

BRIEF PUBLICITARIO INCAUCA ZERO

JEYSON FABIAN MENDEZ

JOHN LUNA

UNIVERSIDAD ECCI

PROGRAMA DE LENGUAS MODERNAS

BOGOTA D.C

2014

CONTENIDO

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	4
2. RETO	5
3. OBJETIVO DE NEGOCIO U OBJETIVO DE LA MARCA.....	5
4. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN	5
5. TARGET ¿A QUIEN LE ESTAMOS HABLANDO?	5
6. INSIGHTS DE Y AL CONSUMIDOR	6
7. CARÁCTER DE LA MARCA	7
8. ESTILO Y TONO	7
9. LOS NO	7
10. BENEFICIOS	8
11. MANDATORIOS	11
12. PERIODO DE LA CAMPAÑA	11
13. PRESUPUESTO	11
14. ENTREGABLES	12

ANEXOS

BIBLIOGRAFIA

RESUMEN

El siguiente brief publicitario se desarrolló con el principal objetivo de atraer clientes potenciales que consuman el producto Incauca zero y por ende generar un aumento en las ventas, también con el fin de mantener la marca Incauca como la pionera en la industria del azúcar en Colombia. Incauca Zero se presenta en el mercado acorde a su publicidad como un producto exclusivo para mujeres que buscan verse deslumbrantes con cuerpos envidiables y que llevan un estilo de vida saludable, con base a esto se quiere tener un nicho de mercado más proporcional en el cual se busca que Incauca Zero tenga más comercialización y sea más reconocido en el mercado colombiano ya que no es solo un endulzante que contiene cero calorías sino también su uso es permitido para los diabéticos y previene la caries; todo esto se va a llevar a cabo haciendo un estudio de mercado donde se presentan los resultados obtenidos gracias a encuestas y entrevista realizadas a estudiantes de la universidad ECCI, La encuesta se aplicó a 6 personas, 5 mujeres y 1 hombre con un promedio de edad de 24 años y de nivel socioeconómico entre 2 y 4, Los encuestados en la primera pregunta hicieron relevancia a la calidad de los productos Incauca, su precio y trayectoria; el 50% de los encuestados hacen reconocimiento de la marca por pautas publicitarias televisivas y el otro 50% reconocen al producto directamente por su empaque; La tercera pregunta abordaba la importancia de consumir azúcar bajo en calorías; y en general todos opinaron que es importante su consumo no obstante la gran mayoría no lo conocían, hemos concluido, que la mayoría de los encuestados afirmaron que gracias a una buena campaña publicitaria estarían interesados en adquirir el producto por sus componentes y beneficios que brinda a la salud.

ABSTRACT

The previous marketing brief was developed with the main objective to attract potential consumers of the product Incauca zero and therefore to generate an increase in sales, also in order to maintain Incauca brand as the most important company in the sugar industry in Colombia. Incauca Zero is presented in the market, according to their advertising as an product exclusively for women who want to look dazzling with enviable bodies and that have a healthy lifestyle, equivalently to all that we want to change that point of view so in that way more market niches will be attracted to acquire the product and the brand will have more recognition among all other companies due to the fact that it is not just a sweetener that contains zero calories but also its use is permitted for diabetics and prevents cavities; all this is going to be conducted by a market research where results are presented using surveys and interviews answered by university students from ECCI, the survey was provided to 6 people, 5 women and 1 man with an average

age of 24 and socioeconomic level between 2 and 4, the surveyed, in the first question did relevance to Incauca product quality, price and trajectory; In regards to advertising, 50% of respondents do brand recognition by television advertising and 50% recognize the product directly from its packaging; The third question addressed the importance of consuming low calorie sugar; 50% of respondents highlighted the benefit it brings to maintain good health, but in general all felt that its consumption is important however the vast majority of respondents did not know the product, only one person knew it in its presentation of 250mg . In conclusion, we have discovered that most respondents said that thanks to a good advertising campaign they would be interested in acquiring the product by its components and benefits provided to the health.

1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

La sociedad actual se ha visto sujeta a muchos cambios en su estilo de vida, la mayoría de la gente busca siempre estar saludable y del mismo modo lucir una figura atlética. Los alimentos y productos novedosos que se ven en el mercado muchas veces facilitan esta tarea e Incauca Zero es uno de ellos, este último es un endulzante sin calorías totalmente natural que brinda dulce de una manera saludable sin ningún tipo de ingrediente artificial.

