en los grandes centros comerciales de la región metropolitana, como los Mall Plaza (Norte, Vespucio, Oeste, Tobalaba y Alameda) Alto Las Condes, Parque Arauco, Portal la Dehesa, Florida Center, Portal La Reina, Arauco Maipú, con el objeto de observar los productos de características similares, precios, envases, información, ofrecidos por los supermercados y las tiendas presentes en estos centros comerciales,

Cabe señalar también, que mientras se realizaba el estudio de observación, paralelamente se desarrollaba la propuesta de plan de marketing. Las observaciones realizadas constituyeron un insumo para el levantamiento del plan de marketing.

Y es a partir de este estudio de observación, que se realiza un cambio parcial en el foco de personas a sondear. Esto significó ver posibilidades por un lado, de instalar durante un mes un módulo en un mall donde acuden personas potenciales clientes del producto Barra de Cereal Mas Ke Miel, y por otro, sondear directamente potenciales clientes en la región metropolitana que se interesen por cereales sanos y nutritivos.

El cambio de foco se tradujo en dejar de lado la idea de comercializar el producto cereal utilizando como canal los grandes supermercados, principalmente por los precios de productos similares en comparación al precio que la empresa pretende recibir por unidad y a partir de esto las entrevistas con los jefes de supermercados no tienen razón de ser ejecutadas.

Las actividades realizadas en el marco del sondeo son dos:

1.- Gestión para una reunión con el administrador del Mall Plaza Norte: el contacto se realizó inicialmente vía correo electrónico para finalmente realizar una reunión el día 16 de noviembre en oficinas de don Paulo Jorquera V., Asistente de Espacios Publicitarios del mall mencionado en la comuna de Huechuraba.

2.- Sondeo a clientes potenciales en feria: La empresa Mas Ke Miel, participó en la Feria Expo Mundo Rural de Santiago realizada en la comuna de La Reina por 5 días. Durante este tiempo se realizaron 6 sondeos a grupos de entre 4 y 6 personas que dijeron consumir cereales en barra.

3.- Objetivos de la iniciativa.

El objetivo general de la realización del sondeo fue:

"Determinar variables cualitativas y características importantes que debe tener el producto Barrita Mas Ke Miel."

Y los objetivos específicos fueron:

1. Caracterizar consumidores potenciales de barrita Mas Ke Miel

2. Definir requerimientos de potenciales clientes sobre variables del marketing operativo. Precio, producto, plaza, promoción (4 "P").

4.- Métodos.

El sondeo se realizó en las instalaciones del stand asignado al Centro de Negocios que la Universidad de Santiago tuvo al interior de la feria Expo Mundo Rural.

La forma en que se recogieron las opiniones de las personas fue a través de un cuestionario de 12 preguntas sobre el producto "Barrita de Cereal Mas Ke Miel".

Para recoger las opiniones se realizaron 6 "focus Group" de entre 4 y 6 personas, los grupos se formaron invitando a asistentes a la feria que consumían cereales en barra a degustar el producto para luego contestar la encuesta.

Cada una de las encuestas fue tabulada en Excel y por cada variable medida se realizó un análisis pertinente.

5.- Actividades ejecutadas y análisis de brecha (comparativo).

Cuadro 5.1. Actividades programadas realizadas en la iniciativa

Actividad programa	Fecha	Grado de Cumplimiento	Razones/Problemas
Descripción			
Sondeo potenciales clientes en feria Expo Mundo Rural de Santiago.	23 al 30 noviembre	100% Realizada	

Cuadro 5.2. Actividades no programadas realizadas en la iniciativa

Actividad no programa		Justificación
Descripción	**Fecha**	
Gestión de Módulo en Mall Plaza Norte de Huechuraba	15 al 17 de noviembre	La actividad pretendió ver las posibilidades reales de instalar un módulo en el mall para comercializar los productos alimenticios de la Empresa Mas Ke Miel.

6.- Resultados.

Cuadro 6.1. Evaluación de los resultados esperados y alcanzados en la iniciativa.

Resultados esperados	Resultados alcanzados	Nivel de avance %	Razones
1. Caracterizar consumidores potenciales de barrita Mas Ke Miel	A partir de las encuestas aplicadas se logra caracterizar al potencial cliente, en cuanto a variables socioeconómicas y demográficas. Y se cumplen hipótesis planteadas en el plan de marketing sobre el segmento socioconómico de mayor interés por el producto y el interés por la alimentación sana.	El nivel de avance se determina en un 50%.	La diferencia entre los esperado y lo planteado se explica por que si bien en los diseños se incorporan las variables de mayor relevancia planteadas por los clientes, estas no han sido nuevamente probadas para verificar que con los nuevos diseños el producto es evaluado en forma integral de mejor forma.
2. Definir requerimientos de potenciales clientes sobre variables del marketing operativo. Precio, producto, plaza, promoción (4 "P").	Con los resultado obtenidos en la encuesta aplicada se logran medir los requerimientos potenciales en torno a las variables del marketing operativo planteadas.	El nivel de avance se determina en un 50%.	La diferencia entre los esperado y lo planteado se explica por que si bien en los diseños se incorporan las variables de mayor relevancia planteadas por los clientes, estas no han sido nuevamente probadas para verificar que con los nuevos diseños el producto es evaluado en forma integral de mejor forma.

7.- Productos obtenidos.

A continuación se presenta la tabulación de las encuestas aplicadas.

TABULACIÓN ENCUESTAS RECOGIDAS EN EXPOMUNDO RURAL SANTIAGO

Nº	1. ¿Cuál es la primera impresión que tuvo al ver el producto?	2. Considerando una escala de calificación de 1 a 7 donde el 1 representa la más baja calificación y el 7 la más alta, como calificaría los siguientes aspectos del producto:							
		El sabor	La crocrancia	La forma	El logo	El peso	Los ingredientes	El envase	La etiqueta
1		6	6	4	6	7	6	1	6
2		6	4	4	5	7	6	5	5
3	buena	7	7	7	6	7	7	7	7
4				6	5	6	6	3	5
5		7	6	6	7	7	7	2	2
6		4	5	3	4				
7		6	7	4	4	7	7	4	4
8	que cosa es esto	6	3	4	6	7		2	2
9	que es una barra energética	6	5	7	5	6	7	5	5
10		5	6	6	6	5	6	6	4
11	que sería un producto seco e insípido	5,5	2	4	3	7	6	4	3
12	que no me iba a gustar porque no me gustaban las barras de cereal	7	7	5	5	7	7	4	4
13	buena	7	5	5	6	5	7	4	4
14	impresión a galleta o panal de abeja	6	6	6	5	7	7	5	6
15	la impresión que reemplaza un almuerzo	4	5	5	6	7	7	7	7
16	la falta de un adorno central pasa-nuez	6	6	5	6	7	7	6	5
17	novedoso	6	2	5	4	7	5	6	5
18	que es algo sano	7	5	6	6	6	7	7	7
19		7	6	4	7	7	7	5	5
20	seco	6	7	7	3	3	6	5	6
21	se ve natural y saludable	6	5	6	7	7	6	5	7
22	ganas de degustar, es algo dura la barra	6	5	4	6	7	7	3	5
23	que era una barra para personas que hacen dieta y que es saludable y natural	7	7	6	6	7	7	5	7

Nº	1. ¿Cuál es la primera impresión que tuvo al ver el producto?	2. Considerando una escala de calificación de 1 a 7 donde el 1 representa la más baja calificación y el 7 la más alta, como calificaría los siguientes aspectos del producto:							
		El sabor	La crocrancia	La forma	El logo	El peso	Los ingredientes	El envase	La etiqueta
25	que es un producto saludable y natural	7	7	7	6	7	7	6	5
26	se parece a los galletones	7	6	7	6	6	7	7	7
27	sabor agridulce mi preferido	7	5	6	7	7	7	7	7
28	que es un producto sano	6	7	7	6	7	6	7	6
29	mi impresión fue de ver un producto natural	7	7	6	5	7	7	6	6
30	es atractivo el color dorado el porte el envase se ve artesanal natural	6,5	7	6	7	7	7	6	6,5
31	se ven todos diferentes pero apetitosos	6	6	6	7	7	7	6	5
32	que es un producto natural	5	6	5	7	7	7	4	5
33	que es un producto artesanal	7	7	5	6	5	7	4	4
34	muy buena	7	7	5	6	6	5	7	7
35	hay similares en el mercado	5	7	3	2	7	7	3	1
36	ninguna en especial, hay que diseñar un envase más llamativo	5	5	5	6	6	7	5	4
37		7	6	5	7	7	6	6	6
38	apetitoso	7	7	5	5	6	7	5	5
39	producto muy artesanal	7	6	4	3	5	6	2	2
40	producto natural y saludable	7,00	4,00	7,00	5,00	7,00	6,00	5,00	5,00
41	me gusto pero lo encontré un poco desuniforme	6,00	6,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00	7,00
42	Poco homogéneo, color disparejo, no supe lo que es o que tenía de especial.	6,00	5,00	4,00	5,00	6,00	6,00	3,00	4,00
43	no me gusta la diferencia de color	5,00	4,00	6,00	7,00	7,00	5,00	5,00	7,00
44	sano rico pero seco	4,00	5,00	6,00	5,00	7,00	7,00	6,00	5,00
45	poco homogéneo no tiene forma definida	6,00	4,00	3,00	6,00	6,00	6,00	6,00	6,00
	PROMEDIO	**6,14**	**5,60**	**5,36**	**5,60**	**6,48**	**6,56**	**5,02**	**5,15**
	MODA	**7**	**7**	**6**	**6**	**7**	**7**	**5**	**5**
	Nº veces moda	**17**	**13**	**13**	**17**	**29**	**27**	**11**	**14**
	Numero de respuestas	**43**	**43**	**45**	**45**	**44**	**43**	**44**	**44**

Nº	3. Después de probar el producto y conocer el contenido, ¿El nombre le parece adecuado?		4. De acuerdo a las características del producto, para usted:	
	Sí	No	¿Cuál debería ser un precio adecuado por unidad?:	¿Cuánto es lo máximo que usted pagaría por una unidad?:
	¿Por que?	¿Por que?		
1	x		120	120
2		es muy largo	750	700
3	x		500	700
4	me parece innovador		200	
5	es atractivo		150	180
6	x		150	150
7	porque la miel es mas saludable y esto es mas que miel		150	150
8	expresa el contenido			
9	pertenece a una casa		600	800
10	aunque podría ser mas atractivo		500	
11		porque habla de una parte del producto y no de la mayor	300	350
12		es muy largo, debe ser mas especifico	300	300
13	se siente el sabor a miel		250	200
14	porque es un cereal agradable que no es repugnante			300
15	porque es saludable y remplaza un almuerzo		1500	2000
16	representa lo que es			
17	es un nombre exclamativo		500	500
18	principal componente es miel pero matiza con pasa y otros		300	500
19	porque su contenido principal es la miel		80	100
20		el uso de la letra k	200	300
21			200	200
22	pese a que la forma no acompaña esta bien		200	250
23		porque creo que no es para venderlo en tiendas es infantil	300	500
24	tiene sabor a miel y otros sabores		300	300
25		porque no es una barra de cereal	300	350

Nº	3. Después de probar el producto y conocer el contenido, ¿El nombre le parece adecuado?		4. De acuerdo a las características del producto, para usted:	
	Sí	No	¿Cuál debería ser un precio adecuado por unidad?:	¿Cuánto es lo máximo que usted pagaría por una unidad?:
	¿Por que?	¿Por que?		
26	refleja el contenido			
27		mas corto		
28	porque tiene mas ingredientes que la miel		300	500
29		el nombre debiera ser igual calidad producto	500	800
30	representa a un grupo de trabajadores que creen en su proyecto además es original		300	350
31	incluye miel en el nombre		150	200
32	por su sabor muy agradable			200
33	es informativo		150	250
34	agrega poder			
35	destaca el contenido		50	100
36	es informativo		200	200
37	tiene sabor a miel			
38		de la impresión de que es mucha miel sola	200	200
39		es muy obvio		
40	porque explica brevemente el fin del producto		300,00	500,00
41	tiene un dulzor y sabor agradable		400,00	550,00
42		no dice nada especial sobre todo si no conoces mas ke miel	300,00	500,00
43		barra de cereal es muy genérica		
44	porque es lo que es		300,00	300,00
45		barra de cereal no se diferencia	500,00	500,00
	PROMEDIO		**328,57**	**402,86**
	MODA		**1500**	**2000**
	Nº veces moda		**50**	**100**
	Numero de respuestas		**300**	**500**

