



Napoleón Franco

Nobody's Unpredictable



Estudio básico sobre consumo de papa en hogares de Colombia

Preparado para:





1. Introducción
 - Antecedentes
 - Objetivo General
 - Objetivos específicos
 - Metodología
2. Aspectos generales de la categoría
 - Caracterización y consumo de papa por ciudades
 - Caracterización y consumo de papa en hogares
 - Conocimiento de los beneficios nutricionales de la papa
 - Hábitos generales de compra
 - Hábitos generales de consumo
 - Aumentó, disminución o permanencia
 - Almacenamiento de la papa
 - Otros lugares de consumo
 - Conocimiento de los tipos / clases de papa por ciudades



3. Conocimiento y hábitos de consumo y compra de papa según tipo y variedad
 - Papa criolla/ amarilla/ yema de huevo
 - Papa pastusa/ parda
 - Papa Sabanera/ tuquerreña / tocarreña
 - R12 negra/ capira
4. Expectativas
 - Presentaciones
 - Publicidad
5. Tamaño del mercado
6. No consumidores de papa
 - Razones de no consumo
 - Alimento sustituto
 - Razones para motivar el consumo en los no consumidores
7. Conclusiones y recomendaciones



Napoleón Franco

1. Introducción

- Antecedentes
- Objetivos Generales
- Objetivos Específicos
- Metodología



- CEVIPAPA es el Centro de Desarrollo Tecnológico de la Cadena agroalimentaria de la papa. Es una entidad de tipo virtual creada para propender por el mejor uso de los diversos recursos humanos, físicos y financieros disponibles para la investigación y el desarrollo tecnológico en la cadena. El modelo virtual implica una articulación de capacidades científicas y tecnológicas entre el CDT y las universidades, grupos de investigación, empresas de consultoría, etc. Esta concepción requiere una apertura mental y una alta conectividad a través de sistemas avanzados de informática.
- Después de haber recibido la fase cualitativa de la investigación de mercados sobre los hábitos de consumo de papa en los hogares de las principales ciudades de Colombia CEVIPAPA desea cuantificar los resultados de ésta, para así poder implementar estrategias que motiven el consumo de papa en los hogares colombianos.
- Con el anterior propósito en mente, IPSOS-Napoleón Franco desarrolló el siguiente estudio de investigación, cuyos resultados se presentan a continuación.



Napoleón Franco

Objetivos Generales

- Cuantificar y caracterizar el consumo actual de papa en los hogares de las seis principales ciudades del país, como base para el diseño y ejecución de planes de fomento de consumo.
- Conocer los hábitos de compra y de consumo de los hogares de las 6 principales ciudades del país.



Determinar los hábitos de consumo de papa y los patrones de compra

- Sobre los hábitos en general, determinar:
 - Hábitos de consumo generales y paralelos.
 - Fortalezas y debilidades vs. Otros productos.
 - Razones de compra y consumo de papa.
 - Establecer quién, dónde, cómo, cuándo hace la compra, cuánto, con qué frecuencia.

- Sobre la preparación y consumo, establecer:
 - Conocimiento de variedades o tipos de papa.
 - Preferencias de formas de consumo. (tipos de preparación)
 - Usos adicionales.
 - Productos preferidos, sustitutos, abandonados y razones – opciones que tienen en cuenta.

- Sobre la compra, investigar:
 - Lugares de compra, preferencias sobre sitio de compra.
 - Cantidades.
 - Frecuencia de compra y consumo.
 - Ocasiones.



Napoleón Franco

Objetivos Específicos

- Sobre los beneficios del producto, determinar:
 - Principales beneficios encontrados.
 - Principales desventajas.

- Sobre el nivel de consumo, establecer:
 - Cambio en los hábitos de consumo en el último año.
 - Aumento
 - Disminución

- Productos “competidores” que puedan incidir sobre un menor consumo:
 - Directos
 - Indirectos



Napoleón Franco

Metodología Recorrido de la investigación





- Para llegar al diseño y elaboración del cuestionario de la fase cuantitativa del estudio se tuvo en cuenta los siguientes hallazgos, encontrados en la fase cualitativa:
 - Las asociaciones espontáneas que se producen frente los alimentos , en general, son tanto racionales como emocionales y estas últimas se relacionan con sensaciones positivas y agradables que tienen que ver con sentirse bien.
 - La papa se menciona espontáneamente en todas las regiones como parte importante de la alimentación y se cataloga dentro de la categoría de las “harina” asociándola frecuentemente con distintas preparaciones
 - Este alimento hace parte del menú diario en todas las regiones y se consume de igual manera tanto en sopa como en “seco”.
 - El sancocho se destaca como el plato típico de todas las regiones, en el cual la papa es un ingrediente fundamental.
 - La papa es vista como un complemento y/o acompañamiento de todas las comidas.
 - Este alimento se identifica en todas las regiones como un tubérculo de fácil y variada preparación, así como de agradable sabor.
 - Es claro que en cada región el consumo de la papa no es igual y varía de acuerdo a las costumbres.



Napoleón Franco

Metodología

Hallazgos y recomendaciones de la fase Cualitativa

- A la papa se le conceden mayor número de ventajas que de debilidades estando asociadas estas últimas con el precio y con el hecho de ser una “harina” que puede hacer engordar.
- Los tipos o clases de papa más conocidas son la pastusa, la sabanera y la criolla, siendo estas mismas las más utilizadas en las regiones evaluadas.
- No existe una clara conciencia de cuál tipo o clase de papa es mejor, sin embargo, la pastusa es la más usada en todas las regiones pues se percibe que tiene buen sabor y que sirve para todas las preparaciones.
- En todas las regiones se utiliza la papa tanto en el almuerzo como en la comida, aunque varía la frecuencia de consumo y en las regiones de los Santanderes y el Eje Cafetero también se incluye en el desayuno.
- En la mayoría de las regiones ha aumentado el consumo de la papa, dado que en este momento las consumidoras conocen y se consiguen mayor variedad desde que viven en Bogotá.
- Las consumidoras de papa sienten que no tienen un completo conocimiento con respecto a sus beneficios nutricionales. Saben que es un buen alimento y confían en él sin conocer todas sus propiedades.
- Aunque en los hogares todos los integrantes son consumidores de papa, son los niños quienes lo hacen en mayor proporción.
- El plátano y la yuca son, en todas las regiones, los alimentos alternos y sustitutos de la papa.



Napoleón Franco

Metodología

Hallazgos y recomendaciones de la fase Cualitativa

- Todos los tipos o clases de papa se adquieren fácilmente en supermercados, tiendas y en la plaza dado que es un alimento básico de la canasta familiar.
- En todas las regiones, además de la papa natural existe consumo de alguna clase de papa procesada (en paquete, congelada o en caja) aunque se afirma que ésta es más costosa.
- El costo de la papa es percibido como variable de acuerdo a las cosechas y a los cambios de clima, aunque esto no condiciona en la mayoría de los casos un menor consumo.
- Lo que se espera encontrar como novedad en la papa natural, se refiere a que se presente bien seleccionada para garantizar su calidad.
- Con respecto a la papa procesada se espera que haya mayor cantidad de productos que faciliten el proceso de preparación de este alimento.
- Lo que se espera de los productores de papa es que bajen los precios de todas las clases y presentaciones para cubrir una parte más amplia de la población y para satisfacer todas las necesidades.
- Todas las regiones coinciden en que debería extenderse la variedad de papa que se produce en el país. En la Costa Atlántica es importante que la papa se introduzca como un alimento menos elitista y de uso principalmente en ocasiones especiales para que su uso se extienda a la cotidianidad.



- Lo que debe tenerse en cuenta para una campaña publicitaria para fomentar el consumo de la papa, es principalmente dar a conocer los beneficios que esta ofrece a nivel de nutrición, la variedad que existe y su utilización. A su vez, el medio que tiene mayor aceptación en términos de publicidad para este tipo de campaña es la televisión, especialmente los canales regionales los cuales llegan a todos los estratos; sin dejar de lado la importancia que tienen la radio y la prensa locales.
- Se sugiere que todos los hallazgos de la fase cualitativa se tengan en cuenta para evaluar el peso que tienen, en una posterior fase cuantitativa



- **Técnica:** Encuesta personal en hogares con aplicación de cuestionario estructurado.
- **Grupo Objetivo:** Amas de casa mayores de 18 años de niveles socio económicos 2 al 6.
- **Cubrimiento:**
 - Bogotá
 - Cali
 - Medellín
 - Barranquilla
 - Bucaramanga
 - Pereira



■ Población representada, tamaño y distribución de la muestra:

Ciudades	Hogares	Población	Muestra final	Esrel observado*
Bogota	1.731.808	6.154.018	252	2.3%
Cali	565.018	2.102.333	252	2.3%
Medellín	486.898	1.724.692	256	2.3%
Bucaramanga	159.107	881.962	253	2.3%
Barranquilla	202.121	520.827	250	2.3%
Pereira	86.799	361.932	250	2.3%
Total	3.231.752	11.745.764	1.513	0.9%

- Los datos arrojados por el estudio fueron expandidos al número de hogares pertenecientes a los niveles socio económicos 2 al 6 existentes en cada ciudad, esto con el fin de estimar en cantidad de kilos la compra y el consumo de papa.
- Por otra parte el error relativo observado para el consumo de papa es de 0.9%.

■ Fechas de campo:

- 12 de Julio al 22 de Julio de 2005



■ Alcance del estudio

■ **NOTA ACLARATORÍA**

- Es importante anotar que el presente estudio cumple como principal objetivo el conocer los hábitos de consumo y compra de papa en los hogares a partir de la percepción del ama de casa o la persona encargada de tomar las decisiones de compra
- Es por ello que **no es posible hacer una estimación rigurosa del consumo y de la compra del producto a nivel de total población de las ciudades bajo estudio.**
- Dado lo anterior los resultados no dimensionan el mercado más si presenta el consumo promedio de papa por hogares, consumo per cápita en kilos y compra semanal de papa por variedad, todo esto según muestra del estudio



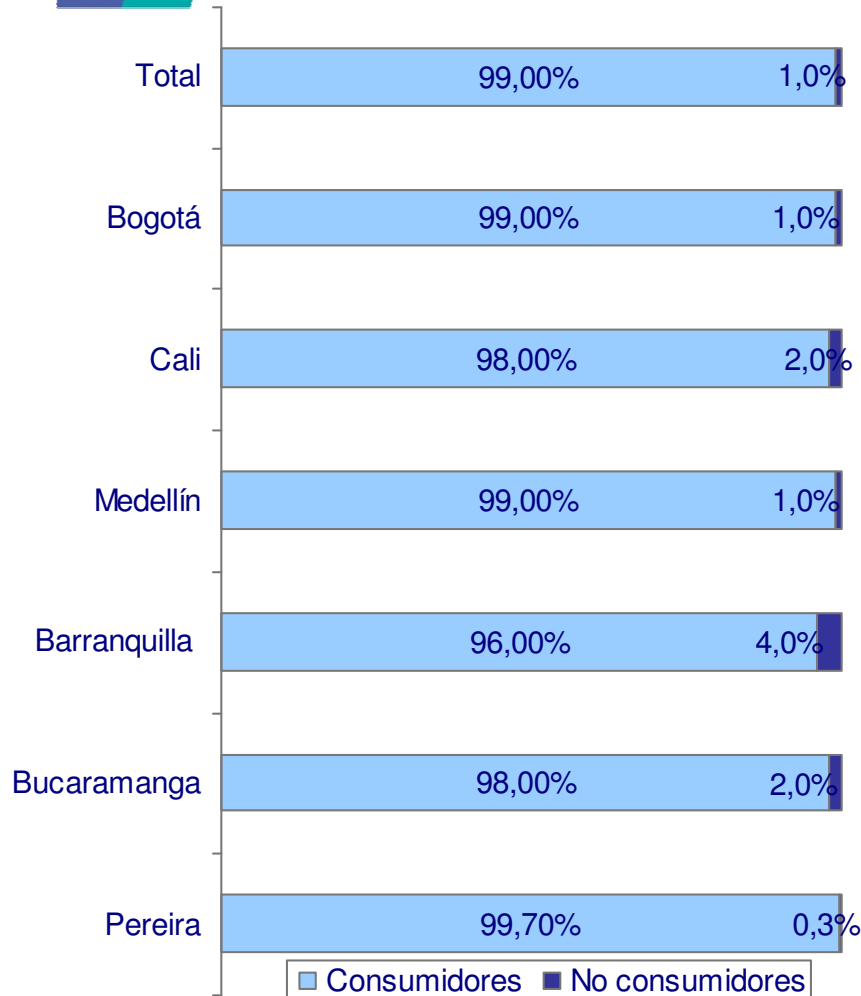
Napoleón Franco

2. Aspectos generales de la categoría



Napoleón Franco

Caracterización y consumo de papa por ciudades



NSE			
5 y 6	4	3	2
95%	98%	98%	99%

91%	97%	97%	100%
-----	-----	-----	------

100%	97%	98%	98%
------	-----	-----	-----

94%	100%	100%	98%
-----	------	------	-----

94%	97%	95%	97%
-----	-----	-----	-----

100%	94%	100%	98%
------	-----	------	-----

97,2%	100%	100%	100%
-------	------	------	------

Casi que la totalidad de los hogares de las ciudades bajo estudio consumen papa.

Situación que se presenta muy parecida en todos los niveles socio económicos.

Sin embargo en Cali y en Bucaramanga el NSE 5 y 6 mencionan consumir un poco más que los otros estratos

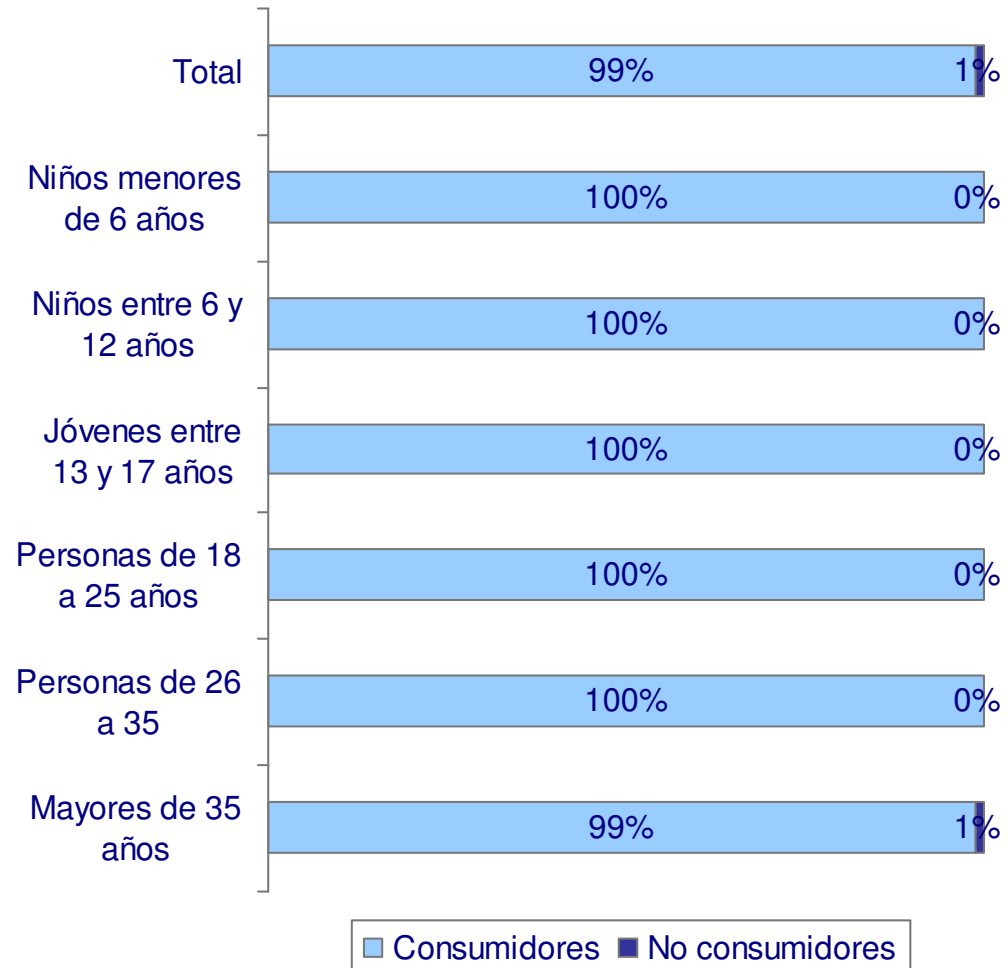
BASES -Muestra expandida de hogares:
 Tota l: 3231752 – Bogotá: 1731808 – Medellín: 486898 – Cali: 565018 –
 Barranquilla: 202121 – Bucaramanga: 159107 – Pereira: 86799



Napoleón Franco

Caracterización y consumo de papa en hogares según composición

El consumo de papa es alto, independientemente de la edad de los integrantes de los hogares de las 6 ciudades involucradas,



BASES - Muestra expandida de hogares: Total: 3231752 : Hogares con

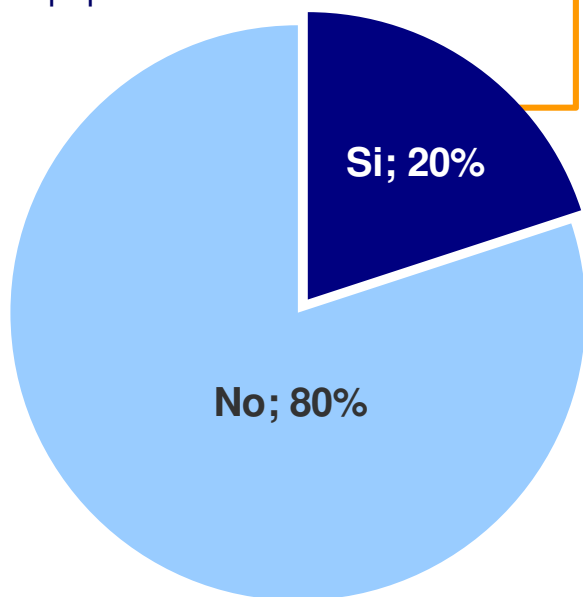
Niños menores de 6 años: 1133603 – Niños entre 6 y 12 años: 1303160 – Jóvenes entre 13 y 17 años: 963901 – Personas de 18 a 25 años: 1274895 – Personas de 26 a 35 años: 1408353 – Mayores de 35 años: 2385313



Napoleón Franco

Conocimiento de los beneficios nutricionales de la papa

¿Conoce los beneficios nutricionales de la papa?



