

PREFERENCIAS EN CHOCOLATE





¿Qué queremos encontrar
con esta investigación?

A close-up photograph of cocoa ingredients. In the foreground, a wooden spoon is filled with a mound of fine, dark brown cocoa powder. To the left and in the foreground, several cocoa beans are scattered on a wooden surface. In the background, a cocoa pod is partially visible, showing its characteristic ribbed texture. The lighting is warm and focused on the spoon and beans.

OBJETIVO

- ✓ *Detectar los aspectos relevantes para el consumidor en la toma de decisión en torno a la compra de chocolate.*
- ✓ *Identificar el nivel de conocimiento del usuario de los productos bajos en calorías.*



¿Cómo lo hicimos?



Realización de encuesta digital

A través de SurveyMonkey orientada a “amantes del chocolate”. Muestra: 270 encuestas.



Análisis e interpretación de resultados

Para obtener learnings y recomendaciones.

A close-up photograph of chocolate shavings, showing various textures and colors from light brown to dark brown. The shavings are piled together, creating a rich, indulgent background. The lighting is soft, highlighting the smooth and slightly rough edges of the chocolate pieces.

AMANTES DEL CHOCOLATE
Perfil de consumidor

PERFIL DEL CONSUMIDOR DE CHOCOLATE



“Hola soy Liz tengo 29 años, y me preocupa el tipo de alimentos que consumo, sin embargo me declaro amante del chocolate.”

- Los consumidores de chocolate son mayormente mujeres (59%), mientras el 41% son hombres.
- El chocolate es consumido por adultos jóvenes de entre 26 a 35 años (43%), seguido de un target menor de 15 a 25 años (27%), aunque los adultos en edad productiva también son consumidores (36 a 45 años con el 21%).

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey.



“Ayer por la tarde estaba en una tienda de conveniencia y tuve mucho antojo de comer un chocolate, al acercarme al anaquel y ver la variedad de productos me pregunté cuál sería el mejor...”



PROPIEDADES DEL PRODUCTO

A pesar de las tendencias sobre nutrición y bajo consumo de calorías, el contenido calórico pasa a segundo termino siendo el sabor lo que impulsa la decisión de compra entre los amantes del chocolate.

PROPIEDADES DEL PRODUCTO



“Empecé analizando cuáles eran las características más importantes. Así decidí que el sabor está por encima de cualquier otra variable como la marca o el precio.

También me di cuenta que el nivel de cacao en el producto es un motivador, porque me hace pensar que está hecho de ingredientes naturales.”

- El 86.33% de los usuarios consideran que el tipo de sabor es lo más importante al comprar un producto.
- Por su parte, el 21.58% cree que la marca es una variable relevante en la decisión de compra.

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey.

