

OFICINA DE PARTES - FIA	
RECEPCIONADO	
Fecha	26 FEB. 2010
Hora	
Nº Ingreso	11153

1034

SONDEO DE MERCADO CHOCOLATES NOUGAT

***Desarrollado en las ciudades de
Santiago, Valdivia y Osorno.***

Etapa Cuantitativa (encuestas)

Determinación de fuentes

1. Fuentes directas: encuestas en las ciudades de Osorno, Valdivia y Santiago en base a un formato preestablecido de preguntas.
2. Fuentes indirectas: Internet para encontrar datos necesarios para el aporte de antecedentes útiles sobre nuestro potencial mercado.

Análisis de las tendencias del Mercado

1) Antecedentes

La palabra chocolate deriva de la palabra azteca «xocolatl», cuyo significado es «agua espumosa», denominación que era utilizada por los Olmecas (1500- 400 A.C.), por los Aztecas (1400 A.C.), y posteriormente por los Mayas (600 A. C.) para identificar una bebida amarga, de fuerte sabor, y de gran valor energético. La historia relata que el emperador azteca Moctezuma agasajó, en 1520, a Hernán Cortés y a sus soldados con xocolatl. El español comprobó que sus tropas podían soportar todo un día de marcha forzada consumiendo solo un vaso de xocoatl. Moctezuma creía que el conquistador español era la reencarnación de Quetzacoatl, el Dios-Rey tolteca, y por tal motivo le obsequió la plantación real de

Cacao de Manialtepec, la que Cortés aprovechó muy bien, ya que estableció con los indígenas el intercambio de las avellanas del árbol del cacao por oro.

El chocolate es como un alimento, ya que es así como se consume, es nutricionalmente completo, ya que contiene aproximadamente un 30% de materia grasa, un 6% de proteínas, un 61% de carbohidratos, y un 3% de humedad y de minerales (fósforo, calcio, hierro), además de aportar vitaminas A y del complejo B. La materia grasa del chocolate es la manteca de cacao, la que contiene un 35% de ácido oleico, un 35% de ácido esteárico, y un 25% de ácido palmítico. El 5% restante está formado por diversos ácidos grasos de cadena corta cuya composición es típica de las diferentes almendras de cacao.

Recientemente se descubrió que un compuesto del cacao tiene tantas virtudes curativas como la penicilina y la anestesia. De acuerdo al estudio divulgado por la revista "*Chemestry & Industry*", este elemento sería la epicatequina (miembro de un grupo de compuestos conocidos como flavanoles), que se encuentra en el brebaje de cacao natural que beben los indígenas de la etnia *Kuna* de Panamá. Se trata de una sustancia que también puede encontrarse en ciertos tipos de té, vino, chocolate, y algunos tipos de frutas y verduras.

Según los investigadores, si bien la penicilina y la anestesia son muy importantes, la epicatequina podría librarnos de 4 de las 5 enfermedades más comunes en el mundo occidental.

Los mismos expertos manifestaron que la relación entre un alto consumo de epicatequina y el menor riesgo de enfermedades letales es tan asombrosa que debería investigarse más aún, ya que es posible que esas enfermedades sean resultado de una deficiencia de epicatequina.

La mala noticia es que los flavanoles como la epicatequina son retirados de los chocolates comerciales, porque tienden a tener un sabor amargo.

Conocido por todos es el hecho que el chocolate, debido a su alto contenido calórico, ofrece la mejor fuente de energía para permanecer activo durante toda la jornada, ya que ayuda a combatir la fatiga por más tiempo que otros alimentos. Además, eleva el ánimo, produce sensación de bienestar, mantiene el estado de alerta y es una excelente ayuda para la concentración y la memoria.

El chocolate, históricamente, es el afrodisíaco número uno de la humanidad, con propiedades que emulan a endorfinas y otras sustancias producidas por el organismo, ya desde la época de los aztecas se empleaba con dicho fin. Por eso mismo, no es ninguna casualidad que siempre se lo vincule con el placer, en todos sus sentidos.

Las razones de esto no son solamente míticas. Hay argumentos científicos que avalan las propiedades afrodisíacas de los chocolates. Por ejemplo, el chocolate mantiene alerta, alivia el cansancio, ayuda a liberar endorfinas. En resumidas cuentas, hace sentir mejor a las personas que lo consumen.

Para que nos demos una idea, el chocolate es más afrodisíaco que los besos.

Más allá de esto, el chocolate posee sustancias que son liberadoras de placer, como la teobromina, la feniletilamina (sustancia sintetizada por el cerebro en momentos como el orgasmo) y la anandamida, causante de bienestar general, además de colaborar en mejorar los niveles de dopamina, sustancia asociada a la excitación y el placer sexual.

Como nos podremos dar cuenta, el chocolate es uno de los afrodisíacos naturales más potentes que existen y el más apropiado para aquellas personas que quieren incorporarlo a sus veladas románticas.

Instrumento aplicado (encuesta)

Encuesta sobre posicionamiento de marcas de chocolate

Buenas tardes, nos encontramos haciendo unas consultas en torno al consumo de chocolate, nos gustaría contar con su opinión sobre este tema por lo que agradecemos su colaboración.

Perfil consumidor

Edad: Menos de 20 años___; entre 25 y 35años___; entre 36 y 45 ___; entre 46 y más

Sexo: Femenino___ Masculino___

Nivel de Educación: Universitaria completa___; Técnica profesional___; Enseñanza Media___

Sector de residencia en la ciudad _____

Marque con una x cuales de las siguientes alternativas reflejan más fidedignamente su opinión respecto a su consumo de chocolate

1.

¿Qué atributos valora mayoritariamente usted cuando compra Chocolate?

(Puede elegir sólo una alternativa, obviamente la que más pese en las prioridades del consumidor)

- a) Que sea exclusivo
- b) Que sea innovador
- c) Qué tenga una denominación de origen puntual como por ejemplo (Alemana, Suiza; Belga Etc)
- d) Que sea sano
- e) Le da lo mismo

2.

Y si le menciono la palabra CHOCOLATE ¿Qué chocolaterías de la ciudad se le vienen a la mente?

(Nombrar solo 3 y en orden de importancia, siendo la primera la mas importante y la tercera la menos importante)

- 1.
- 2.
- 3.

3. 1

La primera chocolatería que mencionó, usted LOS PERCIBE COMO: (sólo elegir una)

- a) Tradicionales
- b) Exclusivos
- c) Masivos
- d) Expertos en chocolate
- e) Saludables

3.2

La segunda chocolatería que mencionó, usted LOS PERCIBE COMO: (sólo elegir una)

- a) Tradicionales
- b) Exclusivos
- c) Masivos
- d) Expertos en chocolate
- e) Saludables

3. 3

La tercera chocolatería que mencionó, usted LOS PERCIBE COMO: (sólo elegir una)

- a) Tradicionales
- b) Exclusivos
- c) Masivos
- d) Expertos en chocolate
- e) Saludables

4.1 RECORDARLE LA PRIMRA CHOCOLATERÍA QUE NOMBRÓ

En torno a la primera chocolatería que nombro usted : Con calificación de 1 a 7, ¿Qué nota le pondría al punto de venta ? (siendo 1 la nota mas baja y 7 la nota mas alta)
Nota:
¿Por qué?

4.2 RECORDARLE LA SEGUNDA CHOCOLATERÍA QUE NOMBRÓ

En torno a la primera chocolatería que nombro usted : Con calificación de 1 a 7, ¿Qué nota le pondría al punto de venta? (siendo 1 la nota mas baja y 7 la nota mas alta)
Nota:
¿Por qué?

4.3 RECORDARLE LA TERCERA CHOCOLATERÍA QUE NOMBRÓ

En torno a la primera chocolatería que nombro usted : Con calificación de 1 a 7, ¿Qué nota le pondría al punto de venta? (siendo 1 la nota mas baja y 7 la nota mas alta)
Nota:
¿Por qué?

5.

¿Dónde compra usted regularmente Chocolate? (Puede elegir más de una alternativa)
a) Puntos de Venta de chocolaterías
b) Supermercados
e) Otro (Especifique)

6.

¿Cada cuánto tiempo compra CHOCOLATE usted? (Marque sólo una alternativa)
a) Semanalmente
b) Quincenalmente
c) Mensualmente

7.

¿Y qué tipo de chocolate es el que compra regularmente usted? (Marque sólo una alternativa)	
a) En Barra o sólido	¿Por qué?:
b) Bombones o rellenos	¿Por qué?:
c) Mazapan	¿Por qué?:
d) Otros, especificar	¿Por qué?:

8.

¿Para quién compra chocolate usted? (Puede marcar más de una alternativa)
a) Para consumo personal
b) Para consumo familiar
c) Amigos
d) Pareja
Otro (especificar)

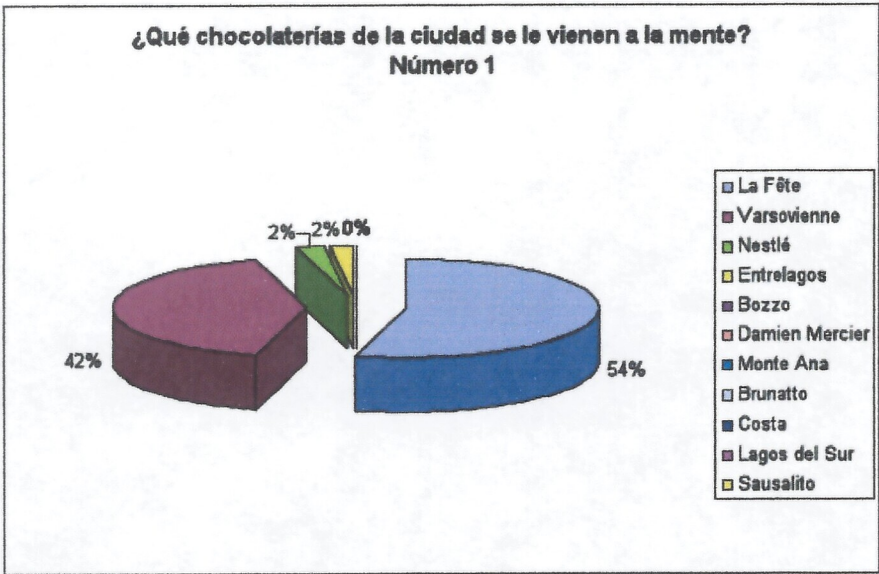
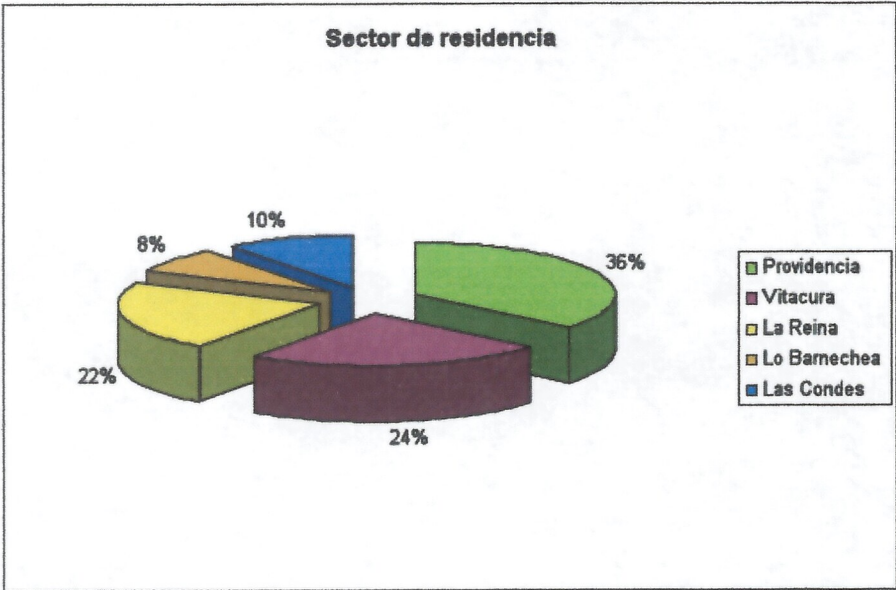
9. (Marque con una x la alternativa que mas represente su opinión)

"Considero que la envoltura de los chocolates es un factor muy importante la hora de decidir comprar o no comprar"

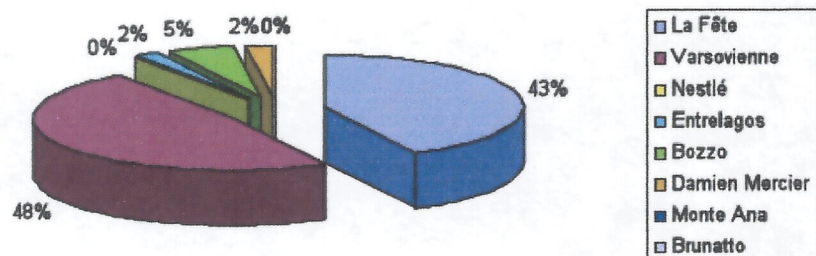
Frente a esta frase usted se considera:

Muy en Desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo

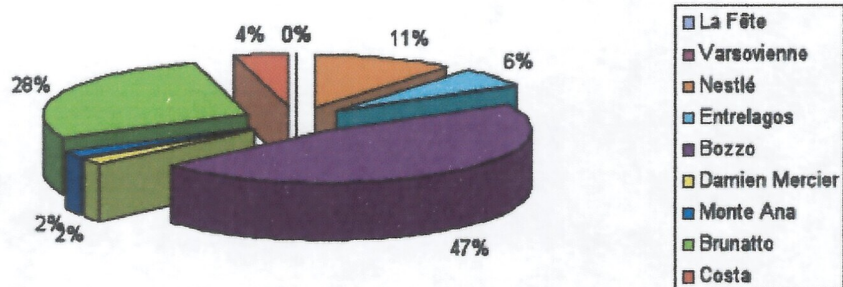
Resultados Encuesta Santiago:



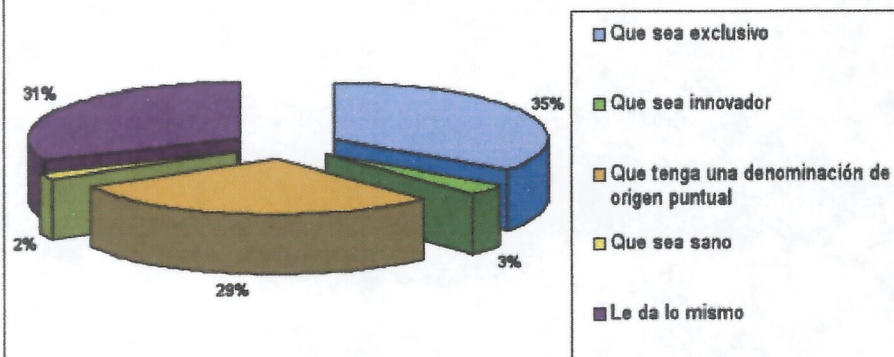
¿Qué chocolaterías de la ciudad se le vienen a la mente?
Número 2



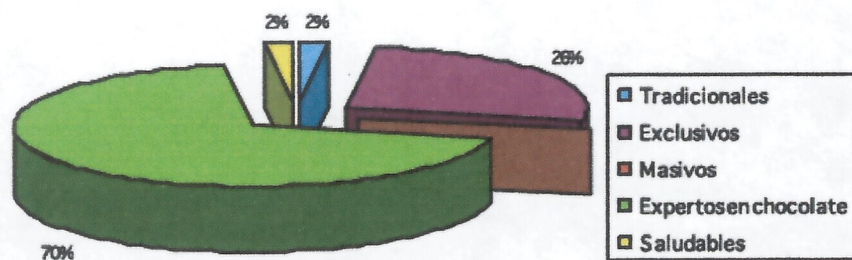
¿Qué chocolaterías de la ciudad se le vienen a la mente?
Número 3



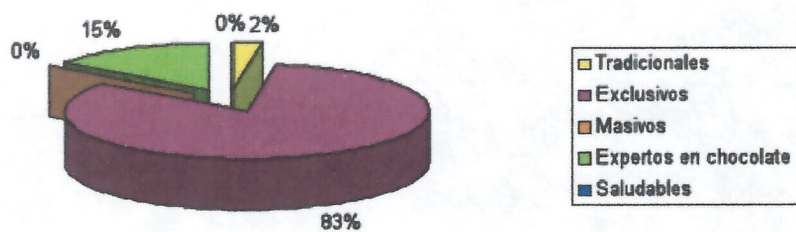
¿Qué atributos valora mayoritariamente usted cuando compra chocolate?