No solo se presenta un bajo nivel de conocimiento de los beneficios nutricionales de la papa, si no que además quienes dicen conocer sus nutrientes tienen bajo conocimiento de ellos.

Siendo los carbohidratos la principal característica mencionada.

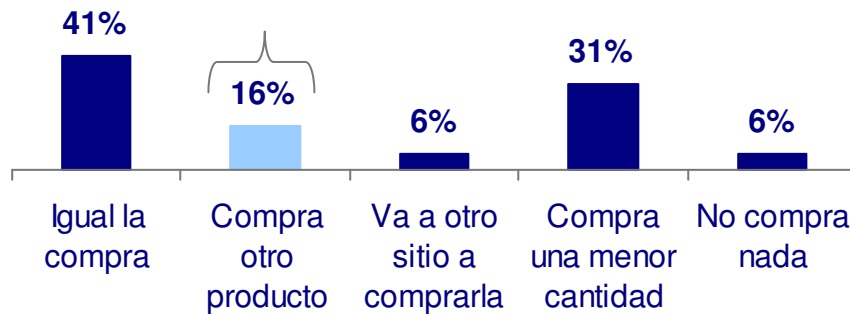
Cuáles son los beneficios nutricionales de la papa?	%
Contiene carbohidratos / Es un carbohidrato	29%
Contiene almidón	15%
Contiene vitaminas	14%
Contiene calorías	10%
Es nutritiva / alimenta	9%
Es una Harina	8%
Contiene Yodo	7%
Contiene Proteínas	7%
Contiene vitamina C	5%
Contiene vitaminas A, B, D, E, Zinc	5%
Contiene Calcio	5%
Contiene potasio	5%
Es un energético / da energía	4%
Sirve para la digestión /ayuda a la digestión	4%
Sirve para contrarrestar algunas enfermedades	4%
Contiene Hierro	3%
Contiene Fibra	2%
Contiene azúcar	2%
Otros	25%



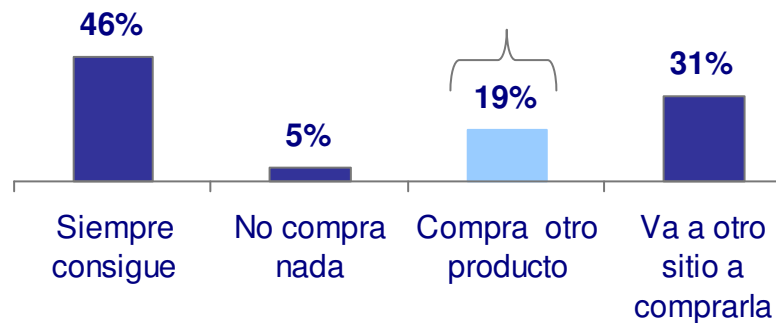
Napoleón Franco

Hábitos generales de compra

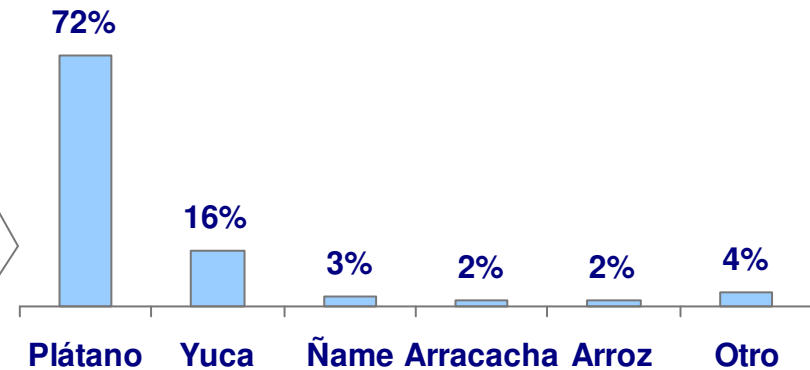
Cuando usted va a comprar papa y la encuentra muy cara, ¿Qué hace?



Cuando usted va a comprar papa y no encuentra, ¿Qué hace?



Usted compra otro producto ya sea por que la papa está muy cara o por que no hay, ¿Qué producto compra?



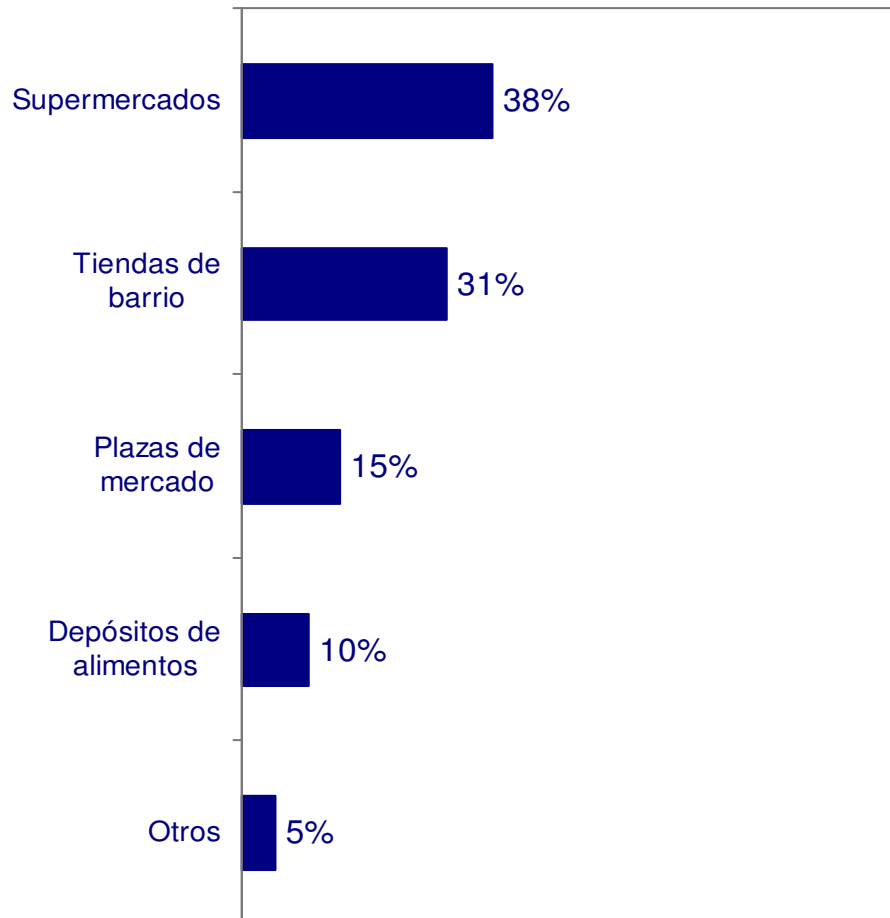
BASES -Muestras expandidas:
Total: 781082

Frente a un alto precio de la papa, $\frac{3}{4}$ partes de los hogares la siguen comprando



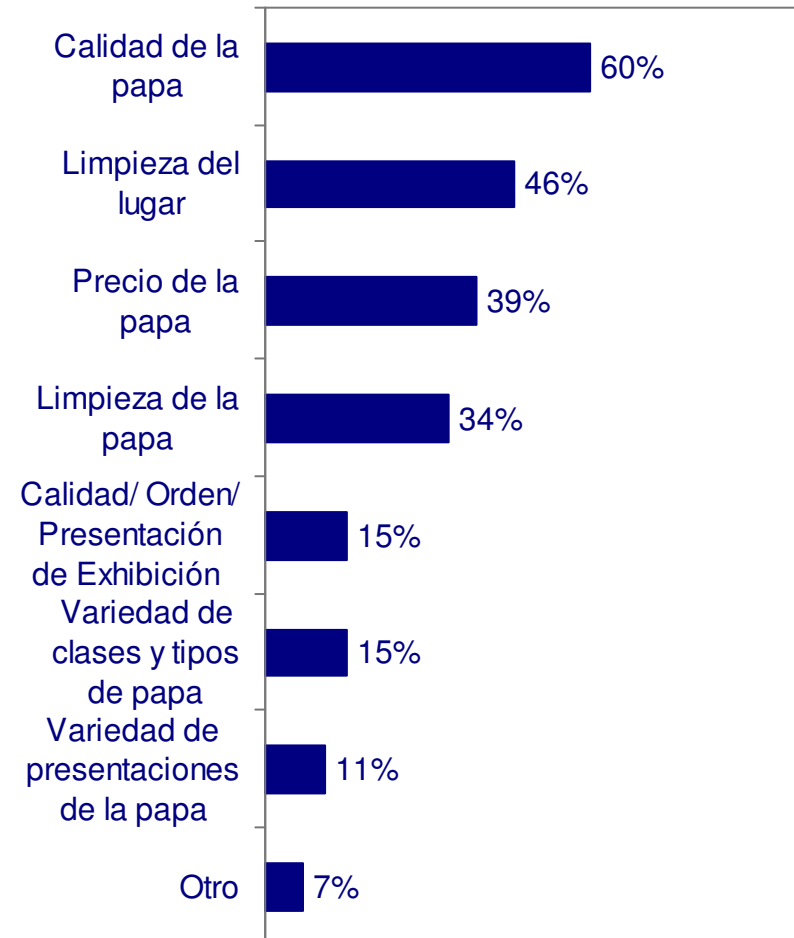
Napoleón Franco

¿En qué lugar acostumbra usted a comprar la papa?



Hábitos generales de compra

¿Cuáles son las características más importantes para elegir el lugar donde usted compra la papa?

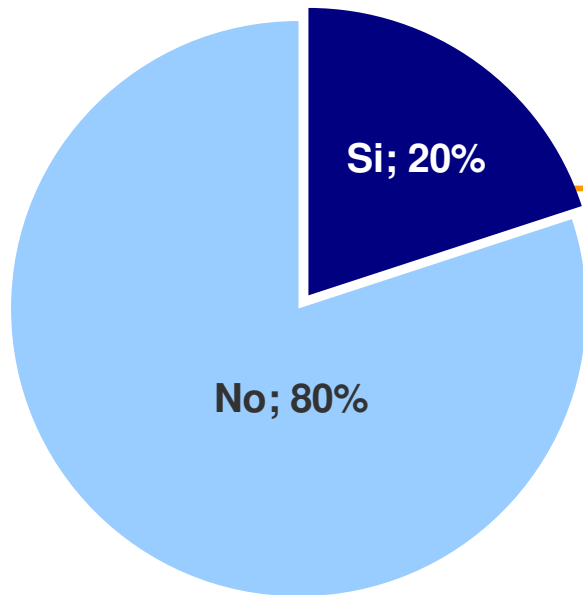


Los lugares preferidos para la compra de papa son principalmente los supermercados y las tiendas de barrio y la preferencia del lugar está dada básicamente por la calidad percibida del producto en el lugar de exposición

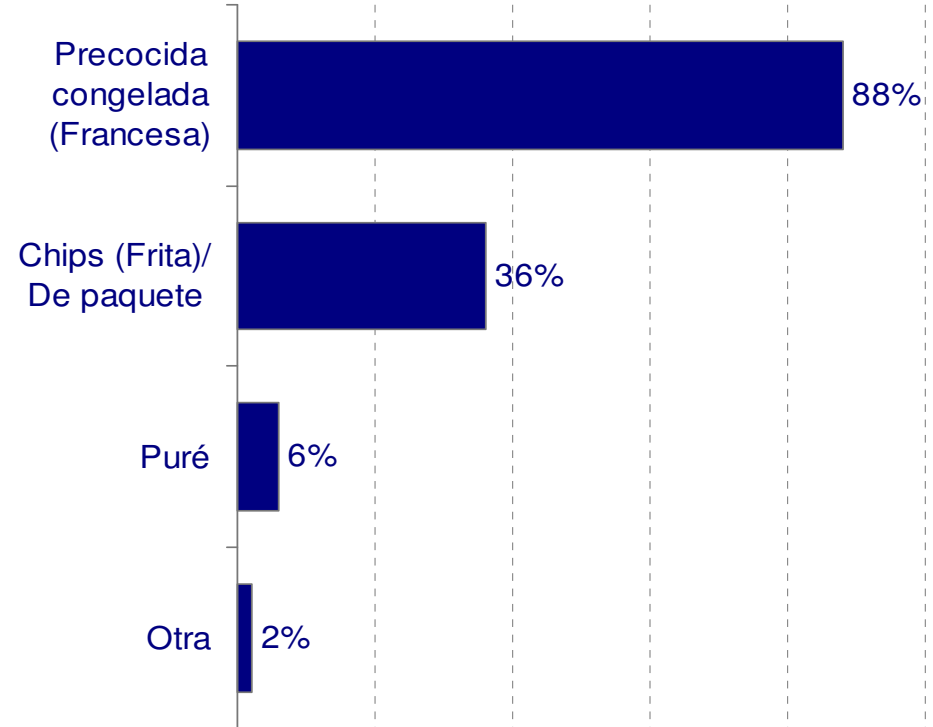


Hábitos generales de compra

¿Usted compra papa procesada para el consumo en su hogar?.



Qué tipo de papa procesada compra usted para consumo en su hogar?



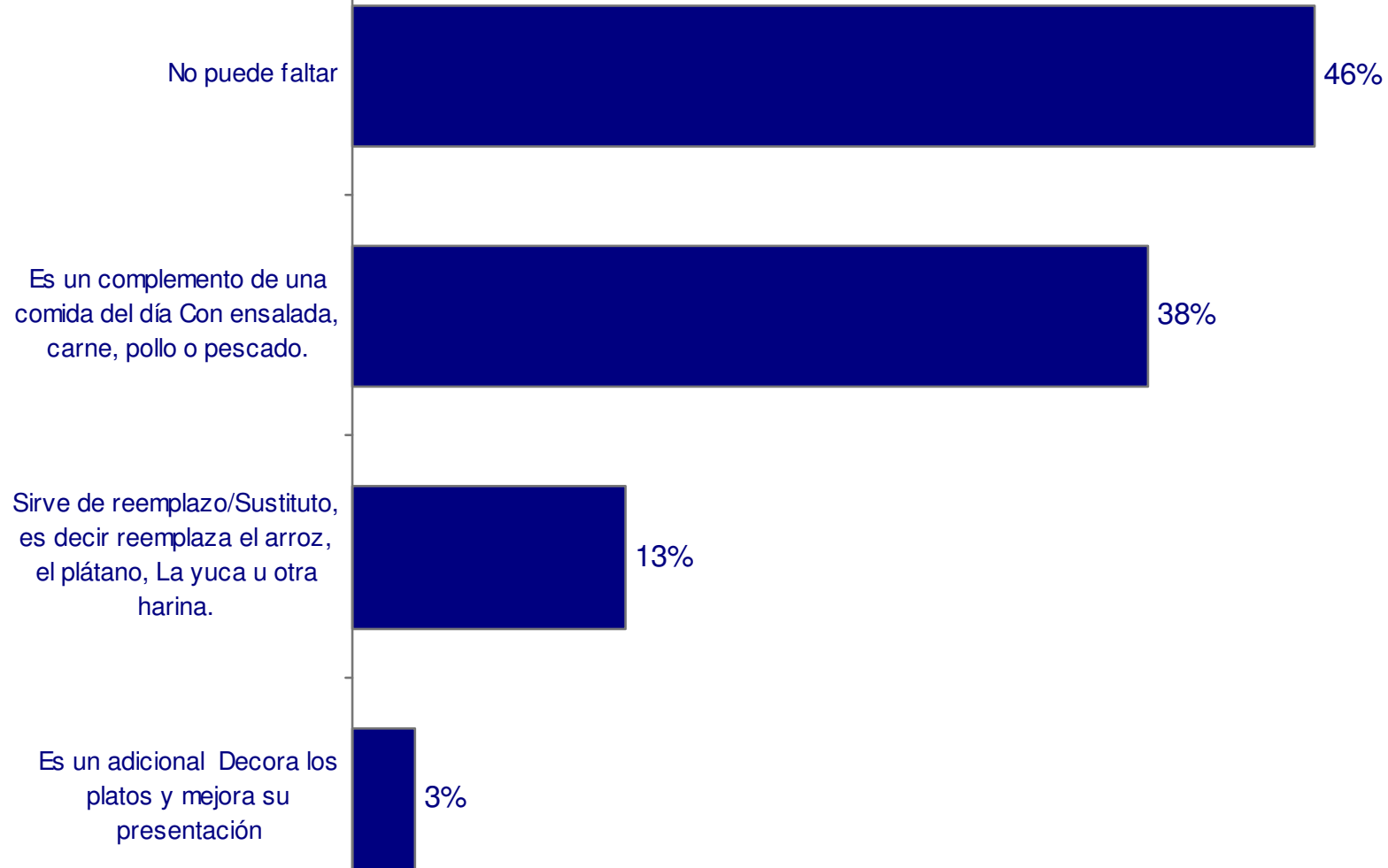
El consumo de papa procesada en los hogares colombianos es muy bajo, solo 2 de cada 10 hogares consumen este tipo de productos, dentro de los cuales el preferido por un 88% son las papas a la francesa precocidas congeladas.



Napoleón Franco

Hábitos generales de consumo

¿Cuál es la importancia de la papa en su hogar?.