Nº	5. Respecto de la **Barrita Cereal Mas Ke Miel**, Desde su punto de vista.							
	¿Cuál sería el ideal en cuanto a?:							
	peso		forma	ingredientes	¿Qué ingredientes eliminaría?:	envase	¿Qué información agregaría a la etiqueta?	¿Qué información eliminaría de la etiqueta?
1	130	Por la etiqueta	redonda	sal		mas llamativo y fácil de abrir		
2	25		barrita rectangular	chip chocolate, quínoa y piñones secos, más frutos secos y chip de manzanas	el arroz inflado	rectangular		
3								
4	30		rectangular	avellana	residuos de avena	mas colorido y fácil de abrir	ok	esta bien
5	30		esta bien la forma que tiene	un trozo de fruta mas entero	cascarilla de avena, se entierra en las encias	de papel mas fácil de abrir		
6	180							
7	25	es suficiente por el aporte energético	rectangular mas fácil consumirla			que sea fácil de abrir rectangular	letra mas grande para leer el contenido y colorido de la fruta	
8	25		barra alargada de sección cuadrada	algún fruto ácido	no más de tres ingredientes (una fruta, un cereal y miel)	adaptado a la forma y fácil de abrir	mejorar el contraste entre el logo y el fondo	
9	20		cuadrada	almendra cocos, piña	pasas	envase sellado al vacío	advertencia sobre su contenido para posibles alérgicos	ninguna
10	25		la que tiene	frambuesas, quínoa por el aporte proteico				las letras son demasiado pequeñas
11	25		en barra	leche	ninguno	papel como los alfajores	especificar cereales	haría un diseño mas mini
12	25		en diferentes formas	frutas puede ser	ninguno	en una cajita de papel con una abeja	que no tiene azúcar	
13	50		barra	ninguno	ninguno	no se	mensajes saludables, fibra calorías	ninguna
14				no	no	mejor etiqueta o logo		el código de barra mas pequeña
15	30		la forma que tiene	ninguno		ideal el que tiene	ninguno	esta ideal

Nº	5. Respecto de la **Barrita Cereal Mas Ke Miel**, Desde su punto de vista.							
	¿Cuál sería el ideal en cuanto a?:							
	peso		forma	ingredientes	¿Qué ingredientes eliminaría?:	envase	¿Qué información agregaría a la etiqueta?	¿Qué información eliminaría de la etiqueta?
16	25		de mejor geometría	una pasa una nuez (adorno)			mayor dimensión	
17	25	para ser comercial esta bien	da lo mismo vale lo nutricional	almendras nueces	arroz inflado	las indicaciones letras grandes	en caso de personas alérgicas	
18	25	esta adecuado	de abeja o celda	esta adecuado	nada	esta bien	la advertencia para quienes son alérgicos al polen	nada
19	25		cuadrada pero mas uniforme	nuez	nada	esta bien el que tiene	producto natural	esta bien
20	200		esta bien	leche yogurt	ninguno	el mismo pero menos deforme	nada mas	nada
21	25	el que tiene	redondo	quínoa	harina	no plástico	un mensaje de alimentación saludable educativo	nada pero ojala letra mas legible
22	25		mas alargado o una forma mas original	nada algo tal vez para endurecer	nada	papel reciclable	nada o tal vez una leyenda en alusión a la cooperativa	nada
23	25		circular como un galleton	a lo mejor una capa de chocolate para variar	el polen el sabor me parece demasiado intenso	es un papel como los alfajores para ser ecológico	los beneficios de comer productos derivados de la miel	las fotografía de frutas
24	50		redondo	mas miel orégano		el que tiene actualmente biodegradable	la misma letra mas grande en la etiqueta	nada
25	30		redondo	granola nuez	ninguno	con prepicado biodegradable		ninguna
26	25	el que tiene	el que tiene	ninguno	ninguno	que se abra con facilidad	ninguno	
27	25	el que tiene	circular	ninguno	menos calorías (mi caso 80 años) menos sal	el actual	nada	nada
28	25		un poco mas alargado	ninguno	ninguno	mas alargado	tiene la información que yo necesito	ninguna
29	35		cuadrada rectangular	arándano o frambuesa	harina	mitad transparente		
30	30		me gusta cuadrada porque todos son redondos	probar con algunos berries de la zona	me gustan todos	déjenlo como esta o pueden probar con el plástico que se pega el alusa	coloquen mas destacado que es chileno y donde dice especialidad campesina	no nada

N°	5. Respecto de la **Barrita Cereal Mas Ke Miel**, Desde su punto de vista.							
	¿Cuál sería el ideal en cuanto a?:							
	peso		forma	ingredientes	¿Qué ingredientes eliminaría?:	envase	¿Qué información agregaría a la etiqueta?	¿Qué información eliminaría de la etiqueta?
31	30		redondas y cuadradas	avellana		transparente		pondría la mitad de la información a cada lado de la etiqueta
32		un poco mas y que diga las calorías	tipo galleton	frutos secos barries	crispis	el mismo pero al vacío	que la etiqueta sea legible	
33	30		rectangular	mas miel, mas aglutinante	ninguno	otro papel	los tipos de cereales que contienen	ninguna
34	20			bien	disminución de sal	igual	agrandaría las calorías por porción	
35	25	esta bien	otra	son suficientes	son suficientes	algo orgánico	solo que sea mas grande	nada
36	25	tiene el peso ideal	la que tiene, no innovaría	ninguno	ninguno	como esta está muy bien	agrandaría el tipo de letra	ninguna
37	50		rectangular		el arroz			
38			redonda	maní	ninguna	cartón	duración	no tan obvio que es de miel
39	75		alargado	otros cereales	ninguna	sellado con una foto al interior	mas legible	fecha de vencimiento
40	25,00		igual	ninguno	maní	con mas fácil abertura	ingredientes mas grandes especialidad campesina mas grande	nada
41	25,00		a lo mejor un poco mas rectangular	nada sin embargo no sentí la fruta seca	nada	el envase creo esta bien	agrandaría un poco la etiqueta y la letra	solo agrandar
42	25,00		el problema es que es irregular le falta esquina	quizás hacer con diferentes frutas, no con todas		mas fácil de abrir	un nombre que lo diferencie indicar que cereal	libre de colesterol
43	25,00		me gusta cuadrado	mas pasas		algo que permita abrirlo fácilmente	nombre de fantasía	
44	25,00		la que tiene	mas pasas	menos arroz inflado menos crispi	me gusta que se vea el proceso	la fecha de elaboración y duración	ninguna
45	25,00		forma de barra	el cereal	un ingrediente amargo	mismo envase pero en forma de barra	destacaría lo "natural energético, saludable"	ninguna

Nº	6. Si usted decidiera consumir el producto constantemente, ¿a qué hora o momento lo consumiría?	7. De acuerdo a las características del producto, ¿dónde o en que lugares de venta lo buscaría?	8. ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría informarse sobre el producto Barrita Cereal Mas Ke Miel?
1	colación	colegios y supermercados,etc.	TV y radio
2	colaciones, antes del medio día	caja de pago, donde se venden snake	revistas de productos naturales, terapias alternativas
3	desayuno y once	tiendas de productos campesinos	televisión, supermercados
4	medio día	supermercados, colegios	radio
5	media mañana como colación	supermercados quioscos de terminales de buses	la televisión es mas masiva
6	al reposo		
7	media mañana		
8	media mañana	quioscos supermercados	
9	después del desayuno	en kioscos	televisión, prensa, vallas publicitarias
10	quizás a media mañana	en el supermercado	ninguno
11	en el desayuno	kioscos	ninguno
12	como un snack, a la hora del desayuno	en el supermercado	TV, Internet
13	en las tardes	kioscos supermercados	me da lo mismo
14	después de hacer deporte	de deporte	me gusta el hecho de que se potencie en niños deporte de alto rendimiento
15	al desayuno y noche	en el mercado	en Internet
16	en la hora de viajar tipo barritas de quaquer	debiera ser genérico como súper 8	
17	de desayuno	en kioscos ferias naturistas	Los buenos productos no necesitan mucha publicidad
18	entre comidas como snack	colegios institutos universidades	TV y colegios
19	en la mañana y en la hora de colación	universidades y colegios	TV
20	a media mañana	kioscos	en la televisión
21	como colación a media mañana	supermercados kioscos puestos de la calle	TV Internet diarios revistas metro
22	en la tarde 7-8 (pm) tal vez	tiendas naturistas supermercados	televisión, Internet, diarios, carteles
23	en el desayuno y entre comidas como una colación	en la parte de productos sin azúcar de los supermercados en las tiendas naturistas	Internet diario televisión revistas
24	desayuno y once	supermercados tiendas de productos naturales	revistas y radios
25	en las mañanas y a media tarde	en supermercados y tiendas de productos naturales	revistas gimnasios
26	en la tarde	en los lugares que vendan productos naturaleza	revistas en general
27	mañana	supermercados	radio

N°	6. Si usted decidiera consumir el producto constantemente, ¿a qué hora o momento lo consumiría?	7. De acuerdo a las características del producto, ¿dónde o en que lugares de venta lo buscaría?	8. ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría informarse sobre el producto Barrita Cereal Mas Ke Miel?
28	en la mañana	kiosco que tenga venta d e fácil acceso	podría ayudar en la TV
29	en la mañana	supermercado y/o almacén	TV diario
30	como merienda a las 17:00 o 18:00 hrs. o a las 11:00 o 12:00 cuando se trabaja o estudia	generalmente en tiendas de consumo natural farmacias naturales o en los emporios	correo electrónico o pagina Web
31	como desayuno	en kioscos y colegios	
32	en las mañanas	en supermercados y panaderías	por TV
33	a media mañana cuando ataca el hambre	en kioscos almacenes supermercados en todo lugar	radio TV
34	a ½ mañana colación	supermercados	
35	a primera hora como el desayuno	en los kioscos	televisión
36	al desayuno	almacenes de barrio supermercardos	radio televisión
37	a medio día	supermercado	
38	desayuno media mañana	casinos supermercados	revista televisión
39	madia mañana o en paseos	supermercados cadenas de farmacias	TV revistas
40	en el desayuno	Servicentros, kioscos	mail
41	en la mañana 7 y 11 horas aprox.	haría foco en escolares y adultos mayores, acá se debe ver el tema de dureza	me gusta vía escrita
42	a media mañana	kioscos	no tengo preferencias
43	media mañana	en kioscos	folletos en lugares de venta
44	a media mañana o a media tarde	en farmacias en supermercados	en los puntos de venta leer sobre el en un folleto
45	como snack a medio día o media tarde	almacenes, dulcerías kioscos	radio, afiches en lugares de venta

Nº	9. De los siguientes aspectos ¿Por cuál o cuáles usted recomendaría el producto a un amigo (a)?								
	El sabor	La crocrancia	La forma	El logo	El peso	Los ingredientes	El envase	La etiqueta	Por El lugar de origen
1	1	1				1			1
2						1			
3	1					1			
4	1								1
5	1					1			1
6	1		1				1		1
7	1	1				1			1
8						1			1
9	1				1	1			1
10	1								
11						1			
12	1	1			1	1			1
13	1								
14	1	1				1	1		1
15									
16	1	1			1	1			por lo novedoso
17	1					1			1
18	1					1			1
19						1			
20	1	1							
21	1					1			1
22	1	1			1	1			1
23	1					1			1
24	1					1			
25	1					1			
26	1	1			1	1			1
27	1								
28	1	1			1	1			1
29	1	1		1	1		1	1	1
30	1	1	1	1	1	1		1	1
31	1	1				1			1
32				1	1	1	1	1	1