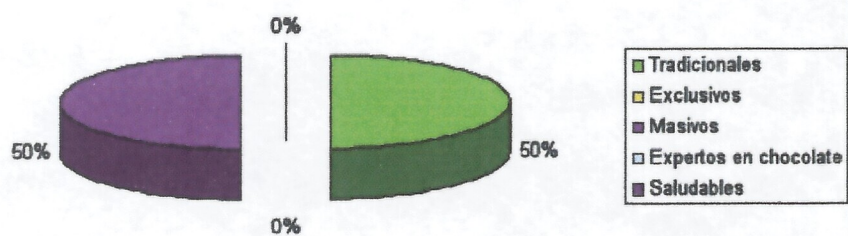
La primera chocolatería que mencionó, usted los prefiere como: **La Fête (53pp)**



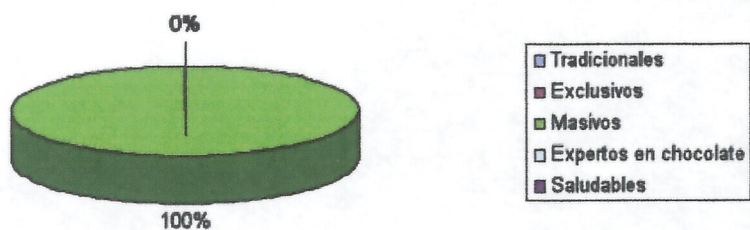
La primera chocolatería que mencionó, usted los prefiere
como: **Varsoviene (41pp)**



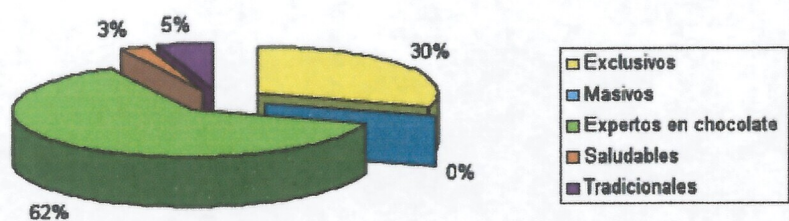
La primera chocolatería que mencionó, usted los prefiere
como: **Nestlé (2pp)**



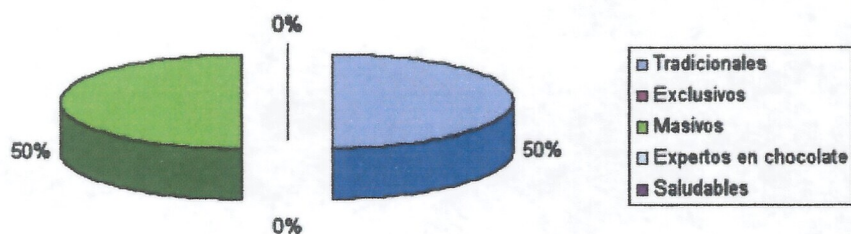
La primera chocolatería que mencionó, usted los prefiere
como: **Entrelagos (2pp)**



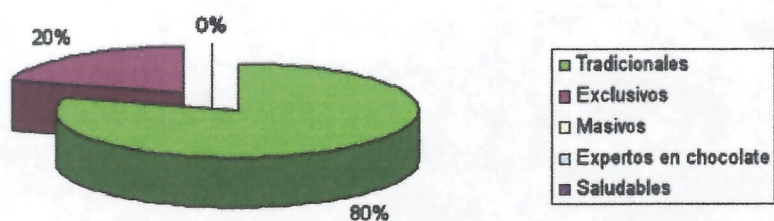
La segunda chocolatería que mencionó, usted los prefiere
como: **La Fête (40pp)**



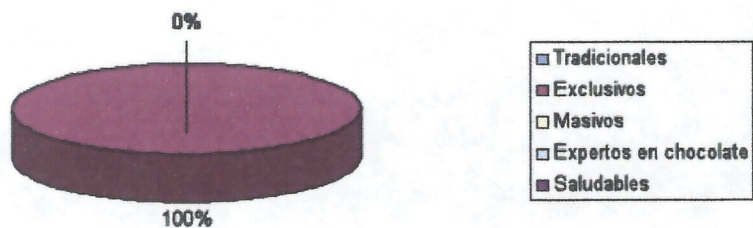
La segunda chocolatería que mencionó, usted los prefiere
como: **Entrelagos (2pp)**



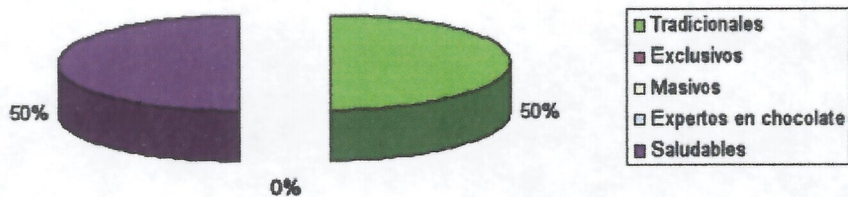
La segunda chocolatería que mencionó, usted los prefiere
como: **Bozzo (5pp)**



La segunda chocolatería que mencionó, usted los prefiere
como: **Damien Mercier (2pp)**

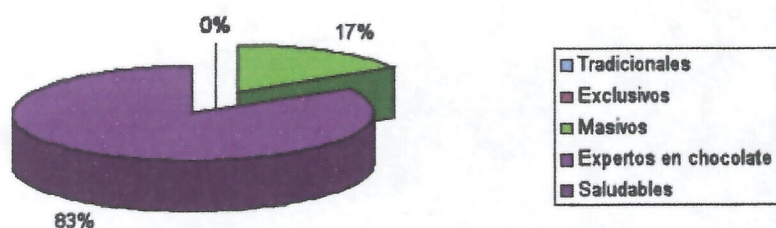


La tercera chocolatería que mencionó, usted los prefiere como:
Nestlé (11pp)



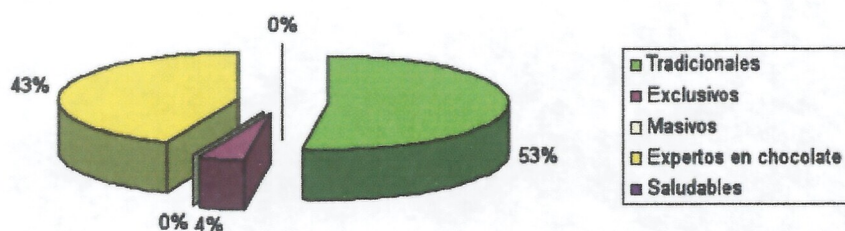
La tercera chocolatería que mencionó, usted los prefiere como:

Entrelagos (6pp)

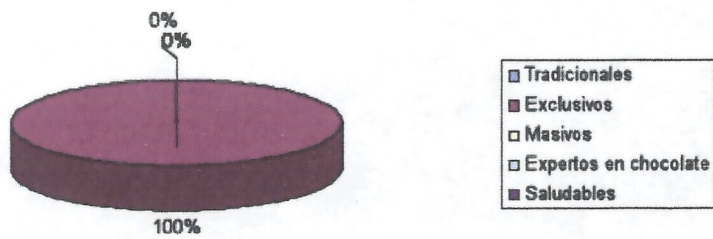


La tercera chocolatería que mencionó, usted los prefiere como:

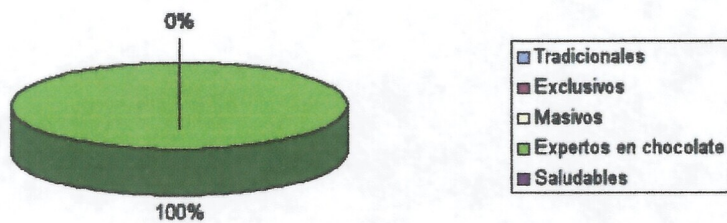
Bozzo (46pp)



La tercera chocolatería que mencionó, usted los prefiere como:
Damien Mercier (2pp)

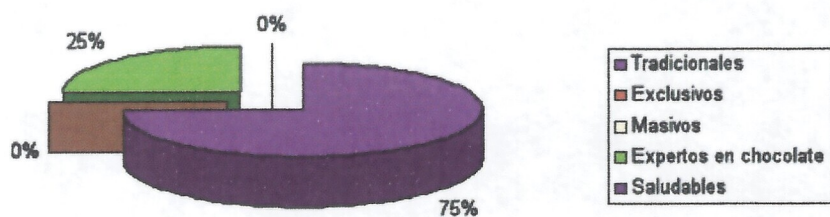


La tercera chocolatería que mencionó, usted los prefiere como:
Monte Ana (1pp)



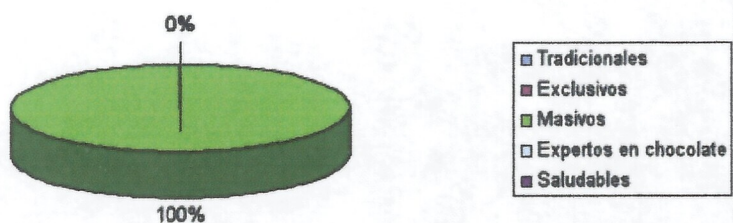
La tercera chocolatería que mencionó, usted los prefiere como:

Brunatto (28pp)

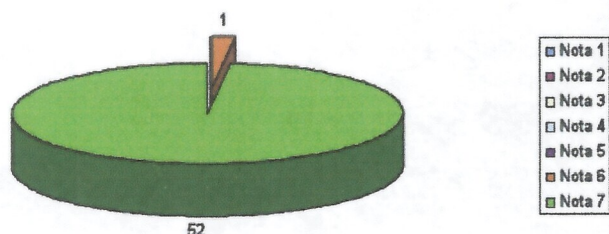


La tercera chocolatería que mencionó, usted los prefiere como:

Costa (1pp)



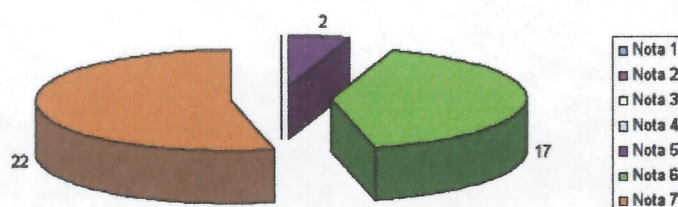
En torno a la primera chocolatería que nombró: con calificación de 1 a 7 ¿qué nota le pondría al punto de venta?
La Fête Total 53



Y por qué?

- Tiene chocolates muy ricos.
- Por su variedad, gusto, origen, sabor y presentación.
- Hay un buen ambiente, rico olor, buena cantidad de productos, limpieza y fineza.
- Buena calidad y la innovación.
- Limpio, diseño e innovador.
- Es acogedor, tiene rico aroma y al entrar es como el mundo del chocolate, sin dejar de ser fino.
- Son generalmente islas en malls. Podría ser una tienda más grande.

En torno a la primera chocolatería que nombró: con calificación de 1 a 7 ¿qué nota le pondría al punto de venta?
Varsoviene Total 41



Nota 7 - Y por qué?

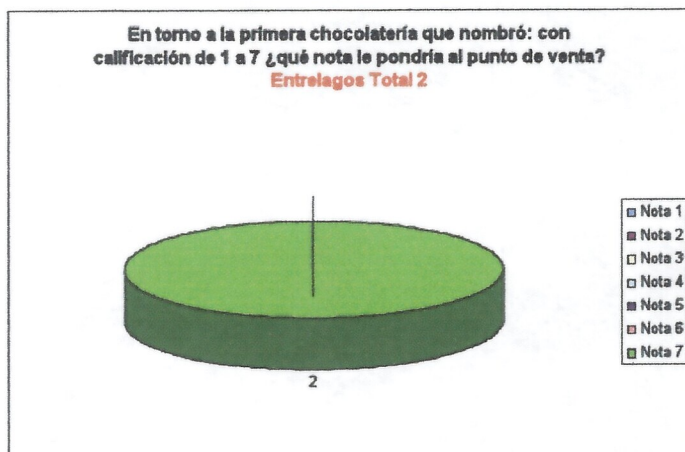
- Personalizado.
- Tiene variedades.
- Porque son exquisitos y con anterioridad los tienen envueltos en papel de regalo, cosa de llegar y llevar.
- Por años han estado en lugares estratégicos y exclusivos, lo que los posiciona como chocolates de primera.

Nota 6 - Y por qué?

- Por su excelencia en calidad.
- Los productos son de buena calidad, sin embargo no existen tantas tiendas en Santiago y no se pueden encontrar por ejemplo en supermercados. Están en varios productos y exhiben bien los productos.
- Porque es limpio, tiene buena luz.
- Las vitrinas muestran sus productos de forma ordenada. Muy iluminada.

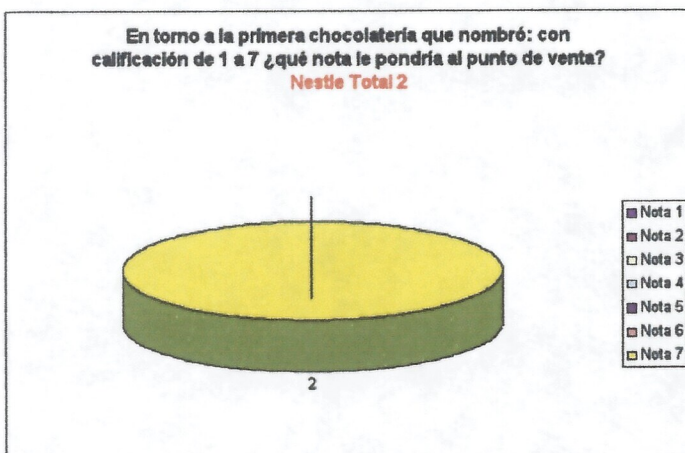
Nota 5 - Y por qué?

- No he entrado nunca pero se ve presentable.
- Me tincan que son medios caros.



.Y por qué?

- Buena decoración, buena atención, buenas vitrinas, se puede probar...es sureña.
- Es del sur, tiene recetas alemanas.

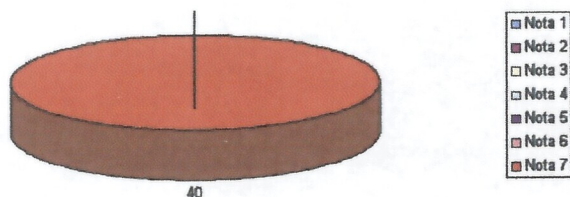


.Y por qué?

- Está en todos lados y no es difícil conseguirlo.
- Tiene mucha leche.

En torno a la segunda chocolatería que nombró: con calificación de 1 a 7 ¿qué nota le pondría al punto de venta?

La Fête Total 40

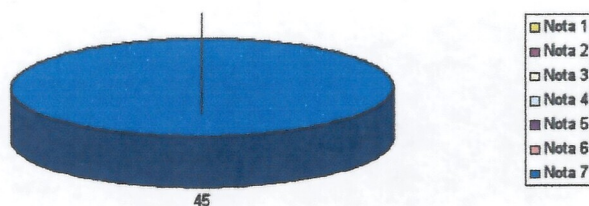


.Y por qué?

- Modernas instalaciones, cómodos, exclusivos y rápidos.
- Personalizado.
- Tiene más diseño en sus vitrinas, punto de venta con iluminación, ordenado y buena atención. Más diseño e innovación.
- Tiene muchos chocolates para ver y sus tiendas son lindas.

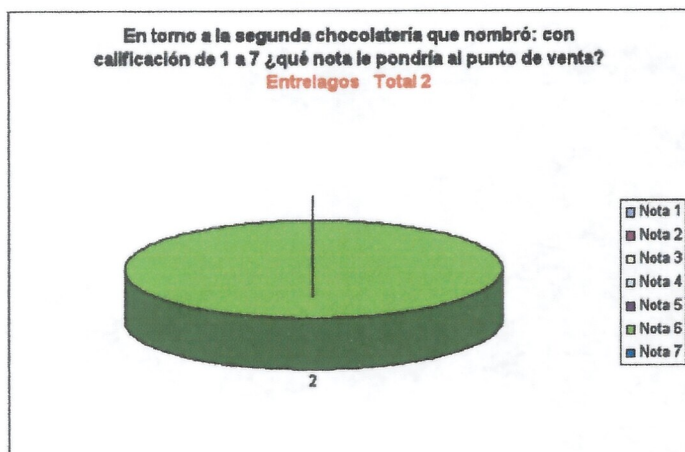
En torno a la segunda chocolatería que nombró: con calificación de 1 a 7 ¿qué nota le pondría al punto de venta?

Varsovienne Total 45



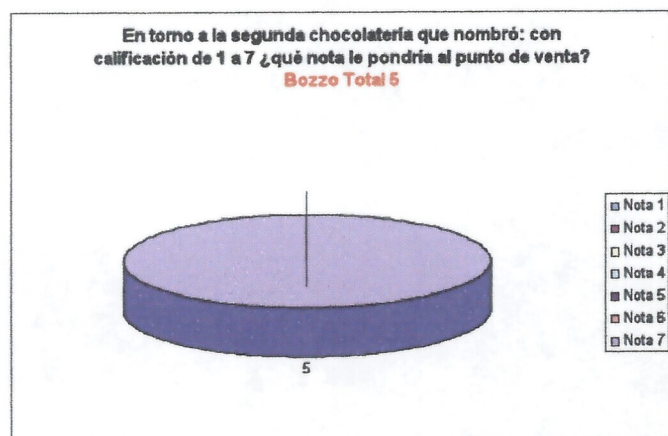
.Y por qué?

- Son clásicos, mi familia los han comprado siempre.
- Me los regalaron y me gustaron, por eso los seguí comprando.
- La tienda es muy clásica, me gusta.



Y por qué?

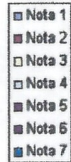
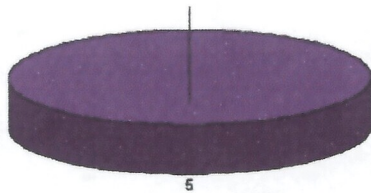
- No están acá en Santiago pero los he visto en el Líder de Pedro de Valdivia.
- Son alemanes.



.Y por qué?

- No los conozco mucho pero sé que son buenos.
- Son elegantes sus tiendas y lindos los envoltorios de regalo.
- Son ricos.