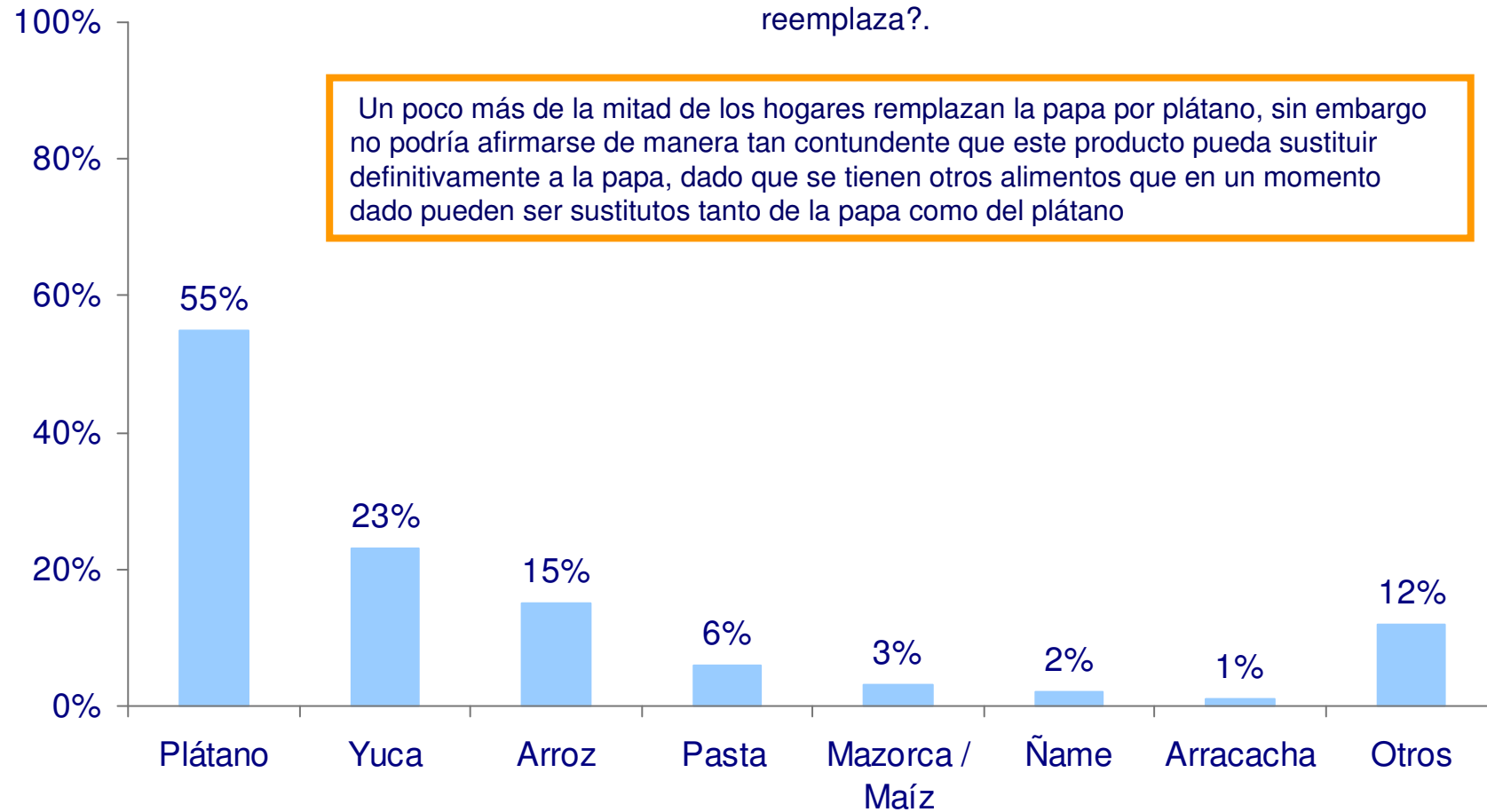


Para casi el 50% de los hogares de las ciudades bajo estudio, la papa es considerada indispensable, mientras que para la otra mitad es un complemento, sustituto o adicional



Hábitos generales de consumo

Cuándo usted no consume papa en su hogar, ¿por qué otro alimento la reemplaza?



Un poco más de la mitad de los hogares reemplazan la papa por plátano, sin embargo no podría afirmarse de manera tan contundente que este producto pueda sustituir definitivamente a la papa, dado que se tienen otros alimentos que en un momento dado pueden ser sustitutos tanto de la papa como del plátano



¿Cuáles son las principales razones que llevan a consumir papa en su hogar?.

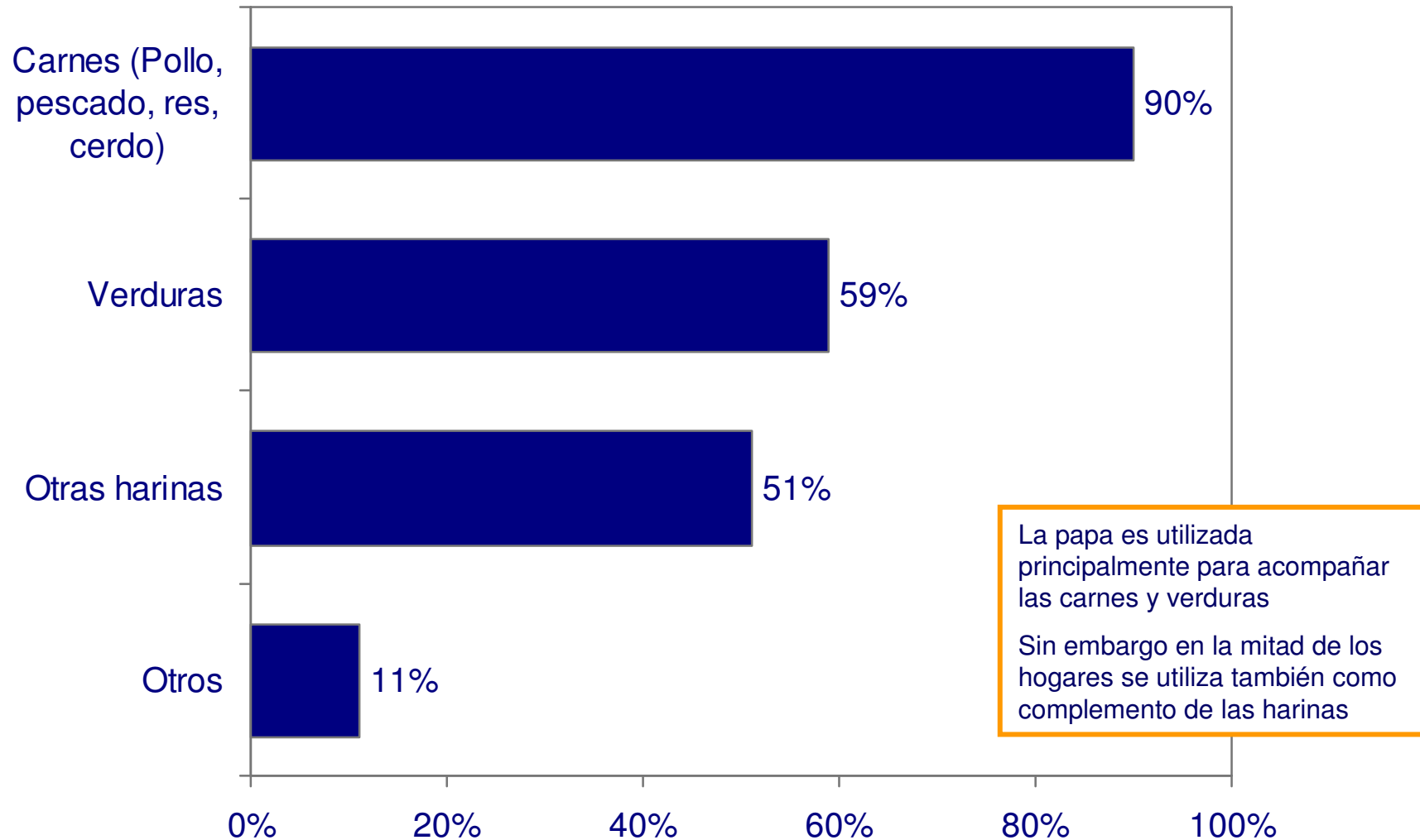


Aun cuando la papa no es considerado un alimento indispensable, para la mitad de los hogares este es un producto que tiene y ofrece múltiples beneficios, siendo los más mencionados se acopla fácilmente con otros alimentos, se puede prepara de diferentes formas, su preparación es práctica y tiene buen sabor

Sin embargo solo para menos de la tercera parte la papa es económica, este puede ser tal vez el principal factor para no consumirla tanto como se quisiera

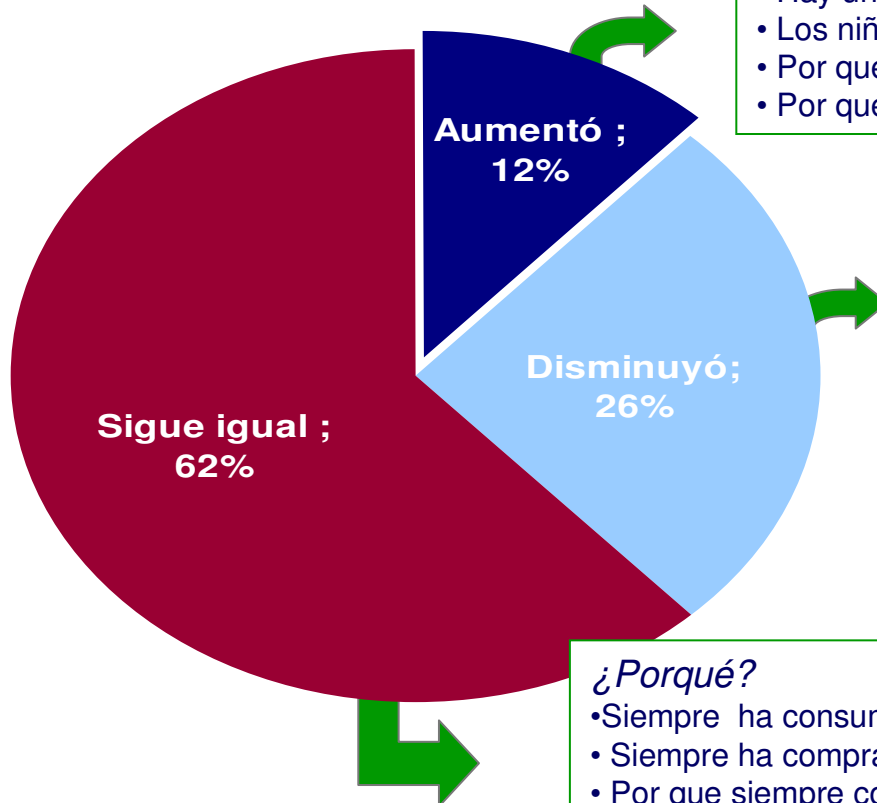


¿Con que alimentos acompaña la papa en su hogar?.





¿Usted diría que en el último año el consumo de papa en su hogar...?



Principales razones

¿Porqué?

- Hay un mayor número de personas en el hogar 34%
- Los niños están en crecimiento y comen más 9%
- Por que gusta mucho, especialmente a los niños 9%
- Por que ahora les gusta más 8%

¿Porqué?

- Por su alto costo 65%
- Por que hay menos personas en el hogar 15%
- Por dieta 11%
- La han reemplazado por otros alimentos

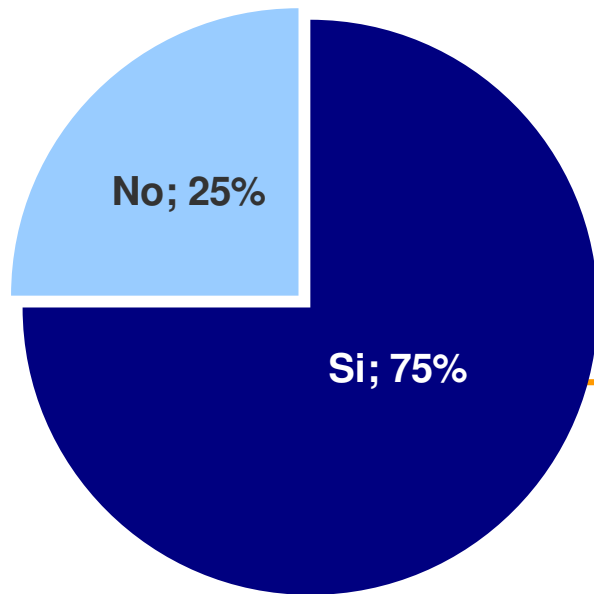
¿Porqué?

- Siempre ha consumido la misma cantidad 30%
- Siempre ha comprado la misma cantidad 22%
- Por que siempre cocinan para el mismo número de personas 17%
- Por costumbre/ tradición 14%
- Por que la papa no puede faltar / es fundamental 11%



Napoleón Franco

¿Sabe usted en qué lugares se debe almacenar la papa en el hogar para que se conserve fresca?



Aun cuando la mayoría dice saber como se almacena la papa, no existe consenso respecto a su almacenamiento, no hay un comportamiento generalizado al respecto.

Almacenamiento de la papa

¿En qué lugares se debe almacenar la papa en el hogar?

Lugares de almacenamiento	75%
En un lugar seco/ donde no haya humedad"	36%
En la Nevera	30%
En un lugar fresco	23%
Al aire libre/ afuera	21%
En un lugar donde no de luz/ No de el sol/ no haga calor	11%
En la cocina	11%
En la alacena/ gabinete/despensa	5%
Otros relacionados con recipientes (canastos, ollas, bandejas, cajas, etc)	4%
Fuera de la nevera	3%
En un lugar limpio	2%
"Debajo del mesón	1%
Otros	4%



En que otros lugares acostumbra usted a consumir papa?





Conocimiento de los tipos / clases de papa por ciudad

Qué tipos o clases de papa conoce?.

	Total	Bogotá	Medellín	Cali	Barranquilla	Bucaramanga	Pereira
Criolla / Amarilla / Yema de Huevo	93%	92%	96%	91%	98%	96%	73%
Pastusa / Parda	78%	96%	9%	98%	41%	85%	38%
Sabanera / Tuquerreña / Tocarreña	54%	91%	9%	6%	28%	22%	8%
R12 Negra / Capira	31%	12%	97%	26%	51%	22%	48%
Otros* De año, san felix, Nevada, guata, ica Huila, colorada, ruby, careta, corriente, blanco, roja, morada, ica roja	20%	7%	41%	42%	2%	11%	84%

Base de hogares: **3196988** 1720436 479069 559708 194678 156572 86525

Total respuestas	7062199	3952515	1046546	1189720	395880	321049	156490
Respuestas por hogar	2.2	2.29	2.18	2.12	2.03	2.05	1.89

Existe un alto conocimiento de las variedades de papa en las seis ciudades, siendo Bogotá la ciudad que reporta conocer mayor número de variedades y Pereira la ciudad en donde el conocimiento de variedades es más bajo



Napoleón Franco

3. Tipos / Clases de papa

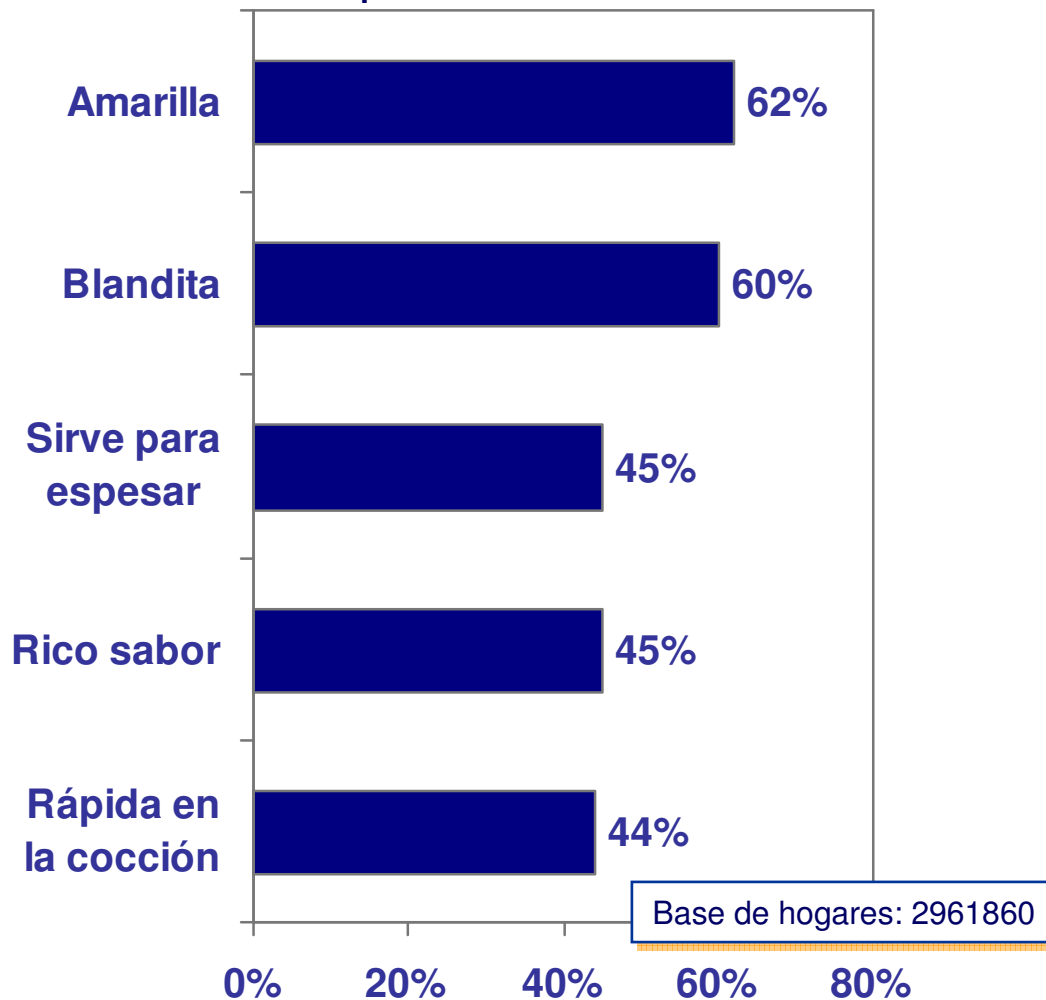


Napoleón Franco

Conocimiento – Papa Criolla / amarilla / Yema de huevo

Reporta conocerla el 93%

5 Principales Características:



Características:

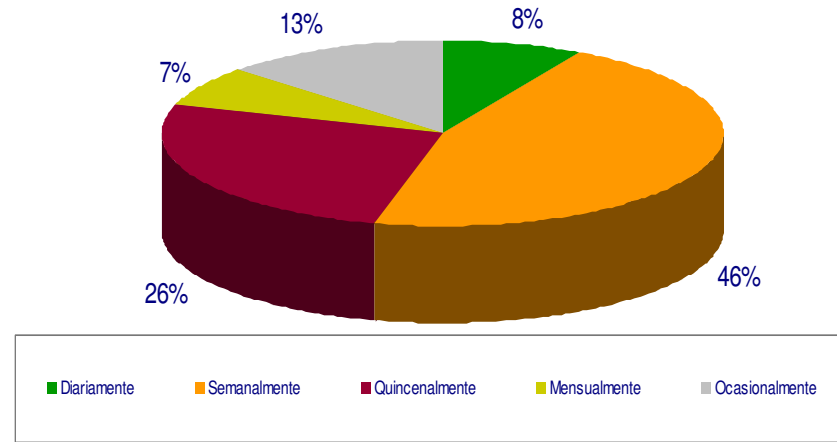
Se deshace	40%
Tamaño pequeño	33%
Suave	26%
Cáscara delgada	25%
Fácil de pelar	20%
Cáscara de color claro	19%
Arenosa/Granulosa	18%
Tamaño mediano	16%
Esponjosa	14%
Húmeda	9%
Seca	8%
Tamaño grande	7%
Difícil de pelar	6%
Cáscara de color oscuro	1%
Dura	1%
Cáscara de color verde	0%
Cáscara de color morado	0%
No sabe	1%
Otro	1%



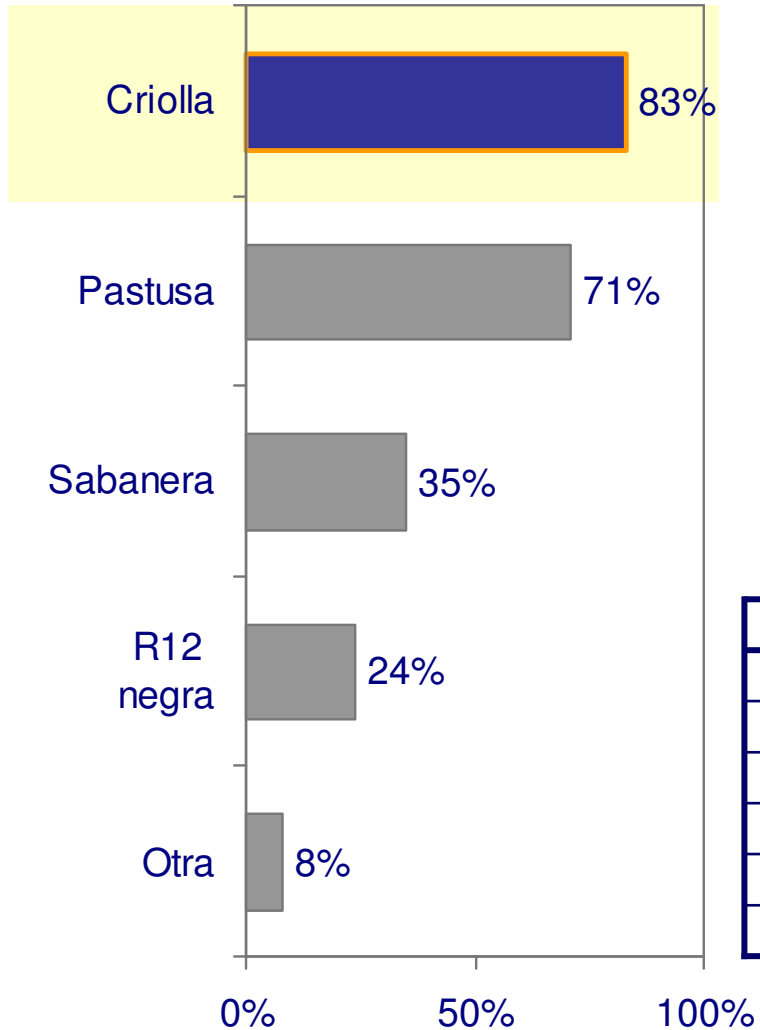
Napoleón Franco

Hábitos de compra – Papa Criolla / Amarilla / Yema de huevo

Frecuencia de compra - Papa Criolla -



Acostumbra a comprar para su hogar papa...



Frecuencia de compra - Papa Criolla – Por Ciudad

CIUDAD	TOTAL	Diaria	Semanal	Quincena	Mensual	Ocasional
		8%	46%	26%	7%	13%
Bogotá	80%	6%	39%	26%	7%	21%
Medellín	91%	5%	57%	26%	10%	3%
Cali	85%	16%	48%	29%	5%	3%
Barranquilla	93%	14%	47%	20%	11%	7%
Bucaramanga	94%	12%	67%	16%	2%	2%
Pereira	62%	10%	63%	20%	4%	3%

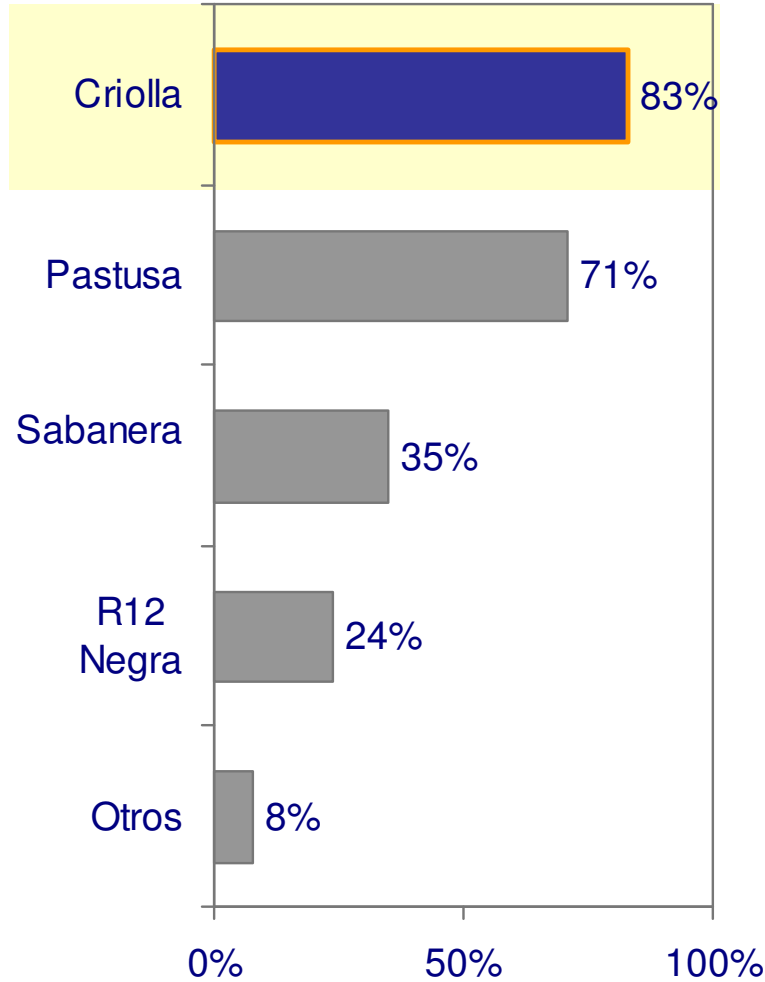
BASES - Muestra expandida de hogares: :
 Total: 26'68999 – Bogotá: 1372325 – Medellín: 437216 – Cali: 565018 –
 Barranquilla: 202121 – Bucaramanga: 159107 – Pereira: 86799



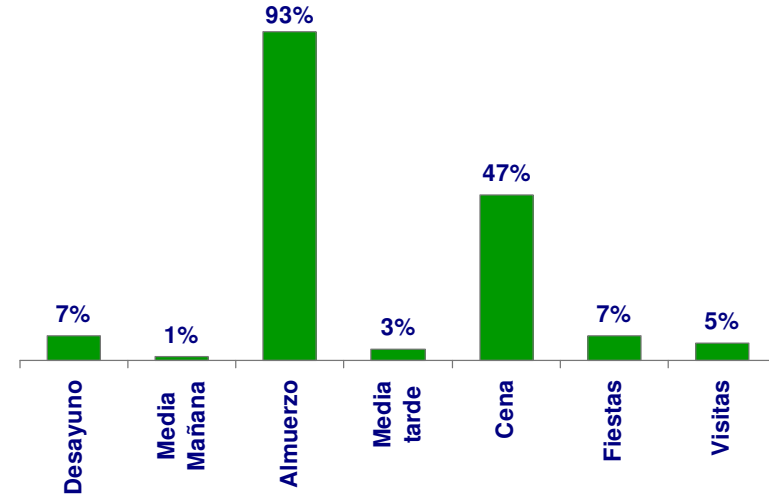
Napoleón Franco

Hábitos de consumo – Papa Criolla / Amarilla / Yema de huevo

Qué clase de papa acostumbra a consumir en su hogar?



Momento de consumo de papa Criolla



Cómo prepara la papa Criolla?

Preparación	%
Sopas o caldos	70%
Fritas	70%
Sudados	21%
Cocinadas / al vapor	18%
Mezcla con otros alimentos	13%
Purés	12%
Salada	12%
Ensaladas	10%
Empanadas	5%

BASES - Muestra expandida de hogares:

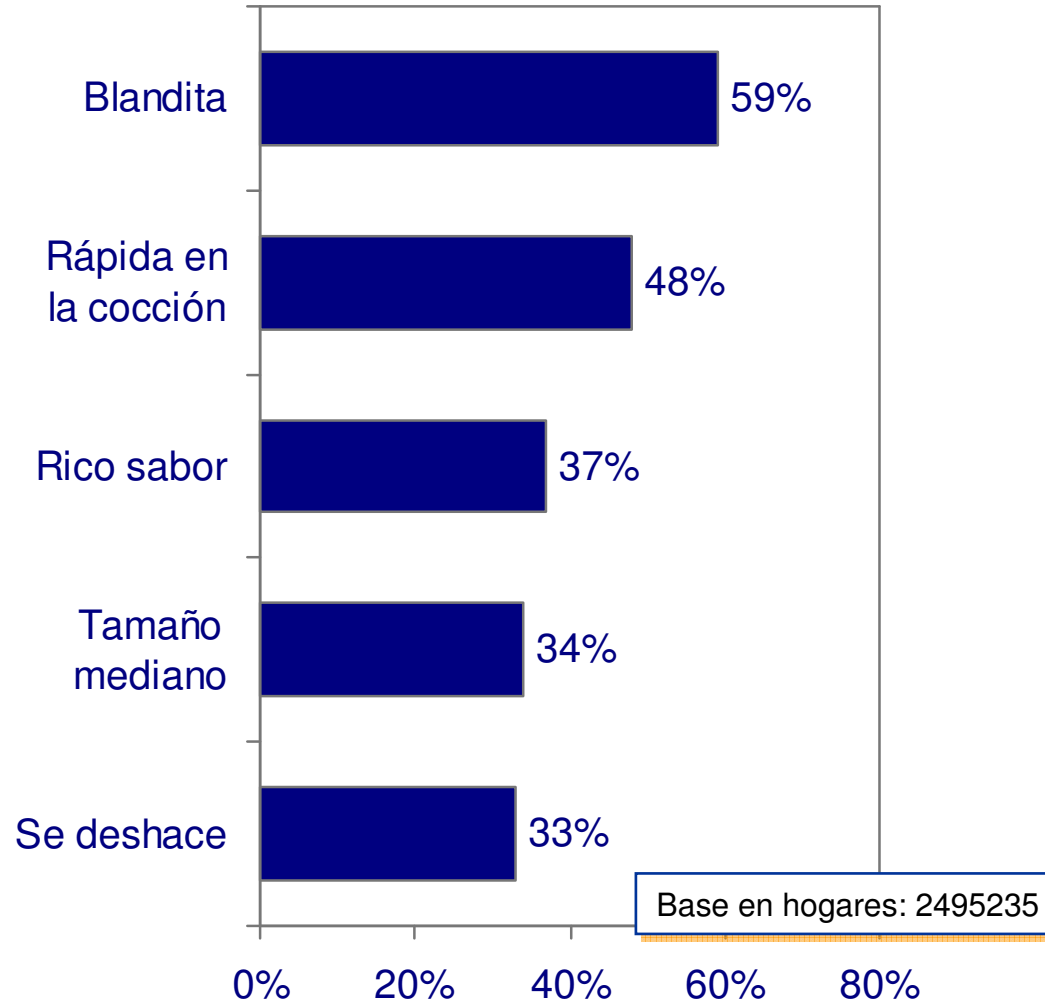
- Total: 26'68999 – Bogotá: 1372325 – Medellín: 437216 – Cali: 565018 – Barranquilla: 202121 – Bucaramanga: 159107 – Pereira: 86799



Conocimiento – Papa Pastusa / Parda

Reporta conocerla el 78%

5 Principales Características:



Características:

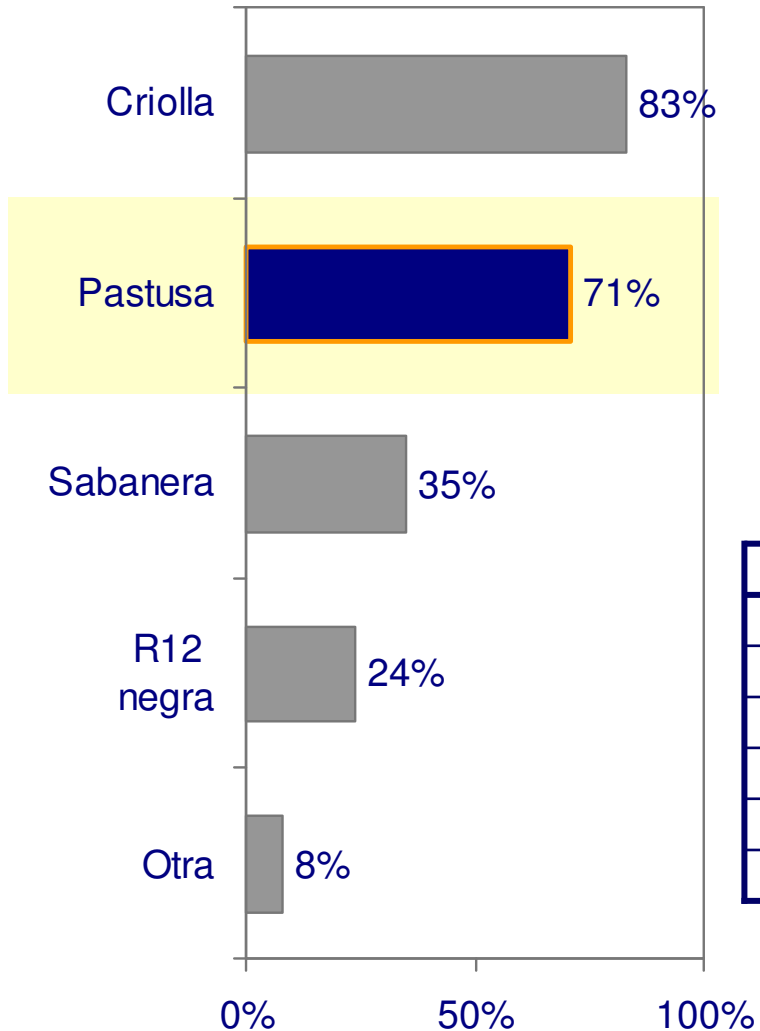
Fácil de pelar	30%
Arenosa/Granulosa	29%
Cáscara delgada	29%
Sirve para espesar	25%
Cáscara de color claro	19%
Tamaño grande	17%
Tamaño pequeño	16%
Cáscara de color oscuro	15%
Esponjosa	13%
Seca	11%
Suave	11%
Húmeda	9%
Dura	6%
Cáscara de color morado	4%
Amarilla	3%
Cáscara de color verde	1%
Difícil de pelar	1%
No sabe	3%
Otro	2%



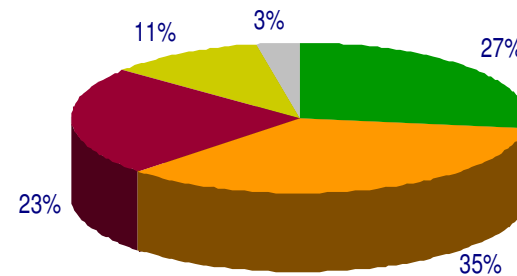
Napoleón Franco

Hábitos de compra – Papa Pastusa / Parda

Acostumbra a comprar para su hogar papa...