N°	9. De los siguientes aspectos ¿Por cuál o cuáles usted recomendaría el producto a un amigo (a)?								
	El sabor	La crocrancia	La forma	El logo	El peso	Los ingredientes	El envase	La etiqueta	Por El lugar de origen
34	1	1				1			1
35		1				1			1
36	1	1			1	1			1
37									
38	1	1				1			
39	1					1			1
40	1,00	1,00				1,00			1,00
41	1,00					1,00			1,00
42	1,00					1,00			
43	1,00		1,00	1,00	1,00	1,00		1,00	
44						1,00			1,00
45	1,00					1,00			1,00
	36,00	18,00	3,00	4,00	11,00	36,00	4,00	4,00	26,00

Nº	10. Consume otros productos del mismo tipo:		11. ¿Cuál es la periodicidad con que consume productos similares a la Barrita Cereal Mas Ke Miel?
	Sí	No	
	¿Cuáles?:	¿Por qué?:	
1		1	1 diario
2	chewy quaquer		todas las semanas 1 a 2 veces
3		1	nunca
4	cereal quaquer		diariamente
5	cereal bar		mas en invierno
6	productos con sabor a amaranto		
7		evito comer a deshora	
8	chocolate en barra de cereal		
9	barras energéticas Kellogg s		1 vez al día
10		1	
11		1	
12		porque no me gusta	ninguno
13	barras quaquer, cereal costa		1-2 veces al mes
14	no recuerdo el nombre es una barra		3 veces por semana
15		no	ninguna no soy golosa
16	Sí		
17	miel, polen		todos los días, reemplazo el azúcar
18	quaquer		cuando estoy fuera de casa para mi hijo
19	cereal bar		2 veces por semana
20	galletas de avena		2 por semana
21	avena con frutos secos y miel		2-3 veces por semana
22		no son muy masivos	1 cada 2 meses
23	barras de cereal quaquer miel pura cereales integrales		mas de 3 veces por semana
24	grande		1 al día
25	granola		2 veces a la semana
26	galletones de avena		2 veces a la semana
27	propóleo		
28	cereal bar y barritas de quaquer		no todos los días porque también como cereales integrales al desayuno
29		son demasiado industrializadas	4 veces por semana
30	los caseros son muy escasos en santiago son muy buenos unos de lampa		3 o 4 a la semana
31	quaquer		al desayuno
32		galleton	
33	barras de cereales		varias veces por semana
34			

Nº	10. Consume otros productos del mismo tipo:		11. ¿Cuál es la periodicidad con que consume productos similares a la Barrita Cereal Mas Ke Miel?
	Sí	No	
	¿Cuáles?:	¿Por qué?:	
35	la avena y la miel		todos los días
36		creo que como adulto ya no lo necesito	nunca
37			
38	quinoa, avena, miel, sésamo		
39	barras de cereales		cuando voy de paseo
40	galletas de avena		1 o 2 veces a la semana
41			pero muy esporádicamente
42		son muy dulces o con sabores artificiales	1 por mes
43	otras barras de cereales		mensualmente
44	barra de cereal industriales		1 vez a la semana
45	barras de cereal de chocolate de varias marcas		todos los días

Nº	12. Conteste los siguientes datos generales:												
	Sexo	Tamaño grupo familiar			Rango de edad							Comuna de residencia	Ingreso PMP
		Mayores de edad	Menores de edad	Total	<18	19 -25	26 y 30	30 y 40	41 y 50	51 y 65	> 65		
1	f	3		3						1		Ñuñoa	
2	m	2	3	5						1		la serena	
3	f	1	2	3		1						la florida	
4	m	2	1	3	1			1				chillan	
5	m	4		4		1	1		1			chillan	
6	f	2					1			1		Santiago	
7	f	2		2						2		providencia	
8	m	2		2							2	arica	
9	f	4		4		4						Peñalolén	
10	f	2		2	porque podría ser practico como merienda para adulto o niño						2	arica	
11	m	4		4		4						providencia	
12	f	2		2			2					Ñuñoa	
13	m	4	2	6	2	2			2			la Cisterna	
14	m	2		2		2						Ñuñoa	
15	f	2	1	2	1	2						Melipilla	
16	m	2		2							2	Longaví linares	
17	f	4		4		2				2		Melipilla	
18	f	2	1	3	1		2					Rancagua	
19	f	4	2	6	2	2			2			la cisterna	
20	m	5		5		5						la reina	
21	f	4	1	5	1	1			2	1		la cisterna	
22	m	4		4		2			2			puente alto	
23	f	4	1	5	1	2			2			puente alto	
24	m	2		2					2			Peñaflor	
25	f	2		2				2				Maipú	
26	f	2		2						2		Macul	
27	m	2		2							2	Macul	
28	f		1					1				santiago	
29	m	2		2				2				santiago centro	
30	f	5		5					5			san bernardo	
31	m	3		3							3	Ñuñoa	
32	f	2		2						2		Estacion central	
33	f	4		4		2				2		San miguel	

Nº	12. Conteste los siguientes datos generales:												
	Sexo	Tamaño grupo familiar			Rango de edad							Comuna de residencia	Ingreso PMP
		Mayores de edad	Menores de edad	Total	<18	19 -25	26 y 30	30 y 40	41 y 50	51 y 65	> 65		
34	f	2								1	1	Ñuñoa	
35	m	2		2							2	Estacion central	
36	m	4		4			2			2		san miguel	
37													
38	f	4		4		2				2		la reina	
39	m	2		4	2					2		la reina	
40	f	4,00	1,00	5,00		1,00	2,00	La barra se desarma fácilmente, lo que entorpece el consumo fácil y limpio del mismo		2,00		Macul	
41	m	6,00		6,00		4,00				2,00		la reina	
42	m	2,00	2,00	4,00	2,00				2,00			las condes	
43	f	2,00		2,00						2,00		providencia	
44	f	2,00		2,00	La encuentro muy dulce y le falta fruta tipo pasas, manzanas, etc. Pero que no sea tan seco					2,00		Ñuñoa	
45	m	2,00	2,00	4,00					2,00			providencia	
F	23	2,86	1,54	3,39	1,44	2,29	1,67	1,50	2,20	1,71	2,00		
M	20	2	1	2	9	17	6	4	10	17	7		
	0	24	7	16									

8.- Problemas enfrentados.

Cuadro 8.1. Evaluación de los resultados esperados y alcanzados en la iniciativa.

Problema enfrentado	Medidas tomadas	Evaluación

9.- Conclusiones y recomendaciones.

INFORME DE RESULTADOS DEL SONDEO REALIZADO EN SANTIAGO DURANTE LA REALIZACIÓN DE LA FERIA "EXPOMUNDORURAL" EN LA REGION METROPOLITANA.

El sondeo se realizó en las instalaciones del stand asignado al Centro de Negocios que la Universidad de Santiago tuvo al interior de la feria.

La forma en que se recogieron las opiniones de las personas fue a través de un cuestionario de 12 preguntas sobre el producto "Barrita de Cereal Mas Ke Miel".

Para recoger las opiniones se realizaron 6 "focus Group" de de entre 4 y 6 personas, los grupos se formaron invitando a asistentes a la feria que consumían cereales en barra a degustar el producto para luego contestar la encuesta.

Los resultados que se obtuvieron en el sondeo son los siguientes:

PREGUNTA N° 1: ¿Cuál es la primera impresión que tuvo al ver el producto?

Se recogieron 11 encuestas sin respuesta a esta pregunta y 34 con respuesta.

De las respuestas recogidas estas son las primeras impresiones que generó el producto:

Tabla 1.

Buena	Buena	Buena	muy buena	*ninguna en especial*	se parece a los galletones
novedoso	seco	apetitoso	sano rico pero seco	que es algo sano	que cosa es esto
la impresión que reemplaza un almuerzo	que es un producto sano	*no me gusta la diferencia de color*	se ve natural y saludable	producto muy artesanal	que es un producto artesanal
producto natural y saludable	que es una barra energética	*la falta de un adorno central pasa-nuez*	sabor agridulce mi preferido	que es un producto natural	impresión a galleta o panal de abeja
me gusto pero lo encontré un poco des-uniforme	que seria un producto seco e insípido	ganas de degustar es algo dura la barra	mi impresión fue de ver un producto natural	*poco homogéneo no tiene forma*	se ven todos diferentes pero apetitosos
es atractivo el color dorado, el porte el envase se ve artesanal, natural	que era una barra para personas que hacen dieta y que es saludable y natural		**que no me iba a gustar porque no me gustaban las barras de cereal**		que es un producto saludable y natural

En general el producto impresionó de buena manera a las personas participantes, es considerado como un producto saludable y natural.

Impresiones desfavorables se refieren a la poca estandarización del producto en su forma y color.

PREGUNTA N° 2: Considerando una escala de calificación de 1 a 7 donde el 1 representa la más baja calificación y el 7 la más alta, como calificaría los siguientes aspectos del producto:

Tabla 2.

Aspectos	El sabor	La crocrancia	La forma	El logo	El peso	Los ingredientes	El envase	La etiqueta
PROMEDIO	6,14	5,60	5,36	5,60	6,48	6,56	5,02	5,15
MODA	7	7	6	6	7	7	5	5
N° veces moda	17	13	13	17	29	27	11	14
Numero de respuestas	43	43	45	45	44	43	44	44

De acuerdo a los promedios de calificaciones por aspectos se puede decir que el producto es calificado en el intervalo de bueno a muy bueno.

De acuerdo a la tabla 2, el aspecto mejor calificados por el conjunto de personas es "Los Ingredientes" (6,56), luego "el peso" (6,48). Entre los peor calificados están "el envase" (5,02) y "la etiqueta" (5,15).

De lo anterior se interpreta que hay aspectos que mejorar y otros mantener, el mejoramiento de los primeros ayudarán a mejorar la aceptación del producto, es decir, se deben modificar características claves en la etiqueta, el tamaño de la letra, la información que contiene, características claves del envase y que dicen relación con la calidad del envase, la facilidad para abrirlo y la consecuencia/concordancia con el concepto de producto que se está vendiendo/ofreciendo.

PREGUNTA N° 3: Después de probar el producto y conocer el contenido, ¿El nombre le parece adecuado?

Se recogieron 3 encuestas sin respuesta a esta pregunta y 42 con algún tipo de respuesta.

Tabla 3.- No les parece adecuado el nombre

No		
¿Por que?		
es muy obvio	mas corto	es muy largo
el uso de la letra k	el nombre debiera ser igual calidad producto	porque habla de una parte del producto y no de la mayor
barra de cereal es muy genérica	de la impresión de que es mucha miel sola	es muy largo, debe ser mas especifico
porque no es una barra de cereal	no dice nada especial sale solo si no conoces mas ke miel	porque creo que no es para venderlo en tiendas es infantil

Del total de respuestas, 12 personas respondieron que el nombre no les parecía adecuado y las razones se expresan en la tabla número 3.

Tabla 4.- Sí les pareció adecuado el nombre

Sí		
¿Por que?		
x	x	x
es atractivo	me parece innovador	porque es un cereal agradable que no es repugnante
es informativo	expresa el contenido	porque es saludable y remplaza un almuerzo
agrega poder	destaca el contenido	porque su contenido principal es la miel
es informativo	se siente el sabor a miel	pese a que la forma no acompaña esta bien
tiene sabor a miel	porque es lo que es	tiene sabor a miel y otros sabores
pertenece a una casa	por su sabor muy agradable	porque la miel es mas saludable y esto es mas que miel
refleja el contenido	incluye miel en el nombre	porque tiene mas ingredientes que la miel
representa lo que es	aunque podría ser mas atractivo	representa a un grupo de trabajadores que creen en su proyecto además es original
tiene un dulzor y sabor agradable	porque explica brevemente el fin del producto	principal componente es miel pero matiza con pasa y otros

Del total de respuesta recogidas sobre el nombre, 30 personas respondieron que les parecía adecuado el nombre, de ellas 3 no respondieron el "el porqué" "sí" le parecía adecuado y 27 fundamentaron su respuesta.