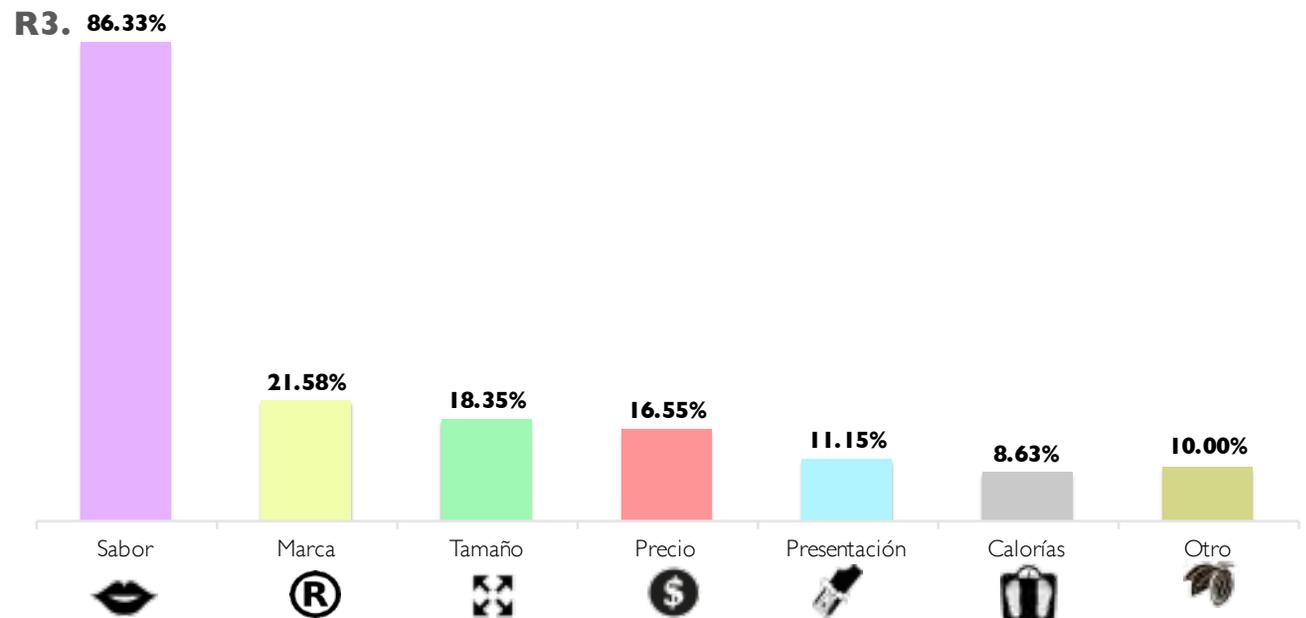
CARACTERÍSTICAS IMPORTANTES



Los usuarios identifican al **sabor como la propiedad más importante** al seleccionar un chocolate, incluso muy por encima del precio. Para ellos la combinación mayormente ideal es dulzura más cremosidad.



El **cacao es mencionado como una característica adicional** de relevancia, ya que se convierte en un **indicador de ingredientes naturales** en el chocolate.



P3. ¿Cuándo compras un chocolate qué te importa más?

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey.

PREFERENCIA POR “SABOR”

 El sabor del chocolate es la razón principal por la cual los usuarios manifiestan ser adictos a estos productos.

R4.

“Un buen sabor indica buena calidad”

“El sabor es primordial para volver a comprarlo”

“El sabor me hace desear comer otro”



“Si el sabor es bueno la marca es irrelevante”

“Los malos chocolates saben a jabón o grasa”

P4. ¿Por qué escogiste lo siguiente? (por favor contesta en base a todas tus respuestas de la pregunta 3).

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey.

PROPIEDADES DEL PRODUCTO



“A pesar de que lo principal en un chocolate es el dulce, busco algo que no sea tan empalagoso.”

“¡Amo aquellos que tienen ingredientes extras como almendras o galletas!”

- El 32.6% de los consumidores, indica que prefiere el chocolate amargo, mientras que el 13.2% lo buscan poco empalagoso.
- Los ingredientes preferidos complementarios a un chocolate son las almendras y los cacahuates con el 20.0% cada uno.

fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey

PREFERENCIA POR “SABOR”



Los usuarios manifestaron de manera orgánica los diferentes sabores de su interés, así como los ingredientes extras que los motivan a comprarlos.



El **chocolate amargo combinado con algún tipo de semillas** como las almendras o las nueces son de los predilectos.

R4. Preferencias particulares

	Amargo	32.6%
	No empalagoso	13.2%
	Muy dulce	13.2%
	No grasoso	11.0%
	Obscuro	7.5%
	Blanco	7.5%
	Con leche	6.5%
	Cremoso	6.5%
	Relleno	2.0%

R4. Ingredientes extra preferidos

	Almendras	20.0%
	Cacahuete	20.0%
	Nueces	15.0%
	Galleta	15.0%
	Menta	15.0%
	Caramelo	10.0%
	Avellana	5.0%

P4. ¿Por qué escogiste lo siguiente? (por favor contesta en base a todas tus respuestas de la pregunta 3).

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey.

PROPIEDADES DEL PRODUCTO



“Aunque existen varias marcas con productos similares, prefiero comprar las que conozco de toda la vida. Ya que la calidad esta garantizada.”

- Las marcas manifestadas orgánicamente por los usuarios fueron: Milky Way, Snickers, M&M's, Carlos V, Ferrero Rocher, Chocolate Abuelita, Lindt, Turín y Constanso.

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey.

PREFERENCIA POR “MARCA”



Difícilmente probarán una marca de chocolate nueva, a menos que no se encuentre respaldada por una ya conocida o sea recomendada por alguien en quien confíen.

R4. Razones por las que es relevante la marca

- | | |
|----------------------------------|--------------|
| ✓ Es garantía de calidad | 45.0% |
| ✓ La conozco de toda la vida | 37.5% |
| ✓ Me da confianza | 10.0% |
| ✓ Le da reconocimiento/prestigio | 7.5% |



P4. ¿Por qué escogiste lo siguiente? (por favor contesta en base a todas tus respuestas de la pregunta 3).

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey.



“La selección en el tamaño es un conflicto para mí, porque tiene que ser necesario para satisfacer mi antojo pero no debe ser tan caro.”

“Aunque siempre he pensado que el precio es un indicador de calidad en los productos.”

- El 50% de las personas prefieren un chocolate de tamaño promedio, mientras que el 37.5% busca cantidades más grandes.

PREFERENCIA POR "TAMAÑO"



Existen dos visiones dentro de los usuarios: por un lado creen que **entre más elevado sea el precio mayor será la calidad**, mientras que otros consideran que **la calidad no necesariamente implica un costo elevado**.

R4. Nivel de preferencia por el tamaño



P4. ¿Por qué escogiste lo siguiente? (por favor contesta en base a todas tus respuestas de la pregunta 3).

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey.

PREFERENCIA POR “PRECIO”



Regularmente **optan por productos a un precio bajo**, sin embargo en ocasiones prefieren uno de costo alto por ser de buena calidad.

R4. Razones por las que es relevante el precio

- | | |
|--|---------------|
| ✓ Busco un precio accesible | 38.4 % |
| ✓ Debo cuidar mi presupuesto | 34.6% |
| ✓ Costo alto si tiene buen sabor y calidad | 17.4% |
| ✓ Busco un precio justo | 9.6% |

“Hay algunos que son exageradamente caros”

“Si es muy caro elijo otra opción”

“No me preocupa porque sólo lo compro ocasionalmente”

“El precio es un indicador del nivel de calidad”

“No puedo comprar algo fuera de mi presupuesto”



P4. ¿Por qué escogiste lo siguiente? (por favor contesta en base a todas tus respuestas de la pregunta 3).

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey.

PROPIEDADES DEL PRODUCTO



“Como la mayoría de las veces no puedo ver el contenido del producto, me concentro en aquellos que tienen un empaque vistoso donde se puede apreciar que el chocolate tiene divisiones que me permitirán dosificarlo o compartirlo.”

- Tan sólo el 11.5% de los usuarios encuestados considera la presentación del producto como una característica importante.
- Las características de la presentación relevantes para los usuarios son: colores llamativos, tipo de ingredientes y las divisiones en la barra de chocolate.

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey

PREFERENCIA POR “PRESENTACIÓN”



A pesar de optar por chocolates a un precio accesible siempre **se fijarán en empaques atractivos** y que motiven el antojo.



Sólo existe una minoría de personas que creen que la presentación del chocolate no es importante.

R4. Razones por las que es relevante la presentación

	Llamativa	28%
	Si es atractiva motiva la compra	22%
	Debe ser diferente a los demás chocolates	19%
	El chocolate debe tener divisiones	14%
	Imagen acorde con la calidad	12%
	Debe especificar los ingredientes que contiene	5%

P4. ¿Por qué escogiste lo siguiente? (por favor contesta en base a todas tus respuestas de la pregunta 3).

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey.

PROPIEDADES DEL PRODUCTO



“Considero que el nivel de calorías en el chocolate es relevante para estar saludable con una alimentación balanceada.

Sin embargo, de vez en cuando busco darme un premio con un delicioso chocolate.”

- El 8.66% de los encuestados afirma que las calorías son una característica importante en los chocolates.
- De ellos el 25% conoce la relevancia de las calorías pero no tiene idea de porqué son importantes.

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey.

PREFERENCIA POR "CALORÍAS"



A pesar de que buscan cuidar su alimentación **se dan un premio al consumir un chocolate** de vez en cuando.



Los usuarios se interesan en el nivel de calorías del chocolate para:

R4.

 Tener una alimentación balanceada	35%
 Mantener la dieta	28%
 Su cuidado personal	13%
 Tener una mejor salud en general	13%
 Conocer el nivel nutricional del producto	11%

R4. Nivel de interés por las calorías

Sí me importa
75%



Ni idea
25%



P4. ¿Por qué escogiste lo siguiente? (por favor contesta en base a todas tus respuestas de la pregunta 3).

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey.



CONSUMO DE CHOCOLATE

Las principales barreras que enfrentan los usuarios para adquirir chocolate son los precios elevados y la percepción del daño que provoca la ingesta de calorías.

CONSUMO DE CHOCOLATE



“Regularmente me como entre 1 y 3 piezas de chocolate al mes. A veces tengo ganas de más pero me detengo porque quiero mantener mi dieta, además de que los precios influyen en mi economía.”



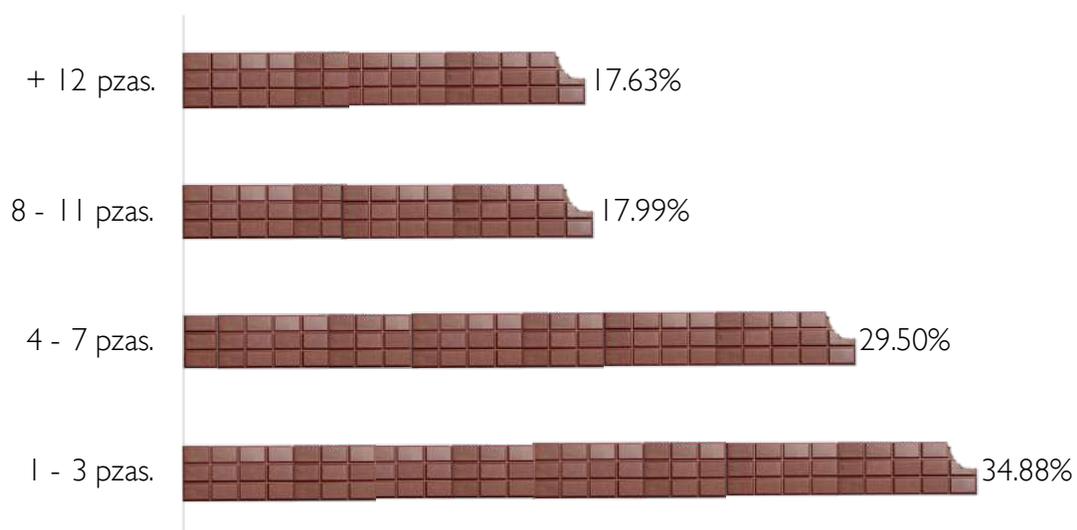
- El 34.88% de los encuestados consume entre 1 y 3 piezas de chocolate al mes, mientras que el 17.63% llega a comer más de 12.
- El 18.1% de las personas, indica que no compra más chocolate por miedo a engordar, mientras que el 20.3% considera el nivel de calorías como una barrera para incrementar su consumo.

FRECUENCIA DE CONSUMO



La mayoría de los usuarios **sólo consumen hasta 3 piezas de chocolate al mes**, por ello la importancia de que el tamaño sea el suficiente para saciar su antojo y se encuentre a un precio accesible.

R5. Consumo promedio de chocolate en un mes



R6. Razones para no comprar más chocolate



P5. ¿Cuántos chocolates consumes en promedio en un mes?

P6. ¿Por qué no compras más chocolate de lo que mencionas en la pregunta anterior?

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey.

CONSUMO DE CHOCOLATE



“Siempre tengo el conflicto de comer algo rico pero que sea saludable y tenga pocas calorías.”

“Sin embargo, es difícil encontrar estos productos a precios accesibles.”

- El 34.4% de los usuarios manifiestan que para incrementar el nivel de consumo de chocolate es necesario que el producto tenga grandes sabores. En tanto que el 14.5% compraría más producto si éste tuviera un precio más bajo.
- Por su parte, el 7.9% de los encuestados sin importar los detonantes incrementaría su nivel de consumo.

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey.

DETONANTES DE AUMENTO DE CONSUMO



Los usuarios **buscan adquirir un chocolate bajo en calorías que no sacrifique el sabor** y que se encuentre a un precio accesible a su economía.



La **principal barrera** para que no consuma más chocolate es el **nivel de precio que tienen los productos de buena calidad.**

R7. Características que motivan la compra de chocolate

34.4% Sabor

14.5% Precios bajos

8.8% Pocas calorías

6.9% Reducidos en azúcar

4.4% No engorden

4.3% Diversidad en presentación/empaque

3.1% Mayor calidad

3.1% Fácil acceso (punto de venta)

3.1% Mayor nivel de cacao

2.5% Contenga ingredientes extra (avellana, nuez, galleta)

2.5% Variedad de producto (tamaño, combinaciones)

2.2% Bajos en grasa

2.2% Light

7.9% **No incrementarían su nivel de consumo**

P7. ¿Qué características buscarías para aumentar tu consumo/compra de chocolate?

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey.



PERCEPCIÓN DE MARCAS

Las marcas reconocidas que cuentan con una larga trayectoria son percibidas como sinónimos de calidad en sus productos.

PERCEPCIÓN DE MARCAS



“¿Cómo desearía que mis marcas preferidas (Hershey’s, Lindt y Snickers) tuvieran presentaciones bajas en calorías!”

“Después de tanto pensar, decidí comprar un Hershey’s porque tiene gran variedad de sabores, además de que es de fácil acceso y lo puedo encontrar en cualquier lugar.”



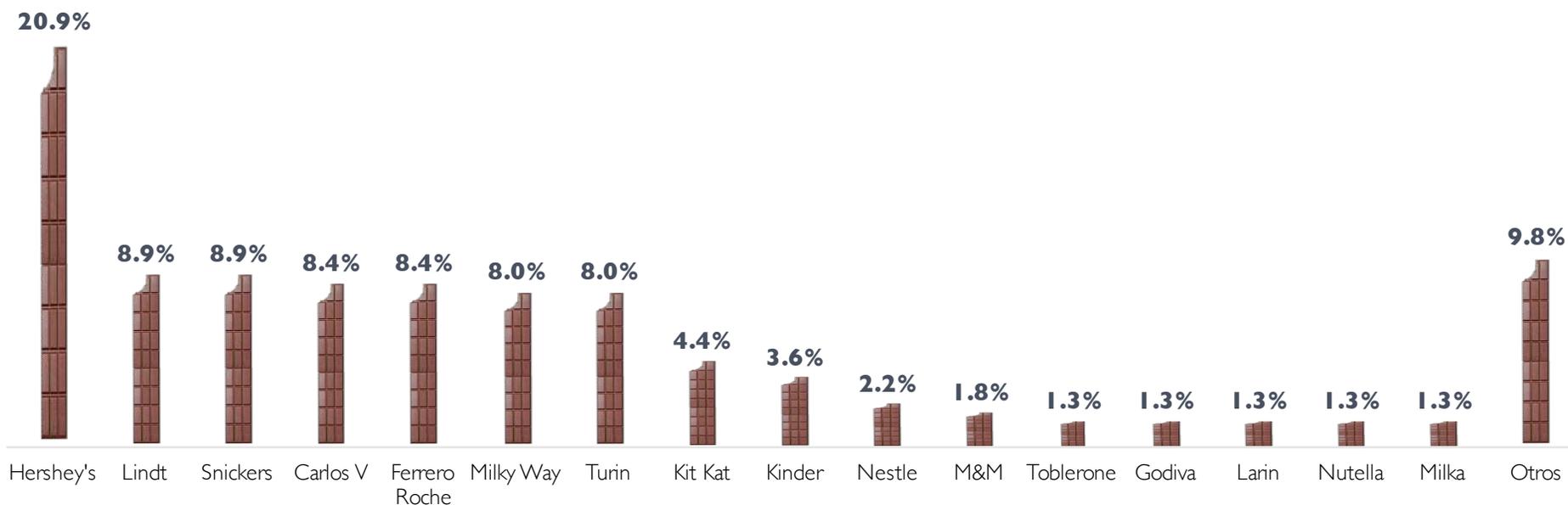
- El 20.9% de los usuarios encuestados compraría un Hershey’s que fuera bajo en calorías. Mientras que el 8.9% optaría por un Lindt o un Snickers.

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey.



Las **marcas de fácil acceso** que los usuarios pueden encontrar en cualquier punto de venta **son las preferidas**.

R10. Marcas preferidas de chocolates bajos en calorías



P10. ¿Qué marca de chocolate comprarías si tuviera 100 calorías?

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey.

PREFERENCIA DE MARCA



R10.

Las **marcas de fácil acceso** que los usuarios pueden encontrar en cualquier punto de venta **son las preferidas.**

20.9%

- ✓ Posee **variedad de sabores** y por ser **reconocida** es señal de **calidad garantizada**.

8.4%



- ✓ Es el que **más compran** porque es **fácil de conseguir**.

3.6%

- ✓ Su **sabor** es **cremoso**.

8.9%



- ✓ Es **delicioso** porque tiene **más cacao** aunque su **precio es elevado**.

8.0%



- ✓ Preferido por su **sabor**, es el **favorito**.

2.2%

- ✓ Su **sabor** es **gourmet**.

8.9%



- ✓ Es el **favorito** por su **sabor** aunque tiene **muchas calorías**.

8.0%



- ✓ Elegido por su **sabor** y nivel de **calidad**.

1.8%

- ✓ Gusto por su gran **sabor**.

8.4%



- ✓ Es **delicioso** porque tiene **más cacao** aunque su **precio es elevado**.

4.4%



- ✓ La **galleta** lo hace **delicioso**.

PI0. ¿Qué marca de chocolate comprarías si tuviera 100 calorías? ¿Cuál y por qué?

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey.



LA IMPORTANCIA DE LAS CALORÍAS

Existe una gran preocupación por el nivel de calorías que tiene cada producto que consumen los usuarios, sin embargo muestran apatía por conocer más sobre el tema.

LA IMPORTANCIA DE LAS CALORIAS



“Al salir de la tienda me di cuenta que a pesar de que me preocupan los niveles calóricos de los productos no me detengo a revisar las etiquetas.”

- El 72.6 % de los encuestados muestra interés por conocer el nivel calórico de los productos.
- En tanto que el 26.26% nunca se ha fijado en las calorías de los chocolates.

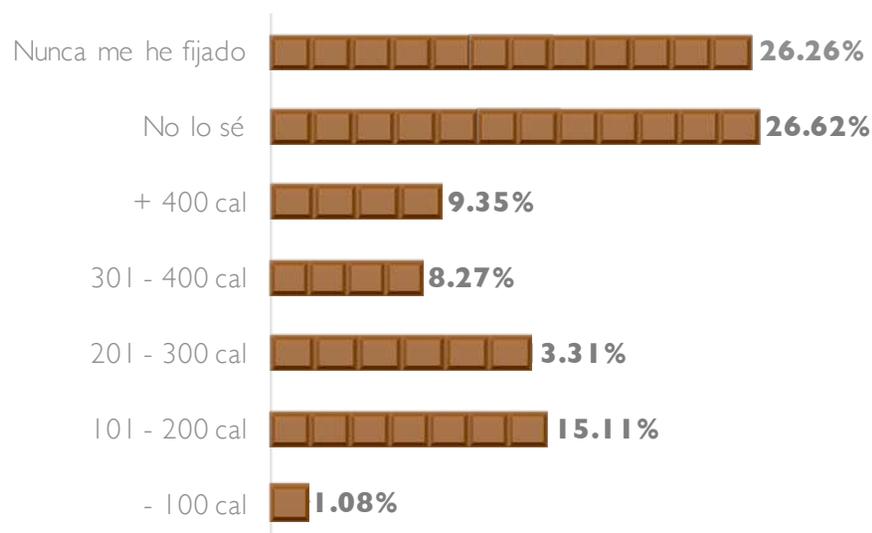
Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta realizada por Monkey.

CONTENIDO CALÓRICO



A pesar de que los usuarios manifiestan una gran preocupación por los niveles calóricos de los chocolates, **existe un amplio desconocimiento y apatía por** observar las etiquetas de los productos para **mantenerse informados**.

R8. Conocimiento del nivel de calorías



R9. Nivel de interés en chocolates menores a 100 calorías

Si me interesa No me interesa

God, please...



72.6%

Oh no...



27.4%

P8. ¿Sabes cuántas calorías tiene una barra de chocolate?

P9. ¿Te interesaría un chocolate que tuviera 100 calorías?

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey.

LA IMPORTANCIA DE LAS CALORIAS



“Siempre he creído que un chocolate no tiene menos de 100 calorías, aunque pensándolo bien, en nivel ideal debería ser entre 50 y 100 calorías por pieza.”

- El 73.4% de los encuestados cree que son pocas 100 calorías en un chocolate.
- El 11.8% preferiría un chocolate con menos de 50 calorías.

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey.

CONTENIDO CALÓRICO



En promedio los usuarios consideran que un chocolate debe contener **entre 50 y 100 calorías**, sin embargo existe otra segmento que manifiesta **desconocimiento** por los niveles adecuados del consumo de calorías en un persona.

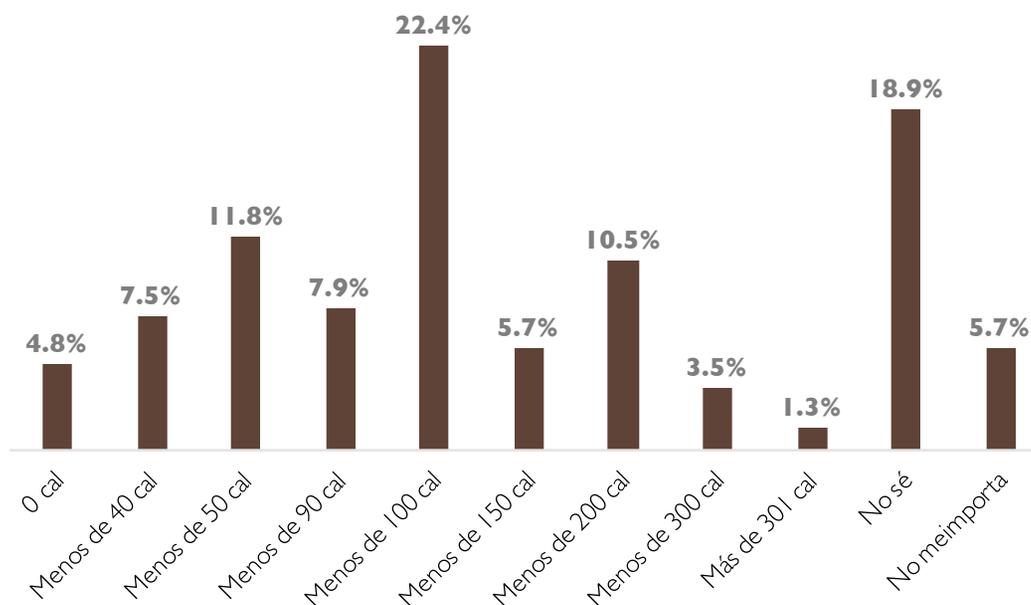
R11. 100 calorías en un chocolate es...



PI1. ¿Consideras que 100 calorías en una barra de chocolate es mucho o es poco?

PI2. Para ti, ¿cuántas calorías debería de tener una barra de chocolate?

R12. Nivel ideal de calorías



Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey.

LA IMPORTANCIA DE LAS CALORIAS



“Regularmente no me fijo en las calorías de las botanas, pero de no encontrar un chocolate bajo en calorías compraría una barrita de cereal o una fruta”



- El 72.7% de los encuestados no se fijan en el nivel de calorías en un snack o botana; del 27.3% que sí lo hace, el 71% indica que el nivel de calorías si influye en su decisión de compra.
- Los encuestados identifican a las barritas de cereal (41.6%), fruta (18.0%) y frituras (14.6%) como productos con menos de 100 calorías.

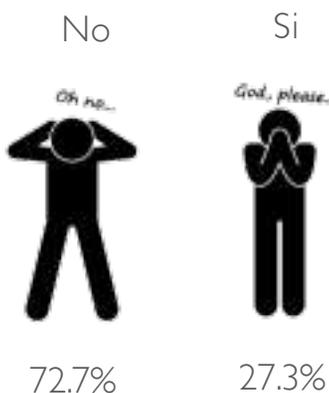
Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en SurveyMonkey.

CONTENIDO CALÓRICO

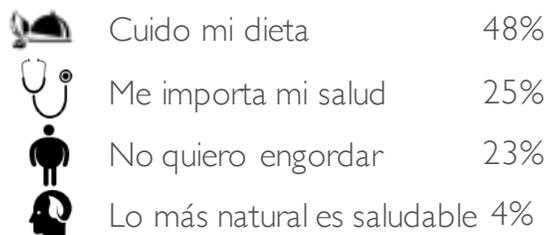


La diversidad que existe en sabor, presentación y combinación de ingredientes en las barras de cereales son plenamente identificadas como productos reducidos en calorías.

RI4. Conocimiento calórico en snack/botana



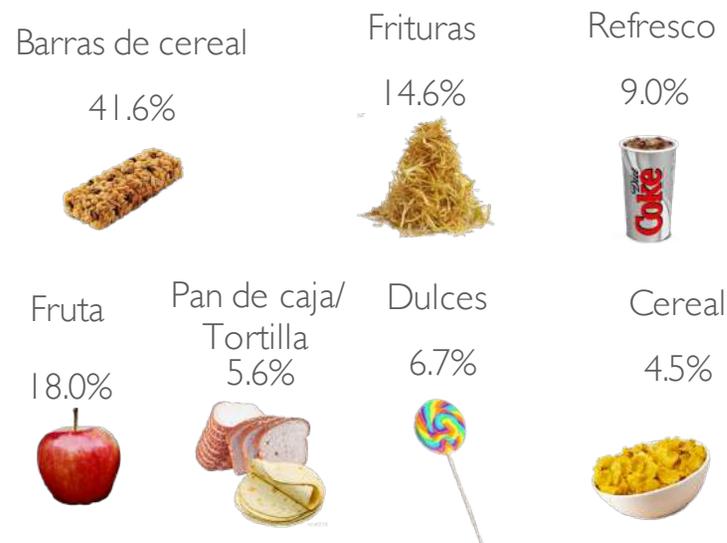
RI4. Cambio mi decisión de compra porque:



PI3. ¿Qué otros productos tienen esta cantidad de calorías? (100 Kcal)

PI4. Cuando compras una botana/snack, ¿te fijas cuántas calorías tiene? Si contestaste que sí, ¿esto influye en tu decisión de compra? ¿Por qué?

RI3. Identificación de productos con menos de 100 calorías



Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey.

INCENTIVOS DE COMPRA



“En realidad, no estoy segura de si estaría dispuesta a pagar más por un producto bajo en calorías.”

“Creo que esta decisión depende de los beneficios adicionales que me puedan ofrecer.”

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey.



No existe una tendencia marcada o un interés tangible en los usuarios **por pagar un precio más elevado** en productos con menos de 100 calorías.

R15. Conocimiento calórico en snack/botana



P15. ¿Estarías dispuesto a pagar más por un producto que contenga sólo 100 calorías?

Fuente: Elaboración propia con base en resultados obtenidos de la encuesta en Survey Monkey.

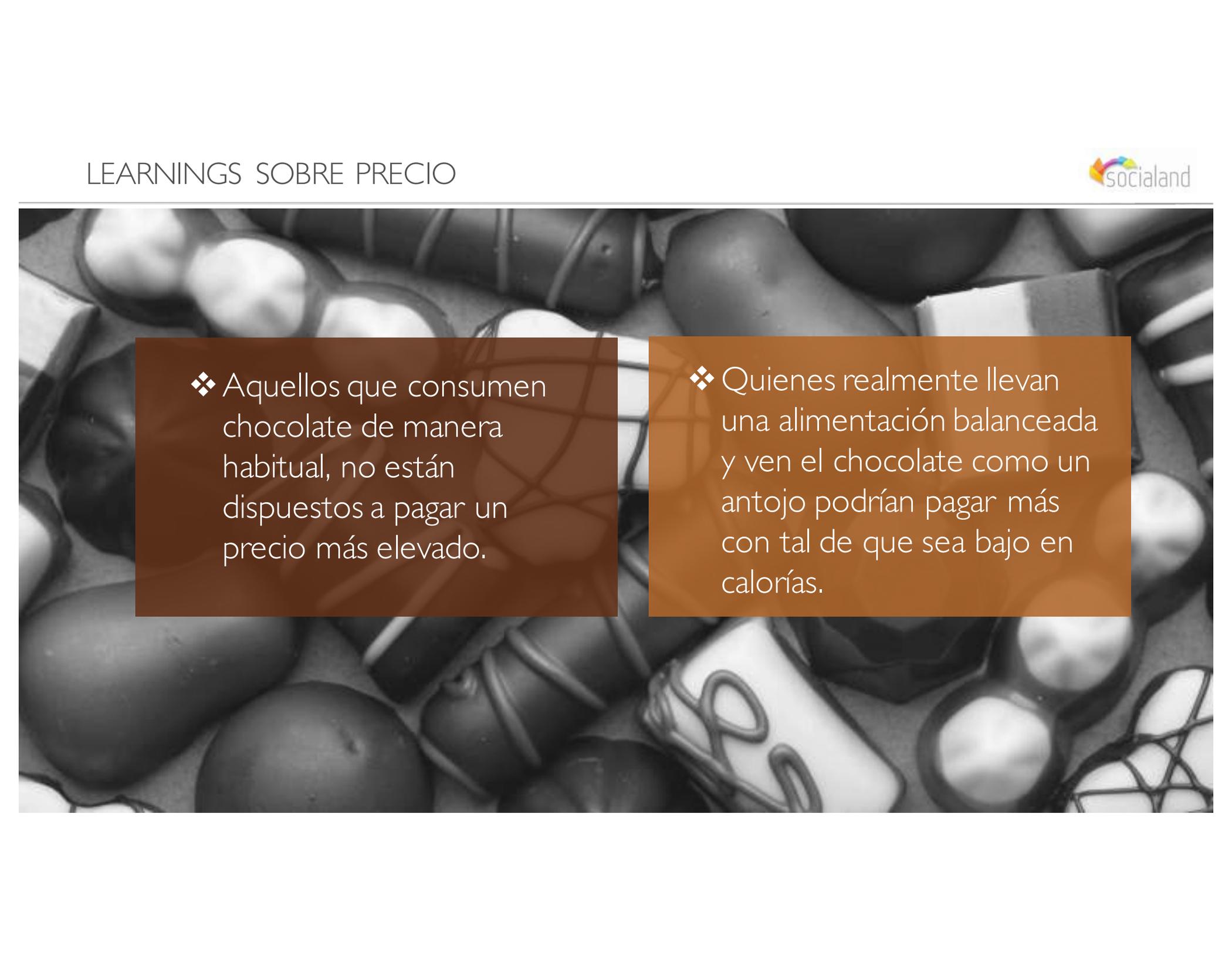


LEARNIGNS

❖ El chocolate amargo es percibido como el más bajo en calorías y azúcar.

❖ Entre más cacao contiene un chocolate se considera más natural.

❖ Hoy en día el usuario no se conforma con un simple chocolate, busca alternativas en sabor e ingredientes.

The background of the slide is a close-up, black and white photograph of various chocolates, including round ones, some with white fillings, and others with decorative swirls or patterns.

❖ Aquellos que consumen chocolate de manera habitual, no están dispuestos a pagar un precio más elevado.

❖ Quienes realmente llevan una alimentación balanceada y ven el chocolate como un antojo podrían pagar más con tal de que sea bajo en calorías.

❖ Las marcas populares son aquellas que pueden encontrar en cualquier punto de venta.

❖ Las marcas que los usuarios han comprado de toda la vida son garantía de calidad en sus productos.

❖ No existe una marca posicionada en la mente de los usuarios como baja en calorías.

- ❖ Los encuestados aparentan estar preocupados por el nivel de calorías que consumen, sin embargo no tienen conocimiento pleno de porqué es importante el tema.



GRACIAS