A pesar de que INCAUCA es una de las empresas con mayor reconocimiento a nivel nacional no cuenta con una campaña publicitaria adecuada para este producto provocando como consecuencia la disminución en sus ventas y en otros casos una mala segmentación de mercado debido a que este producto está enfocado, acorde a su campaña publicitaria hacia mujeres.

Generar una campaña publicitaria la cual no simplemente esté enfocada hacia mujeres con figuras envidiables sino hacia la sociedad del común debido a que este producto además de ayudar a conservar una buena figura permite mantenernos saludables ya que sus principales beneficios son: zero calorías, zero químicos, apto para diabéticos y evita la caries; generando de esta manera una expansión de mercado la cual va a ayudar a obtener mejores resultados con respecto a las ventas.

¿Con respecto a la publicidad, que se debe tener en cuenta para que el producto Incauca Zero sea enfocado hacia varios nichos de mercado y por ende el producto consumido por más personas?

2. RETO

Generar una campaña publicitaria que permita la expansión de mercado del producto y por ende la ampliación de sus nichos de mercado.

3. OBJETIVO DE NEGOCIO U OBJETIVO DE LA MARCA

- Atraer clientes potenciales que consuman el producto Incauca zero y por ende generar un aumento en las ventas.
- Posicionar a la azúcar Incauca zero como la número uno con respecto a azúcar dietético y bajo en calorías.
- Mantener a la marca Incauca S.A en la mente de los consumidores para no perder su fidelidad.

4. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

Se desea transmitir un mensaje persuasivo, enfatizando en los sentimientos de los consumidores debido a que es un producto que mejoraría en cierto modo la calidad de vida de las personas, apoyándonos en el posicionamiento de la marca a nivel nacional.

5. TARGET ¿A QUIEN LE ESTAMOS HABLANDO?

El producto Incauca zero acorde a su publicidad actual está enfocado principalmente a personas con figuras atléticas que buscan mantener su buena forma, por ende estos últimos son sus principales consumidores pero el producto tiene mucho potencial para ser consumido por más personas y satisfacer las necesidades de la sociedad.

A través de la nueva campaña el producto va dirigido a personas de sexo femenino y masculino entre los 18 y 65 años de edad que buscan primero que todo calidad por parte de una marca ya reconocida y también verse y sentirse saludables llevando una rutina disciplinaria en sus alimentos y actividades diarias pertenecientes a un estrato socioeconómico medio, alto debido a que el producto tiene un costo relativamente mayor al azúcar normal.

6. INSIGHTS DE Y AL CONSUMIDOR

La presente encuesta se aplicó a 6 personas, 5 mujeres y 1 hombre, con un promedio de edad de 24 años y de nivel socioeconómico entre 2 y 4.

Los encuestados en la primera pregunta hicieron referencia la calidad de los productos Incauca, su precio a la trayectoria con respecto a su opinión sobre la marca en general.

Con respecto a la publicidad, el 50% de los encuestados hacen reconocimiento de la marca por pautas publicitarias televisivas y el otro 50% reconocen al producto directamente por su empaque.

La tercera pregunta abordaba la importancia de consumir azúcar bajo en calorías; el 50% de los encuestados resaltaron el beneficio que trae para mantener una buena salud, pero en general todos opinaron que es importante su consumo.

Entre los encuestados solo una persona respondió que conoce el producto Incauca Zero en la presentación de 250 gr, los demás encuestados no conocen el producto.

La cuarta pregunta nos muestra los beneficios que los encuestados consideran más importantes en el siguiente orden:

1. Apto para diabéticos
2. Ayuda a mantener un peso balanceado
3. Evita la caries
4. Zero químicos

La persona encuestada que respondió que conocía el producto Incauca Zero recalca que lo más importante son los beneficios del mismo, dejando a un lado su sabor, precio y empaque.

La última pregunta nos deja saber que por medio de una buena campaña publicitaria todos los encuestados estarían dispuestos a adquirir el producto.