Frecuencia de compra - Papa Pastusa -



■ Diariamente ■ Semanalmente ■ Quincenalmente ■ Mensualmente ■ Ocasionalmente

Frecuencia de compra - Papa Pastusa –
Por Ciudad

	TOTAL	Diaria	Semanal	Quincenal	Mensual	Ocasional
	88%	27%	35%	23%	11%	3%
Bogotá	88%	27%	30%	24%	14%	5%
Medellín	4%	5%	42%	34%	19%	0%
Cali	94%	26%	43%	27%	4%	1%
Barranquilla	37%	25%	44%	24%	6%	1%
Bucaramanga	85%	34%	57%	8%	0%	1%
Pereira	20%	24%	54%	18%	4%	0%

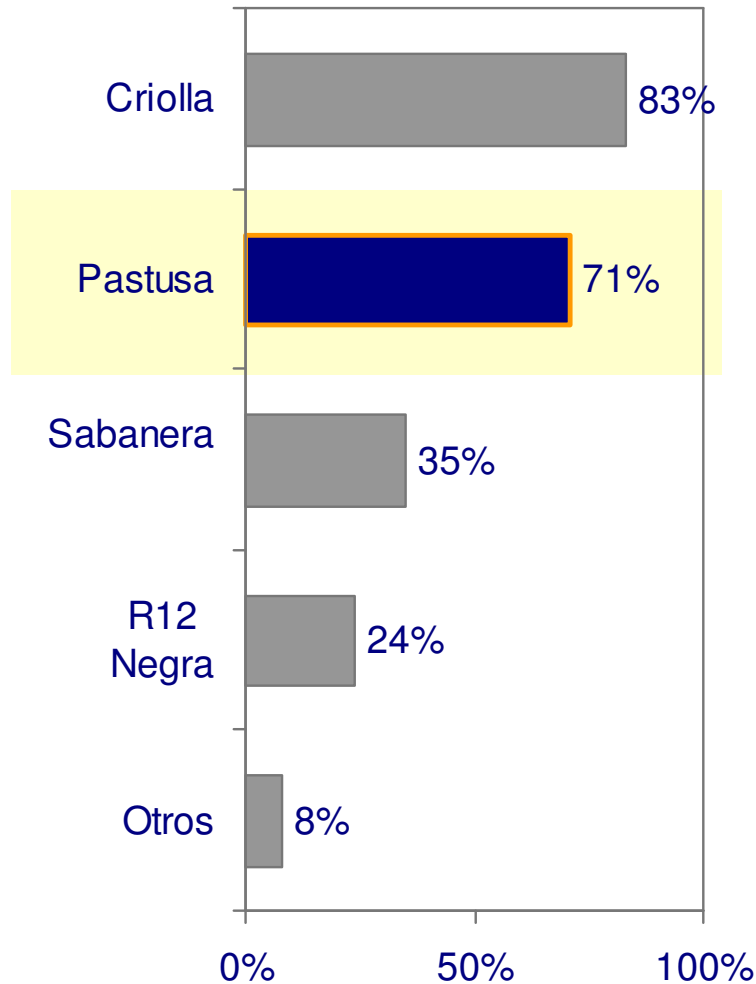
BASES - Muestra expandida de hogares:

Total: 2276894 – Bogotá: 1506274– Medellín: 20156 – Cali: 528632 –
Barranquilla: 71954– Bucaramanga: 132688 – Pereira: 17190

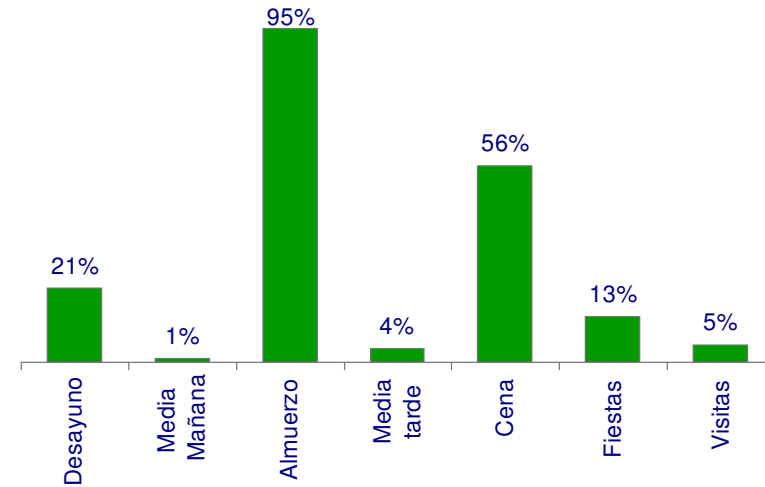


Hábitos de consumo – Papa Pastusa / Parda

Qué clase de papa acostumbra a consumir en su hogar?



Momento de consumo de papa Pastusa



Cómo prepara la papa Pastusa?

Preparación	%
Sopas o caldos	82%
Fritas	60%
Sudados	58%
Salada	55%
Purés	49%
Ensaladas	36%
Cocinadas / al vapor	28%
Mezcla con otros alimentos	24%
Empanadas	11%

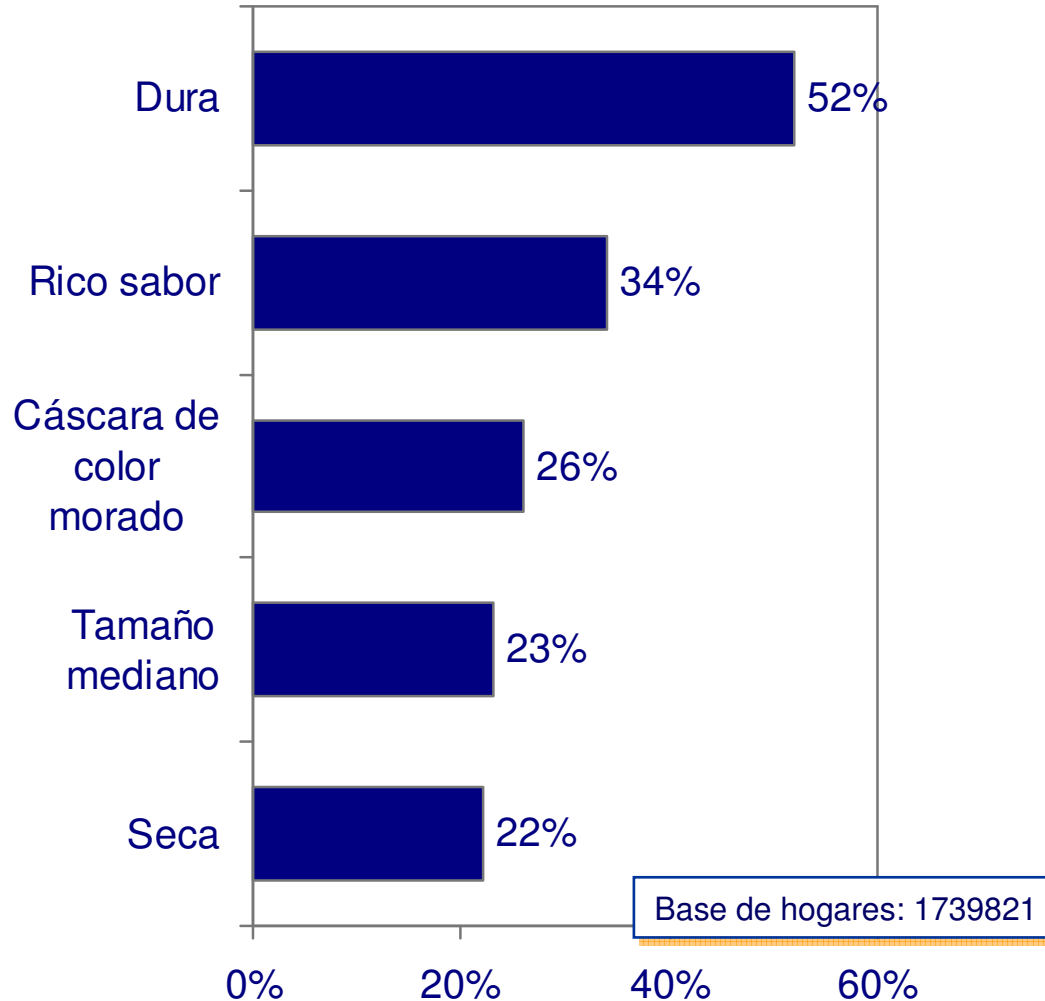
BASES - Muestra expandida de hogares: Total: 2276894 – Bogotá: 1506274 –
 Medellín: 20156 – Cali: 528632 –
 Barranquilla: 71954 – Bucaramanga: 132688 – Pereira: 17190



Conocimiento – Papa Sabanera / Tuquerreña / Tocarreña

Reporta conocerla el 54%

5 Principales Características:



Características:

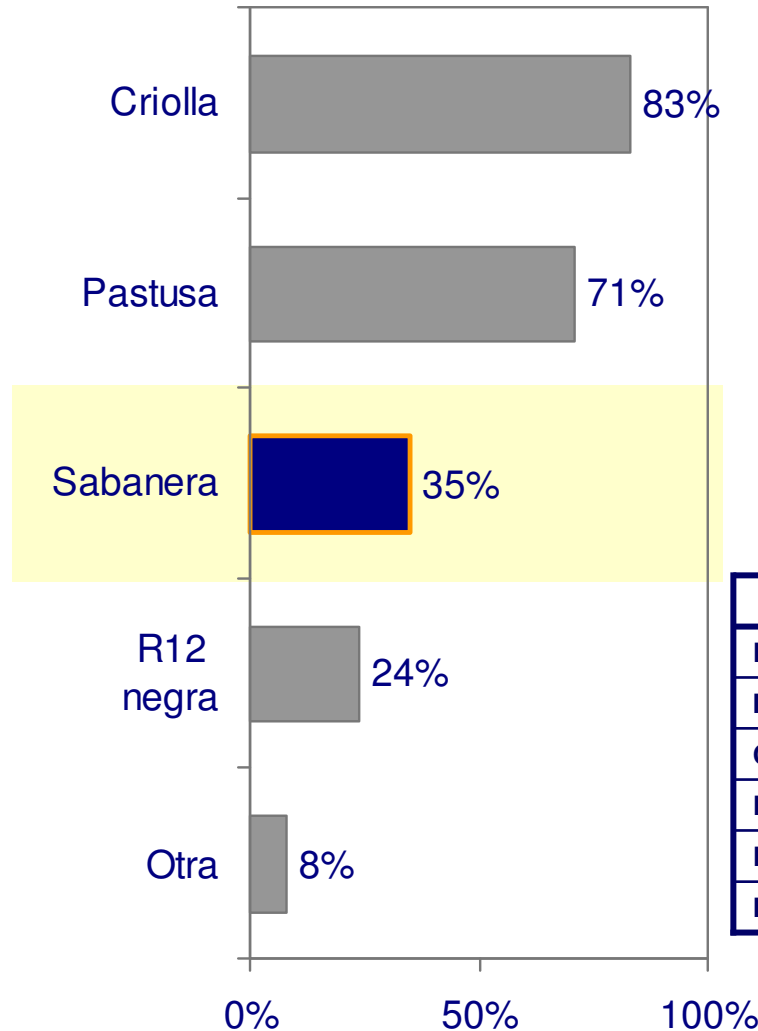
Fácil de pelar	19%
Tamaño pequeño	15%
Tamaño grande	14%
Blandita	13%
Rápida en la cocción	12%
Cáscara de color oscuro	12%
Arenosa/Granulosa	10%
Cáscara delgada	10%
Sirve para espesar	10%
Se deshace	8%
Húmeda	7%
Cáscara de color claro	6%
Difícil de pelar	6%
Esponjosa	5%
Suave	5%
Amarilla	3%
Cáscara de color verde	1%
No sabe	4%
Otro	10%



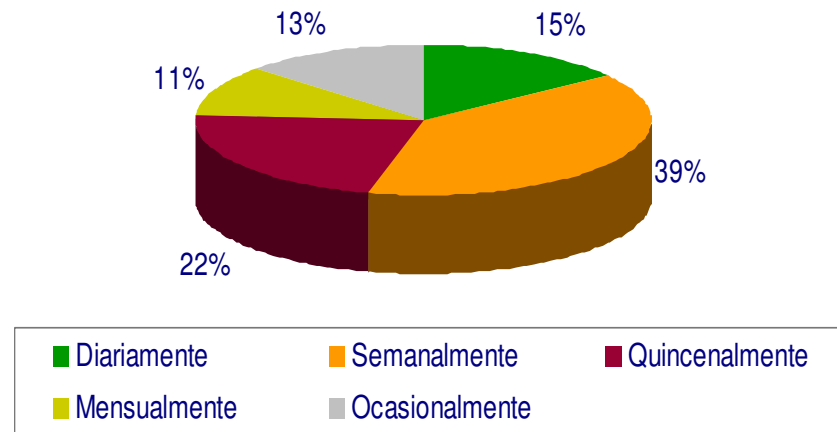
Napoleón Franco

Hábitos de compra – Papa Sabanera / Tuquerreña / Tocarreña

Acostumbra a comprar para su hogar papa...



Frecuencia de compra - Papa Sabanera -



Frecuencia de compra - Papa Sabanera – Por Ciudad

		Diaria	Semanal	Quincenal	Mensual	Ocasional
	TOTAL	15%	39%	22%	11%	13%
Bogotá	58%	15%	38%	22%	11%	14%
Medellín	4%	0%	26%	52%	7%	16%
Cali	4%	25%	34%	20%	0%	21%
Barranquilla	24%	29%	40%	16%	15%	1%
Bucaramanga	11%	17%	65%	13%	0%	5%
Pereira	5%	23%	57%	7%	14%	0%

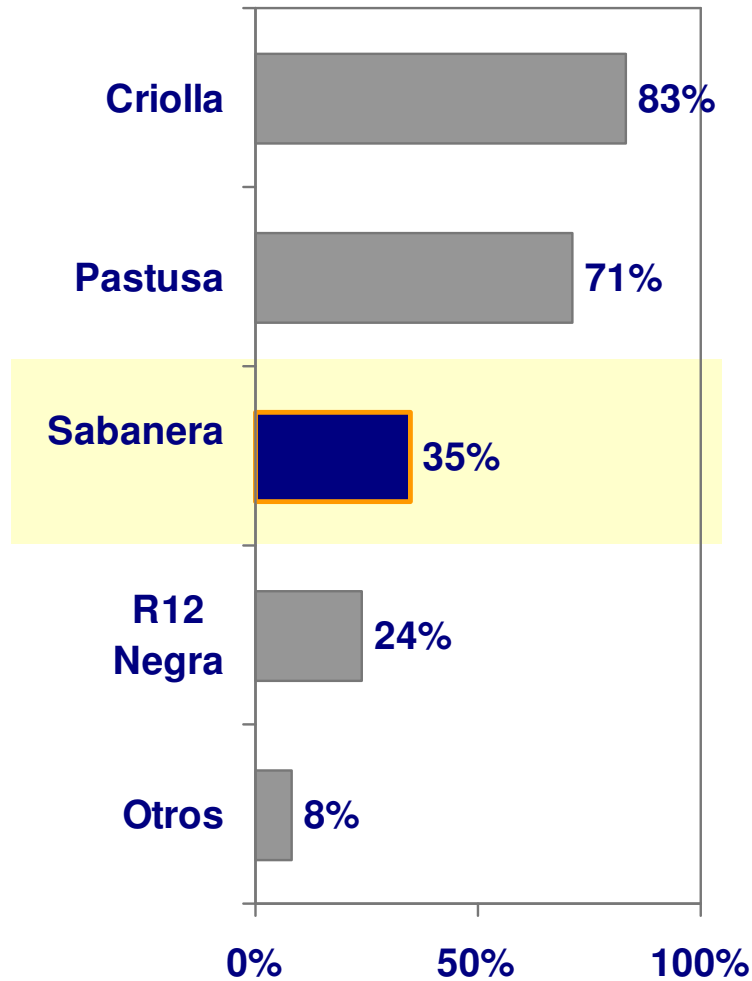
BASES - Muestra expandida de hogares:
 Total: 1110516 – Bogotá: 1002559– Medellín: 17875 – Cali: 22534–
 Barranquilla: 46046– Bucaramanga: 17391 – Pereira: 4111

Hábitos de consumo – Papa Sabanera / Tuquerreña / Tocarreña

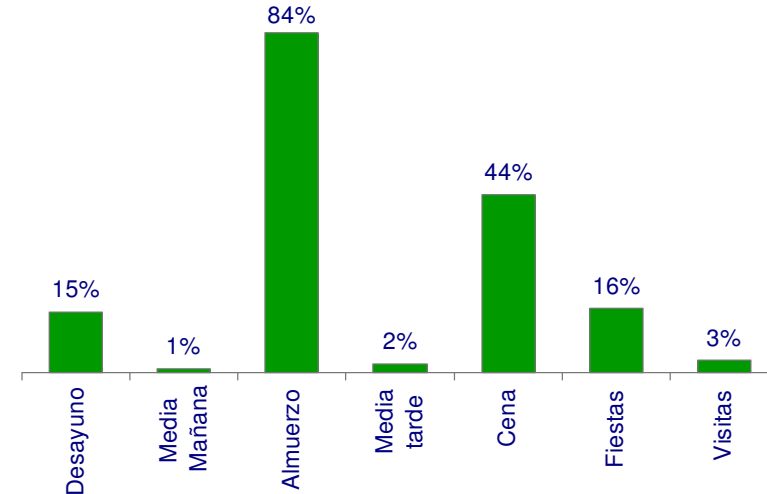


Napoleón Franco

Qué clase de papa acostumbra a consumir en su hogar?



Momento de consumo de papa Sabanera



Cómo prepara la papa Sabanera?