PREGUNTA N° 4: De acuerdo a las características del producto, para usted:

- ¿Cuál debería ser un precio adecuado por unidad?:

Tabla 5.- Precio adecuado

ESTADÍSTICO	VALOR
PROMEDIO	329,41
MÁXIMO VALOR	1500
MÍNIMO VALOR	50
MODA	300
N° DE VECES MODA	10
RESPUESTAS	34

- ¿Cuánto es lo máximo que usted pagaría por una unidad?:

Tabla 6.- Máximo precio dispuesto a pagar

ESTADÍSTICO	VALOR
PROMEDIO	404,41
MÁXIMO VALOR	2000
MÍNIMO VALOR	100
MODA	500
N° DE VECES MODA	7
RESPUESTAS	34

Según se observa en la tabla 5, el precio promedio que consideran adecuado las personas participantes del estudio es $ 329 y el precio que más se repite es $ 300 (10 veces).

En cuanto al precio máximo dispuestos a pagar (tabla 6), este alcanza un promedio de $ 404, mientras que el precio que más se repite es $ 500 (7 veces).

PREGUNTA N° 5: Respecto de La Barrita Cereal Mas Ke Miel, Desde su punto de vista. ¿Cuál sería el ideal en cuanto a?:

- Peso.

Tabla 7.- Peso ideal

ESTADÍSTICO	VALOR
PROMEDIO	39,51
MÁXIMO VALOR	200
MÍNIMO VALOR	20
MODA	**25**
N° DE VECES MODA	**24**
RESPUESTAS	41

De acuerdo a la tabla 7, el peso promedio ideal es de 40 gramos, si consideramos la moda (el peso más repetido) es de 25 gramos igual al peso que tiene actualmente el producto.

- Forma.

Tabla 8. Forma ideal

redonda	rectangular	de mejor geometría	esta bien la forma que tiene
circular como un galletón	barra	de abeja o celda	el que tiene
redondo	barrita rectangular	cuadrada pero mas uniforme	la que tiene
redondo	rectangular	alargado	la forma que tiene
circular	rectangular mas fácil consumirla	otra	esta bien
redondo	barra alargada de sección cuadrada	mas alargado o una forma mas original	la que tiene, no innovaría
redonda	en barra	en diferentes formas	me gusta cuadrada porque todos son redondos
redondas y cuadradas	rectangular	un poco mas alargado	da lo mismo, vale lo nutricional
tipo galleton	Cuadrada-rectangular	cuadrada	igual
el problema es que es irregular le falta esquina	forma de barra	a lo mejor un poco mas rectangular	la que tiene
			me gusta cuadrado

En la tabla 8 se observa que la forma del producto en general no es bien aceptada. De las 41 respuestas obtenidas, solamente 14 (34%) están de acuerdo en la forma cuadrada del producto, 9 (22%) prefieren el producto en forma de circular o "redonda", 13 (32%)

prefieren el producto alargado o rectangular (se incluye la forma de "barra") y 5 (12%) prefieren el producto en otra forma y en mejores condiciones.

- Ingredientes agregar

Tabla 9. Ingredientes que agregarían

sal	un trozo de fruta mas entero	frambuesas, quínoa por el aporte proteico	chip chocolate, quínoa y piñones secos, más frutos secos y chip de manzanas
avellana	algún fruto ácido	frutas puede ser	almendra cocos, piña
leche	granola nuez	almendras nueces	una pasa una nuez (adorno)
nuez	arándano o frambuesa	frutos secos, barries	A lo mejor una capa de chocolate para variar
leche -yogurt	probar con algunos barries de la zona	maní	más miel, más aglutinante
quínoa	otros cereales	el cereal	quizás hacer con diferentes frutas, no con todas
mas miel - orégano	mas pasas	mas pasas	avellana

28 de 41 (68%) personas agregarían algún ingrediente nuevo o en su defecto aumentaría la cantidad de un ingrediente.

Tabla 10. No agregarían ingredientes

ninguno	ninguno	ninguno	bien
no	ninguno	ninguno	ninguno
nada algo tal vez para endurecer	nada sin embargo no sentí la fruta seca	son suficientes	esta adecuado
ninguno			

13 de 41 (32%) personas no agregarían ningún ingrediente al producto.

- Ingredientes eliminar

Tala 11. Ingredientes que eliminarían

el arroz inflado	arroz inflado	el arroz	menos arroz inflado menos crispis
cascarilla de avena, se entierra en las encías	residuos de avena	pasas	disminución de sal
harina	harina	crispis	maní
el polen, el sabor me parece demasiado intenso	menos calorías (a mi casi 80 años) menos sal	un ingrediente amargo	no más de tres ingredientes (una fruta, un cereal y miel)

16 de 34 (47%) personas que respondieron esta pregunta eliminarían al menos un ingrediente o disminuirían.

Tabla 12. No eliminarían ningún ingrediente

son suficientes	nada	ninguno	ninguna	no	nada
ninguno	ninguno	ninguno	nada	nada	ninguno
ninguna	ninguno	ninguno	me gustan todos	ninguno	ninguno

18 de 34 (53%) personas no eliminaría o disminuirían ningún ingrediente.

- Envase

Tabla 13. Envase ideal.

rectangular	mas colorido y fácil de abrir	con prepicado y biodegradable	No se
de papel mas fácil de abrir	mas llamativo y fácil de abrir	que se abra con facilidad	ideal el que tiene
que sea fácil de abrir rectangular	adaptado a la forma y fácil de abrir	mas alargado	esta bien
envase sellado al vacío	mejor etiqueta o logo	otro papel	esta bien el que tiene
papel como los alfajores	las indicaciones letras grandes	algo orgánico	el mismo pero menos deforme
en una cajita de papel con una abeja	no plástico	cartón	el actual
es un papel como los alfajores para ser ecológico	el que tiene actualmente biodegradable	sellado con una foto al interior	déjenlo como esta o pueden probar con el plástico que se pega el alusa
papel reciclable	mitad transparente	me gusta que se vea el proceso	igual
con mas fácil abertura	transparente	algo que permita abrirlo fácilmente	el mismo pero al vacío
mismo envase pero en forma de barra	mas fácil de abrir	el envase creo esta bien	como esta está muy bien

Información agregar

Tabla 14. Información que agregaría.

letra mas grande para leer el contenido y colorido de la fruta	advertencia sobre su contenido para posibles alérgicos	OK
mejorar el contraste entre el logo y el fondo	en caso de personas alérgicas	ninguno
especificar cereales	la advertencia para quienes son alérgicos al polen	nada mas

que no tiene azúcar	coloquen mas destacado que es chileno y donde dice especialidad campesina	nada o tal vez una leyenda en alusión a la cooperativa
mensajes saludables, fibra calorías	que la etiqueta sea legible	la misma letra mas grande en la etiqueta
mayor dimensión	agrandaría las calorías por porción	ninguno
producto natural	duración	nada
un mensaje de alimentación saludable educativo	ingredientes mas grandes especialidad campesina mas grande	tiene la información que yo necesito
los beneficios de comer productos derivados de la miel	agrandaría un poco la etiqueta y la letra	solo que sea mas grande
los tipos de cereales que contienen	un nombre que lo diferencie indicar que cereal	agrandaría el tipo de letra
nombre de fantasía	la fecha de elaboración y duración	mas legible
	destacaría lo "natural energético, saludable"	

- Información eliminar

Tabla 15. Información que eliminarían

el código de barra más pequeña	pondría la mitad de la información a cada lado de la etiqueta	las fotografías de frutas
las letras son demasiado pequeñas	no tan obvio que es de miel	libre de colesterol
haría un diseño mas mini	fecha de vencimiento	solo agrandar

9 de 29 personas eliminarían alguna información.

Tabla 16. Cantidad de personas que no eliminarían información.

nada	nada	esta ideal	ninguna	ninguna	nada
nada	ninguna	esta bien	nada	está bien	ninguna
ninguna	no nada	ninguna	nada	ninguna	ninguna
nada pero ojala letra mas legible					nada

20 de 29 personas no eliminarían información.

PREGUNTA N° 6: Si usted decidiera consumir el producto constantemente, ¿a qué hora o momento lo consumiría?

Tabla 17. Horas de consumo

colación	medio día	desayuno y once
al reposo	colaciones, antes del medio día	media mañana como colación
en las tardes	después del desayuno	media mañana
después de hacer deporte	quizás a media mañana	media mañana
en la hora de viajar tipo barritas de quaquer	al desayuno y noche	en el desayuno
entre comidas como snack	de desayuno	como un snack, a la hora del desayuno
en la tarde 7-8 (pm) tal vez	en la mañana y en la hora de colación	a media mañana
en la tarde	en el desayuno y entre comidas como una colación	como colación a media mañana
como merienda a las 17:00 o 18:00 hrs. o a las 11:00 o 12:00 cuando se trabaja o estudia	en las mañanas y a media tarde	desayuno y once
a ½ mañana colación	en la mañana	mañana
a medio día	como desayuno	en la mañana
madia mañana o en paseos	en las mañanas	a media mañana cuando ataca el hambre
al desayuno	a primera hora como el desayuno	desayuno media mañana
a media mañana	en la mañana 7 y 11 horas aprox.	en el desayuno
como snack a medio día o media tarde	a media mañana o a media tarde	media mañana

De acuerdo a la tabla 16, la hora o momento de preferencia para consumir el producto es en la mañana, ya sea como desayuno o como colación de media mañana.

PREGUNTA N° 7: De acuerdo a las características del producto, ¿dónde o en que lugares de venta lo buscaría?

Tabla 18.

Colegios y supermercados.	caja de pago, donde se venden snake	tiendas de productos campesinos
supermercados, colegios	en kioscos	De deporte
supermercados quioscos de terminales de buses	kioscos	debiera ser genérico como súper "8"
Kioscos, supermercados	Kioscos, supermercados	tiendas naturistas supermercados
en el supermercado	en kioscos, ferias naturistas	Colegios, institutos, universidades
en el supermercado	kioscos	en los lugares que vendan productos naturales
en el mercado	en kioscos y colegios	en la parte de productos sin azúcar de los supermercados, en las tiendas naturistas
Supermercados, kioscos, puestos de la calle	en supermercados y panaderías	universidades y colegios
Supermercados, tiendas de productos naturales	en los kioscos	generalmente en tiendas de consumo natural, farmacias naturales o en los emporios.
kiosco que tenga venta de fácil acceso	supermercados	en supermercados y tiendas de productos naturales
supermercado y/o almacén	supermercados	en kioscos, almacenes, supermercados en todo lugar
Supermercados, cadenas de farmacias	supermercados	almacenes de barrio supermercados
Servicentros, kioscos	Casinos, supermercados	haría foco en escolares y adultos mayores, acá se debe ver el tema de dureza.
kioscos	en kioscos	en farmacias, en supermercados
	almacenes, dulcerías, kioscos.	

De acuerdo a los datos presentados en la tabla anterior, los principales lugares donde el cliente potencial buscaría el producto es en supermercados y kioscos, aspectos que deben ser considerados para el diseño del envase, su etiqueta e información que contenga.

PREGUNTA N° 8: ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría informarse sobre el producto Barrita Cereal Mas Ke Miel?

Tabla 19.

la televisión es mas masiva	televisión, prensa, vallas publicitarias	revistas de productos naturales, terapias alternativas
tv y radio	TV, Internet	ninguno
televisión, supermercados	en internet	ninguno
radio	Los buenos productos no necesitan mucha publicidad	me gusta el hecho de que se potencie en niños, deporte de alto rendimiento
me da lo mismo	tv internet diarios revistas metro	revistas gimnasios
tv y colegios	televisión internet diarios carteles	revistas en general
tv	tv	radio
en la televisión	radio tv	podría ayudar en la tv
internet diario televisión revistas	televisión	tv diario
revistas y radios	radio televisión	correo electrónico o pagina web
revista televisión	tv revistas	
mail	no tengo preferencias	en los puntos de venta leer sobre el en un folleto
me gusta vía escrita	folletos en lugares de venta	radio, afiches en lugares de venta

PREGUNTA N° 9: De los siguientes aspectos ¿Por cuál o cuáles usted recomendaría el producto a un amigo (a)?

Tabla 20.