En conjunto con la encuesta se realizó una entrevista a una enfermera de una edad de 28 años graduada de la fundación universitaria del área andina en donde se le consultó sobre los beneficios que brinda el consumo de productos dietéticos y bajos en azúcar por lo cual ella respondió que contribuyen al buen funcionamiento del organismo sin incrementar la glucosa en la sangre, también que los sustitutos del azúcar pueden ayudarles a las personas que están tratando de adelgazar debido a que les suministran el dulce a los alimentos y las bebidas sin aportarles calorías extras y el hecho de usar edulcorantes artificiales en lugar del azúcar también puede ayudar a prevenir las caries dentales y en las personas con diabetes a controlar su nivel de azúcar en la sangre.

Por último ella afirma que se puede influenciar a la población a consumir el producto haciendo énfasis en los beneficios que este brinda sin dejar a un lado los sabores que más nos gustan, debido a que el producto nos permite tener una dieta sana y balanceada, combatir sobrepeso y obesidad, a menor cantidad de calorías, mayor contenido nutricional.

7. CARÁCTER DE LA MARCA

La marca es reconocida a nivel nacional debido a que es una las industrias azucareras más grandes e importantes de Colombia fundada el 29 de julio de 1963 por ende genera confiabilidad y respeto. El producto Incauca Zero es un producto nuevo e innovador gracias a sus componentes y beneficios, que se preocupa por el bienestar y la salud de sus consumidores.

8. ESTILO Y TONO

El estilo debe ser producto elegante, generar una sensación de frescura y al mismo tiempo mostrar una imagen natural que genere una conexión con la buena salud, utilizando los colores que resaltan la naturaleza, también debe tener un ambiente deportivo y amable debido a que con el producto se busca igualmente incentivar a las personas a realizar actividades que ayuden a obtener una vida saludable.

9. LOS NO

Este ítem nos muestra los elementos comunicativos que no deben ser incluidos en la campaña; el producto no debe ser mostrado de una forma irónica debido a que puede afectar los sentimientos de los consumidores en una manera adversa, no debe tener ningún enfoque hacia alguna situación política y/o económica, no debe ser mostrado como burla hacia las personas que tienen algún tipo de sobrepeso o problema de salud, no se deben tratar temas controversiales de la situación actual del país.

10. BENEFICIOS

El siguiente documento resume las características generales de la compañía en un entorno interno y externo, por ende nos da una amplia idea sobre las principales estrategias que se deben tener en cuenta para prevenir cualquier tipo de falencias en cuanto al desarrollo y posicionamiento de la marca.

INTERNO	FORTALEZAS	DEBILIDADES
EXTERNO	<ol style="list-style-type: none"> 1. CALIDAD. 2. POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO. 3. CONTRIBUYE A LA SALUD DE LOS CONSUMIDORES. 4. BUENA PRESENTACIÓN 5. DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO. 6. INFRAESTRUCTURA FAVORABLE. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. PRECIO 2. LA CAMPAÑA PUBLICITARIA ESTÁ ENFOCADA PRINCIPALMENTE AL GÉNERO FEMENINO LO CUAL AFECTA LA EXPANSIÓN DE SU MERCADO. 3. PRODUCTO TOTALMENTE INNOVADOR QUE PUEDE GENERAR UN LENTO CRECIMIENTO EN LAS VENTAS.
OPORTUNIDADES <ol style="list-style-type: none"> 1. EL CAMBIO EN EL ESTILO DE VIDA DE LA SOCIEDAD PERMITE QUE EL PRODUCTO PUEDA SER MÁS COMERCIALIZA 	<ol style="list-style-type: none"> 1. DEBIDO AL BUEN POSICIONAMIENTO DE LA MARCA SE PUEDE GENERAR UNA CAMPAÑA EN REDES SOCIALES. 2. UNA INFRAESTRUCTURA FAVORABLE PERMITIRÁ EL DESARROLLO DE 	<ol style="list-style-type: none"> 1. EL USO DE REDES SOCIALES PERMITE DESARROLLAR UNA BUENA PUBLICIDAD. 2. DEBIDO A LA PRODUCCIÓN A GRAN ESCALA SE