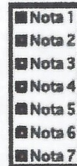
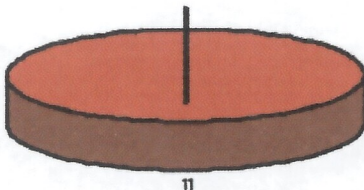
En torno a la segunda chocolatería que nombré: con calificación de 1 a 7 ¿qué nota le pondría al punto de venta?
Damien Mercier Total 5



.Y por qué?

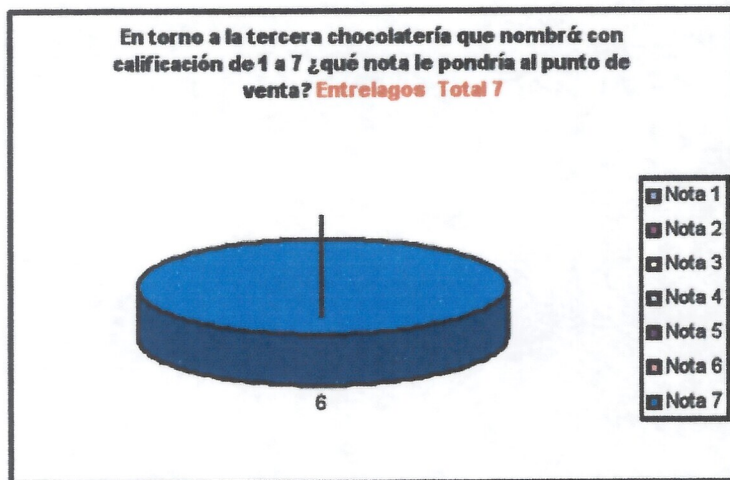
- Son espectaculares.
- No sé dónde los puedo encontrar pero me suena la marca.

En torno a la tercera chocolatería que nombré con calificación de 1 a 7 ¿qué nota le pondría al punto de venta?
Nestlé Total 11



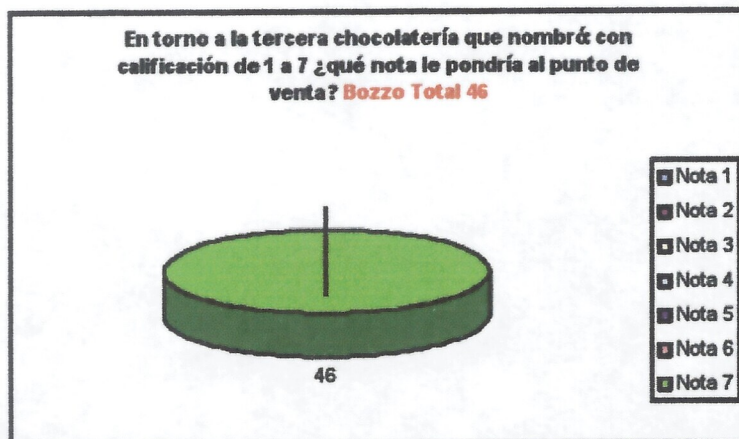
.Y por qué?

- Son los típicos y son baratos.
- Compro todas las semanas para después del almuerzo.
- Son baratos y masivos.
- Lo conozco de toda la vida, me acuerdo de mi abuela.



.Y por qué?

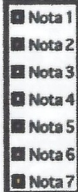
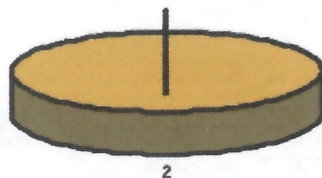
- Ya no son exclusivos, si están en el súper pasaron a ser uno más.
- Son lejos los mejores, siempre me los mandan del sur.
- La tienda en Valdivia es preciosa y tienen de todo.
- Son baratos en comparación con los de acá de Santiago.



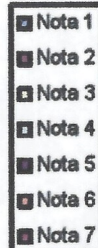
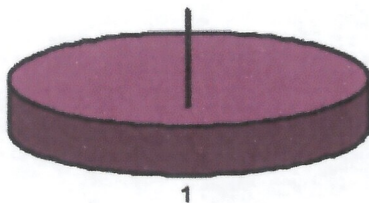
.Y por qué?

- Son ricos.
- La tienda es bonita y los chocolates son buenos.
- Son elegantes.
- Tienen linda decoración en las tiendas.
- Atienden muy bien.

En torno a la tercera chocolatería que nombré con calificación de 1 a 7 ¿qué nota le pondría al punto de venta? **Damien Mercier Total 2**



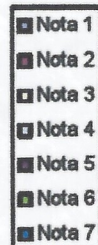
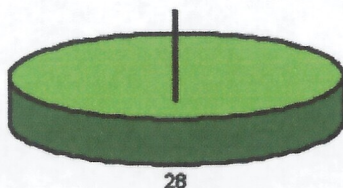
En torno a la tercera chocolatería que nombré con calificación de 1 a 7 ¿qué nota le pondría al punto de venta? **Monte Ana Total 1**



.Y por qué?

- Son caseros.

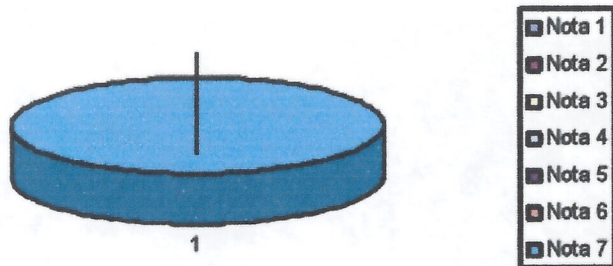
En torno a la tercera chocolatería que nombré con calificación de 1 a 7 ¿qué nota le pondría al punto de venta? **Brunatto Total 28**



.Y por qué?

- Todas las vendedoras son iguales y son ricos los chocolates.
- Son ricos.
- Tienen buena variedad de productos.

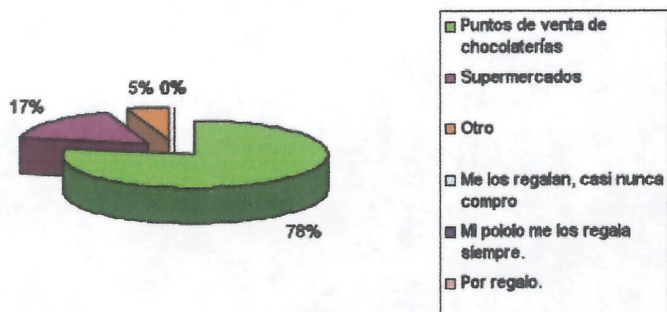
En torno a la tercera chocolatería que nombré con calificación de 1 a 7 ¿qué nota le pondría al punto de venta? **Costa Total 1**



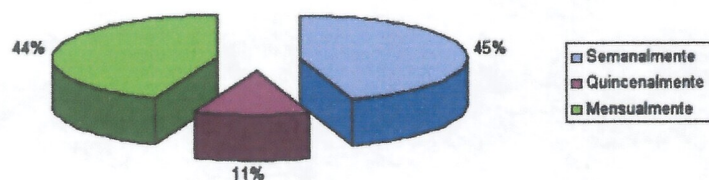
.Y por qué?

- Son gustos y necesarios.

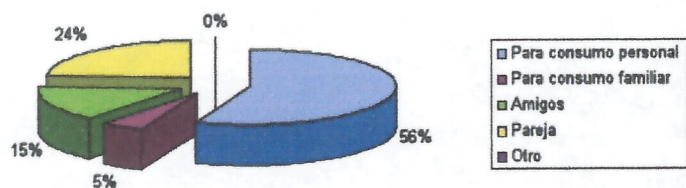
¿Dónde compra usted regularmente chocolate?



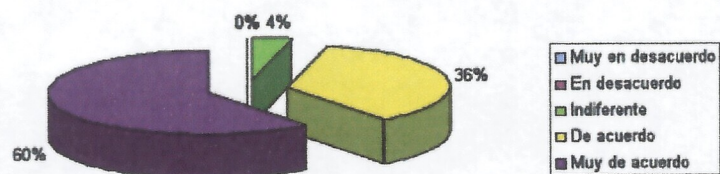
¿Cada cuánto tiempo compra chocolate usted?



¿Para quién compra chocolate usted?

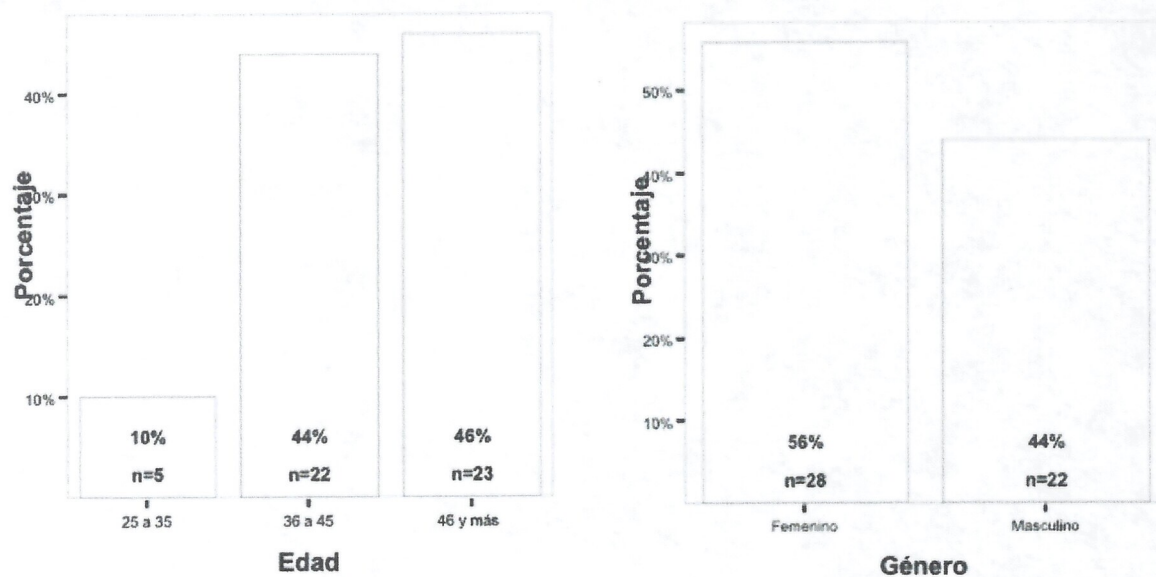


Considero que la envoltura de los chocolates es un factor muy importante a la hora de decidir o no comprar

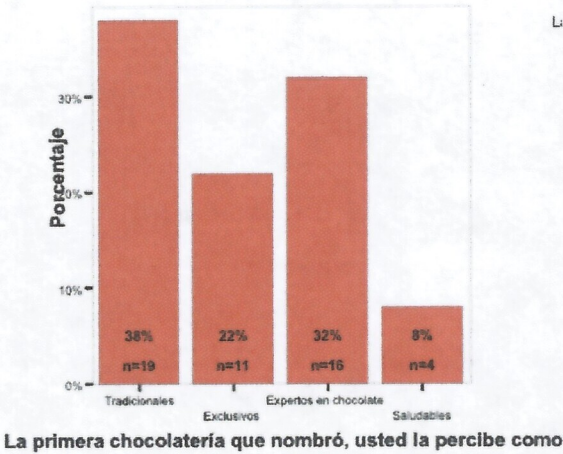
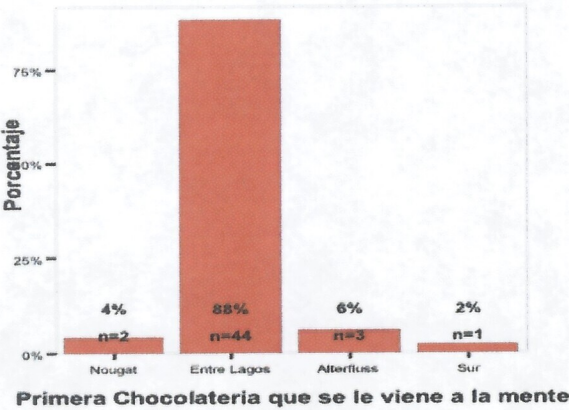
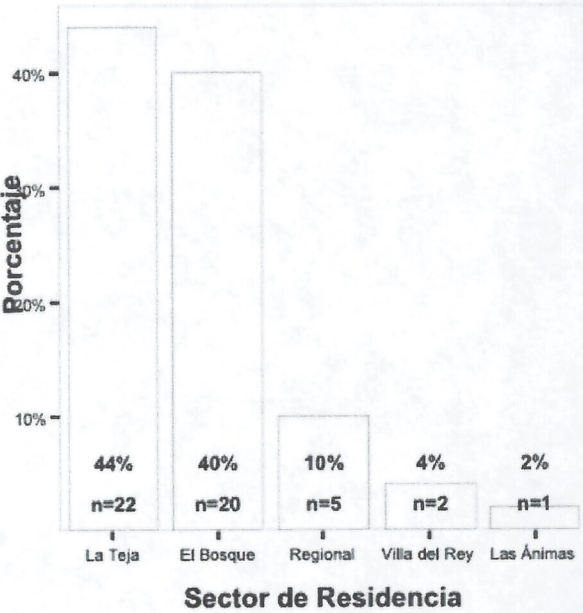
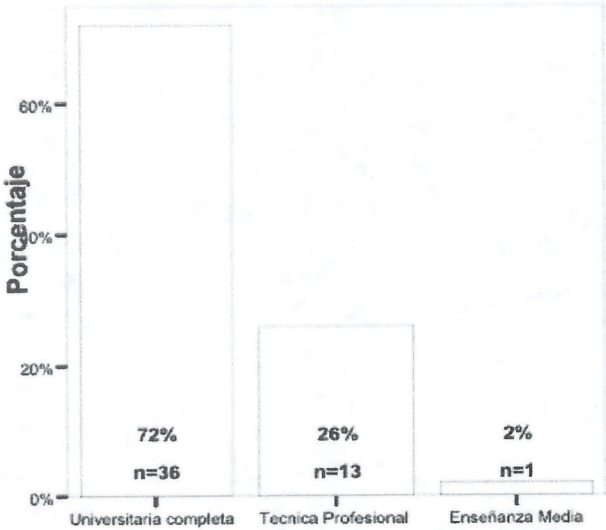


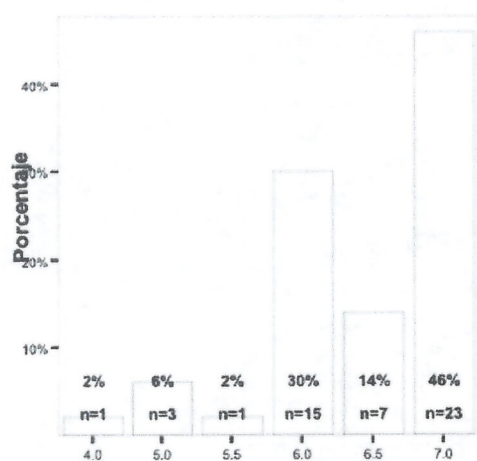
Resultados Encuestas Valdivia C1

Gráfico Tramos Edad ABC1 / Gráfico Genero ABC1

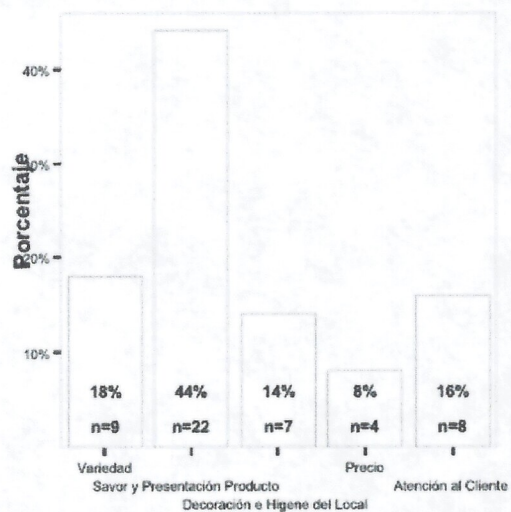


Niveles de educación / Sectores de Residencia ABC1

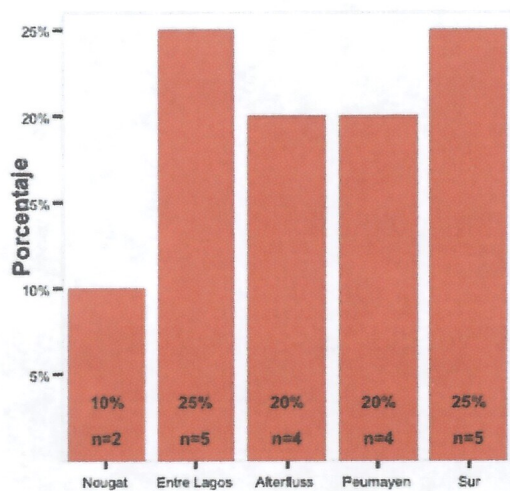




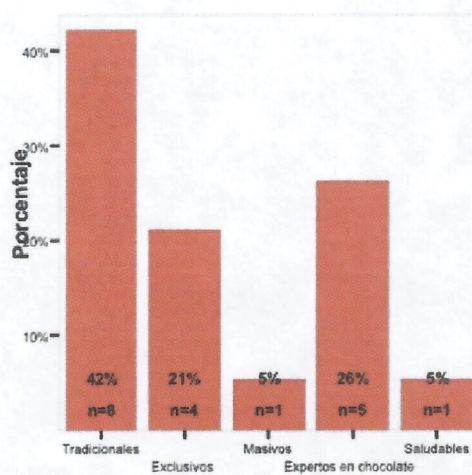
Qué nota le pone a la primera chocolatería que nombró



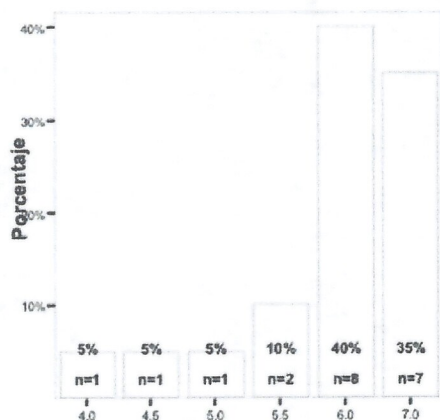
¿Por qué esa nota a la primera chocolatería?