El sabor	La crocrancia	La forma	El logo	El peso	Los ingredientes	El envase	La etiqueta	Por El lugar de origen
35,00	18,00	3,00	4,00	11,00	36,00	4,00	4,00	26,00

De acuerdo a la tabla 20, las razones principales para recomendar el producto son: por los ingredientes, por el sabor y por el lugar de origen.

PREGUNTA N°10: Consume otros productos del mismo tipo:

Tabla 21

Sí			No
¿Cuáles?:			¿Por qué?:
no recuerdo el nombre es una barra	barras de cereal quaker, miel pura, cereales integrales	los caseros son muy escasos en Santiago, son muy buenos unos de lampa	1
cereal quaker	cereal bar	quaker	1
cereal bar	galletas de avena	galletón	evito comer a deshora
productos con sabor a amaranto	avena con frutos secos y miel	barras de cereales	1
chocolate en barra de cereal	barras quaker, cereal costa	la avena y la miel	1
barras energéticas kelloggs	grande	quinoa, avena, miel, sésamo	porque no me gusta
Chewy quaker	granola	barras de cereales	1
quaker	galletones de avena	galletas de avena	son demasiado industrializadas
si	propóleo	otras barras de cereales	no son muy masivos
miel, polen	cereal bar y barritas de quaker	barra de cereal industriales	creo que como adulto ya no lo necesito
		barras de cereal de chocolate de varias marcas	son muy dulces o con sabores artificiales

PREGUNTA N°11: ¿Cuál es la periodicidad con que consume productos similares a la Barrita Cereal Mas Ke Miel?

Tabla 22

nunca	ninguno	nunca
1 diario	1 cada 2 meses	ninguna no soy golosa
todas las semanas 1 a 2 veces	más de 3 veces por semana	todos los días, reemplazo el azúcar
diariamente	1 al día	cuando estoy fuera de casa para mi hjo
mas en invierno	2 veces a la semana	2 veces por semana
1 vez al día	2 veces a la semana	al desayuno
1-2 veces al mes	4 veces por semana	varias veces por semana
3 veces por semana	3 o 4 a la semana	todos los días
2 por semana	1 por mes	cuando voy de paseo
2-3 veces por semana	mensualmente	1 vez a la semana
pero muy esporádicamente	todos los días	1 o 2 veces a la semana
no todos los días porque también como cereales integrales al desayuno		

PREGUNTA N°12: Conteste los siguientes datos generales:

	Sexo	
	Femenino	Masculino
N°	23	20

	Tamaño grupo familiar		
	Mayores de edad	Menores de edad	Total
Promedio	2,86	1,54	3,39
Moda	2	1	2
N° Moda	24	7	16

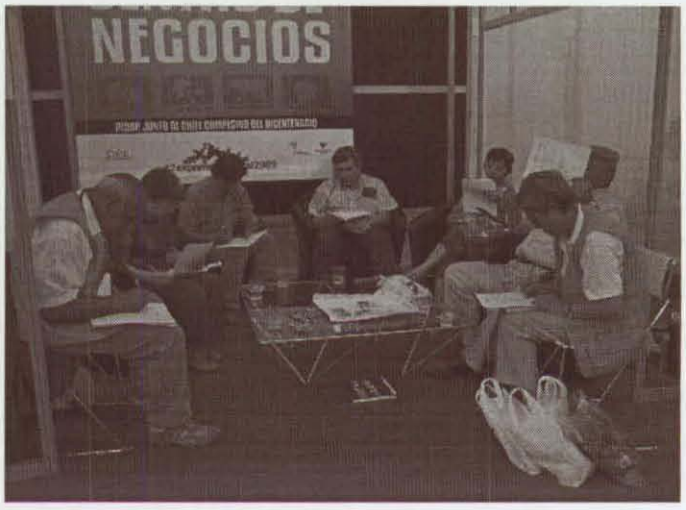
	Rango de edad (años)						
	<18	19 y 25	26 y 30	30 y 40	41 y 50	51 y 65	> 65
Promedio	1,44	2,29	1,67	1,50	2,20	1,75	2,00
Respuestas	9	17	6	4	10	16	7

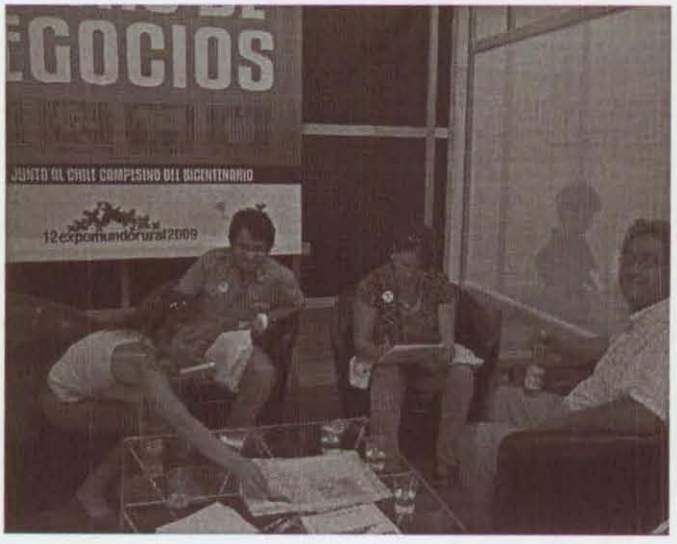
	Comuna de residencia				
Melipilla	Arica	La Cisterna	Ñuñoa	Maipú	Santiago
Melipilla	Arica	la cisterna	Ñuñoa	San Bernardo	Santiago
La reina	Chillan	la cisterna	Ñuñoa	Rancagua	Santiago centro
La reina	Chillan	providencia	Ñuñoa	Peñaflor	Macul
La reina	Las Condes	providencia	Ñuñoa	Estación central	Macul
La reina	La Florida	providencia	Ñuñoa	Estación central	Macul
La Serena	Longaví - linares	providencia	Peñalolén	Puente Alto	Puente Alto
				San Miguel	San Miguel

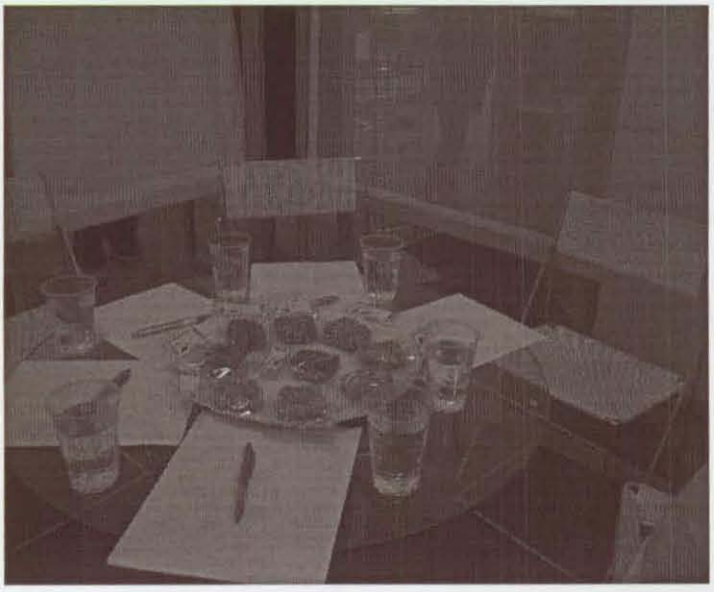
Ingreso PMP	
Promedio	
Moda	
N° Moda	

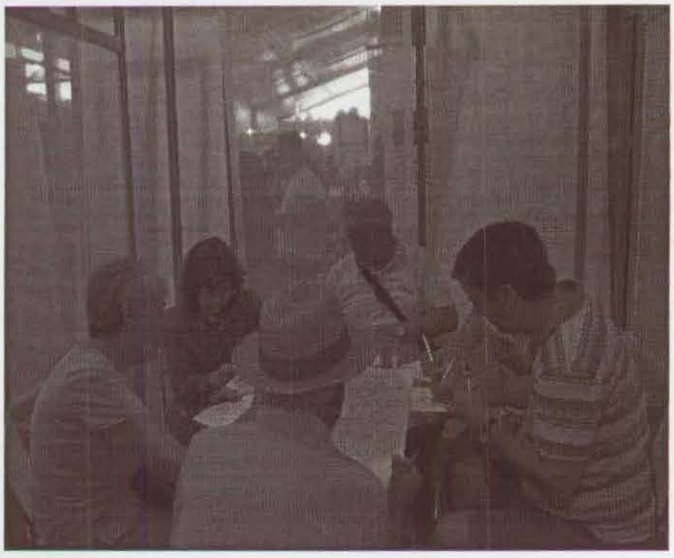
10.- Anexos.

Anexo 1: Fotografías del sondeo.









Anexo 2: Encuesta aplicada

Evaluación de producto

Esta investigación solo está interesada en saber su opinión sobre el producto BARRITA CEREAL MAS KE MIEL.

1. ¿Cuál es la primera impresión que tuvo al ver el producto?

: _____

2. Considerando una escala de calificación de 1 a 7 donde el 1 representa la más baja calificación y el 7 la más alta, como calificaría los siguientes aspectos del producto:

Aspectos	Nota (de 1 a 7)	Aspectos	Nota (de 1 a 7)
El sabor		El peso	
La crocrancia		Los ingredientes	
La forma		El envase	
El logo		La etiqueta	

3. Después de probar el producto y conocer el contenido, ¿El nombre le parece adecuado?

(Marque solo una alternativa)

	Sí	¿Por que?	
	No	¿Por qué?	

4. De acuerdo a las características del producto, para usted:

¿Cuál debería ser un precio adecuado por unidad?:	$
¿Cuánto es lo máximo que usted pagaría por una unidad?:	$

5. Respecto de la **Barrita Cereal Mas Ke Miel**, Desde su punto de vista.

¿Cuál sería el peso ideal?:	
¿Cuál sería la forma ideal?:	
¿Qué ingredientes agregaría?:	
¿Qué ingredientes eliminaría?:	
¿Cuál sería un envase ideal?:	
¿Qué información agregaría a la etiqueta?	
¿Qué información eliminaría de la etiqueta?	

6. Si usted decidiera consumir el producto constantemente, ¿a qué hora o momento lo consumiría?

: _____

7. De acuerdo a las características del producto, ¿dónde o en que lugares de venta lo buscaría?:

_____

8. ¿A través de qué medios de comunicación le gustaría informarse sobre el producto **Barrita Cereal Mas Ke Miel**?:

_____

9. De los siguientes aspectos ¿Por cuál o cuáles usted recomendaría el producto a un amigo (a)? (Marque hasta 5)

	Aspectos		**Aspectos**		**Aspectos**
	Por El sabor		Por El logo		Por El envase
	Por La crocrancia		Por El peso		Por La Etiqueta
	Por La forma		Por Los ingredientes		Por El lugar de origen

10. Consume otros productos del mismo tipo:

	Sí	¿Cuáles?:	
	No	¿Por qué?:	

11. ¿Cuál es la periodicidad con que consume productos similares a la **Barrita Cereal Mas Ke Miel**?:

_____

12. Conteste los siguientes datos generales:

Sexo		Femenino		Masculino

Variable	**Número**
Tamaño grupo familiar	
Mayores de edad	
Menores de edad	

Rango de edad

	Menor de 18 años		Entre 26 y 30 años		Entre 41 y 50 años		Más de 65 años
	Entre 19 y 25 años		Entre 30 y 40 años		Entre 51 y 65 años		

Comuna de residencia: _____

Ingreso promedio mensual personal: $_____
(Incluya remuneraciones, mesadas u otros ingresos percibidos)

Anexo 3: Contactos con Pablo Jorquera, Mall plaza Norte.

Primer contacto:
Sr.
Paulo Jorquera
Presente.

Estimado Pablo, Mi nombre es Erik Mora Asencio asesor comercial de La Empresa MAS KE MIEL COOP. de la comuna de Lago Ranco, región de Los Ríos.

La empresa que menciono se dedica a producir productos cosméticos (jabones, shampoo, cremas) y alimenticios utilizando como materia principal la miel y productos de la colmena.

MAS KE MIEL tiene el firme objetivo de aumentar el número de clientes y consumidores de sus productos en la región metropolitana y de acuerdo a la configuración de la población en cuanto a estratos socioeconómicos existe un gran interés por establecerse con un módulo (como los que tienen las empresas de telefonía en los pasillo) en el Mall Plaza Norte.