<p>DO.</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. EL AVANCE EN LA TECNOLOGÍA PERMITE LA PRODUCCIÓN A GRAN ESCALA 3. USO DE REDES SOCIALES. 4. DIVERSIFICAR EL MERCADO. 5. INNOVACIÓN EN LA PRESENTACIÓN 	<p>UNA PRESENTACIÓN ECONÓMICA DEL PRODUCTO.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. PUBLICITAR EL PRODUCTO EN ESPACIOS DONDE LA SALUD SEA LA PRIORIDAD 4. CREAR ALIANZAS ESTRATÉGICAS EN DONDE SE ENFOQUE LOS BENEFICIOS SALUDABLES DEL PRODUCTO 5. PUBLICAR UN COMERCIAL TELEVISIVO EN DONDE SE DE A CONOCER EL PRODUCTO POR MEDIO DE SUS BENEFICIOS 	<p>PUEDE TRABAJAR EN EL MEJORAMIENTO DEL PRECIO.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA ADECUADA PERMITIRÁ LA DIVERSIFICACIÓN DEL MERCADO.
<p>AMENAZAS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ALTO NIVEL DE COMPETENCIA EN EL MERCADO. 2. LOS TRATADOS DE LIBRE COMERCIO. 3. LA ECONOMÍA ACTUAL. 4. CAMBIO CLIMÁTICO. 5. LA DIFERENCIA DE PRECIO ES BASTANTE CON RELACIÓN AL AZÚCAR NORMAL. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. LA CALIDAD DEL PRODUCTO CONTRARRESTA LA COMPETENCIA. 2. GRACIAS AL BUEN POSICIONAMIENTO DEL PRODUCTO EN EL MERCADO SE COMPETIRÁ CON LOS TRATADOS DE LIBRE COMERCIO 3. RESALTAR LOS BENEFICIOS DEL PRODUCTO CON RESPECTO A LA SALUD DEJANDO A UN LADO EL PRECIO 4. DEBIDO A LA INFRAESTRUCTURA QUE MANEJA LA 	<ol style="list-style-type: none"> 1. GENERAR UNA NUEVA CAMPAÑA PUBLICITARIA QUE PERMITA AL PRODUCTO SER MÁS RECONOCIDO ENTRE LA COMPETENCIA 2. DEBIDO A QUE EL PRODUCTO ES INNOVADOR Y EL PRECIO ES RELATIVAMENTE MAYOR AL DEL AZÚCAR NORMAL, SE

	EMPRESA CAMBIOS CLIMÁTICOS REPRESENTAN PROBLEMAS DE PRODUCCIÓN	LOS NO DE PUEDE GENERAR UNA CAMPAÑA MOSTRANDO PROMOCIONES AL PÚBLICO. 3. HACER ÉNFASIS EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE LA MARCA, YA QUE ESTA ESTÁ ENFOCADA HACIA LOS BUENOS HÁBITOS Y LA SALUD.
--	--	--

El producto Incauca Zero nos brinda muchos beneficios que apoyados con el posicionamiento de la marca proporciona seguridad y confiabilidad a sus consumidores, por ejemplo:

- Es apto para las personas con diabetes y ayuda a evitar la caries.
- Ayuda a mantener un estilo de vida saludable permitiendo de este modo el desarrollo de actividades alternativas en sus consumidores.

Las estrategias de mercadeo que se van a implementar en la investigación y desarrollo del proyecto son:

- Generar una campaña en redes sociales para dar a conocer el producto a más personas.
- Publicitar el producto en entornos enfocados en la salud, en donde se realicen actividades deportivas y/o físicas.
- Publicar un comercial televisivo en donde se dé a conocer el producto por medio de sus beneficios.

11. MANDATORIOS

Es mandatorio mantener la imagen corporativa de la empresa, como por ejemplo, su eslogan, empaque y logo debido a que la marca ya se encuentra posicionada en el mercado y algún cambio drástico puede cambiar la visión de los compradores hacia sus productos, es obligatorio que se muestre una imagen deportiva en la campaña, ya que con el producto se busca que los consumidores tengan un estilo de vida saludable a partir del uso del mismo y también es importante resaltar todos los beneficios que el producto brinda a sus usuarios.

12. PERIODO DE LA CAMPAÑA

La campaña se puede desarrollar en cualquier momento del año, la duración es de 4 meses, tiempo suficiente para obtener los resultados esperados y alcanzar los objetivos propuestos como el de posicionar a Incauca Zero como el producto pionero en la industria de los azúcares dietéticos y mantener a azúcar Incauca como la marca más importante del país.