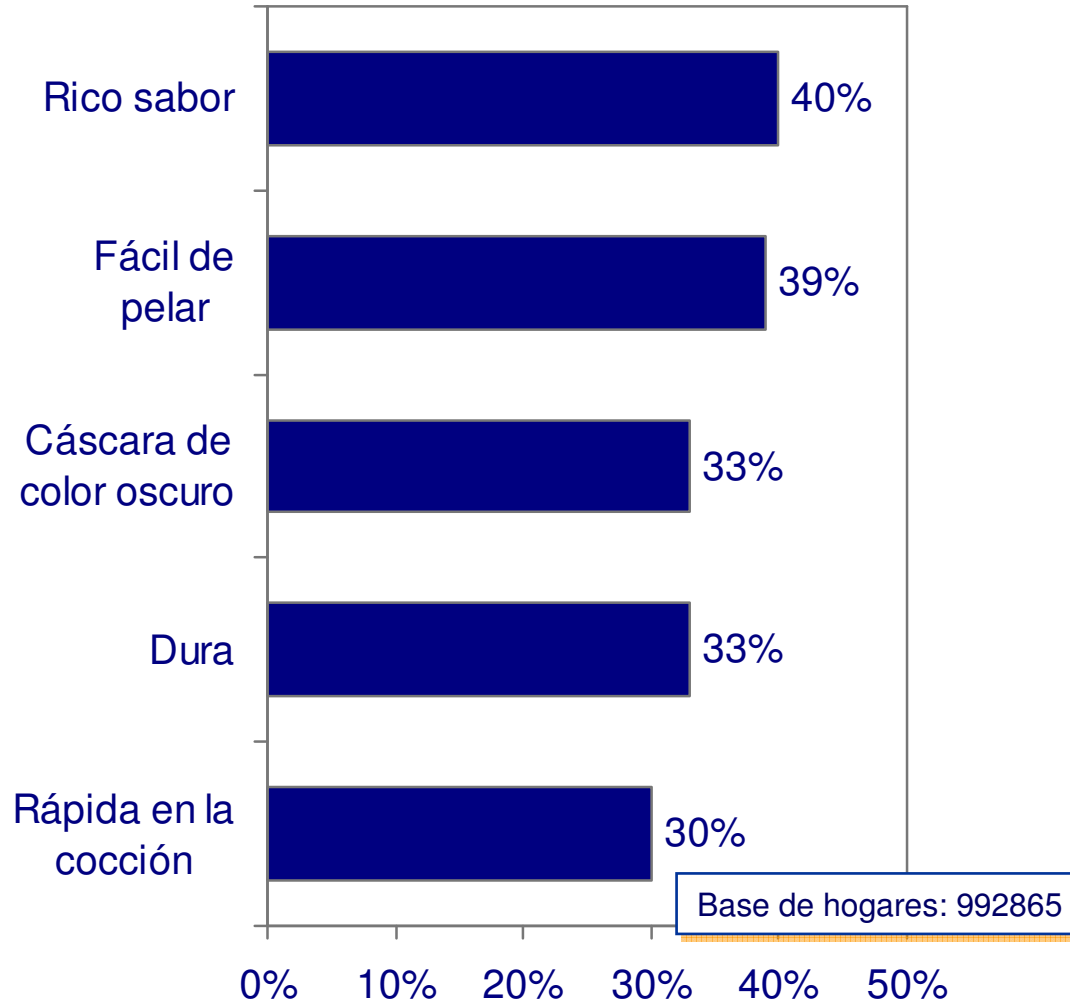
Preparación	%
Salada	56%
Sopas o caldos	52%
Fritas	45%
Sudados	37%
Ensaladas	30%
Purés	25%
Mezcla con otros alimentos	22%
Cocinadas / al vapor	15%
Empanadas	5%

BASES - Muestra expandida de hogares: Total: 1110516 – Bogotá: 1002559–
 Medellín: 17875 – Cali: 22534–
 Barranquilla: 46046– Bucaramanga: 17391 – Pereira: 4111



Reporta conocerla el 31%

5 Principales Características:



Características:

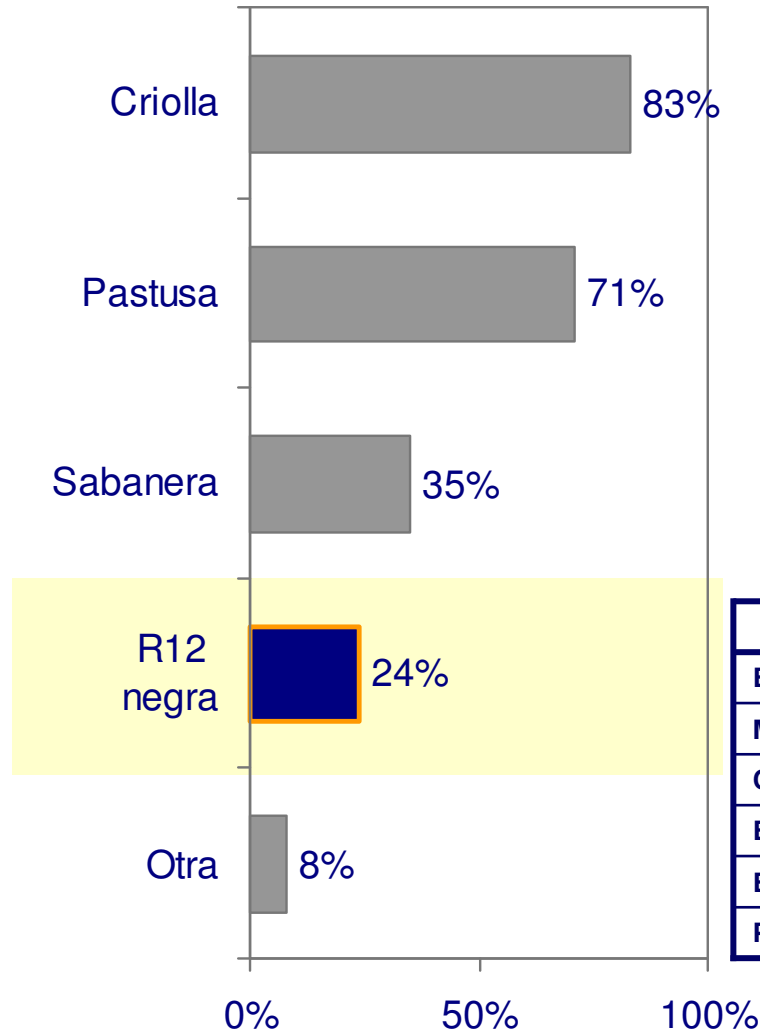
Tamaño grande	27%
Tamaño mediano	24%
Blandita	22%
Cáscara de color morado	14%
Arenosa/Granulosa	13%
Tamaño pequeño	13%
Cáscara delgada	13%
Seca	12%
Sirve para espesar	11%
Húmeda	10%
Suave	10%
Esponjosa	8%
Cáscara de color claro	8%
Difícil de pelar	8%
Se deshace	5%
Cáscara de color verde	2%
Amarilla	2%
No sabe	2%
Otro	3%



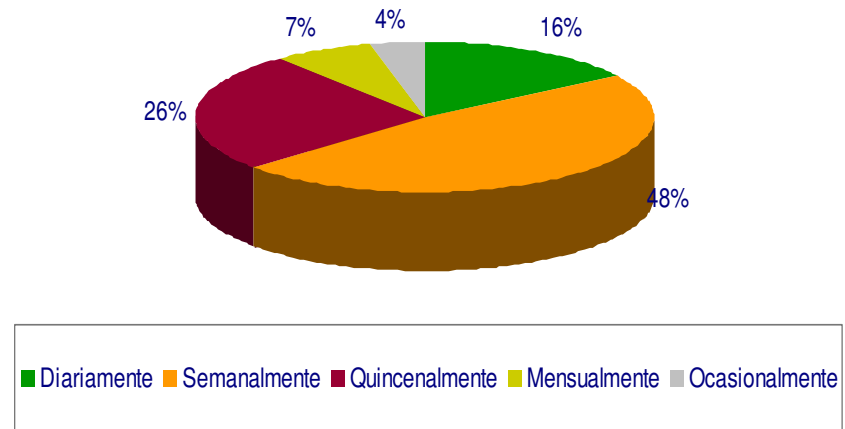
Napoleón Franco

Hábitos de compra – Papa R12 Negra / Capira

Acostumbra a comprar para su hogar papa...



Frecuencia de compra – R12 Negra -



Frecuencia de compra - Papa R12 Negra – Por Ciudad

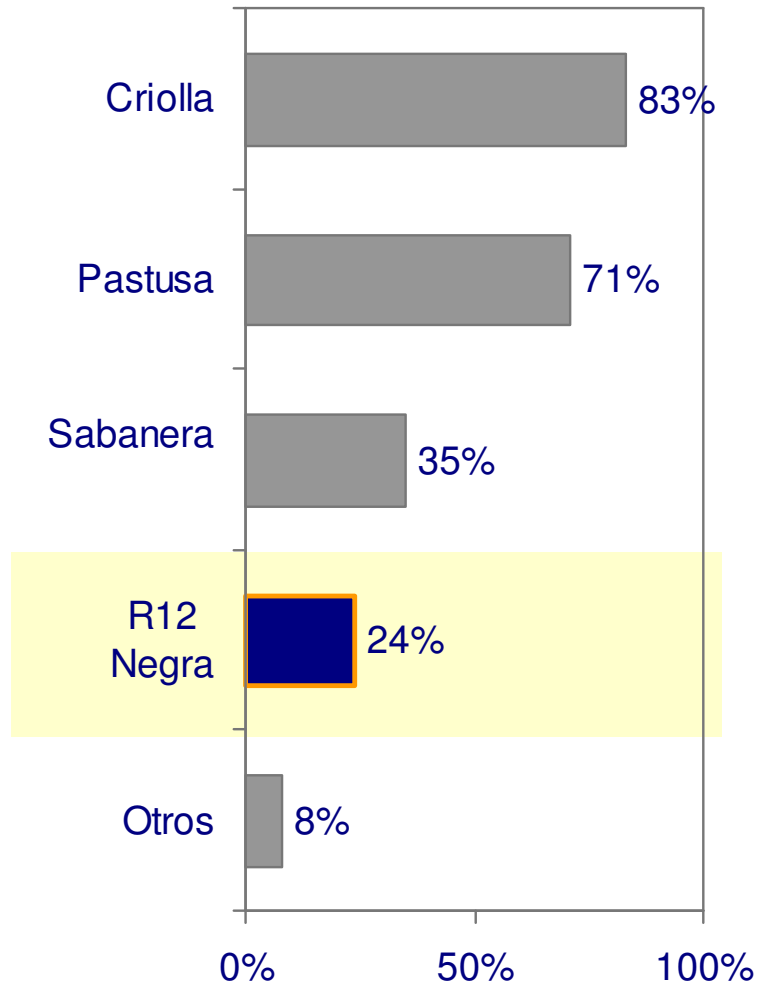
		Diaria	Semanal	Quincenal	Mensual	Ocasional
	TOTAL	16%	48%	26%	7%	4%
Bogotá	3%	0%	49%	8%	24%	20%
Medellín	95%	10%	54%	30%	7%	0%
Cali	18%	23%	31%	31%	3%	12%
Barranquilla	47%	42%	37%	12%	6%	3%
Bucaramanga	14%	39%	45%	14%	0%	1%
Pereira	34%	16%	51%	28%	5%	0%

BASES - Muestra expandida de hogares:
 Total: 755.821 – Bogotá: 58.468– Medellín: 455.248 – Cali: 99.396–
 Barranquilla: 91.191– Bucaramanga: 21.797 – Pereira: 29.721

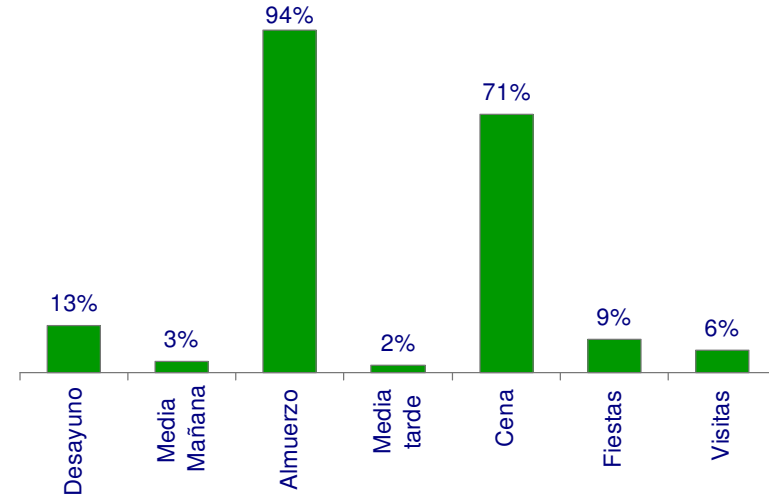


Hábitos de consumo – Papa R12 Negra / Capira

Qué clase de papa acostumbra a consumir en su hogar?



Momento de consumo de papa R12 Negra



Cómo prepara la papa R12 Negra?

Preparación	%
Sopas o caldos	77%
Fritas	71%
Sudados	64%
Purés	40%
Cocinadas / al vapor	38%
Ensaladas	34%
Mezcla con otros alimentos	34%
Salada	27%
Empanadas	16%

BASES - Muestra expandida de hogares:

Total: 755.821 – Bogotá: 58.468 – Medellín: 455.248 – Cali: 99.396 –
Barranquilla: 91.191 – Bucaramanga: 21.797 – Pereira: 29.721



Napoleón Franco

Hábitos de consumo

Comparando el sabor de la papa Criolla con el sabor del _____
¿Usted diría que el sabor de la papa criolla le gusta menos, igual o más?

	Arroz	Plátano	Yuca	Pasta	Mazorca/Maíz	Arracacha	Ñame
TOTAL	72%	16%	5%	4%	2%	1%	0.5%
Le gusta menos	22%	44%	21%	27%	27%	0%	18%
Igual	40%	21%	34%	36%	34%	71%	0%
Le gusta más	28%	26%	42%	26%	10%	4%	62%
El sabor es diferente	11%	9%	3%	11%	29%	25%	20%

Comparando el sabor de la papa Pastusa con...

	Arroz	Plátano	Yuca	Pasta	Mazorca/Maíz	Arracacha	Ñame
Le gusta menos	27%	31%	24%	28%	2%	52%	18%
Igual	42%	38%	37%	38%	33%	24%	0%
Le gusta más	23%	23%	36%	26%	33%	10%	62%
El sabor es diferente	8%	8%	3%	7%	32%	15%	20%

Comparando el sabor de la papa Sabanera con...

	Arroz	Plátano	Yuca	Pasta	Mazorca/Maíz	Arracacha	Ñame
Le gusta menos	25%	30%	18%	40%	43%	84%	--
Igual	35%	41%	60%	24%	1%	16%	--
Le gusta más	28%	12%	22%	24%	3%	0%	--
El sabor es diferente	12%	16%	0%	11%	53%	0%	--

Comparando el sabor de la papa R12 Negra con...

	Arroz	Plátano	Yuca	Pasta	Mazorca/Maíz	Arracacha	Ñame
Le gusta menos	19%	38%	13%	46%	27%	93%	100%
Igual	39%	23%	36%	21%	68%	2%	0%
Le gusta más	26%	32%	43%	27%	5%	5%	0%
El sabor es diferente	15%	7%	8%	5%	0%	0%	0%

BASES - Muestra expandida de hogares consumidores de papa:
Total: 3196988



Napoleón Franco

4. Expectativas



Napoleón Franco

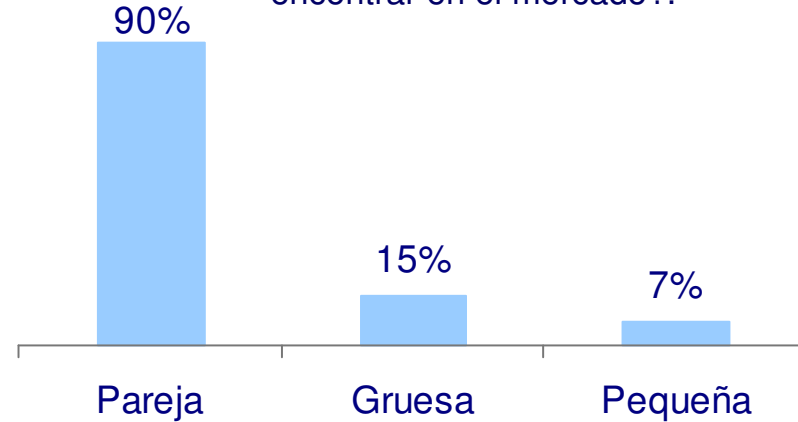
Expectativas respecto a las presentaciones

¿En el momento de la compra en qué presentaciones le gustaría encontrar la papa en fresco?.



BASES - Muestra expandida de hogares consumidores de papa:
Total: 3196988

¿Qué tamaños de papa empacada le gustaría encontrar en el mercado?.



BASES -Muestras expandidas:
Total: 430901

¿Qué pesos de papa empacada le gustaría encontrar en el mercado?.