Sabiendo que éste es un primer acercamiento y con disponibilidad para reunirnos en Santiago, antes quisiéramos preguntarle:

1.- ¿ que posibilidades tenemos como empresa de establecernos con un módulo en el Mall Plaza Norte?

De ser posible,

2.- ¿Con cuántos metros cuadrados podríamos contar?
3.- ¿Cuál es el costo mensual por arriendo del espacio (rangos)?
4.- ¿Cuáles son algunos de los requisitos especiales que debemos cumplir?
5.- ¿Existen pagos mensuales adicionales al arriendo?

La Pagina web de la empresa es www.maskemiel.cl y el correo es

Esperando una respuesta positiva, se despide atentamente,

Erik Mora Asencio
Ing. Comercial

Primera respuesta:

Hola Erik.

Gusto en saludarte, te comento antes que nada que trate de ingresar al link de tu página web y al parecer no funciona, siguiendo con tus consultas te respondo lo siguiente:

1.- Si hay posibilidades de ingresar a MP Norte
2.- Los módulos de pasillo pueden tener un máximo de 4 metros cuadrados (2 x 2 metros)
3.- El costo mensual es analizado con tu proyecto y ubicación dentro del Mall
4.- Requisitos a cumplir para ingresar al Mall tener un modulo acorde a los estándares Mall Plaza, adaptarse y cumplir con los horarios de atención de nuestros centros.

5.- No, solo se cancela el arriendo pactado, por lo cual no pagas gastos comunes, ni margen de tus ventas.

Erik tu te encuentras en Santiago o en el Sur?

Quedo atento a tus comentarios.

Saludos cordiales.

Paulo Jorquera V.
Asistente de Espacios Publicitarios

Mall Plaza

Segundo contacto

DON PABLO.

Gusto de saludarlo, le comento que ahora está funcionando la página web (www.maskemiel.cl) y el motivo del presente es:

Las semanas próximas (13-17 de nov) la señora Yaneden Medina, gerente de la empresa estará en Santiago y quisiera pedirle una reunión para el día 16 de nov. (solo ese día puede) o de lo contrario reunirse dentro de la primera semana de Diciembre (30 nov-4 dic.).

De tener la disponibilidad para la reunión, usted nos responde con la hora (en horario de oficina) por favor.

Atentamente,

Erik Mora Asencio

Segunda respuesta:

Estimado Erik.

Junto con saludarte te comento que no habría problemas en que tuviésemos una reunión la señora Yaneden Medina, por lo cual el horario de la misma debiese a partir de las 16:30 horas (ideal es que pueda tener un catalogo de los productos y ojala muestras de los mismos para poder apreciar el embalaje y envoltorio de los mismos)

Los datos para llegar a nuestras oficinas son:

Comuna de Huechuraba

Mall Plaza Norte

Desde ya quedo atento a sus comentarios y confirmación.

Saludos cordiales

Paulo Jorquera V.
Asistente de Espacios Publicitarios

Mall Plaza

INFORME TECNICO FINAL

DISEÑOS

COOPERATIVA DE ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES DE MIEL.

MAS KE MIEL

CODIGO IMA: 430-2009

CONTENIDO

1.- Antecedentes Generales:

CODIGO DE LA INICIATIVA: **IMA 2009 – 430**

INSTRUMENTO: **DISEÑO**

REGIÓN DE EJECUCIÓN: **XIV DE LOS RÍOS, COMUNA DE LAGO RANCO.**

PERÍODO DE EJECUCIÓN: **DESDE 11 DE DICIEMBRE AL 22 DE FEBRERO.**

EJECUTOR DE LA INICIATIVA: **COOPERATIVA DE ELABORACIÓN DE PRODUCTOS ARTESANALES DE MIEL**

COORDINADOR DE LA INICIATIVA: **YANEDEN MEDINA MILLA.**

COSTO TOTAL DE LA INICIATIVA, DISEÑO:

DISEÑO			

2.- Resumen ejecutivo de la iniciativa.

Para realizar los diseños aquí presentados se utilizó directamente la información obtenida en el sondeo realizado. A partir de ello se cambiaron:

- El tamaño de la etiqueta: con aumento de las letras e información incluida.
- Se aumentó el tamaño de los frutos que aparecen como imagen.
- Se generó una imagen que conciliara la idea de lo artesanal y natural manteniendo el carácter tradicional con el letrero superior que aparece en la etiqueta.

En lo que respecta al diseño del stand se trabajó para entregar una idea de stand Ecológico y que sea cálido, atractivo para las personas visitantes en los eventos, ferias y exposiciones.

Con respecto al exhibidor se trabajó un estilo innovador que sea práctico y que resalte las cualidades del producto. Por ejemplo, las celdillas indican claramente que el producto es de origen apícola.

Respecto de las cajas (packaging) se hizo un diseño muy colorido, que busca atraer al cliente y contar la historia del producto.

En cuanto a la publicidad restante diseñada, como el pendón, el folleto, el folleto de los alimentos y el catálogo de todos los producto igualmente se buscó trabajar los conceptos de ecológico, natural, artesanal y tradicional.

Finalmente, es preciso señalar que todo el trabajo de diseño está pensado para ser implementado con material ecológico, todos los diseños, envase, etiqueta, stand, cajas.

3.- Objetivos de la iniciativa.

El objetivo general de la iniciativa diseño se definió como:

Mejorar la imagen del producto "Barrita Mas Ke Miel"

Y para el cual se plantearon los siguientes objetivos específicos:

1. Diseñar y elaborar un envase para el producto "Barrita Mas Ke Miel" 2. Diseñar una etiqueta para el producto "Barrita Mas Ke Miel" 3. Diseñar publicidad para el producto.

4.- Métodos.

Para lograr los diseños que en este informe se presentan fue necesario realizar dos actividades, una previa y otra intermedia, la primera consistió en aplicar una encuesta con degustación de por medio (sondeo) para luego incluir los resultados en los diseños, y la segunda consistió en la realización de una sesión fotográfica del producto y otros de la línea de alimentos de la empresa.

Con la ayuda profesional de la diseñadora gráfica - Industrial, se definieron las imágenes, marcas, etiquetas y envases que se utilizarán para la comercialización de la "Barrita Mas Ke Miel".

El proceso se desarrolló definiendo gráfica y conceptualmente, imagen y slogan que represente los atributos, características, beneficios y propiedades del producto, a objeto de unificar la comunicación. Esta base conceptual y gráfica constituye la columna vertebral para el desarrollo de una comunicación coherente con los atributos del producto, sus beneficios y las necesidades de los consumidores.

Para complementar y potenciar la imagen del producto, se definieron los formatos que se utilizarán y sus respectivas presentaciones, considerando para ello, las etiquetas, sellos de calidad, características técnicas de envase y embalaje.

Además se implementó publicidad adicional al producto como afiches, folletos y stand tipo para entregar en ferias, exposiciones, workshop y eventos de negocio donde participe la empresa.

Para consensuar las ideas técnicas de la consultora con las ideas requeridas por la empresa a través de su representante (coordinadora) se realizaron reuniones de trabajo en la ciudad de Osorno, diseño por diseño, durante dos horas cada vez. También se utilizó el Internet para la presentación de propuestas y estado de avances en cada uno de los diseños, en la medida que se avanzaba.

5.- Actividades ejecutadas y análisis de brecha (comparativo).

Cuadro 5.1. Actividades programadas realizadas en la iniciativa

Actividad programada	Fecha	Grado de Cumplimiento	Razones/Problemas
Descripción			
Diseño etiqueta	Entre 11 diciembre de 2009 al 25 de enero de 2010.	100%	
Diseño publicidad			
Diseño packaging			
Diseño stand			
Diseño exhibidor			
Diseño y muestra de pendón			

Cuadro 5.2. Actividades no programadas realizadas en la iniciativa

Actividad no programada		Justificación
Descripción	**Fecha**	
Sesión Fotográfica de Productos en Valdivia	5 y 25 de febrero	Para incluir y desarrollar diseños con imágenes reales se hizo necesario tener unas producidas del producto.

6.- Resultados.

Cuadro 6.1. Evaluación de los resultados esperados y alcanzados en la iniciativa.

Resultados esperados	Resultados alcanzados	Nivel de avance %	Razones
Diseño etiqueta	La evaluación de los diseños elaborados no se ha realizado.	100%	Solo muestra implementada
Diseño publicidad		50%	Hay recomendaciones al producto obtenidas a partir del sondeo, que no han sido incorporadas, razón por la cual no se ha implementado la publicidad final.
Diseño packaging		50%	Hay recomendaciones al producto obtenidas a partir del sondeo, que no han sido incorporadas, razón por la cual no se ha implementado la publicidad final.
Diseño stand		100 %	Diseño implementado.
Diseño exhibidor		50 %	Falta de financiamiento.
Diseño y muestra de pendón		50%	Falta de financiamiento

7.- Productos obtenidos.

En las siguientes páginas se muestran los resultados obtenidos a partir de los resultados del sondeo, el trabajo fotográfico y posteriores diseños.

ETIQUETAS: Se diseñaron dos formatos, una cuadrada de 6x6 centímetros autoadhesivo y de semibrillo. La otra etiqueta diseñada es de forma rectangular de 9x3 centímetros autoadhesivo y de semibrillo.

PENDON: Pendón de 80x160 centímetros en PVC.

FOLLETO: Folleto para la Barra de Cereal de 14 x 21,5 centímetros en papel couché.

FOLLETO: Folleto para línea de alimentos de 14 x 21,5 centímetros en papel couché.

CATALOGO DE TODOS LOS PRODUCTOS MAS KE MIEL: Catálogo que incluye las dos líneas de productos que la empresa posee, la de alimentos y la de cosmética. Las dimensiones son de 14 x 14 centímetros en papel couché.

PACKAGING: Estos diseños corresponden a dos alternativas, la primera consiste en una caja diseñada para contener 6 unidades de barras de cereal, la segunda consiste en una caja cuadrada diseñada para contener 4 unidades de cereal en barra. En las dimensiones de 24 x 20 x 7 centímetros (altura) y de 20 x 20 x 7 centímetros

EXHIBIDOR: Su diseño cosiste en 1,8 metros de altura, 1,05 metros de ancho y 0,42 metros de fondo. Incluye como sustento para productos un hexagonal de 12 centímetros por lado con 25 centímetros de fondo, queriendo resaltar la forma de una colmena.

STAND MAS KE MIEL: Su diseño incluye cuatro hojas desmontables de 90 centímetros de ancho por 2 metros de alto. Las repisas son en forma de cuadrado de 25 x 25 centímetros en 20 centímetros de fondo, estas son ordenadas en forma ascendente y en diagonal. El stand también incluye un mostrador constituido por un mesón y su soporte de 1,5 metros de largo por 90 centímetros de alto.

8.- Problemas enfrentados.

Cuadro 8.1. Evaluación de los resultados esperados y alcanzados en la iniciativa.

Problema enfrentado	Medidas tomadas	Evaluación
Como resultado del sondeo y como recomendación se hace necesario mejorar las características físicas y de composición de los ingredientes para asegurar la estandarización del producto.	Se consulta con un Ingeniero en alimento para ver la factibilidad de mejorar el producto.	A partir de la asesoría se recomendó incluir un nuevo horno industrial, de mayor capacidad y calidad.
Como resultado de una asesoría preliminar realizada por el Ingeniero en Alimentos encargado de mejorar el producto se concluyó la adquisición de un horno industrial de mayor capacidad y que permita una uniformidad en la cocción del producto.	Mientras no se compre el horno no se elaborará el producto, ya que actualmente no sería rentable producirlo, luego de las recomendaciones del sondeo.	
A partir de la información entregada por el sondeo, respecto del nombre y la forma, se tuvo que diseñar dos alternativas de etiqueta y de caja, una para los cereales que sean de forma rectangular y otra para los de forma cuadrada.	Se diseñaron las alternativas.	Las alternativas no has sido evaluadas.

9.- Conclusiones y recomendaciones.