13. PRESUPUESTO

El siguiente ítem nos enseña el presupuesto destinado para cada estrategia de mercado realizada a partir de la matriz foda:

- Generar una campaña en redes sociales para dar a conocer el producto a más personas
Presupuesto: \$5.000.000
- Publicitar el producto en entornos enfocados en la salud, en donde se realicen actividades deportivas y/o físicas.

Presupuesto: \$8.000.000
- Publicar un comercial televisivo en donde se dé a conocer el producto por medio de sus beneficios, se planea mostrar el comercial en un horario entre las 12:30 p.m. y 3:00 p.m. de lunes a viernes en las emisiones de noticias caracol.
Presupuesto: \$7.194.000, destinados para el espacio en el canal caracol.
\$150.000.000, destinados al comercial en sí.

14. ENTREGABLES

- Estrategias desarrolladas con respecto a la campaña publicitaria en redes sociales (Facebook, twitter, Instagram, YouTube) y los resultados.
- Datos estadísticos en donde se muestre la percepción de la gente al momento del producto ser publicitado en lugares donde se desarrollan actividades físicas y deportivas. (Fotos, análisis de comportamiento, opiniones de los consumidores)
- Información sobre gastos con relación a transportes, implementos requeridos por el personal de la campaña y suministros en general.
- En relación con la pauta televisiva se requiere un avance del comercial, en donde se muestre en detalle cómo va a ser mostrado hacia los consumidores para de este modo asegurarnos que la idea que se quiere transmitir este desarrollada correctamente.

BIBLIOGRAFÍA

Caracol televisión S.A
<https://ventas.canalcaracol.com/PortafolioPublico/VisualizarTarifasPublicas.aspx> }
accesado enero 14 del año 2015.

Incauca S.A

<http://www.incauca.com/>, <http://www.incaucazero.com/> , accesado el día diciembre
15 del año 2014

ANEXOS

Este ítem nos muestra la encuesta que se realizó en el proyecto con sus respectivas respuestas.



EDAD:

SEXO:

ESTRATO SOCIOECONÓMICO:

ENCUESTA

¿CONOCE USTED LA MARCA INCAUCA Y QUÉ OPINIÓN TIENE SOBRE SUS PRODUCTOS?

¿QUE PUBLICIDAD CONOCE SOBRE LA MARCA INCAUCA?

¿CONSIDERA USTED IMPORTANTE CONSUMIR AZÚCAR BAJO EN CALORÍAS?

¿CONOCE EL AZÚCAR INCAUCA ZERO O ALGÚN TIPO DE PRESENTACIÓN?

CLASIFIQUE DE 1 A 4 EL BENEFICIO DEL PRODUCTO QUE CONSIDERA MÁS IMPORTANTE:

- A. AYUDA A MANTENER UN PESO BALANCEADO
- B. EVITA LA CARIES
- C. APTO PARA DIABÉTICOS
- D. ZERO QUÍMICOS

SI LO CONOCE O LO HA USADO, ¿QUE ES LO QUE MÁS LE LLAMA LA ATENCIÓN DEL PRODUCTO?

- A. EL EMPAQUE
- B. EL SABOR
- C. EL PRECIO
- D. SUS BENEFICIOS

¿A PARTIR DE UNA BUENA CAMPAÑA PUBLICITARIA, ESTARÍA INTERESADO EN ADQUIRIR EL PRODUCTO?

LA INFORMACIÓN RECOLECTADA EN ESTA ENCUESTA SERÁ ESTRICTAMENTE APLICADA HACIA FINES ACADÉMICOS.



EDAD: 20 SEXO: Femenino ESTRATO SOCIOECONOMICO: 3

ENCUESTA

¿CONOCE USTED LA MARCA INCAUCA Y QUÉ OPINIÓN TIENE SOBRE SUS PRODUCTOS?

Son de buena calidad.

¿QUE PUBLICIDAD CONOCE SOBRE LA MARCA INCAUCA?

Una propaganda, donde muestra los cultivos.

¿CONSIDERA USTED IMPORTANTE CONSUMIR AZÚCAR BAJO EN CALORÍAS?

Sí

¿CONOCE EL AZÚCAR INCAUCA ZERO O ALGÚN TIPO DE PRESENTACIÓN?