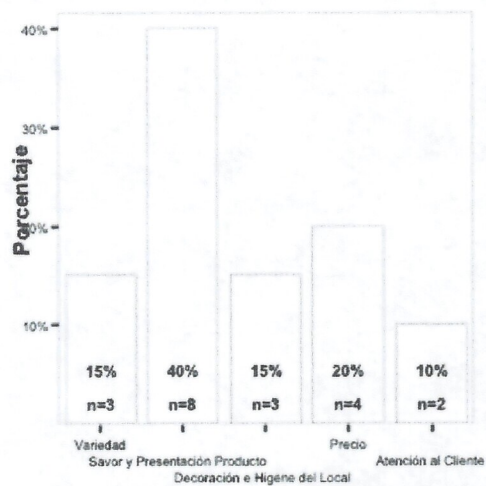
Segunda Chocolatería que se le viene a la mente



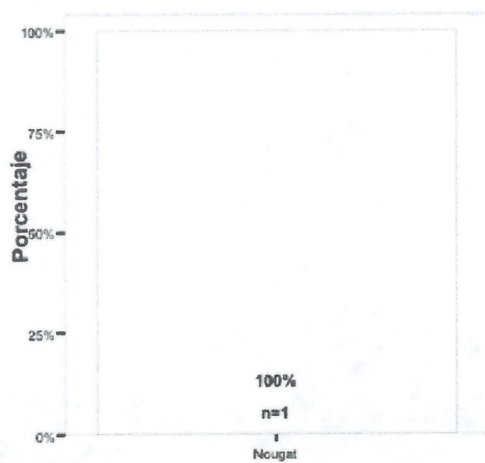
La segunda chocolatería que nombró, usted la percibe como:



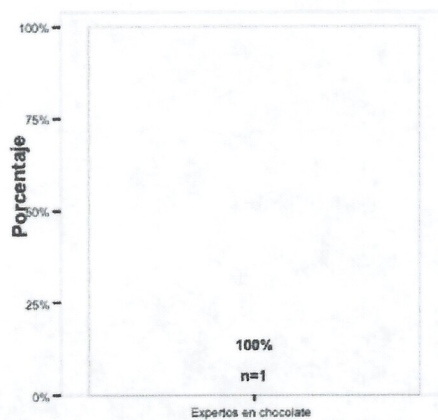
Qué nota le pone a la segunda chocolatería que nombró



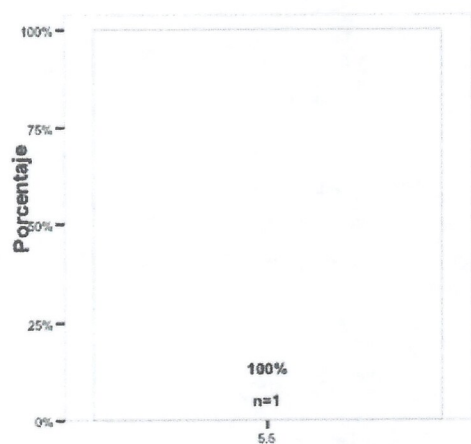
¿Por qué esa nota a la segunda chocolatería?



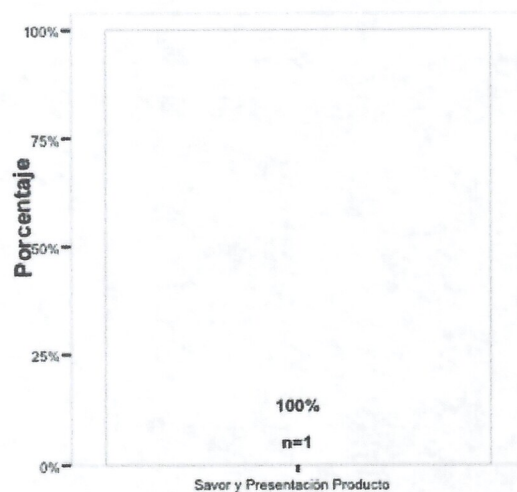
Tercera Chocolatería que se le viene a la mente



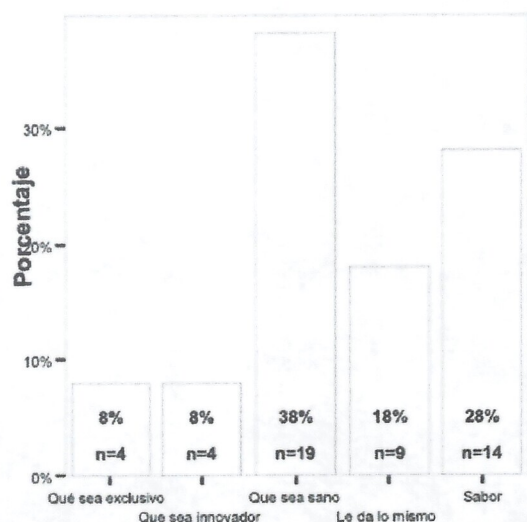
La tercera chocolatería que nombró, usted la percibe como:



¿Qué nota le pone a la tercera chocolatería que nombró?

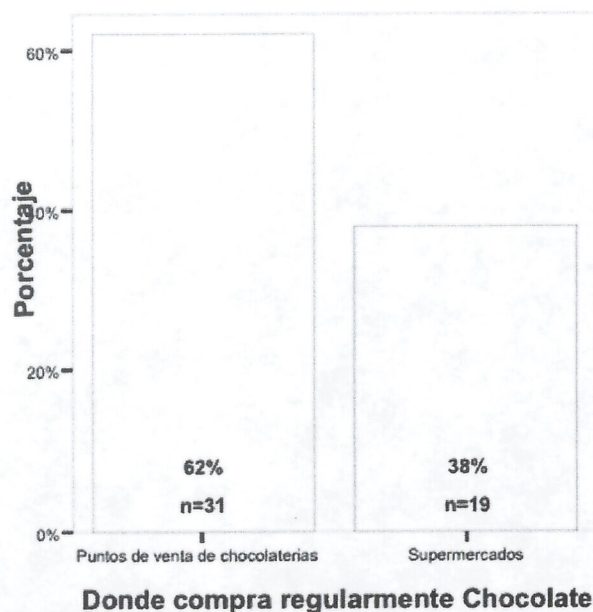
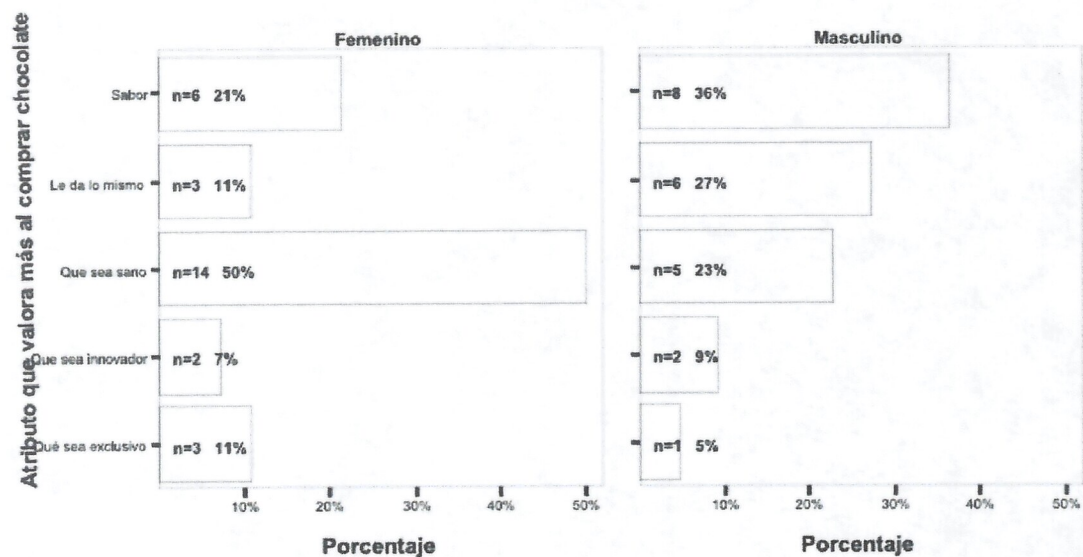


¿Por qué esa nota a la tercera chocolatería?

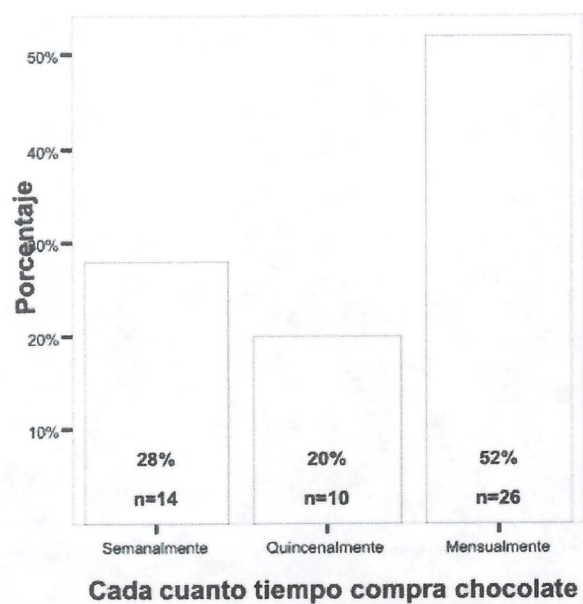
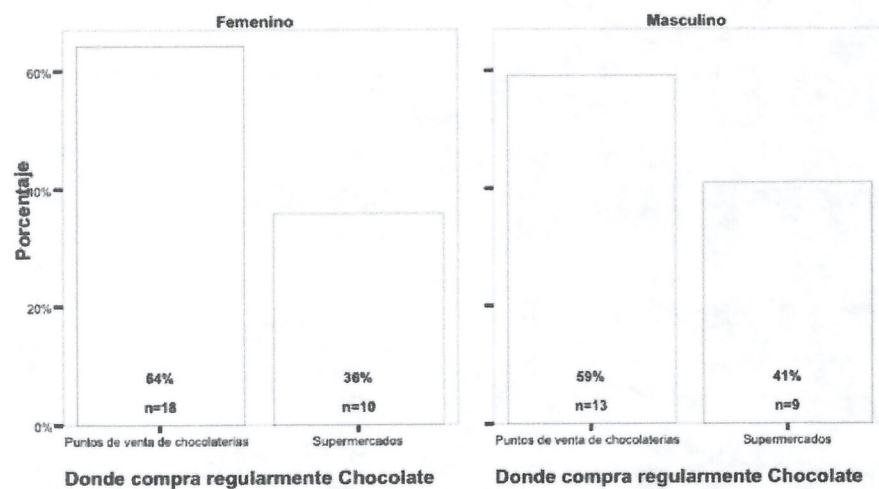


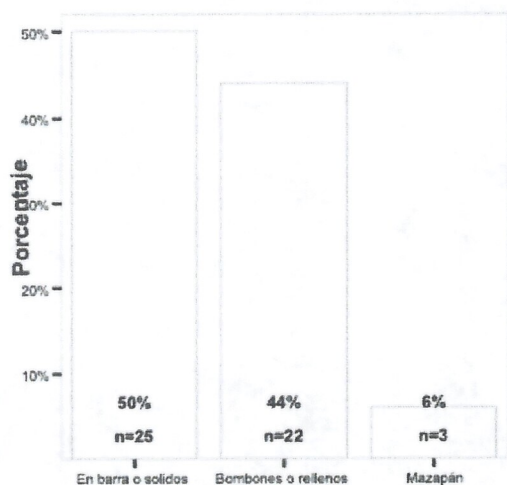
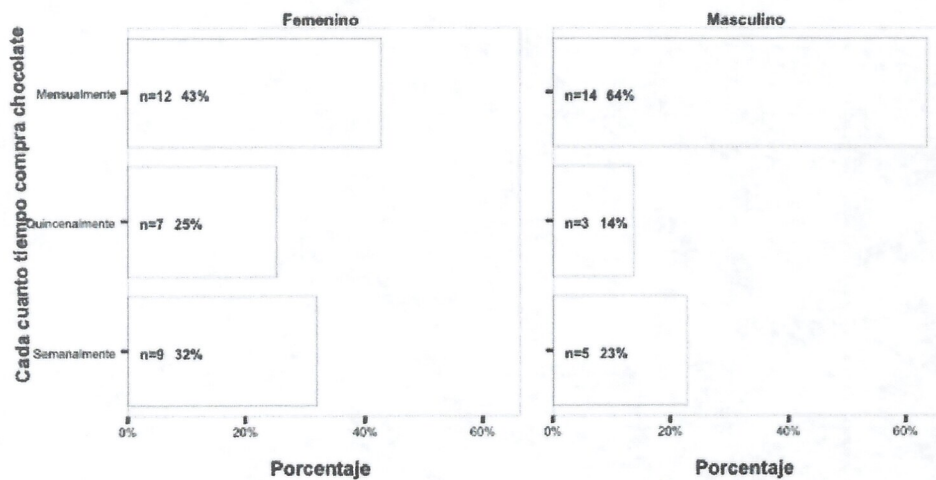
Atributo que valora más al comprar chocolate

Atributo que más valora cuando compra chocolate por genero

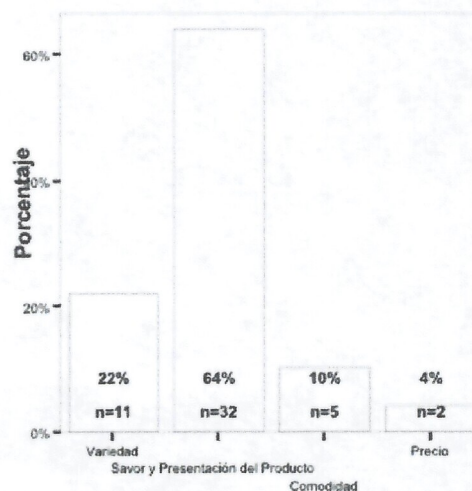


Donde compra regularmente por genero



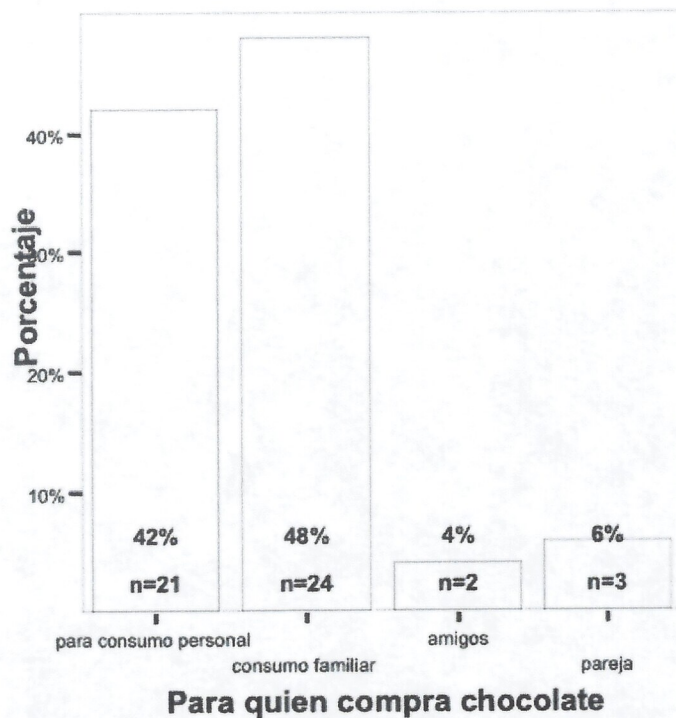
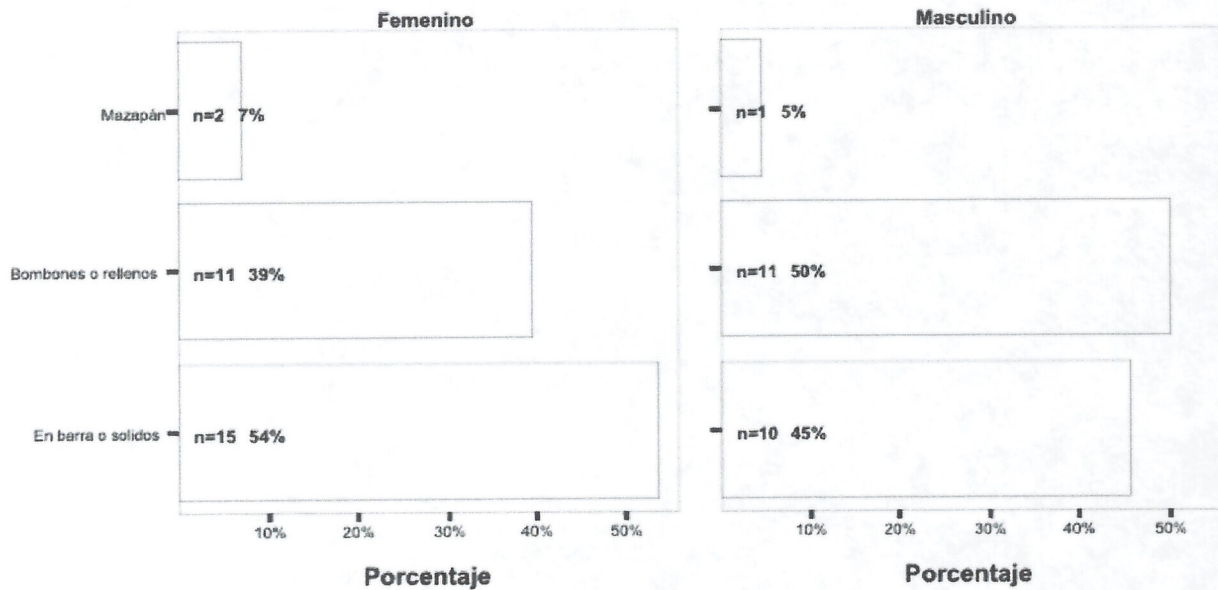