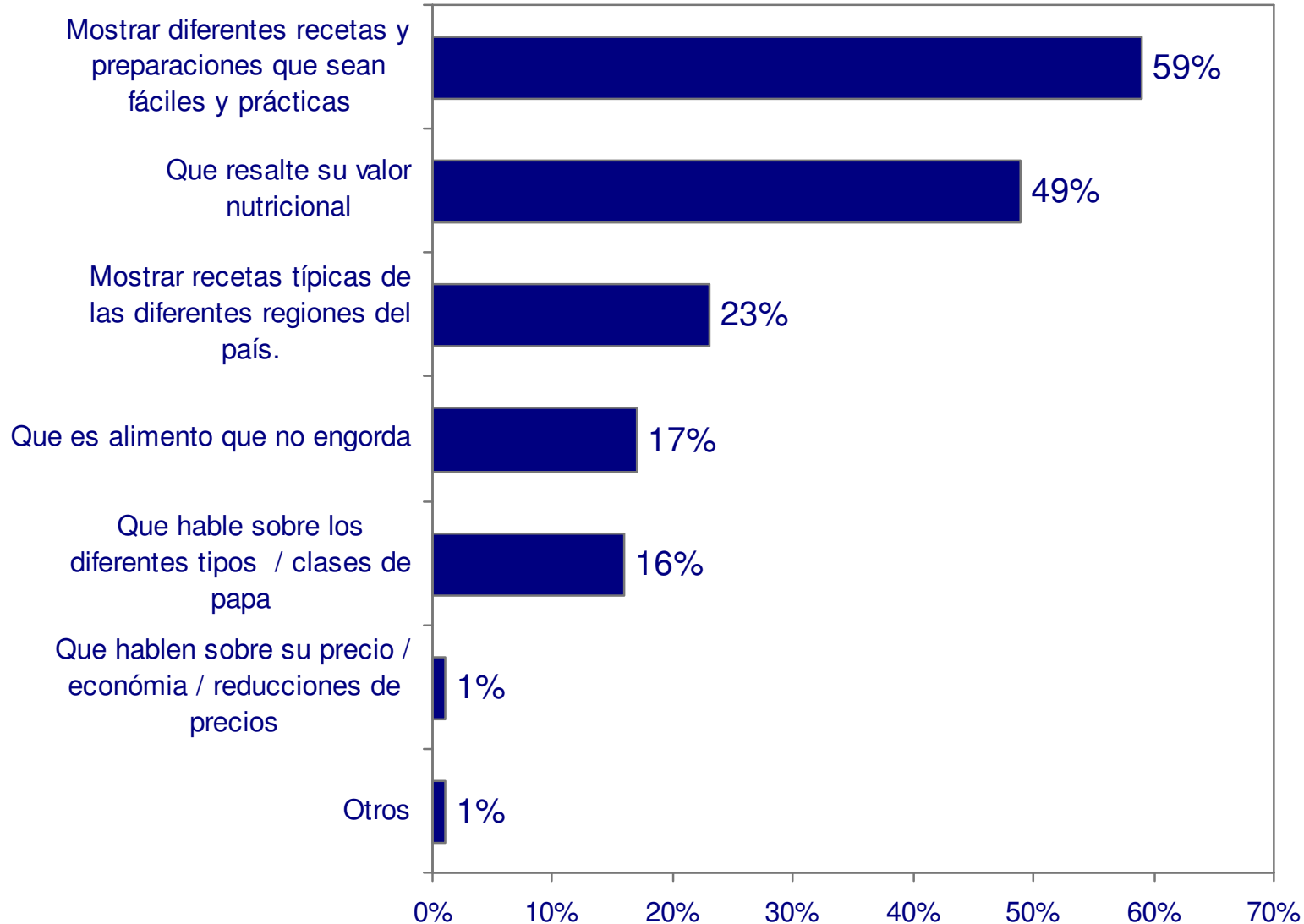
BASES - Muestra expandida de hogares: Total: 323468



Napoleón Franco

Expectativas respecto a la publicidad

Si se realizara una campaña publicitaria para que los colombianos consumiéramos más papa, ¿Qué piensa usted que debería decir?

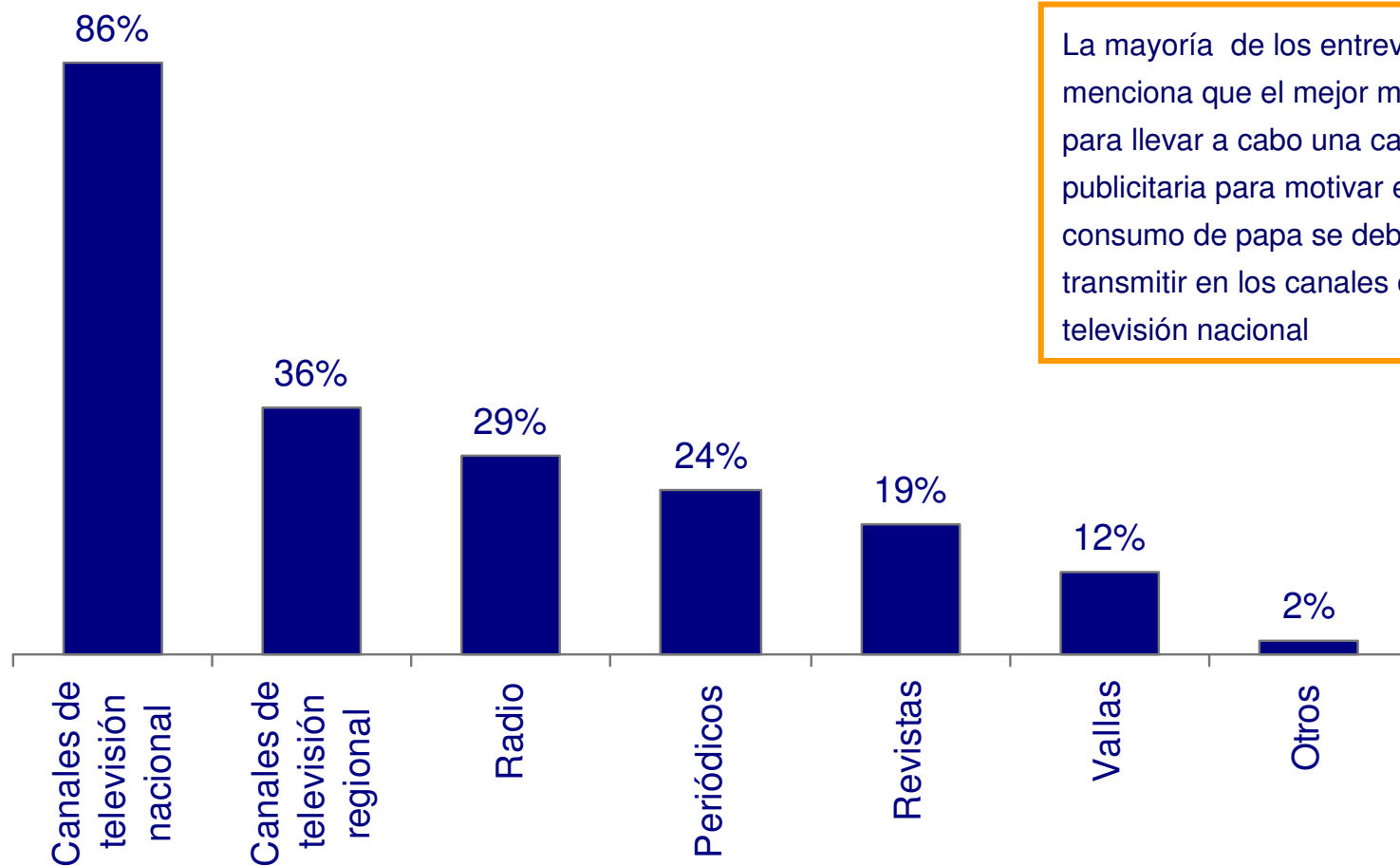


BASES - Muestra expandida de hogares consumidores de papa:
Total: 3196988



Expectativas respecto a los medios de comunicación

En que medios de comunicación le gustaría que se transmita esta campaña?.



La mayoría de los entrevistados menciona que el mejor medio para llevar a cabo una campaña publicitaria para motivar el consumo de papa se debe transmitir en los canales de televisión nacional



Napoleón Franco

Expectativas respecto a el medio en que les gustaría recibir cualquier campaña de motivación al consumo

¿En qué forma le gustaría que le llegara esta campaña?.



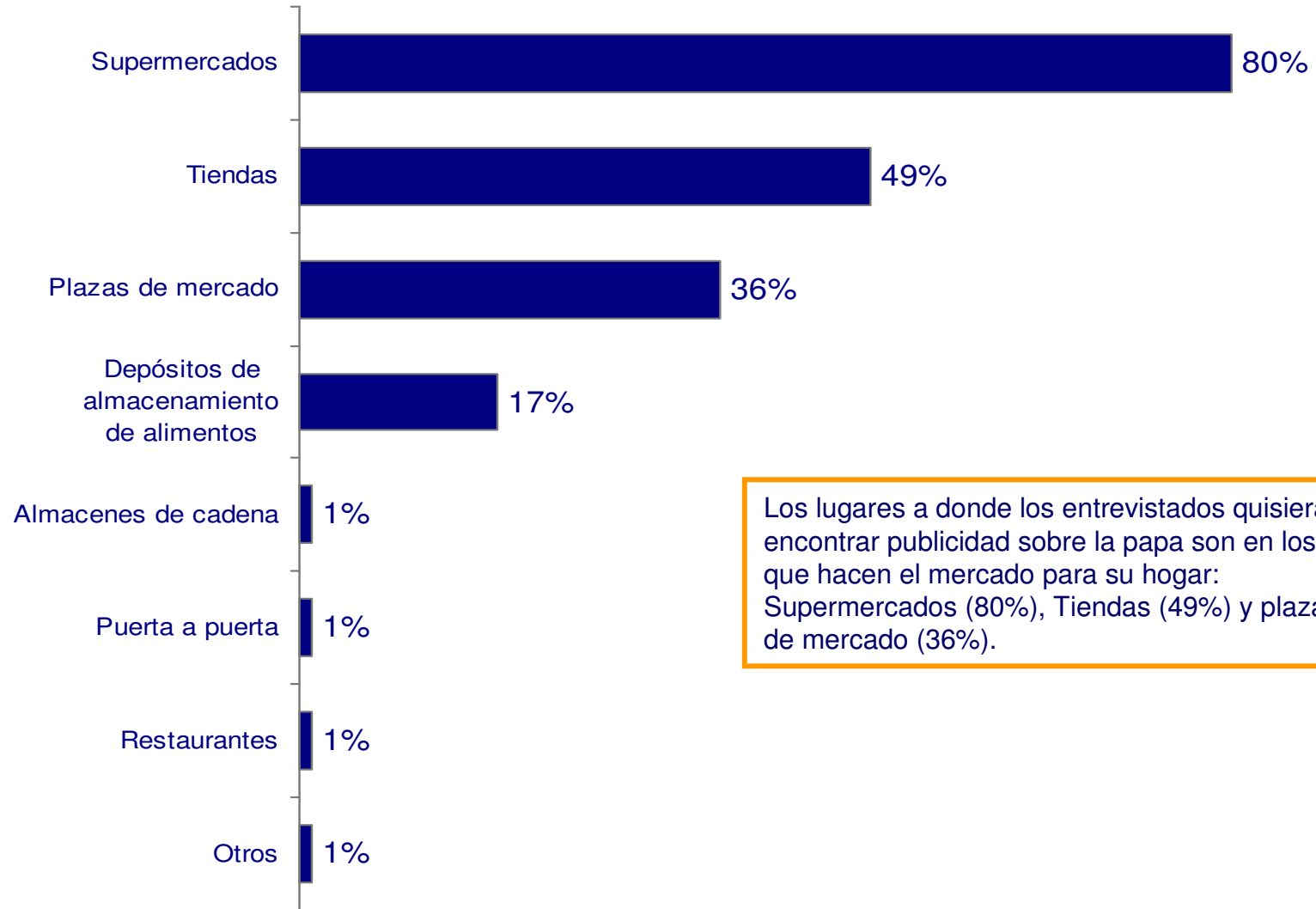
El 75% de los entrevistados piensa que la mejor manera para recibir publicidad y motivar el consumo de la papa es por medio de recetarios que le enseñe a las personas a prepara este alimento de diferentes maneras



Napoleón Franco

Lugares en los cuales les gustaría encontrar les gustaría también encontrar información

¿En qué lugares le gustaría encontrar publicidad de esta campaña?



Los lugares a donde los entrevistados quisieran encontrar publicidad sobre la papa son en los que hacen el mercado para su hogar: Supermercados (80%), Tiendas (49%) y plazas de mercado (36%).

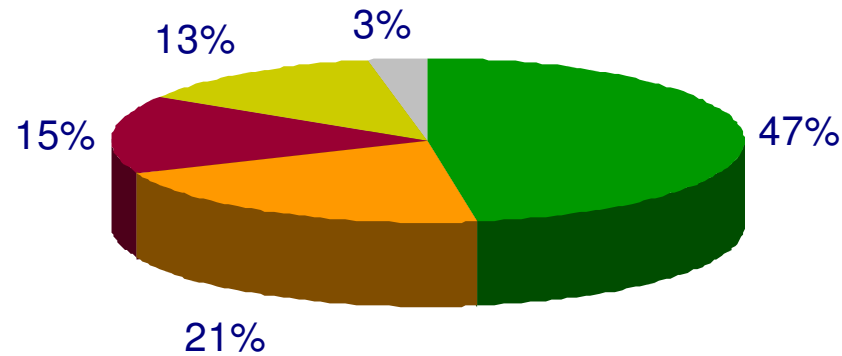


Napoleón Franco

5. Tamaño del mercado



Estructura del consumo semanal de papa según variedad reportado por las amas de casa



	Pastusa	Sabanera	Criolla	R12 Negra	Otras*
TOTAL	47.1%	14.4%	21.5%	13.6%	3.4%
Bogotá	57.6%	23.9%	16.6%	1.2%	0.8%
Medellín	2.6%	1.2%	28.6%	59.9%	7.7%
Calí	59.1%	1.4%	25.9%	8.5%	5.1%
B/quilla	21.2%	15.7%	32.6%	29.9%	0.6%
Bucaramanga	62.8%	3.1%	28.1%	6.0%	0.0%
Pereira	16.6%	0.0%	18.9%	23.5%	41.0%

*De año, san felix, nevada, guata, ica Huila, colorada, ruby, areta, corriente, blanco, roja, morada, ica roja



Consumo promedio de papa por hogar según NSE y Variedad reportado por las amas de casa

- Cifras en Kilos -

	NSE 2	NSE 3	NSE 4	NSE 5 y 6	TOTAL
Pastusa	4.55	3.51	3.15	2.50	3.80
Sabanera	2.82	2.17	2.46	2.11	2.44
Criolla	1.39	1.57	1.61	1.39	1.49
R12 Negra	2.94	3.34	3.96	3.34	3.27
Otras*	3.17	2.22	2.54	1.52	2.53
Total	6.04	5.75	5.68	4.71	5.76

*De año, san felix, nevada, guata, ica Huila, colorada, ruby, careta, corriente, blanco, roja, morada, ica roja

★ Número promedio de variedades de papa consumidas por hogar 2.21



Personas que conforman los hogares de la muestra

NSE Ciudad	2	3	4	5 y 6	TOTAL
Bogotá	1286	1158	249	188	2882
Cali	290	269	110	142	811
Medellín	398	394	74	115	982
Barranquilla	127	170	48	65	410
Bucaramanga	52	69	85	36	242
Pereira	50	58	42	21	171
TOTAL	2204	2119	608	568	5499

Consumo percapita semanal en – Kilos-

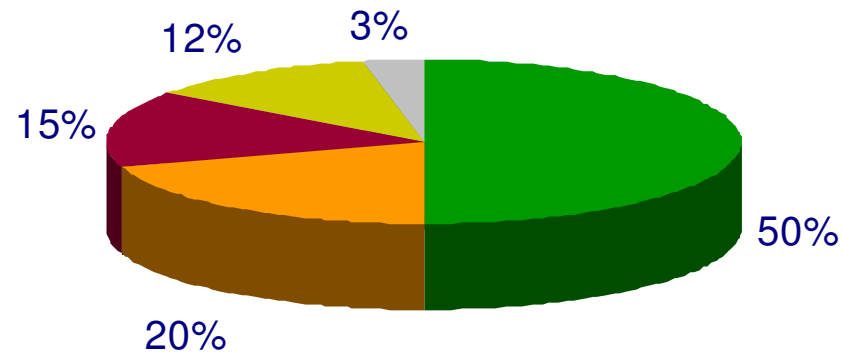
NSE Ciudad	2	3	4	5 y 6	TOTAL
Bogotá	1.82	1.56	1.75	1.17	1.66
Cali	1.40	1.83	1.87	1.47	1.62
Medellín	1.68	1.71	1.30	0.97	1.58
Barranquilla	0.77	1.13	0.96	1.07	0.99
Bucaramanga	2.20	2.26	1.62	1.72	1.94
Pereira	1.36	1.01	1.23	0.85	1.15
TOTAL	1.68	1.59	1.60	1.22	1.59



Napoleón Franco

Tamaño del mercado

Estructura de la compra semanal de papa según variedad reportado por las amas de casa



Total compra: 22.364.642 Kilos

■ Pastusa ■ Criolla ■ Sabanera ■ R12 Negra ■ Otras

	Pastusa	Sabanera	Criolla	R12 Negra	Otras*
TOTAL	49%	18%	18%	11%	3%
Bogotá	59%	25%	14%	1%	1%
Medellín	2%	2%	23%	63%	10%
Calí	58%	1%	26%	8%	7%
B/quilla	21%	15%	39%	24%	0%
Bucaramanga	56%	5%	35%	4%	0%
Pereira	6%	0%	22%	31%	41%

*De año, san felix, nevada, guata, ica Huila, colorada, ruby, careta, corriente, blanco, roja, morada, ica roja



Volumen semanal de compra y consumo de papa según variedad reportado por las amas de casa

	Compra Promedio Por hogar (Kilos)	Consumo Promedio Por hogar (Kilos)	Excedente Semana Por Hogar (Kilos)
Pastusa	4.91	3.85	1.06
Sabanera	3.02	2.49	0.53
Criolla	1.65	1.5	0.15
R12 Negra	3.55	3.26	0.29
Otras*	2.91	2.66	0.25
Total	6.92	5.75	1.17

*De año, san felix, nevada, guata, ica Huila, colorada, ruby, careta, corriente, blanco, roja, morada, ica roja

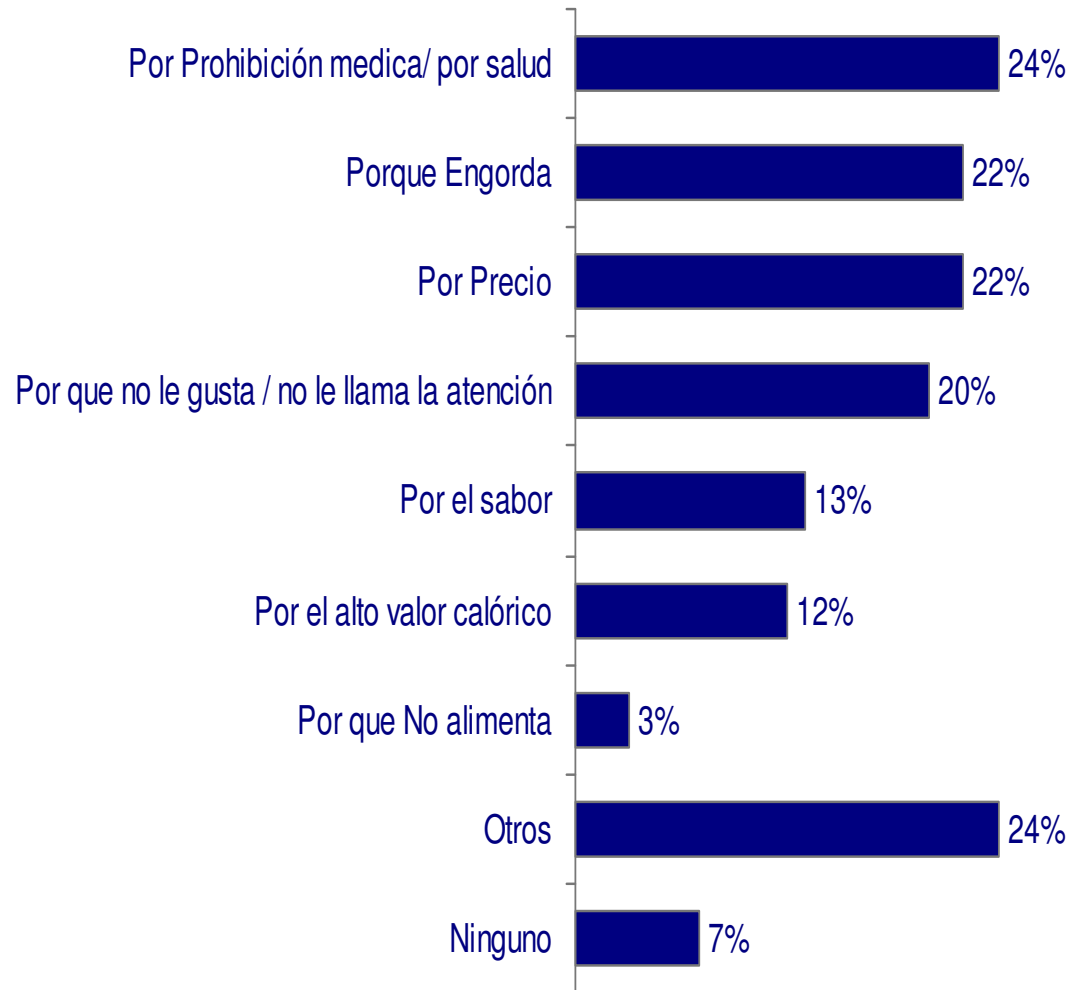


Napoleón Franco

6. No consumidores de papa



¿Por qué razones no consumen papa en su hogar?.