En 250 gr.

CLASIFIQUE DE 1 A 4 EL BENEFICIO DEL PRODUCTO QUE CONSIDERA MÁS IMPORTANTE:

- A. 2 AYUDA A MANTENER UN PESO BALANCEADO
- B. 3 EVITA LA CARIES
- C. 1 APTO PARA DIABÉTICOS
- D. 4 ZERO QUÍMICOS

SI LO CONOCE O LO HA USADO, ¿QUE ES LO QUE MÁS LE LLAMA LA ATENCIÓN DEL PRODUCTO?

- A. EL EMPAQUE
- B. EL SABOR
- C. EL PRECIO
- D. SUS BENEFICIOS

¿A PARTIR DE UNA BUENA CAMPAÑA PUBLICITARIA, ESTARÍA INTERESADO EN ADQUIRIR EL PRODUCTO? Sí.

LA INFORMACIÓN RECOLECTADA EN ESTA ENCUESTA SERÁ ESTRICTAMENTE APLICADA HACIA FINES ACADÉMICOS.



EDAD: 23

SEXO: F

ESTRATO SOCIOECONOMICO:

ENCUESTA

¿CONOCE USTED LA MARCA INCAUCA Y QUÉ OPINIÓN TIENE SOBRE SUS PRODUCTOS?

SI, SON PRODUCTOS RECONOCIDOS Y DE BUENA CALIDAD

¿QUE PUBLICIDAD CONOCE SOBRE LA MARCA INCAUCA?

PROPAGANDAS Y EN TELEVISIÓN.

¿CONSIDERA USTED IMPORTANTE CONSUMIR AZÚCAR BAJO EN CALORÍAS?

SI

¿CONOCE EL AZÚCAR INCAUCA ZERO O ALGÚN TIPO DE PRESENTACIÓN?

NO LO CONOZCO

CLASIFIQUE DE 1 A 4 EL BENEFICIO DEL PRODUCTO QUE CONSIDERA MÁS IMPORTANTE:

- A. AYUDA A MANTENER UN PESO BALANCEADO
- B. EVITA LA CARIES
- C. APTO PARA DIABÉTICOS
- D. ZERO QUÍMICOS

SI LO CONOCE O LO HA USADO, ¿QUE ES LO QUE MÁS LE LLAMA LA ATENCIÓN DEL PRODUCTO?

- A. EL EMPAQUE
- B. EL SABOR
- C. EL PRECIO
- D. SUS BENEFICIOS

¿A PARTIR DE UNA BUENA CAMPAÑA PUBLICITARIA, ESTARÍA INTERESADO EN ADQUIRIR EL PRODUCTO?

SI

LA INFORMACIÓN RECOLECTADA EN ESTA ENCUESTA SERÁ ESTRUCTAMENTE APLICADA HACIA FINES ACADÉMICOS.



EDAD: 19

SEXO: F

ESTRATO SOCIOECONOMICO: 3

ENCUESTA

¿CONOCE USTED LA MARCA INCAUCA Y QUÉ OPINIÓN TIENE SOBRE SUS PRODUCTOS?

SI, es una marca buena, tiene productos económicos.

¿QUE PUBLICIDAD CONOCE SOBRE LA MARCA INCAUCA?

Comercial de TV.

¿CONSIDERA USTED IMPORTANTE CONSUMIR AZÚCAR BAJO EN CALORÍAS?

SI, es importante para la salud.

¿CONOCE EL AZÚCAR INCAUCA ZERO O ALGÚN TIPO DE PRESENTACIÓN?

NO

CLASIFIQUE DE 1 A 4 EL BENEFICIO DEL PRODUCTO QUE CONSIDERA MÁS IMPORTANTE:

- A. AYUDA A MANTENER UN PESO BALANCEADO 2
- B. EVITA LA CARIES 3
- C. APTO PARA DIABÉTICOS 1
- D. ZERO QUÍMICOS 4.

SI LO CONOCE O LO HA USADO, ¿QUE ES LO QUE MÁS LE LLAMA LA ATENCIÓN DEL PRODUCTO?

- A. EL EMPAQUE
- B. EL SABOR
- C. EL PRECIO
- D. SUS BENEFICIOS

¿A PARTIR DE UNA BUENA CAMPAÑA PUBLICITARIA, ESTARÍA INTERESADO EN ADQUIRIR EL PRODUCTO?