¿Qué tipo de chocolate es el que compra regularmente

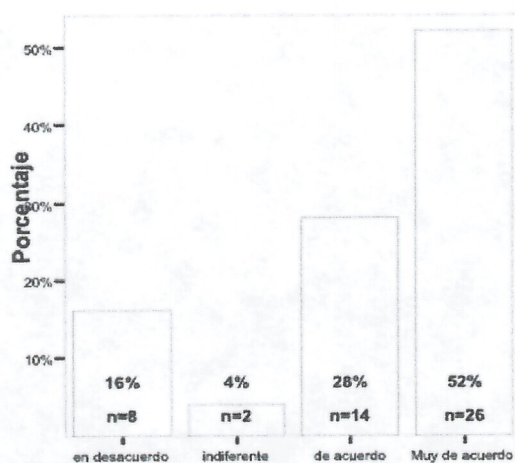
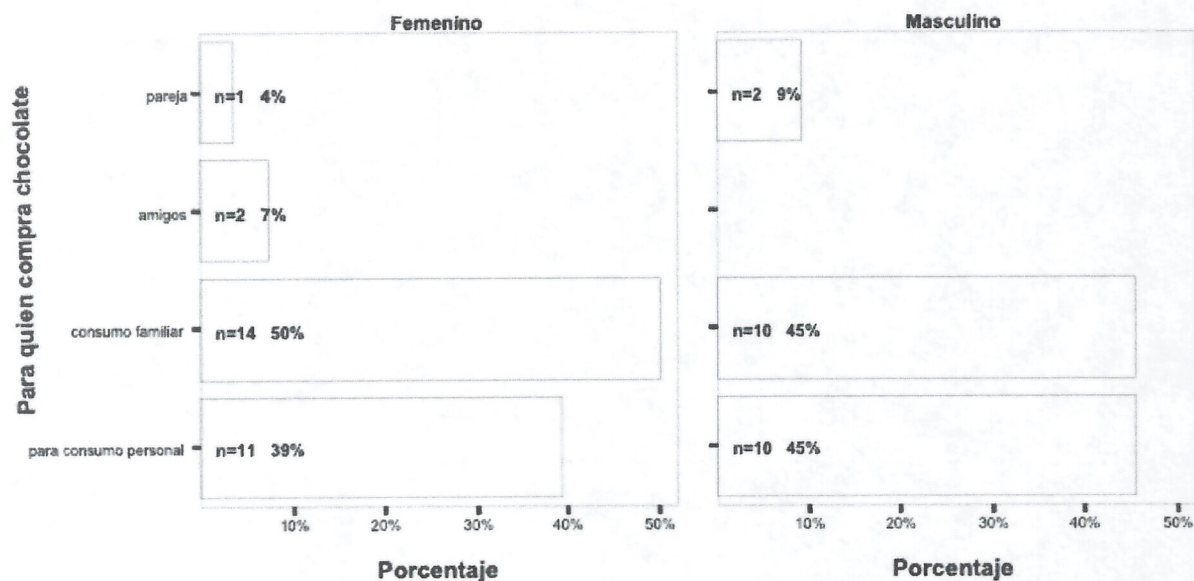


¿Por qué compra regularmente ese tipo de chocolate?

Tipo de chocolate que consume habitualmente por genero



?Para quien compra chocolate ? Por genero



Resultados Encuestas Valdivia C2

Gráfico Genero C2

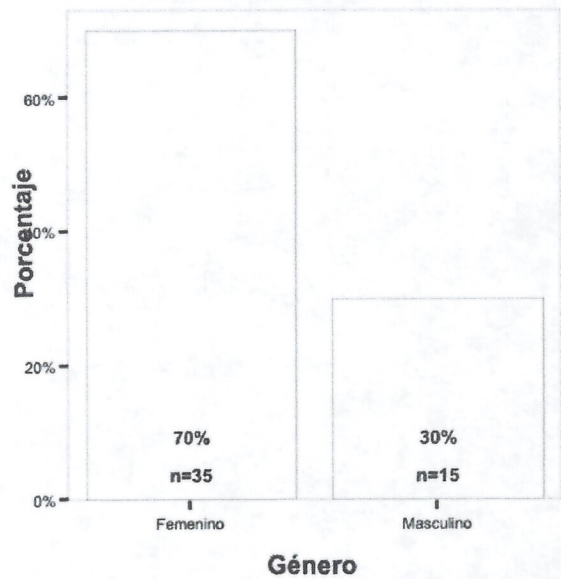
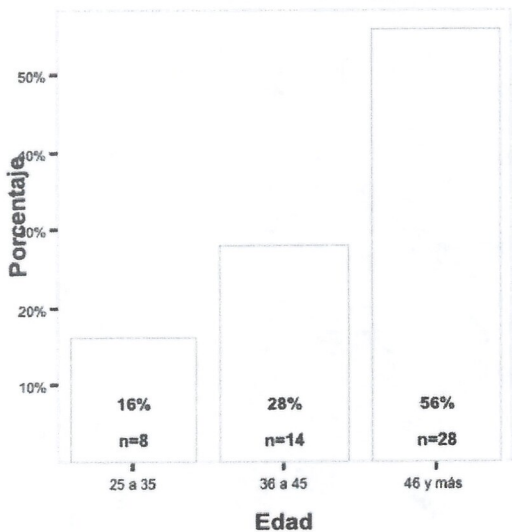
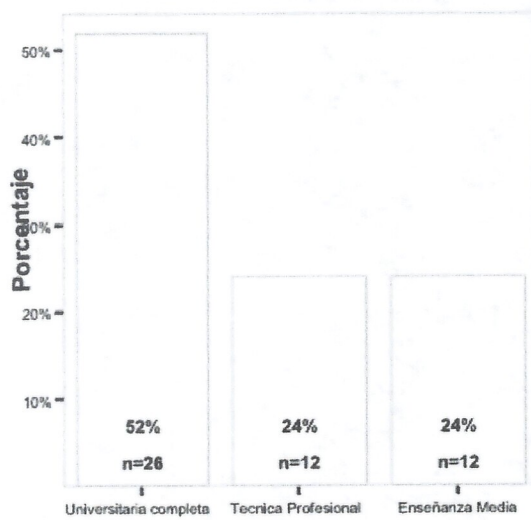


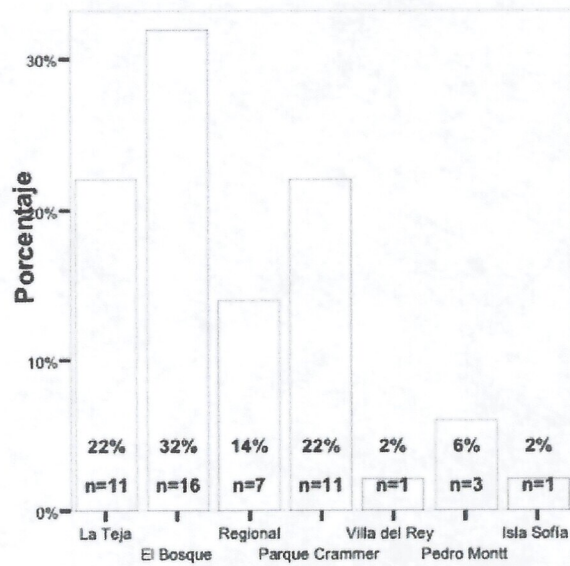
Gráfico Tramos Edad C2



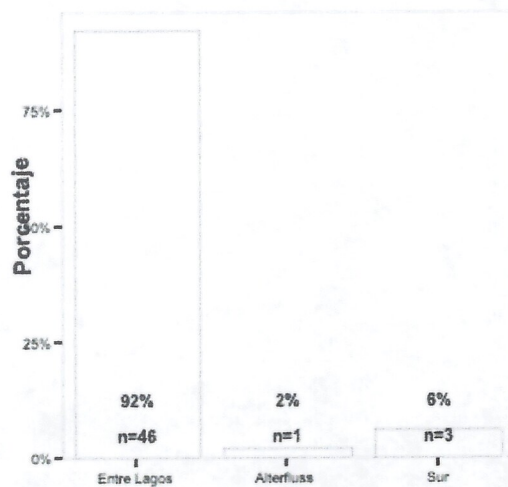
Niveles de educación C2



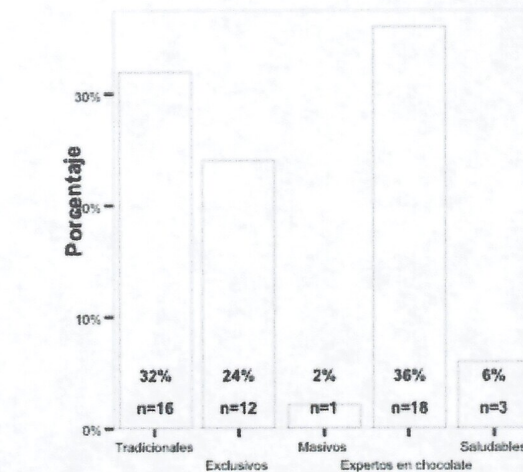
Sectores de Residencia C2



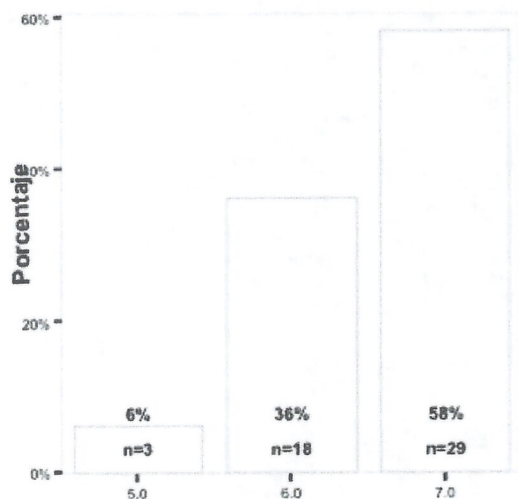
Sector de Residencia



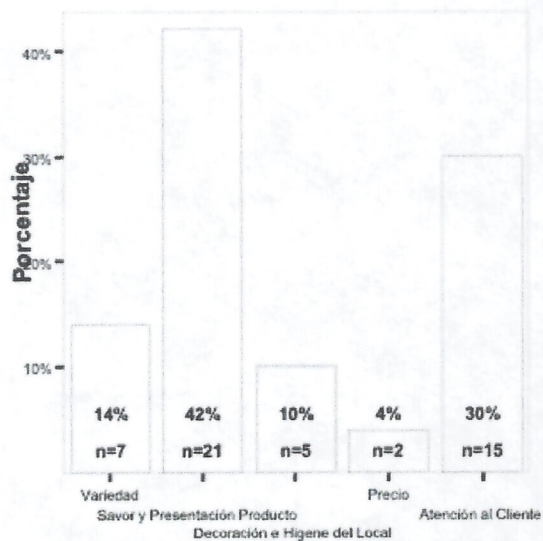
Primera Chocolatería que se le viene a la mente



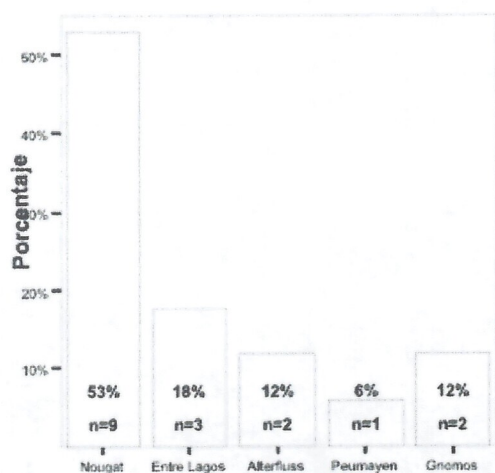
La primera chocolatería que nombró, usted la percibe como:



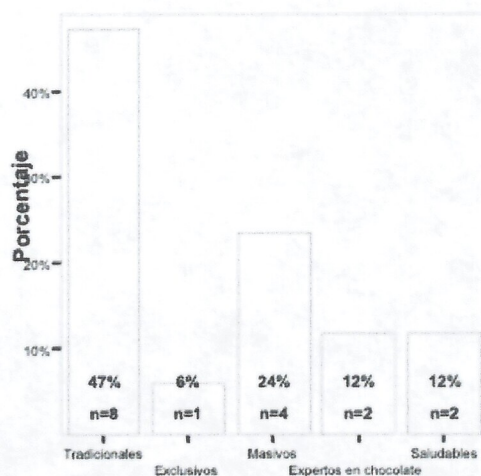
Qué nota le pone a la primera chocolatería que nombró



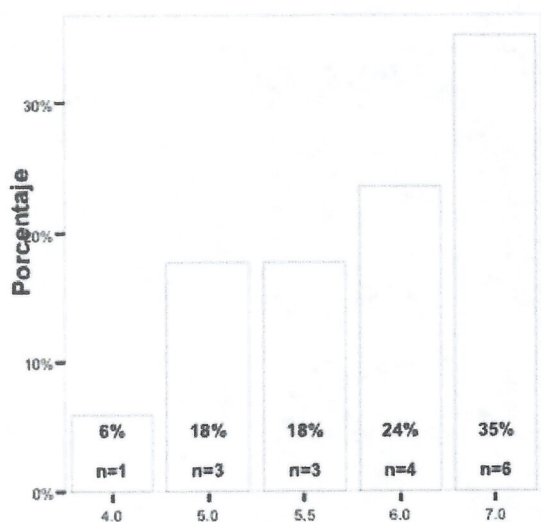
¿Por qué esa nota a la primera chocolatería?



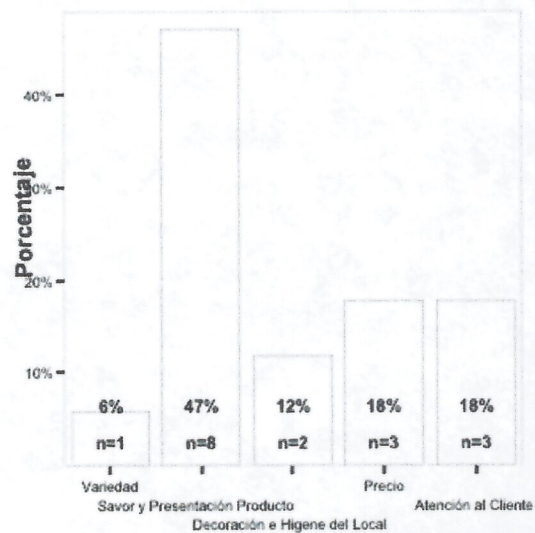
Segunda Chocolatería que se le viene a la mente



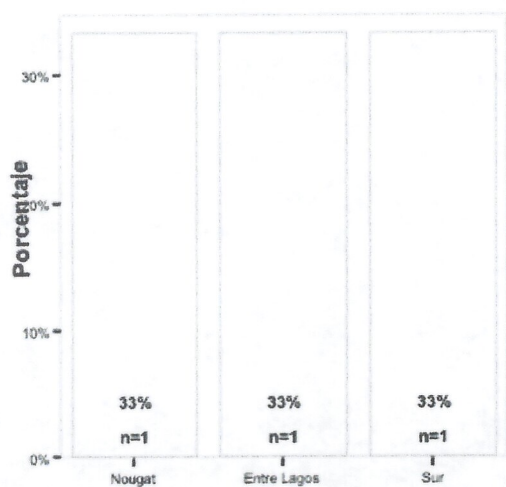
La segunda chocolatería que nombró, usted la percibe como:



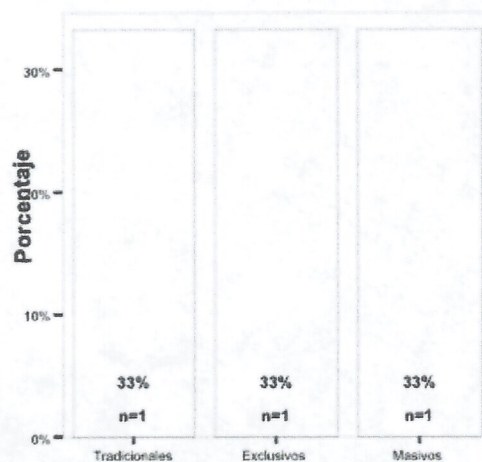
Qué nota le pone a la segunda chocolatería que nombró



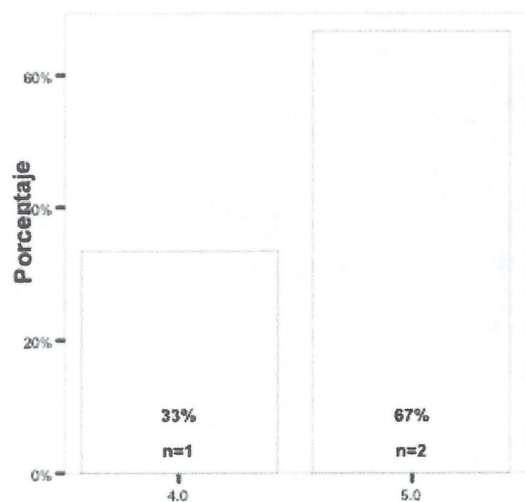
¿por qué esa nota a la segunda chocolatería?



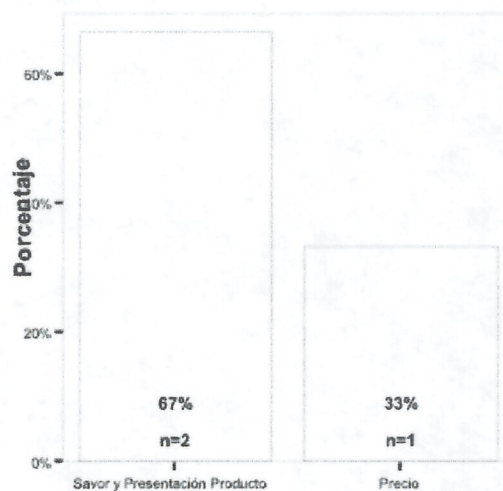
Tercera Chocolatería que se le viene a la mente



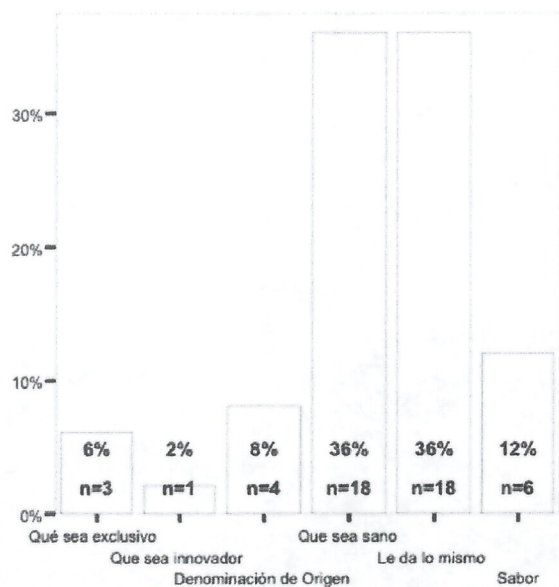
La tercera chocolatería que nombró, usted la percibe como:



Qué nota le pone a la tercera chocolatería que nombró

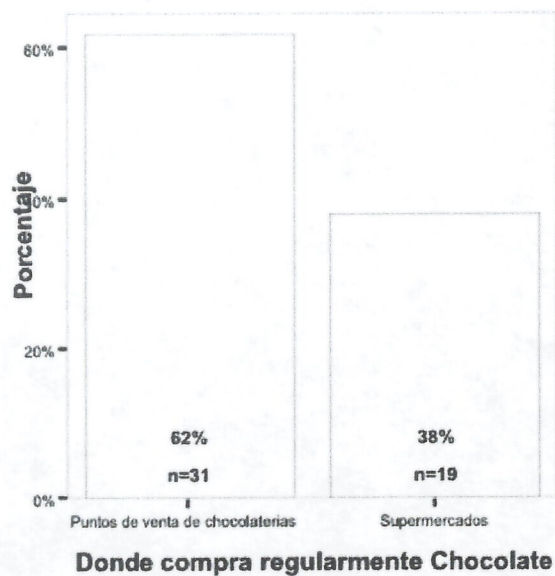
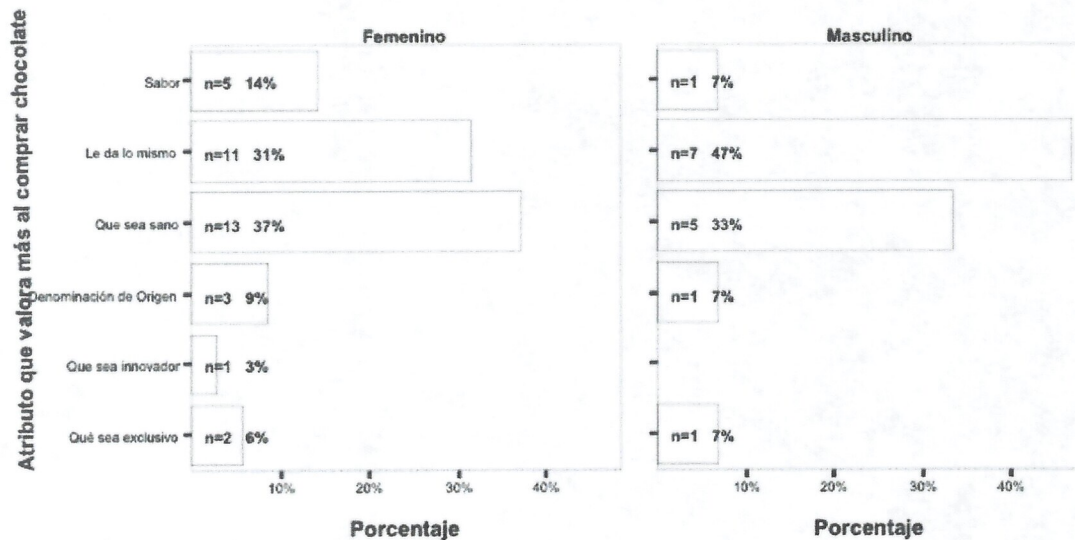


¿Por qué esa nota a la tercera chocolatería?

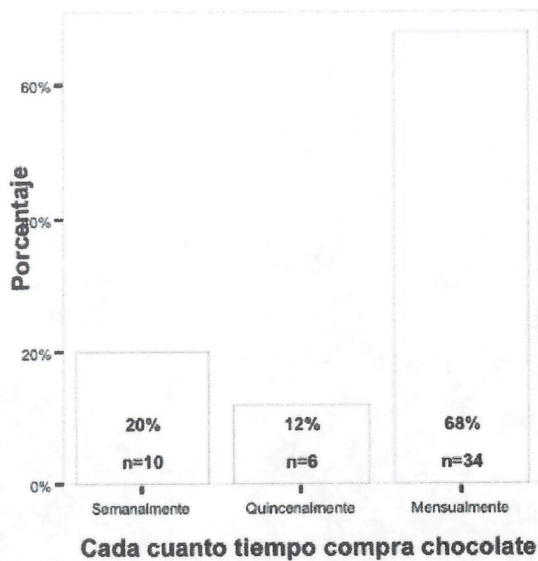
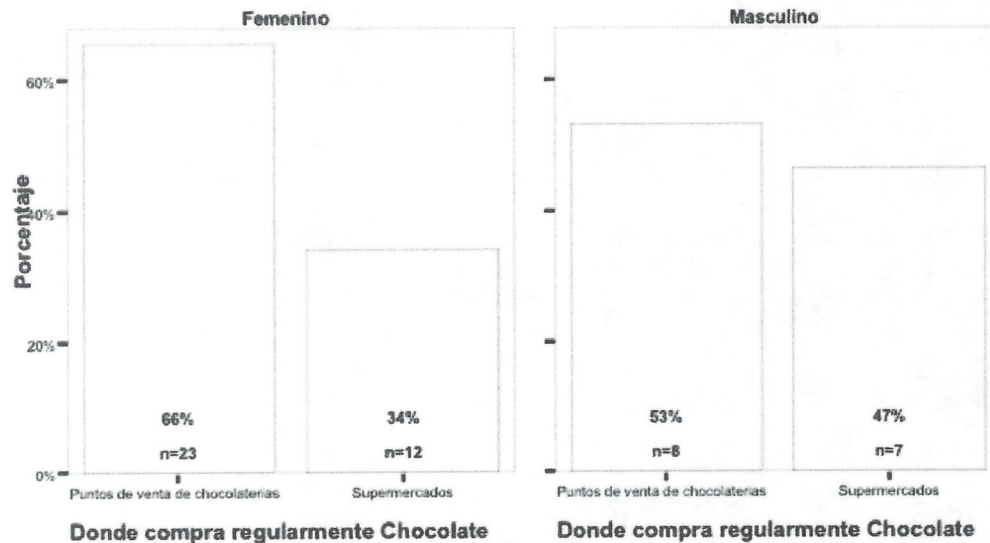


Atributo que valora más al comprar chocolate

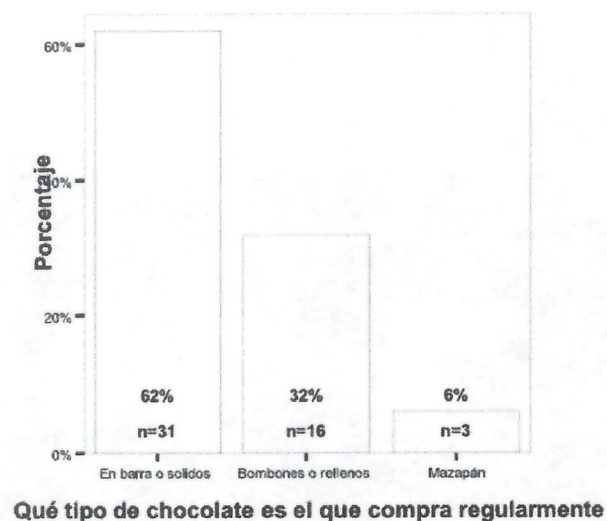
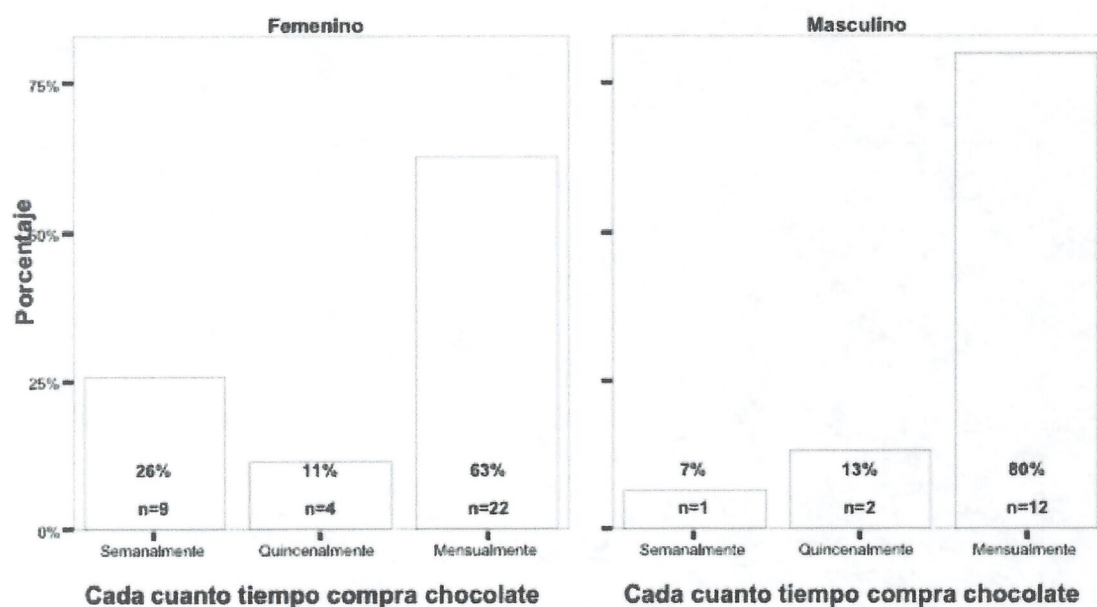
Atributo que más valora al comprar chocolate por género



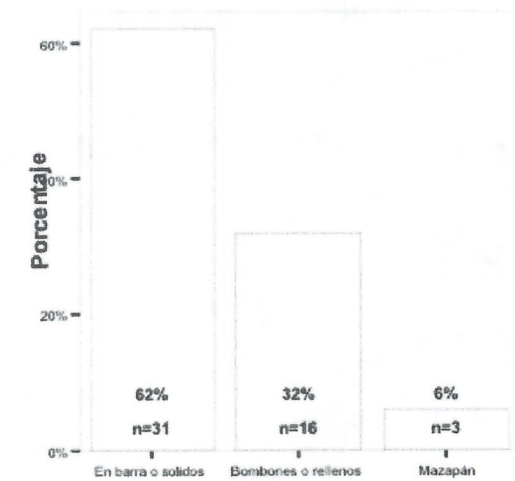
Donde compra regularmente chocolate por género



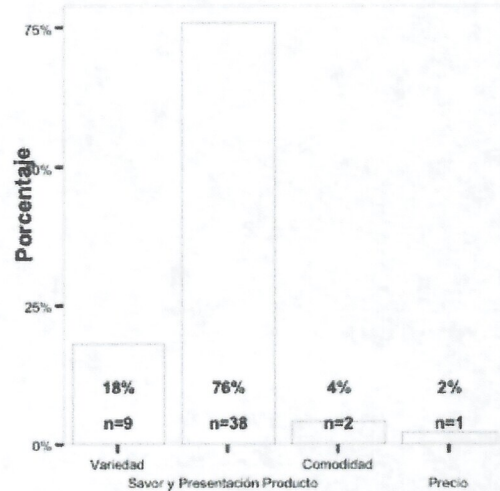
Cada cuánto tiempo compra chocolate por género



Qué tipo de chocolate compra regularmente por y por qué

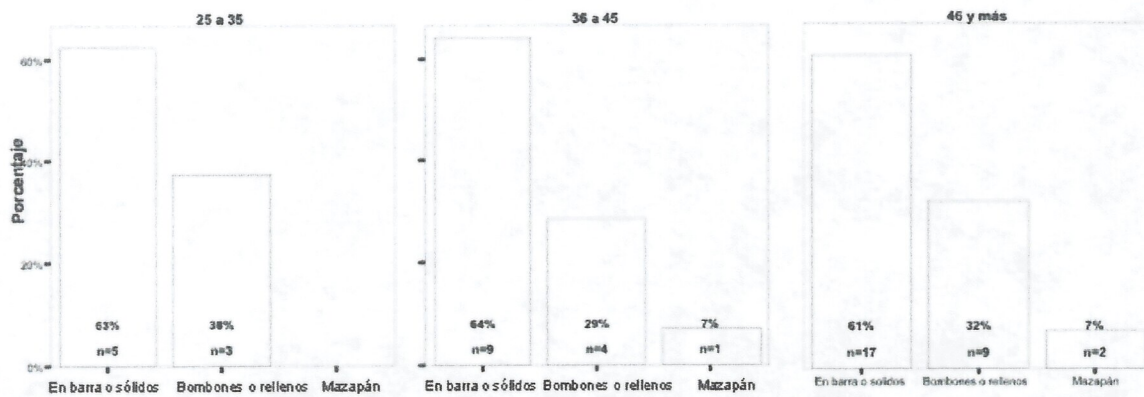


Qué tipo de chocolate es el que compra regularmente



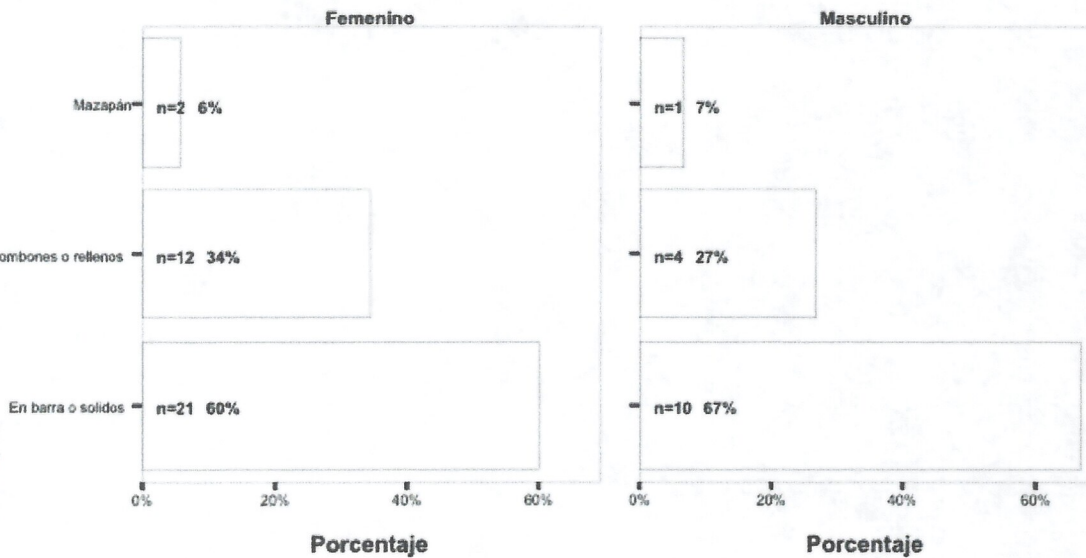
¿Por que compra regularmente ese tipo de chocolate?

Qué tipo de chocolate compra regularmente por tramos de edad



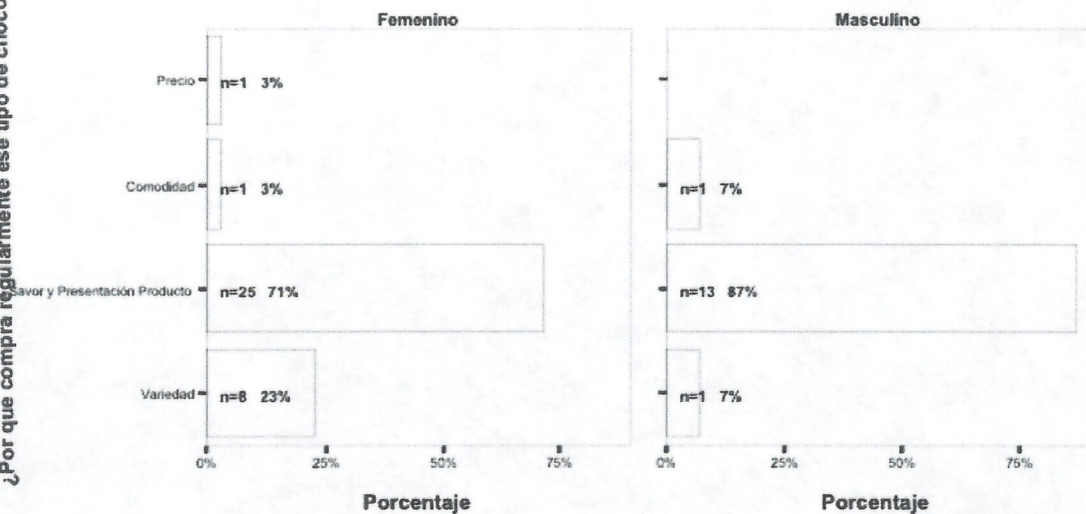
Qué tipo de chocolate compra regularmente por género

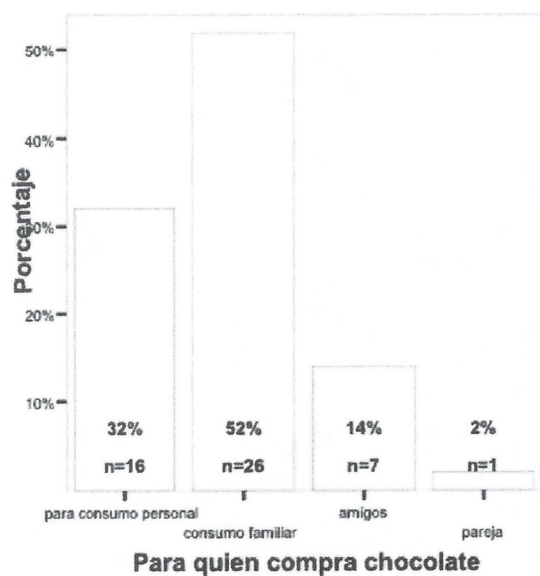
Qué tipo de chocolate es el que compra regularmente



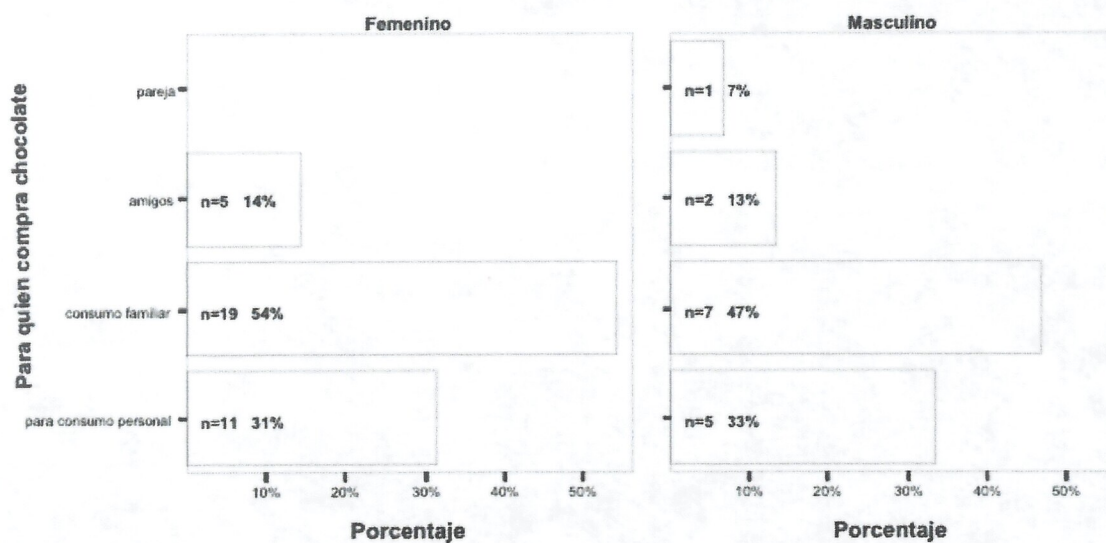
Por qué compra este tipo de chocolate por género

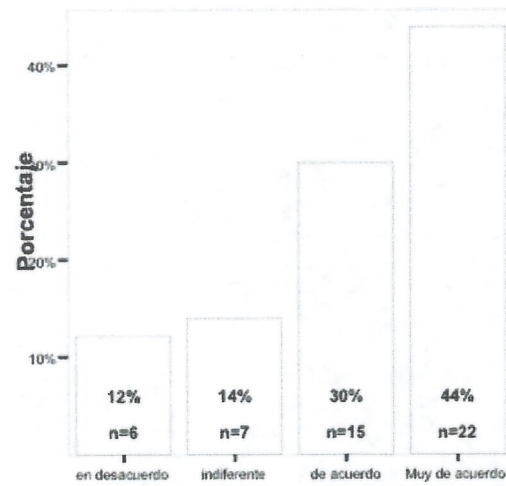
¿Por que compra regularmente ese tipo de chocolate?





Para quién compra chocolate por género





considero que la envoltura de los chocolates es un factor importante a la hora de decidir comprar o no comprar

Resultados Encuestas Osorno C1 - C2

I. ¿Qué chocolaterías de la ciudad se le vienen a la mente?

Número 1:

- BOLTINA: 54%
- NOUGAT: 34%
- ENTRE LAGOS: 12%

¿Qué chocolaterías de la ciudad se le vienen a la mente?

Número 2:

- BOLTINA: 24%
- NOUGAT: 48%
- ENTRE LAGOS: 18%

¿Qué chocolaterías de la ciudad se le vienen a la mente?

Número 3:

- BOLTINA: 2%
- NOUGAT: 14%
- ENTRE LAGOS: 22%

II. ¿Qué atributos valora mayoritariamente usted cuando compra chocolate?

- a) Que sea exclusivo: **48%**.
- b) Que sea innovador: **32 %**.
- c) Que tenga una denominación de origen puntual como por ejemplo alemana, suiza, etc.: **0%**.
- d) Que sea sano: **6%**.
- e) Le da lo mismo: **17%**.

III. Alternativas

La primera chocolatería que menciono, usted los percibe como: **BOLTINA**

- a) Tradicionales: 6%
- b) Exclusivos: 40%
- c) Masivos: 0%
- d) Expertos en chocolates: 6%
- e) Saludables: 2%

La segunda chocolatería que menciono, usted los percibe como: **BOLTINA**

- a) Tradicionales: 6%
- b) Exclusivos: 18%
- c) Masivos: 2%
- d) Expertos en chocolates: 2%
- e) Saludables: 0%

La tercera chocolatería que menciono, usted los percibe como: **BOLTINA**

- a) Tradicionales:
- b) Exclusivos:
- c) Masivos:
- d) Expertos en chocolates:
- e) Saludables:

La primera chocolatería que menciono, usted los percibe como: **NOUGAT**

- f) Tradicionales: 12%
- g) Exclusivos: 20%
- h) Masivos: 0%
- i) Expertos en chocolates: 2%
- j) Saludables: 0%

La segunda chocolatería que menciono, usted los percibe como: **NOUGAT**

- f) Tradicionales: 14%
- g) Exclusivos: 22%
- h) Masivos: 4%
- i) Expertos en chocolates: 4%
- j) Saludables: 2 %

La tercera chocolatería que menciono, usted los percibe como: **NOUGAT**

- f) Tradicionales:
- g) Exclusivos:
- h) Masivos:
- i) Expertos en chocolates:
- j) Saludables:

La primera chocolatería que menciono, usted los percibe como: **ENTRE LAGOS**

- k) Tradicionales: 2%
- l) Exclusivos: 8%
- m) Masivos: 0%
- n) Expertos en chocolates: 2%
- o) Saludables: 0%

La segunda chocolatería que menciono, usted los percibe como: **ENTRE LAGOS**

- k) Tradicionales: 8%
- l) Exclusivos: 6%
- m) Masivos: 4%
- n) Expertos en chocolates: 0%
- o) Saludables: 0%

La tercera chocolatería que menciono, usted los percibe como: **ENTRE LAGOS**

- k) Tradicionales:
- l) Exclusivos:
- m) Masivos
- n) Expertos en chocolates
- o) Saludables

IV. En torno a la primera chocolatería que menciono: BOLTINA

4.1 ¿Qué nota le pondría usted al punto de venta?

- Nota 7: 40%
- Nota 6: 14%

¿Por qué?

- Es exclusivo el local.
- Tiene variedades de chocolates.
- Tiene ubicación central.
- Es un lugar acogedor.
- Tiene buena presentación.
- Bonito local.
- Buena atención al cliente.

4.2 En torno a la segunda chocolatería que menciono: BOLTINA

¿Qué nota le pondría usted al punto de venta?

- Nota 7: 14%
- Nota 6: 12%
- Nota 5: 2%

¿Por qué?

- Es exclusivo el local.
- Tiene variedades de chocolates.
- Tiene ubicación central pero un poco alejada.
- Es un lugar acogedor.
- Tiene buena presentación.
- Bonito local.
- Buena atención al cliente.
- Le falta publicidad

4.3 En torno a la tercera chocolatería que menciono: BOLTINA

¿Qué nota le pondría usted al punto de venta?

- Nota 6: 2%
-

¿Por qué?

- Tiene ubicación un poco lejos de la avenida principal.

V. En torno a la primera chocolatería que menciono: NOUGAT

5.1 ¿Qué nota le pondría usted al punto de venta?

- Nota 7: 18%
- Nota 6: 16%

¿Por qué?

- Tiene bonita presentación y decoración
- Tiene ubicación central.
- Por tener chocolates ricos y tradicionales.
- Le falta presencia, protagonismo en la galería.
- Es un lugar acogedor.
- Falta remodelación, innovación del local es muy pequeño.
- Buena atención al cliente.

5.2 En torno a la segunda chocolatería que menciono: NOUGAT

¿Qué nota le pondría usted al punto de venta?

- Nota 7: 17%
- Nota 6: 20%
- Nota 5: 10%
- Nota 4: 2%

¿Por qué?

- Tiene ubicación central.
- Tiene variedades de chocolates
- Es exclusivo el local.
- Tiene precios razonables
- Es un lugar acogedor.
- Tiene un local muy pequeño
- Es un lugar tradicional y bonito
- Tiene calidad
- Le falta presencia, protagonismo en la galería.
- Deberían remodelar el local le falta protagonismo.
- Le falta publicidad, es de bajo perfil.

5.3 En torno a la tercera chocolatería que menciono: **NOUGAT**

¿Qué nota le pondría usted al punto de venta?

- Nota 7: 2%
- Nota 6: 6%
- Nota 5: 2%

¿Por qué?

- Tiene buena ubicación es central.
- Le falta más presencia, protagonismo en la galería.
- Le falta publicidad.
- Es un lugar acogedor
- Tiene variedad de productos.
- Tiene un local muy pequeño le falta espacio.

VI. En torno a la primera chocolatería que menciono: **ENTRE LAGOS**

6.1 ¿Qué nota le pondría usted al punto de venta?

- Nota 7: 6%
- Nota 6: 4%
- Nota 5: 2%

¿Por qué?

- Tiene bonita presentación y decoración
- Buena atención al cliente.
- Tiene un local grande.
- Tiene variedades de chocolates.
- Queda un poco retirado del centro
- Tiene chocolates con textura gruesa

6.2 En torno a la segunda chocolatería que menciono: **ENTRE LAGOS**

¿Qué nota le pondría usted al punto de venta?

- Nota 7: 17%
- Nota 6: 12%
- Nota 5: 2%

¿Por qué?

- Tiene bonita presentación y decoración del local
- Buena atención al cliente.
- Ubicación del local un poco lejos de la avenida principal.
Los chocolates son regular en cuanto a calidad del chocolate

6.3 **En torno a la tercera chocolatería que menciono: ENTRE LAGOS**

¿Qué nota le pondría usted al punto de venta?

- Nota 7: 14%
- Nota 6: 4%
- Nota 5: 4%

¿Por qué?

- Tiene bonita presentación y decoración del local
- Buena atención al cliente.
- Ubicación del local un poco lejos de la avenida principal.
- Los chocolates son regular en cuanto a calidad del chocolate

¿Dónde compra usted regularmente chocolate?

- a) Puntos de venta de chocolate: 90%
- b) Supermercado: 10%
- c) Otros (especifique): 0%

¿Cada cuanto tiempo compra chocolate usted?

- a) Semanal: 12%
- b) Quincenal: 32%
- c) Mensual: 56%

¿Y qué tipo de chocolate compra regularmente usted?

- a) En barra o sólidos: 52%

¿Por qué?

- Son ricos
- Son mas grandes
- Por el diseño y colores
- Por presentación
- Menor costo que el bombón

- b) Bombones o rellenos: 48%

¿Por qué?

- Por el tipo de relleno
- Textura más suave
- Por sabor
- Por presentación del cubierto del bombón

- c) Mazapán: 0%

¿Por qué?

- d) Otros (especificar): 0%

¿Por qué?

¿Para quién compra chocolate usted?

a) Para consumo personal: 37

b) Para consumo familiar: 19

c) Amigos: 16

d) Pareja: 10

Otros (especificar): 0

Etapa Cualitativa de Estudio

Adicionalmente al desarrollo de las encuestas se desarrolló en la ciudad de Santiago un Focus dirigido al grupo objetivo que la chocolatería busca llegar en esta ciudad y específicamente en la zona oriente de Santiago. Esto debido a la relevancia de este Mercado en el desarrollo de la marca.

Instrumento aplicado en el Focus

Pauta Focus Group

Buenas tardes, mi nombre es _____ soy Sociólogo de Punto Creativo comunicaciones de la ciudad de Valdivia, nos encontramos realizando un estudio en torno al consumo de chocolate en Chile. Ustedes consumidores de productos y servicios son un referente importante en el tema por lo que agradecemos su buena voluntad y tiempo, muchas gracias.

Preguntas Iniciales

Se procederá a una presentación de cada uno de los asistentes a la jornada (Nombre, estado civil, edades, sus Hobies, con el fin de crear un ambiente grato, y libre de tensión y a continuación se comenzará con la ronda de consultas.

¿Todos ustedes son de Santiago? (Con el fin de indagar en posibles hábitos de consumo o significados distintos según las ciudades de origen)

Ideas Preconcebidas y Simbolismos Relacionados con el Consumo de Chocolate

1. Cuéntenme un poco si yo les nombro la palabra chocolate ¿Qué es lo primero que se les viene a la mente?; ¿Por qué?
2. ¿Qué significa el chocolate en sus vidas?; ¿Y qué significará para las demás personas?; ¿Por qué?
3. Al pensar en chocolate ¿Mayoritariamente donde lo ubican geográficamente, sur, centro o norte?; ¿Por qué? (Indagar si es un valor agregado el hecho de que un chocolate sea de origen sureño)
4. ¿Es importante el origen en un chocolate? ¿Por qué?
5. y si fuera del sur ¿Cómo sería? ; ¿Qué atributos poseería?; ¿Qué lo haría un producto realmente sureño?
6. ¿Qué es importante en un chocolate? ¿Por qué?

Sobre sus hábitos de consumo de Chocolate

7. Cuéntenme un poco ¿Preferentemente cuando compran chocolate ustedes?
8. ¿Lo hacen para consumo propio o para otras personas?; (Conocer cómo es el hábito de compra para cada uno de estos consumos)
9. ¿Da lo mismo comprar chocolate en cualquier punto de venta?; ¿Por qué?
10. Si yo les pregunto por los siguientes aspectos vinculados a puntos de venta (Se les entregará en un papel a cada uno de los asistentes). Quiero que me los ordenen, dejando en primer lugar el aspecto más importante y en último lugar el menos

importante. (Posterior a esto se les preguntará a cada uno los motivos que tuvo para ordenarlo de esa manera)

Los aspectos son:

Aspecto →	Decoración de las vitrinas	Decoración de la chocolatería	Ubicación de la chocolatería	Venta de productos asociados (No chocolate)	Otro
Lugar según importancia (Número)					

Para este aspecto es necesario preguntar mas tarde ¿Qué productos asociados les gustaría que se vendan en una chocolatería?
Ver si emerge espontáneamente GELATERÍA.
¿Por qué?

11. Si una chocolatería tuviera además GELATERÍA ¿Sería mas atractiva esta? ¿Por qué?
12. **Medios no habituales:** ¿Qué medios alternativos les parecen atractivos para comunicar marcas de chocolates (chocolaterías)? Por Ejemplo, en Salones de belleza; Cafés y restaurantes; Etc.
13. ¿Qué se les viene a la mente cuando escuchan la marca Nougat?; ¿Por qué?

Ejercicio proyectivo para describir simbólicamente la marca y sus atributos (Que posee o debería tener?

14. Si Nougat fuese una persona ¿Sería hombre o mujer?; ¿Sería cercana, lejana?; ¿Se relacionaría con todo tipo de gente?; ¿Qué edad tendría?; ¿de donde sería?; ¿Dónde viviría? Etc.
15. Si Nougat fuese una casa, donde estaría ubicada, como sería esta, quienes la visitarían, Etc.

RESULTADOS FOCUS GROUP

El presente análisis estará conformado por 3 partes las que se presentarán en el siguiente orden:

- **Ideas Preconcebidas y Simbolismos Relacionados con el Consumo de Chocolate.**
- **Sobre sus hábitos de consumo de Chocolate.**
- **Percepción de Marca.**

Lo que a continuación se presenta es un análisis cualitativo que da cuenta de las percepciones e impresiones de parte de consumidores de chocolate abc1 y c2 estos no sobrepasaban los 35 años de edad (se integró ambos segmentos); sus opiniones en torno al significado del chocolate en sus vidas (y relaciones sociales); sueños , ilusiones y necesidades que buscan satisfacer al consumir chocolate; las imágenes simbólicas más recurrentes atribuidas al consumo de chocolate (Entiéndase chocolates gourmet); hábitos de consumo y los motivos; los aspectos valorados de los puntos de venta y percepción de marca entre otros aspectos.

La información se expondrá por grupo de preguntas, donde se observará lo emergido en la jornada de Focus group.

¿Qué es lo primero que se les viene a la mente al escuchar chocolate?/ Qué significa el chocolate en sus vidas

Visión Global

Unánimemente los asistentes a la sesión de focus group concuerdan en que los sentimientos que evoca el chocolate en sus mentes son de **placer, exquisitez, calidez**, es un **premio**, es un **sentimiento**. Por lo tanto aclaran que en sus vidas el chocolate es siempre algo positivo, algo que denota interés (entre personas) respeto, elegancia, pero aclaran que no se refieren a cualquier chocolate, lo asocian mas a chocolate de tipo artesanal o de chocolatería, esto emergió espontáneamente.

Citas textuales

“Es algo rico, es como no sé,.... se me viene a la mente un abrazo, algo muy Romántico e íntimo”. (Hombre)

“Relajo, es como un sentimiento tibio, cálido, algunas veces es como un placer culpable jajaja, pero evoca puras cosas positivas, hasta se me sube el ánimo, es que a mí me encanta el chocolate”. (Mujer)

“Mira, si el chocolate es mas de tipo artesanal y se ve como especialista en el tema, lo encuentro que me va a dar más exclusividad, eso le agrega un plus al chocolate del que te estoy hablando, por ese chocolate yo pago” (Hombre)

Al pensar en chocolate ¿Mayoritariamente donde lo ubican geográficamente, sur, centro o norte?

Visión Global

Unánimemente concuerdan en que el chocolate es eminentemente del sur, por la calidez que eso significa, algo que representa también la influencia europea en la calidad del chocolate; Por lo mismo recalcan que es muy importante el origen de un chocolate.

Citas textuales

“El sur de todas maneras, Bariloche Argentina, y Valdivia también tiene tradición de chocolate y mazapán, esta la ¡como se llama esta!... la Entrelagos” (Mujer)

“Como que el sur por el mismo clima hay comidas más cálidas, sus kuchenés chocolates en Puerto Varas y Pucón ,no me imagino con 37 grados de calor comiendo chocolate, además que se me hace más sano y natural pensar en el sur que fabricados a gran escala y con cuanta cuestión química, eso es pal norte nada más ” (Hombre)

“Pasa que en Puerto Varas, Frutillar y Valdivia, se nota una influencia europea que hace la diferencia en esos productos, son más dedicados y con más clase percibo, mas artesanales, de mayor calidad, no en cadena ni en grandes cantidades, de hecho no me imagino un chocolate gourmet de Antofagasta, no tienes por donde”. (Mujer)

Habiendo ubicado el chocolate unánimemente en el sur ¿Qué lo haría un producto realmente sureño?

Visión Global

En primera instancia llevan el tema a puntos de venta, no tanto al chocolate; Aseguran que debe ser muy atractivo este, donde la experiencia de compra incluya desde la persona que atiende y sus vestimentas hasta la decoración y los Implementos utilizados en este, elementos que denoten claramente el origen sureño, presente por ejemplo en los Packing; Coinciden en que la presentación es importantísima en el sentido de

proyectar algo rústico pero elegante.

En cuanto al chocolate, **lo que lo hace realmente sureño es el carácter artesanal donde el sur es autoridad en el tema.**

Citas textuales

“Es que para ser del sur no puedes generar cualquier punto de venta, debe ser un lugar que huela a sur, y obviamente a chocolate, donde te atienda alguien muy cordialmente y tan dulce como el chocolate que venden, de hecho ¿sabes que me imagino?... esas pesas antiguas y no electrónicas, elementos que no quitan en mi opinión elegancia y distinción a un punto de venta, al contrario, como que le da tanta o más importancia que a la sola compra del producto, eso es para mí el sur”. (Mujer)

“Yo en realidad me fijo que el chocolate sea artesanal, si es así y es de calidad a mi parecer, lo compro, sin importar tanto el tema del decorado del local y eso, la ubicación si me fijo, pero el chocolate como lo identifico con el sur debe ser evidentemente del sur, artesanal, que se vea, y que esto también este de cierta manera en el logo de la marca o en el decorado del paquete”. (Hombre)

¿Qué es importante en un chocolate?

Visión Global

El **sabor** es categóricamente lo más importante en un chocolate, tanto en hombres como mujeres,

Citas textuales

“Es que para ser del sur no puedes generar cualquier punto de venta, debe ser un lugar que huela a sur, y obviamente a chocolate, donde te atienda alguien muy cordialmente y tan dulce como el chocolate que venden, de hecho ¿sabes que me imagino?... esas pesas antiguas y no electrónicas, elementos que no quitan en mi opinión elegancia y distinción a un punto de venta, al contrario, como que le da tanta o más importancia que a la sola compra del producto, eso es para mí el sur”. (Mujer)

“Yo en realidad me fijo que el chocolate sea artesanal, si es así y es de calidad a mi

parecer, lo compro, sin importar tanto el tema del decorado del local y eso, la ubicación si me fijo, pero el chocolate como lo identifico con el sur debe ser evidentemente del sur, artesanal, que se vea, y que esto también este de cierta manera en el logo de la marca o en el decorado del paquete". (Hombre)

RESULTADOS FOCUS GROUP

Sobre los hábitos de consumo de Chocolate

¿Preferentemente cuando compran chocolate ustedes?

Visión global

A diferencia de las mujeres, los hombres compran cuando hay que hacer algún regalo especial, si bien igual consumen chocolate de chocolatería (Consumo personal), esto es en menor cantidad, en cambio las mujeres tienen este hábito mas interiorizado en este segmento, tanto para consumo individual como para regalo y compartir.

Citas Textuales

- *"Yo por lo general compro chocolate cuando quiero hacer un buen regalo, un regalo dedicado y romántico, obviamente chocolates de este tipo, de calidad, buenos caros, artesanales y que no vaya a encontrar en otro lado, pero para consumo mío, bueno, chocolates de este tipo cuando estoy en el lugar generalmente, pero si no, no "*
(Hombre)
- *"Yo compro harto chocolate para después del almuerzo, en mi casa hay siempre harto chocolate, generalmente compramos en el Alto las Condes". (Mujer)*
- *" El chocolate al igual que el vino es una herramienta muy eficaz de conquista, desde el hombre a la mujer, ya que el vino, su buena música y un chocolate esta asociado a sentimientos de felicidad, y una serie de elementos que propician estos momentos íntimos" (Hombre)*

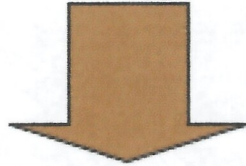
¿Qué productos están asociados al chocolate?/ ¿ y con una chocolatería?

Hombres

- Vino
- Las flores

Mujeres

- Café en grano
- Galletas



Citas textuales

“Evidentemente para mí el chocolate debe estar asociado a un buen vino, para generar una buena atmósfera” (Hombre)

“Un buen café, pero de grano, intenso, pero para llevar , ya que si por ejemplo una chocolatería tuviera cafetería también, le quitaría protagonismo al chocolate, pero el café evidentemente es perfecto para acompañar un chocolate.” (Mujer)

Si una chocolatería tuviera además GELATERÍA ¿Sería más atractiva esta? ¿Por qué?

Visión global

Categoricamente no genera ningún atractivo en los asistentes a la jornada de focus group el que una chocolatería tenga gelatería, ya que no lo sienten como complementos.

Citas Textuales

- *“Mira o es lo uno o es lo otro, no me junta los helados con los chocolates de alto nivel ” (Mujer)*
“Yo tampoco lo veo muy cerca, el chocolate es cálido y lo otro es frío” (Hombre)

¿Qué medios alternativos se les hace atractivos para comunicar marcas de chocolates/ chocolaterías?

Visión Global

No se produjo grandes hallazgos en este tema, solo emergió la idea de que sería interesante y atractivo generar eventos de degustación de chocolate.

Citas textuales

- “Sería interesante hacerse partícipes de un evento, donde en los brake se les ofreciera la gama de chocolates, para darse a conocer,” (Mujer)
- “Por ejemplo hacer un seminario del chocolate en Chicureo, enfocado al segmento que quieren atacar”. (Hombre)
- “por ejemplo un evento culinario donde exista una ronda específica para el chocolate, esto le ayudaría mucho a una chocolatería”. (Hombre)

Sobre los hábitos de consumo de Chocolate

Ordenar en orden de prioridad / en torno a chocolaterías

Aspecto	Decoración de las vitrinas	Decoración de la chocolatería	Ubicación de la chocolatería	Venta de productos asociados (No chocolate)	Otro
Lugar según importancia (Número)					
	↓	↘	↓		↓
	Esta fue ubicada mayoritariamente en segundo lugar		Esta fue ubicada mayoritariamente en primer lugar		Lo que mas emergió fue el tema de los aromas

CONCEPTOS A MEDIR EN CHOCOLATE NOUGAT

Trocito Artesanal (Licor)

Sabor Alicor suave, justo y en su punto, a frutos secos. (Sólo los hombres encontraron que el licor era muy intenso)	Textura La encuentran muy variada y atractiva, tiene una consistencia especial y cremosa.
Olor Suave, casi no hubo pronunciamiento al respecto.	Color/ Brillo Color y brillo evidentemente artesanal, se valora.

Citas Textuales

- "Es muy rico, es suave al paladar, se derrite exquisitamente en la boca" (Mujer)
- "No es hostigoso, se le notan los frutos secos y el sabor con ese toque a licor lo hace muy rico" (Mujer)
- A mi aparte de todo lo que hemos dicho, me encantó la presentación muy artesanal ¿Viste que puede ser rústica la presentación del producto sin perder su calidad y estatus?, este me encantó, veamos los otros" (Mujer)

6,5 nota promedio

CONCEPTOS A MEDIR EN CHOCOLATE NOUGAT

Rollo Castaña

Sabor No fue completamente del agrado de los asistentes, ya que prefieren sentir sabor a chocolate, el que no estaba presente en este producto.	Textura Pesada y hostigante textura.
Olor No hubo pronunciamiento al respecto.	Color/Brillo El color lo encuentran opaco, también lo ven como evidentemente artesanal. Esto es nuevamente valorado.

Citas Textuales

- "No tiene sabor a chocolate, es como masa, nos hostigó" (Mujer)
- "Es como mas natural la presentación por lo opaco, se ve artesanal lo que es bueno" (Mujer)

5,0 nota unánime

CONCEPTOS A MEDIR EN CHOCOLATE NOUGAT

Trufa	
Sabor Lo encuentran demasiado común, no lo encuentran especial, si bien no es malo, no lo consideran gran cosa.	Textura Agradable.
Olor Por la contaminación de olores del local no se pudo captar este atributo en su integridad.	Color/ Brillo El brillo les agradó pero la presentación de la cubierta no.

Citas Textuales

- "De una caja es el que yo no elegiría, es que es como muy típico" (Mujer)
- "Como que esas chispitas de encima no me agradan, " (Mujer)
- "La trufa es como muy común, por eso es que no lo calificaré muy bien" (Mujer)

4,0 nota Promedio

CONCEPTOS A MEDIR EN CHOCOLATE NOUGAT

Mazapán	
Sabor Sabor fuerte y agradable.	Textura Granulosa y cremosa a la vez
Olor Sin comentarios.	Color/ Brillo Muy naturales.

Citas Textuales

- "Es como bitter, amargo y con licor súper fuerte" (Mujer)
- "Me agradó el sabor fuerte que tiene en combinación con la presentación que es muy natural, pero no es chocolate" (Mujer)

5,0 nota unánime

En torno a la marca

¿Qué se les viene a la mente cuando escuchan la palabra Nougat?

Visión Global

Mayoritariamente la **percepción es positiva** en el sentido de que se vincula a sentimientos y productos agradables y placenteros a su opinión. Estos siempre dulces.

Citas textuales

- *“Se me viene a la mente un caramelo como un toffe, algo dulce y agradable, un premio.” (Hombre)*
- *“Algo rico, crocante muy bueno, distinguido”. (Mujer)*

Si Nougat fuese una persona ¿Cómo sería ésta?

Visión Global

Mayoritariamente un hombre distinguido no más de 40 años, atlético, divertido, con muchos amigos, viviría en Huechuraba. Tendría un auto deportivo joven. Sería blanco y sería chileno pero con antepasados alemanes o sino europeos.

Citas textuales

- *“Este tipo sería muy activo, tendría después de sus actividades físicas muchas amistades y viviría bien en por ejemplo el Huechuraba bueno.” (Hombre)*
- *“Se me hace como activo, joven, de unos 35 años, alto, tés blanca casi rubio y con apellido alemán o europeo”. (Mujer)*

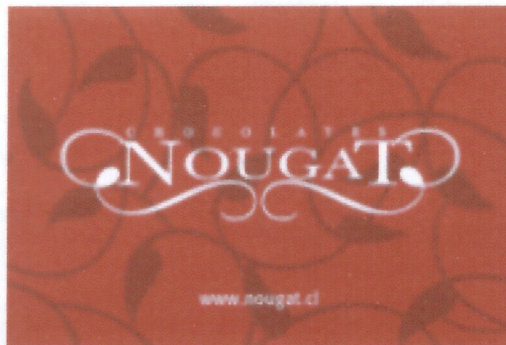
Si Nougat fuese una casa ¿Cómo sería esta?

Visión Global

Es interesante el hecho de que en esta pregunta subyace el tema de la "Tradición" como atributo asignado a Nougat, tradición sureña, tradición acogedora.

Citas textuales

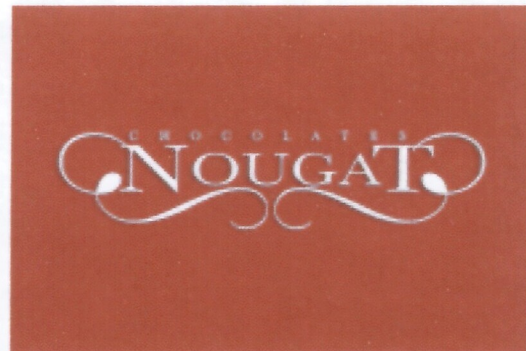
- Es urbana, en la ciudad, con chimenea. (Hombre)
- *"Me la imagino perdida al medio de lo urbano, como un lugar mágico entre todos los edificios, con enredaderas, algo que no sabes lo que es y entras y es algo muy distinto a lo que es la ciudad."* (Mujer)
- *"A orilla de lago con casita de madera, su huerta, con jardín lindo y en el sur".* (Mujer)
- *"La visitarían personas en busca de calor de hogar, gente aburrida de los departamentos, te encuentras a la abuelita dentro cosas así"* (Mujer)



- Se percibe muy elegante, distinguido y sofisticado.
- Sólo causa algo de molestia las figuras de fondo al logo.
- El color rojo agrada bastante.

Citas

- *"Muy elegante como las chocolaterías que hay acá en Santiago"* (Mujer)
- *A mi no me gustó, me molesta la mezcla la letra, parece de novela"* (Hombre)



- Se percibe muy elegante y distinguido
- Agrada mucho mas por no tener las figuras de fondo.

Citas

- *"Este me gusta más porque no me causa saturación el rococo del logo con lo de fondo que tenía la otra imagen que mostrste"* (Mujer)
- *"Sabes que ninguno de los dos que nos mostraste tiene vinculación con el sur"* (Mujer)

Observaciones

- **No** hubo grandes diferencias entre hombres y mujeres en las observaciones.
- **Sentimientos:** Siempre el chocolate va a despertar sentimientos positivos en la mente de las personas (de este segmento), evocando romanticismo y aprecio entre otros aspectos.
- **Vinculación geográfica:** Por todos los asistentes el chocolate es referente de sur. Importante es mencionar que se maneja al sur como autoridad en lo que a productos artesanales y sanos se refiere.
- **Atributo máximo:** Por sobre todo el sabor.
- **Compran cuando:** En el caso de los hombres, se observó un comportamiento más racional y práctico en el proceso de compra de chocolate, llevándolo a visualizar como una medio de conquista y propiciador de atmósferas.
- **En las mujeres:** El consumo es evidentemente mas individual, por placer, por impulso y deseo de satisfacción.
- **Productos asociados:** vino y flores en el caso de los hombres y café, y galletas en el caso de las mujeres.
Gelatería no es atractiva en lo más mínimo en ambos sexos.
- **Marca:** Si bien la marca no la conocen, al mostrárselas la percepción fue bastante positiva emergiendo cualidades de elegancia y distinción fuertemente.