Una de las recomendaciones importantes consiste en mantener el envase transparente, ya que esto permite al consumidor ver el contenido del producto y verificar que los ingredientes son de la calidad que dice la etiqueta. Por otra parte con el envase se puede mantener el estilo de "natural" del producto.

Incluir en el envase una etiqueta posterior, que incluya la información nutricional y las características saludables de los ingredientes.

Cambiar el nombre de "Barrita Mas Ke Miel" a "Cereal de Miel" para que las personas identifiquen claramente de que se trata el producto, independientemente, de la forma que tenga el producto.

Mantener como imagen corporativa los cajones de abeja, ya que ninguna otra empresa los utiliza, generando con ello una diferenciación.

10.- Anexos

línea de sellado

Empresa: MAS KE MIEL	Carmen Gloria Hernández C. Diseñador Gráfico - Industrial / io diseño
Atención: Yaneden medina	
Producto: Etiqueta barra de cereal Formato: 6x6cm, cuadrado Papel: Autoadhesivo semibrillo	Osorno

io diseño

ETIQUETAS

Empresa: MAS KE MIEL	Carmen Gloria Hernández C. Diseñador Gráfico - Industrial / io diseño Osorno
Atención: Yaneden medina	
Producto: Etiqueta barra de cereal Formato: 9x3cm, Rectangular Papel: Autoadhesivo semibrillo	

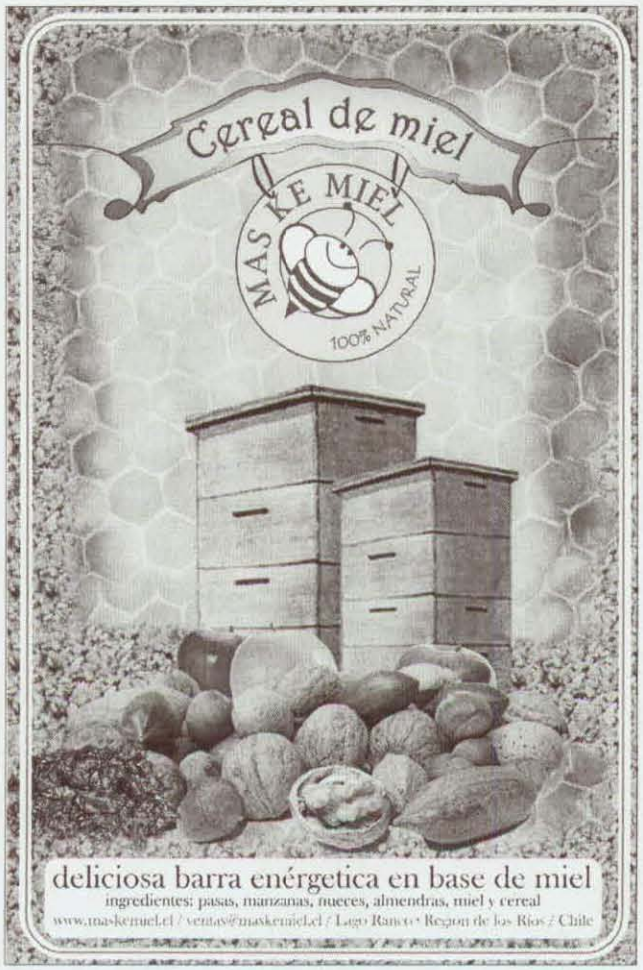
io diseño

PENDON

Empresa: MAS KE MIEL	Carmen Gloria Hernández C. Diseñador Gráfico - Industrial / io diseño
Atención: Yaneden medina	
Producto: Pendón roller Formato: 80 x 160cm. Papel: PVC	Osorno

io diseño

FOLLETO



Empresa: MAS KE MIEL	Carmen Gloria Hernández C. Diseñador Gráfico - Industrial / io diseño Osorno
Atención: Yaneden medina	
Producto: Folleto Barra cereal Formato: 14 x 21,5cm. Papel: Couché brillante 200grms.	

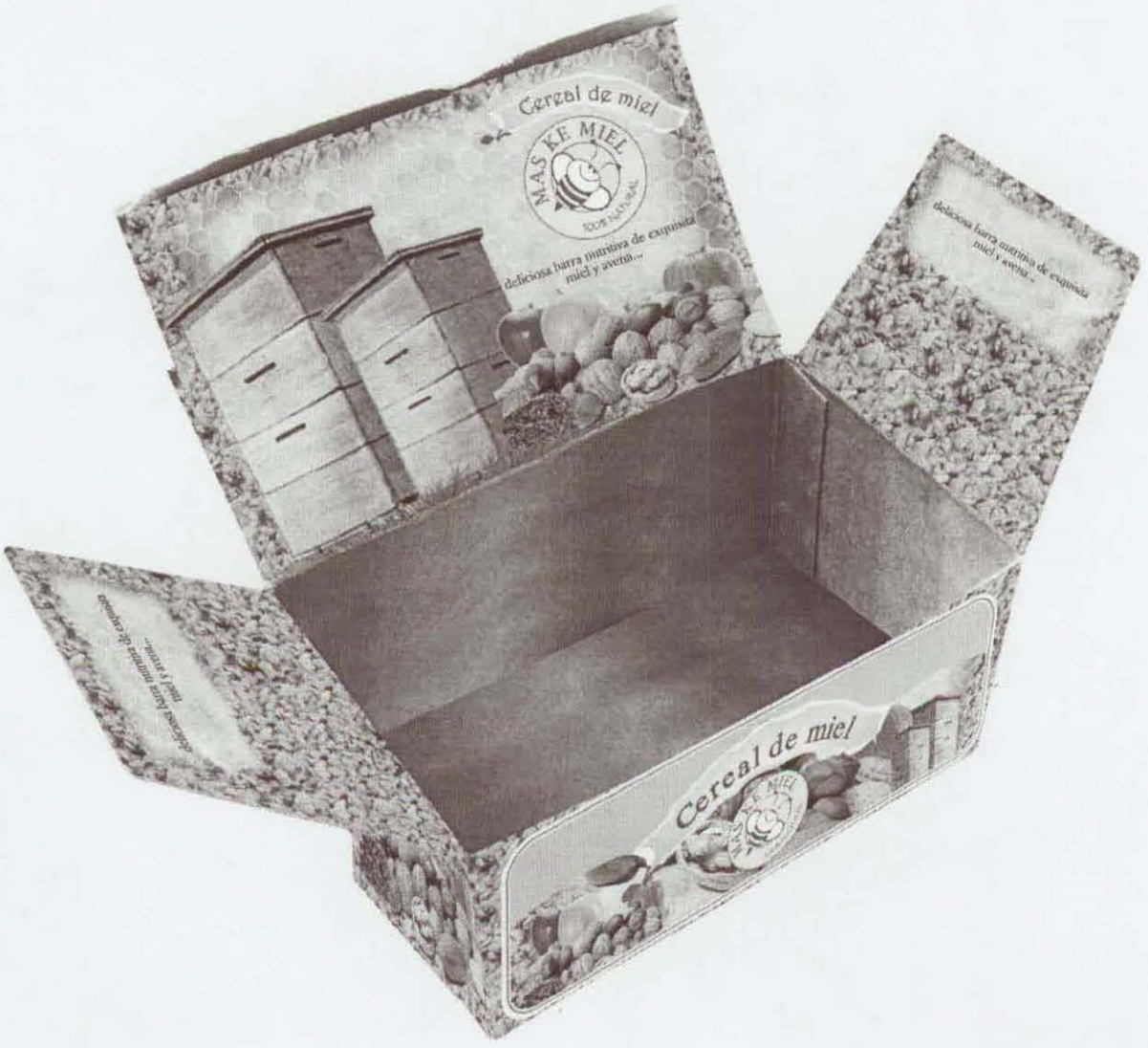
io diseño

FOLLETO

Empresa: MAS KE MIEL	Carmen Gloria Hernández C. Diseñador Gráfico - Industrial / io diseño Osorno
Atención: Yaneden medina	
Producto: Folleto Alimentos Formato: 14 x 21,5cm. Papel: Couché brillante 200grms.	

CATALOGO DE TODOS LOS PRODUCTOS MAS KE MIEL

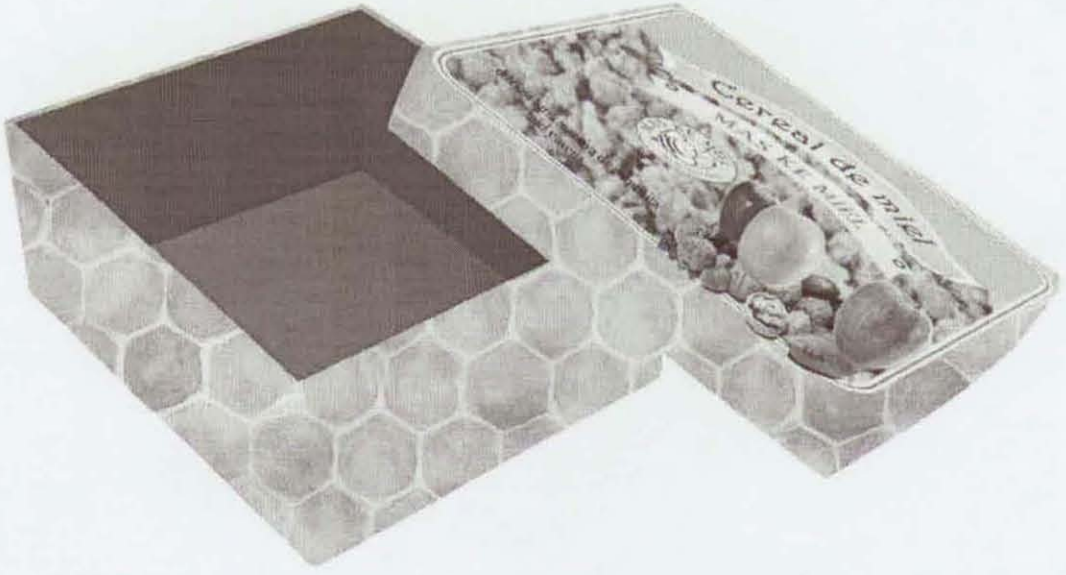
Empresa: MAS KE MIEL	
Atención: Yaneden medina	Carmen Gloria Hernández C. Diseñador Gráfico - Industrial / io diseño
Producto: Catalogo Productos Formato: 14 x 14cm. Papel: Couché opaco 300grms.	Osorno



Empresa: MAS KE MIEL	Carmen Gloria Hernández C. Diseñador Gráfico - Industrial / io diseño
Atención: Yaneden medina	
Producto: Caja para 6 barras cereal Formato: 24 x 20cm. Papel: duplex 350grms.	Osorno

io diseño

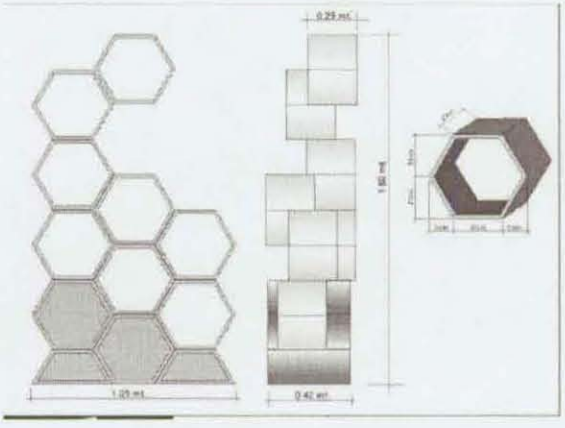
PACKAGING

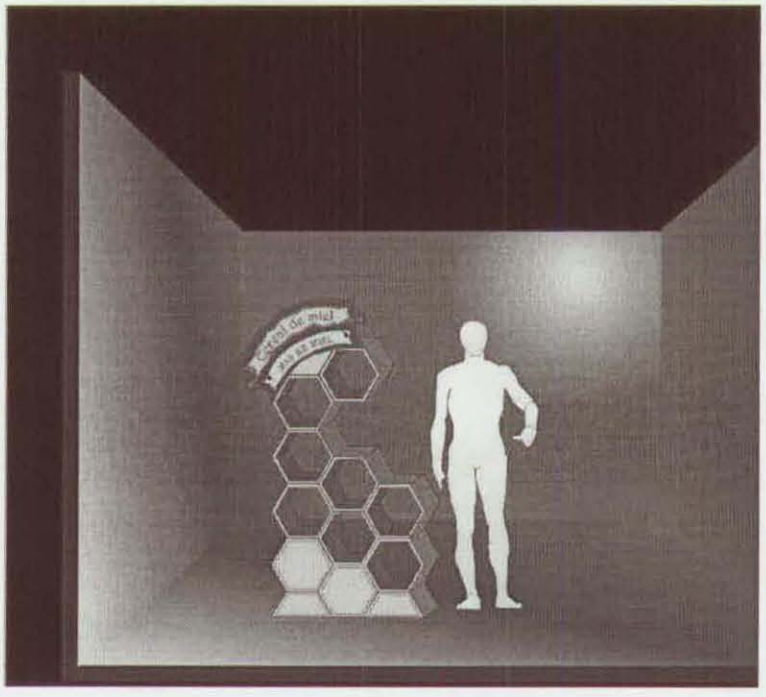


Empresa: MAS KE MIEL	Carmen Gloria Hernández C. Diseñador Gráfico - Industrial / io diseño Osorno
Atención: Yaneden medina	
Producto: Caja para 4 barras cereal Formato: 20 x 20cm. Papel: duplex 350grms.	