SI,

LA INFORMACIÓN RECOLECTADA EN ESTA ENCUESTA SERÁ ESTRICTAMENTE APLICADA HACIA FINES ACADÉMICOS.



EDAD: 25 SEXO: M. ESTRATO SOCIOECONOMICO: 2

ENCUESTA

¿CONOCE USTED LA MARCA INCAUCA Y QUÉ OPINIÓN TIENE SOBRE SUS PRODUCTOS? *Si / Marca reconocida por producción de endulzante goza de gran trayectoria en el mercado.*

¿QUE PUBLICIDAD CONOCE SOBRE LA MARCA INCAUCA? *La que puede verse en los sobres de azúcar en muchos lugares donde se compra el café ya preparado*

¿CONSIDERA USTED IMPORTANTE CONSUMIR AZÚCAR BAJO EN CALORÍAS? *Si, por cuestión de salud y prevención de enfermedades*

¿CONOCE EL AZÚCAR INCAUCA ZERO O ALGÚN TIPO DE PRESENTACIÓN? *No.*

CLASIFIQUE DE 1 A 4 EL BENEFICIO DEL PRODUCTO QUE CONSIDERA MÁS IMPORTANTE:

- A. AYUDA A MANTENER UN PESO BALANCEADO 1
- B. EVITA LA CARIES 2
- C. APTO PARA DIABÉTICOS 3
- D. ZERO QUÍMICOS 4

SI LO CONOCE O LO HA USADO, ¿QUE ES LO QUE MÁS LE LLAMA LA ATENCIÓN DEL PRODUCTO?

- A. EL EMPAQUE
- B. EL SABOR
- C. EL PRECIO
- D. SUS BENEFICIOS

¿A PARTIR DE UNA BUENA CAMPAÑA PUBLICITARIA, ESTARÍA INTERESADO EN ADQUIRIR EL PRODUCTO?

Posiblemente.

LA INFORMACIÓN RECOLECTADA EN ESTA ENCUESTA SERÁ EstrictAMENTE APLICADA HACIA FINES ACADÉMICOS.



EDAD: 25 SEXO: F. ESTRATO SOCIOECONOMICO: 3.

ENCUESTA

¿CONOCE USTED LA MARCA INCAUCA Y QUÉ OPINIÓN TIENE SOBRE SUS PRODUCTOS?

Si, su producto es azucar el cual tiene años de tradición

¿QUE PUBLICIDAD CONOCE SOBRE LA MARCA INCAUCA?

Ninguna

¿CONSIDERA USTED IMPORTANTE CONSUMIR AZÚCAR BAJO EN CALORÍAS?

Si, para las personas que por salud deben consumir este tipo de endulzante

¿CONOCE EL AZÚCAR INCAUCA ZERO O ALGÚN TIPO DE PRESENTACIÓN?

NO

CLASIFIQUE DE 1 A 4 EL BENEFICIO DEL PRODUCTO QUE CONSIDERA MÁS IMPORTANTE:

- A. AYUDA A MANTENER UN PESO. BALANCEADO 3
- B. EVITA LA CARIES 4
- C. APTO PARA DIABÉTICOS 1
- D. ZERO QUÍMICOS 2

SI LO CONOCE O LO HA USADO, ¿QUE ES LO QUE MÁS LE LLAMA LA ATENCIÓN DEL PRODUCTO?

- A. EL EMPAQUE
- B. EL SABOR
- C. EL PRECIO
- D. SUS BENEFICIOS

¿A PARTIR DE UNA BUENA CAMPAÑA PUBLICITARIA, ESTARÍA INTERESADO EN ADQUIRIR EL PRODUCTO?

Si

LA INFORMACIÓN RECOLECTADA EN ESTA ENCUESTA SERÁ EstrictAMENTE APLICADA HACIA FINES ACADÉMICOS.