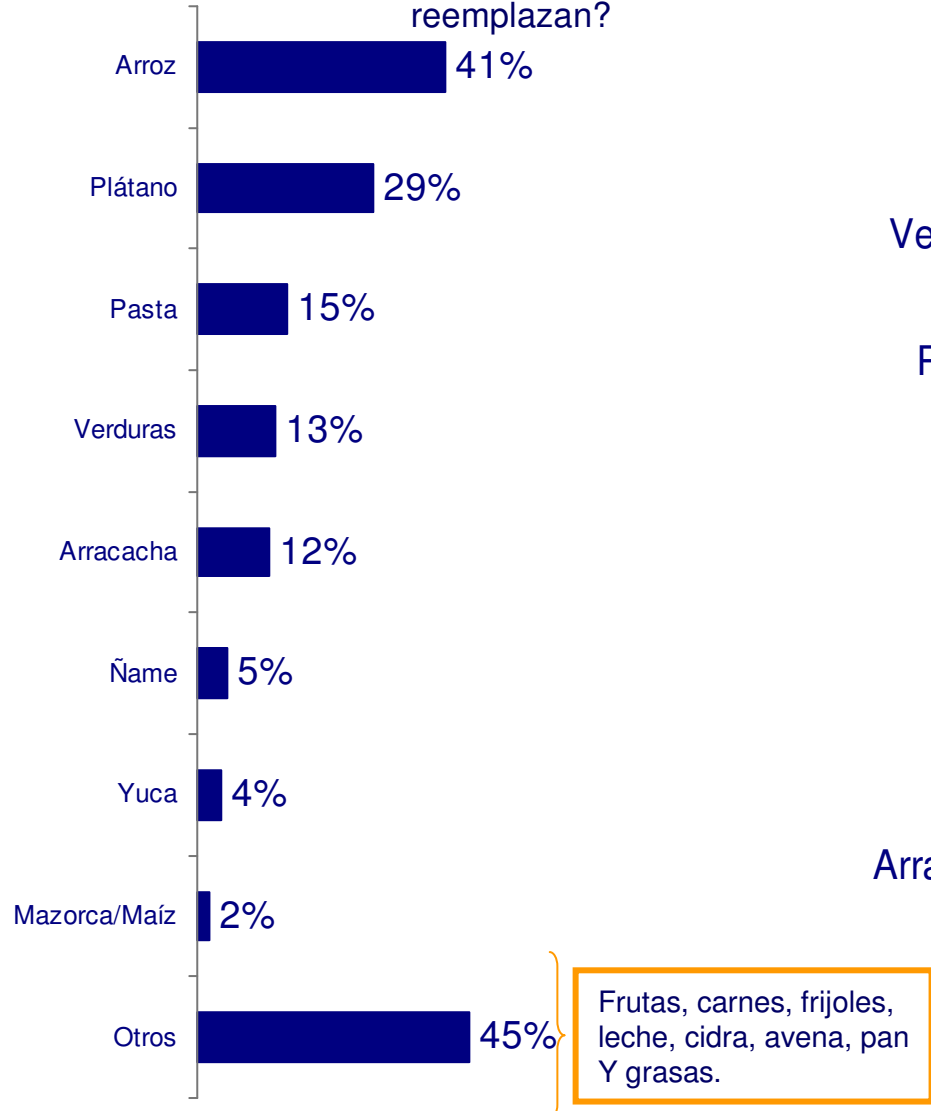
Son muy pocos los no consumidores de papa en los hogares, solo el 1% dice no consumir papa y las 4 principales razones se encuentran repartidas en proporciones prácticamente iguales entre factores de salud y estéticos

Adicionalmente el precio es un factor que inhibe el consumo



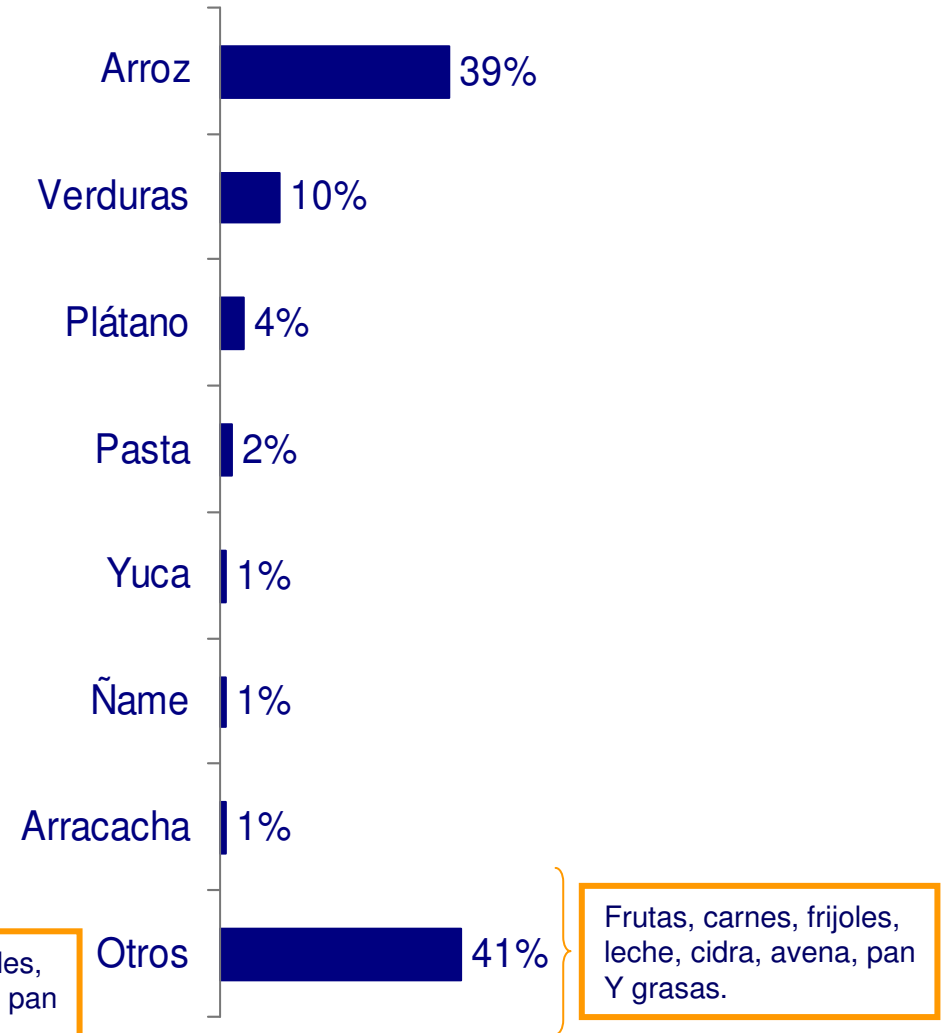
Napoleón Franco

¿Cómo en su hogar no consumen papa por que otro producto la reemplazan?



Hábitos generales de compra

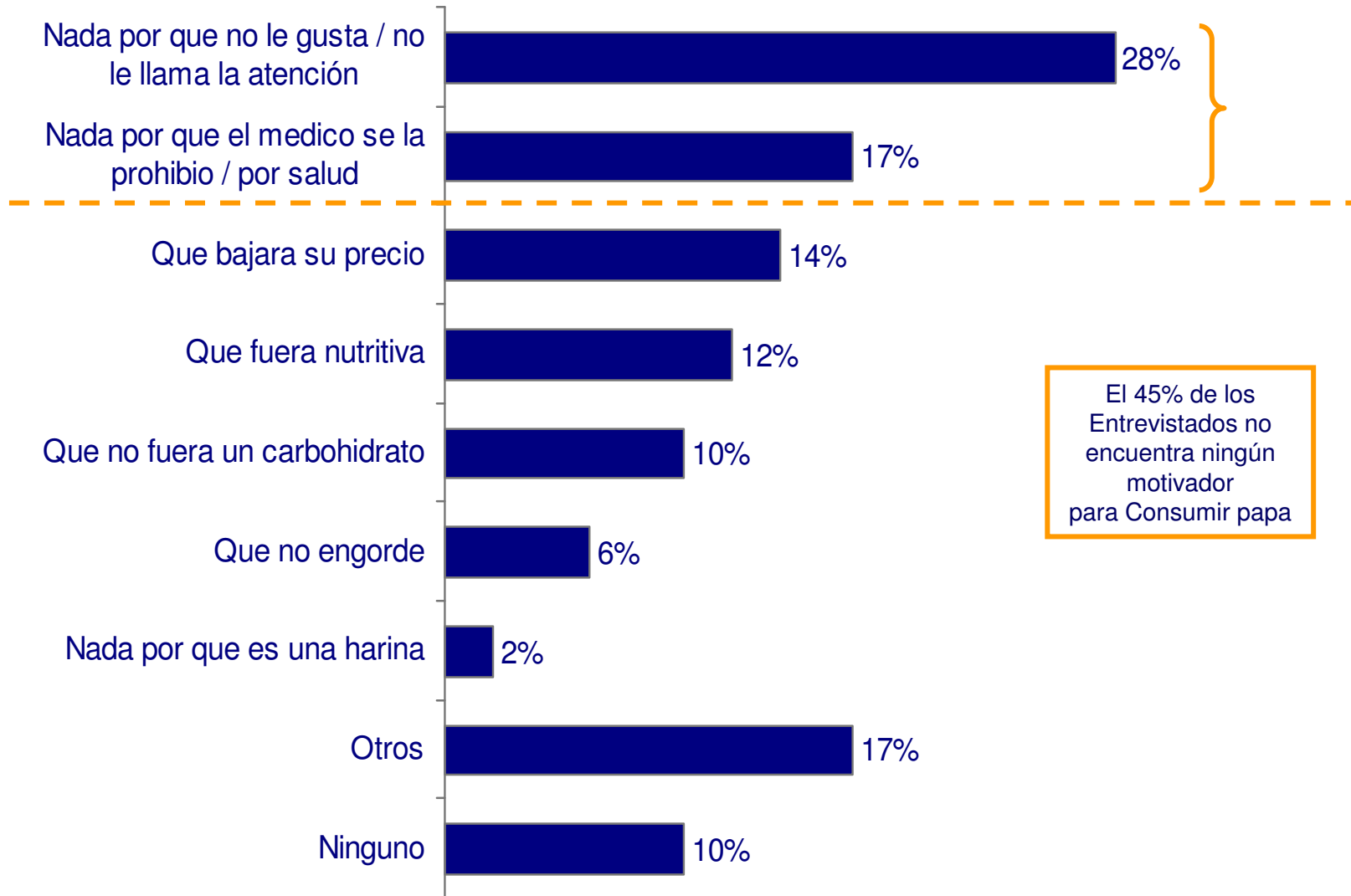
¿Cuál considera que es el más importante en su hogar?





Razones para motivar el consumo en los no consumidores

¿Qué lo motivaría a iniciar el consumo de papa en su hogar?.





Napoleón Franco

7. Conclusiones y recomendaciones



- ✓ Los resultados obtenidos, reportan un alto consumo (99%) de papa en los hogares de las ciudades bajo estudio, independientemente del estrato y de la composición del hogar.
- ✓ Sin embargo dichos resultados llevan a pensar que dicho consumo obedece al hábito arraigado en los hogares, el cual probablemente se ha ido adquiriendo a través de la costumbre y no al conocimiento real de las propiedades y beneficios que posee y ofrece el producto
- ✓ Dado lo anterior se observa que aunque la papa tiene un lugar importante en la alimentación de los hogares, esta en ningún caso es la protagonista de una comida
- ✓ Su función principal se limita a ser acompañante, complemento o apoyo para que otros alimentos se destaquen
- ✓ Es probable que esta posición se deba a que en general se le otorgan a la papa limitadas características alimenticias y nutricionales



Napoleón Franco

- ✓ Respecto a los hábitos de compra de la papa, un poco más de la tercera parte de entrevistados prefiere el supermercado (38%) y otra proporción la tienda de barrio (31%)
- ✓ Son tres las características que principalmente se tienen en cuenta para comprar el producto, siendo la calidad del mismo el de mayor importancia (60%), luego la limpieza del lugar (46%) y en tercer lugar el precio (39%)
- ✓ La calidad de la papa está referida a características físicas y de apariencia del producto como lo encuentran en el canal y en la forma como se desempeña en la preparación para la cual se utiliza
- ✓ La limpieza del lugar se refiere tal y como se mencionó en la fase exploratoria a la manera atractiva o no como el canal la ofrece
- ✓ El precio considerado como el tercer factor en importancia para comprar el producto no parece tener tan fuerte impacto en la motivación hacia la compra, dado que cuando el precio sube, igual se compra aun que en algunos casos disminuye su consumo



Napoleón Franco

- ✓ Es importante anotar, que para quienes no compran papa cuando no encuentran el producto en el canal (19%) o este sube de precio (16%) el principal producto sustituto de la papa es el plátano (72%)
- ✓ Sin embargo lo anterior no se evidencia en el 62% de los hogares en los cuales el consumo se mantuvo igual
- ✓ Solo en términos reales se observa que el consumo de papa disminuyó 14 puntos respecto al año anterior, dado que el 12% de los hogares menciona haberlo aumentado, pero el 26% lo disminuyó
- ✓ La principal razón de disminución de consumo reportada, corresponde al precio alto del producto (65%)
- ✓ No es una decisión fácil la sustitución de la papa por otros productos, por que a nivel de funcionalidad difícilmente otro producto le puede competir, dado que ofrece variedad, puede acompañar alta variedad de alimentos (58%), se puede preparar de múltiples formas (55%), es fácil de preparar (55%) y además tiene un buen sabor (39%)



- ✓ Con relación al conocimiento de las variedades de papa se observa que este es alto, especialmente en Bogotá, en donde solo la R-12 negra no reporta un conocimiento importante (12%)
- ✓ En Barranquilla (98%), Medellín (96%) y Bucaramanga (96%) la criolla reporta un conocimiento mayor que el promedio general de la variedad (93%)
- ✓ La pastusa poco se conoce en Medellín (9%), Pereira (38%) y Barranquilla (41%), ciudades estas tres que están por debajo del promedio total conocimiento de la variedad (78%)
- ✓ Con relación a la sabanera se observa que parece ser territorio básicamente de Bogotá (91%) dado que es la única ciudad que reporta un conocimiento mucho más alto que el promedio general (54%)
- ✓ De manera especial se reporta el 20% de “otras” variedades que fueron en mayor proporción mencionadas en Pereira (84%), Cali (42%) y Medellín (41%) y que hacen referencia a múltiples nombres todos ellos aparentemente asignados popularmente (De año, san felix, nevada, guata, ica Huila, ruby, careta, corriente, blanca, roja, morada, ica roja)
- ✓ En cuanto al consumo y compra a continuación se presenta el dimensionamiento del mercado en términos de toneladas



De acuerdo con los resultados es posible recomendar para motivar el consumo lo siguiente :

- ✓ Realizar a nivel nacional una campaña de comunicación informando los beneficios nutricionales de la papa, por que actualmente la razón de su consumo está dado por la costumbre más no por el conocimiento real de sus atributos nutricionales
- ✓ También es importante presentar a nivel nacional la amplia variedad con la que cuenta el producto, las características y el tipo de preparaciones posibles de cada una de ellas para optimizar su desempeño por que es probable que al comprarse una variedad y utilizarse en una preparación diferente, este pueda cambiar y de pronto inhibir el consumo
- ✓ Se espera que se enseñe diversidad de preparaciones y alternativas de consumo de la papa, ya esto a través de los medios de comunicación masiva de tipo nacional, regional o local
- ✓ Es importante involucrar al canal en todo el proceso de comunicación y planes de motivación del consumo, tanto a nivel de exposición y oferta atractiva del producto como de material POP, folletos, recetarios



Napoleón Franco



Napoleón Franco

Gracias por pensar en nosotros