io diseño

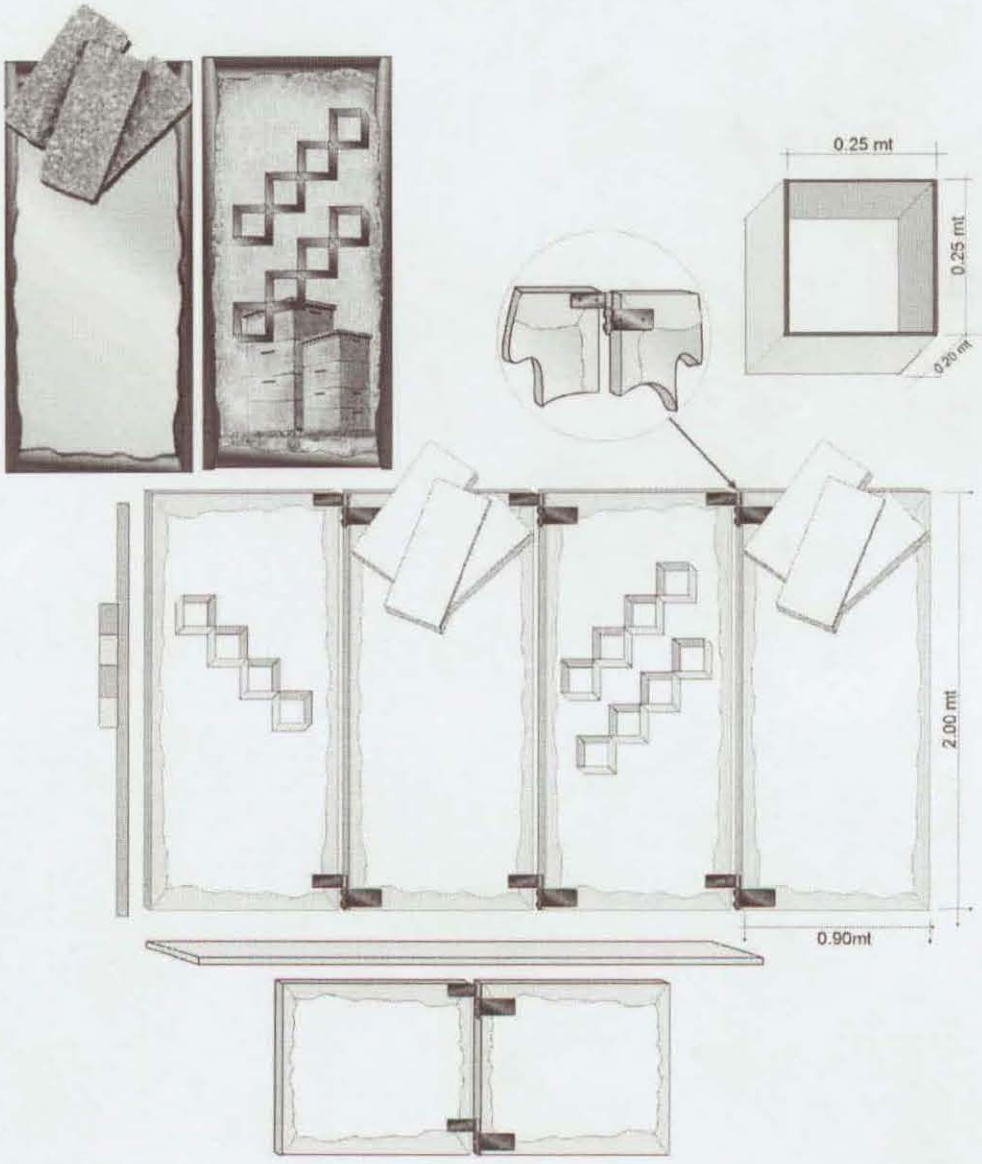
DISPLAY EXHIBIDOR ESCALA 1:1





Empresa: MAS KE MIEL	Carmen Gloria Hernández C. Diseñador Gráfico - Industrial / io diseño
Atención: Yaneden medina	
Producto: Exhibidor barras de cereal	Osorno

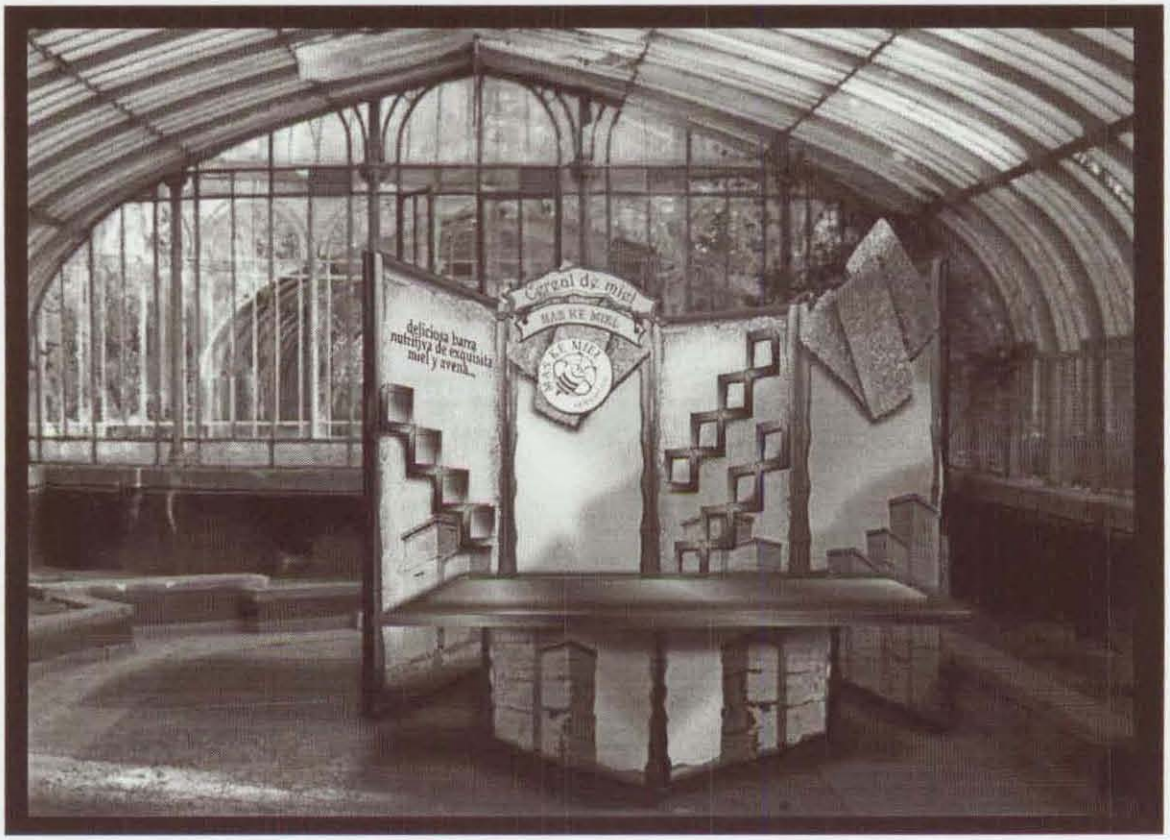
STAND MAS KE MIEL



Empresa: MAS KE MIEL	Carmen Gloria Hernández C. Diseñador Gráfico - Industrial / io diseño
Atención: Yaneden medina	
Producto: DETALLE STAND MAS KE MIEL	Osorno

io diseño

STAND MAS KE MIEL

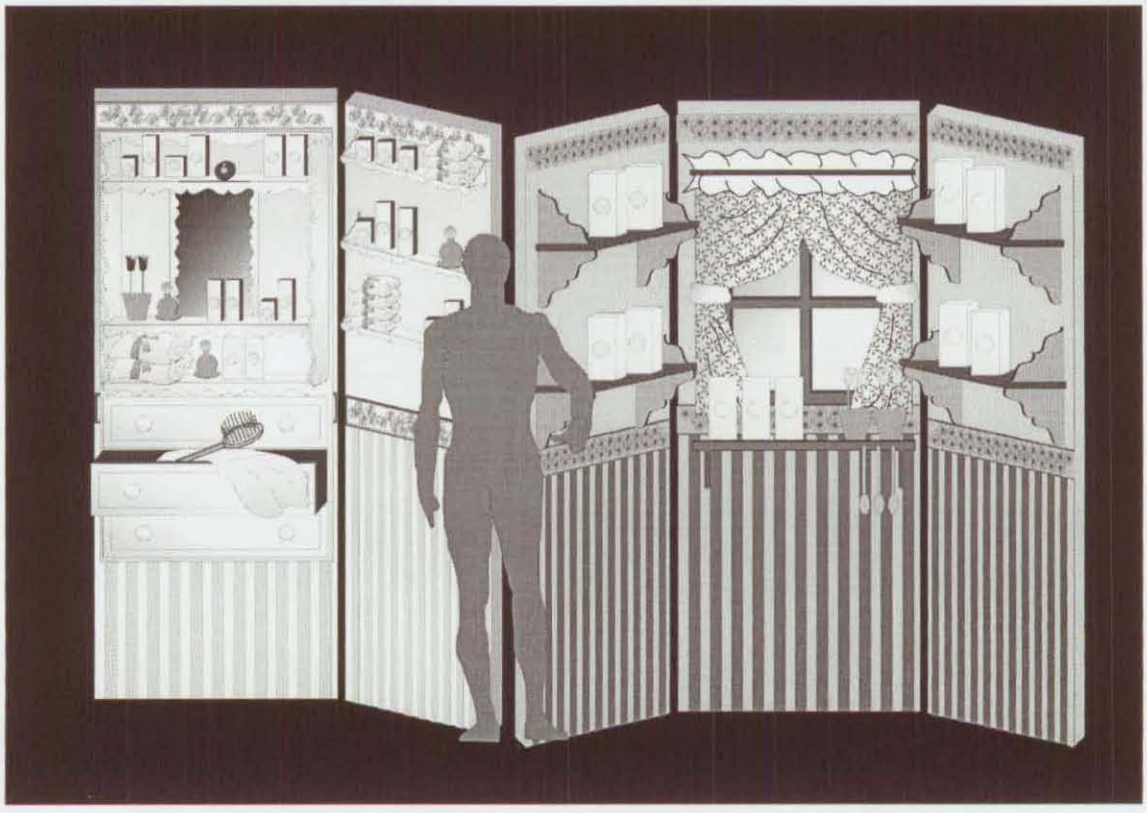


Empresa: MAS KE MIEL	Carmen Gloria Hernández C. Diseñador Gráfico - Industrial / io diseño Osorno
Atención: Yaneden medina	
Producto: STAND MAS KE MIEL	

io diseño

IMÁGENES Y DISEÑO

Diseño stand



Fotografías stand