EDAD: 26 SEXO: Femenino ESTRATO SOCIOECONOMICO: 4

ENCUESTA

¿CONOCE USTED LA MARCA INCAUCA Y QUÉ OPINIÓN TIENE SOBRE SUS PRODUCTOS? *Si la conozco es una empresa del Valle del Cauca y creo que tiene una amplia gama de productos de buena calidad.*

¿QUE PUBLICIDAD CONOCE SOBRE LA MARCA INCAUCA? *Reconozco su logo pero no conozco ninguna publicidad de la marca.*

¿CONSIDERA USTED IMPORTANTE CONSUMIR AZÚCAR BAJO EN CALORÍAS? *Creo que puede beneficiar a cierto tipo de población con necesidades específicas.*

¿CONOCE EL AZÚCAR INCAUCA ZERO O ALGÚN TIPO DE PRESENTACIÓN? *No*

CLASIFIQUE DE 1 A 4 EL BENEFICIO DEL PRODUCTO QUE CONSIDERA MÁS IMPORTANTE:

- A. 2 AYUDA A MANTENER UN PESO BALANCEADO
- B. 4 EVITA LA CARIES
- C. 1 APTO PARA DIABÉTICOS
- D. 3 ZERO QUÍMICOS

SI LO CONOCE O LO HA USADO, ¿QUE ES LO QUE MÁS LE LLAMA LA ATENCIÓN DEL PRODUCTO? *No lo conozco*

- A. EL EMPAQUE
- B. EL SABOR
- C. EL PRECIO
- D. SUS BENEFICIOS

¿A PARTIR DE UNA BUENA CAMPAÑA PUBLICITARIA, ESTARÍA INTERESADO EN ADQUIRIR EL PRODUCTO?

Si, si tiene beneficios para mi.

LA INFORMACIÓN RECOLECTADA EN ESTA ENCUESTA SERÁ ESTRICTAMENTE APLICADA HACIA FINES ACADÉMICOS.



ENTREVISTA

¿QUÉ BENEFICIOS CONSIDERA USTED QUE TRAE EL USO DE PRODUCTOS LIGHT Y BAJOS EN AZUCAR EN LA VIDA COTIDIANA?

¿QUÉ ELEMENTOS INFLUENCIAN AL USO DE LOS PRODUCTOS LIGHT EN LA POBLACION GENERAL?

NOMBRE: Tatiana pinto

Enfermera fundación universitaria del área andina

¿QUE BENEFICIOS TIENE EL CONSUMO DE PRODUCTOS DIETÉTICOS Y BAJOS EN AZÚCAR?

En mi opinión considero que en este momento existen varias opciones de alimentos dulces y deliciosos y a la vez saludables y sin azúcar que van a contribuir al buen funcionamiento del organismo sin incrementar la glucosa en la sangre.

Los sustitutos del azúcar pueden ayudarles a las personas que están tratando de adelgazar. Le suministran el dulce a los alimentos y las bebidas sin aportarles calorías extras.

El hecho de usar edulcorantes artificiales en lugar del azúcar también puede ayudar a prevenir las caries dentales y en las personas con diabetes a controlar su nivel de azúcar en la sangre.

QUE PIENSA SOBRE: ¿EXCESO EN EL CONSUMO DE PRODUCTOS DIETÉTICOS Y BAJOS EN AZÚCAR?

Creo que las personas deben saber que su consumo excesivo puede generar problemas de salud debido a los aditivos que contienen, Llamamos aditivo a toda sustancia, principalmente obtenida en un laboratorio, que se utiliza durante el procesamiento de un producto alimenticio para darle determinado valor nutricional. Dichos ingredientes modifican las características, por ejemplo, aromatizar un yogurt, acentuar el color de una mermelada, endulzar un refresco light o mejorar un proceso de conservación. Los riesgos de estas sustancias se relacionan con la cantidad de aditivos empleados en el alimento, además de la frecuencia con que se consumen. Por ello, quienes los ingieren regularmente están más expuestos a sufrir efectos adversos en su salud que quien los toma de vez en cuando.

Estos productos deben consumirse con moderación y no son recomendables en las etapas de crecimiento (infancia, adolescencia, embarazo y lactancia), ya que son periodos en los que se requiere mayor aporte de carbohidratos, grasas y proteínas.

¿QUÉ ELEMENTOS INFLUENCIAN AL USO DE LOS PRODUCTOS LIGHT EN LA POBLACION GENERAL?

Una buena publicidad resaltando los beneficios que tiene el producto, haciendo énfasis en podemos seguir disfrutando de los sabores que más nos gustan y al mismo tiempo a tener una buena salud.

:

