

ANEXO 1

CUESTIONARIO

Preguntas filtro

¿A qué rango de edad perteneces?

- a. 18 a 24
- b. 25 a 30
- c. 31 a 45
- d. Más de 45

¿Cual es tu género?

- a. Masculino
- b. Femenino
- c. Otro

¿Cuál es tu composición familiar?

- a. Padres
- b. Cónyuge
- c. Cónyuge e hijos
- d. Padres, cónyuge e hijos
- e. Vive solo

¿Cuál es tu ingreso mensual?

- a. Menos de 2.000.000
- b. Entre 2.000.000 y 3.000.000
- c. Entre 3.000.000 y 4.000.000
- d. Más de 4.000.000

¿Consumes comida rápida?

- a. Si
- b. No

(Dado que la respuesta sea SI, se continúa con la encuesta, si la respuesta es NO, finaliza la encuesta)

Preguntas dirigidas

¿Con qué frecuencia consumes comida rápida al mes? (Seleccione una única

respuesta)

- a. 1 - 2 veces
- b. 3 - 4 veces
- c. 5 - 6 veces
- d. 7 veces o más

**Ordene de 1 a 5 las siguientes comidas rápidas de acuerdo a su preferencia.
Siendo la primera opción la más preferida y la última la menos preferida**

___ Hamburguesa
___ Pizzas
___ Perros
___ Papas
___ Pollo

Pensando en su negocio de comidas rápidas favorito, seleccione las dos principales razones que lo motivan a seguir visitándolo (Seleccione solo dos opciones)

- a. Calidad
- b. Sabor del producto
- c. Rapidez en el servicio
- d. Innovación y variedad
- e. Relación precio - Cantidad
- f. Precio
- g. Buen servicio
- h. Ubicación

Pensando en los negocios de comidas rápidas que no sean de su preferencia ¿qué es lo que le evita visitarlos? (Seleccione una única respuesta)

- a. Problemas de higiene y aseo del lugar
- b. Mala calidad de la comida
- c. Mal procesamiento de los alimentos
- d. Otro

Si hablamos solo de negocios de papas fritas ¿cuáles de las siguientes marcas conoce?

___ Capira
___ ChipsStation
___ Chips company

___ Dogburger

Si tuviera que escoger el visitar uno de los siguientes lugares de papitas rápidas ¿cuál visitaría? (Seleccione una única respuesta)

- ___ Capira
- ___ ChipsStation
- ___ Chips company
- ___ Papitas company
- ___ Juan Papitas
- ___ Papaghetto
- ___ Dogburger
- ___ Fries papa lovers
- ___ Donde el coste
- ___ Mandingas
- ___ No conozco ninguno de los negocios aquí relacionados

Ordene de 1 a 8 los siguientes aspectos de acuerdo a la importancia que tienen para usted al momento de seleccionar un negocio de papas fritas, siendo 1 es el más importante y 8 el menos importante.

- ___ Tamaño de la porción
- ___ Sabor
- ___ Precio
- ___ Rapidez en el servicio
- ___ Amplia cobertura de domicilio
- ___ Presentación del producto
- ___ Variedad de salsas
- ___ Variedad de proteínas

Para las marcas de papas fritas que se mencionan a continuación califique los siguientes aspectos así (Si no conoce la marca déjenlo en blanco)

5: Excelente 4: Bueno 3: Regular 2: Malo 1: Muy malo

ASPECTO	Chips Company	Capira	Chipstation
Tamaño de la porción			
Sabor			

Precio			
Rapidez en el servicio			
Cobertura de domicilio			
Presentación del producto			
Variedad de salsas			
Variedad de proteínas			

Expresa su opinión respecto a las siguientes afirmaciones así

5: Totalmente de acuerdo

4: De acuerdo

3: Ni de acuerdo, ni en desacuerdo

2: En desacuerdo

1: Totalmente en desacuerdo

A los negocios de papas fritas les faltan más opciones de pago ____

Los negocios de papas fritas ofrecen muy poca proteína con respecto a la papa ____

Estoy dispuesto a pagar un precio más alto por mayor cantidad de proteína con respecto a la papa ____

Me gustaría encontrar otras opciones de base de producto diferentes, como por ejemplo: papa criolla, yuca, plátano ____

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un plato de papas fritas? (Responda el valor máximo dispuesto a pagar, en números, sin letras, puntos ni comas)

Chips Company, es un establecimiento de comidas rápidas ubicado en el barrio Belén Las Playas de la ciudad de Medellín.



¿Ha visitado Chips Company?

- ☐ Si, lo he visitado
- ☐ Lo conozco pero no lo he visitado
- ☐ No lo conozco

Si Chips Company fuera innovar en sus productos seleccione la opción que más le llama la atención (Seleccione solo una opción)

- ☐ Papa criolla
- ☐ Yuca
- ☐ Patacón
- ☐ Plátano Maduro
- ☐ Prefiero las papas tradicionales

¿Cuánto sería el rango de precio que estaría dispuesto a pagar por un plato de papas fritas?

- a. Menos de \$15.000
- b. Entre \$15.000 y \$20.000
- c. Entre \$20.000 y \$25.000
- d. Entre \$25.000 y \$30.000
- e. Más de \$30.000



ANEXO 2

Insumos - Salida de Campo

Instrumento de observación

Nombre del lugar:

Dirección:

Sede:

Atributos a evaluar:

1. Espacio: Mobiliario, Iluminación, Temperatura
2. Producto: Tipología de producto, variedad, emplatado,
3. Modelo de Servicio:
4. Experiencia en punto de venta: Journeymap, calidad de la atención, conocimiento del producto del personal, tiempo de espera para la atención inicial, tiempo de espera para toma de pedido, tiempo de espera para entrega del producto, proceso de pago, métodos de pago,
5. ¿Cómo es el espacio?
6. ¿Cómo es el tipo de mobiliario?
7. ¿Qué tipo de iluminación tiene?
8. ¿Cómo es la temperatura dentro del lugar?
9. ¿Qué pasó en el momento de entrar al lugar?
10. ¿Cómo fue el tipo de atención por parte de los meseros?
11. ¿Cómo lucen los meseros? (respecto a si tienen o no uniforme)
12. ¿Qué tanto sabían los meseros de los platos en la carta y las recomendaciones?
13. ¿Cuánto fue el tiempo de espera para la atención inicial y toma de pedido?
14. ¿Cuánto fue el tiempo aproximado de espera para que llevaran el primer plato?
15. ¿Qué tipo de comida venden? Describa un poco la carta
16. ¿Qué tanta variedad hay en los platos?
17. ¿Qué plato pidió? Describa el plato con detalle
18. ¿Qué es lo que más le gustó de su plato?

Describa con detalle el emplatado

19. ¿Hubo algo que le disgustara de su plato?
20. ¿Cómo era la presentación de su plato? Descríbalo
21. ¿Cómo fue la experiencia a la hora de pedir la cuenta?
22. ¿Cómo fue su experiencia de pago?
23. ¿Cuánto tiempo pasó entre el momento en el que pidió la cuenta y en el que le entregaron su factura?
24. ¿Qué tipo de métodos de pago habían disponibles?
25. ¿Tuvo inconvenientes con su factura? Si su respuesta es "Sí" especifique cuáles

¿Qué fue lo que más le llamó la atención de la visita al lugar?

¿Volvería y recomendaría este lugar? ¿Por qué?

Tener en cuenta:

- No vamos a centrarnos en la observación ni en la apariencia física del lugar.
- No limitarse a hacer conteos. Lo que nos interesa es hacer descripción de los comportamientos. Ir más allá de lo meramente espontáneo, hacer diálogos espontáneos. La guía es solo un recordatorio, pueden observarse cosas diferentes. la guía es el mínimo viable.
- El observador no opina, no califica, no valora. Solo describe.
- No se necesita comparar. Solo se necesita ir a conocer el fenómeno, describir el fenómeno.
- Recordar grabar después de salir de cada lugar.
- Luego se transcribe.

1. ¿Cómo es el espacio?

- El espacio es amplio, cuenta con 2 niveles.
- Capacidad para 50 personas aproximadamente.
- Es una terraza baja.
- El lugar es lineal, comparte espacio con otros negocios comerciales.
- La cocina es privada, pero el espacio de consumo es compartido.
- El espacio es pequeño.

El espacio para el consumo de los alimentos es reducido.

- Cuenta con mesas redondas para consumo en el lugar.
- El espacio cuenta con 2 colores que predominan (morado y verde).
- La iluminación es cálida.
- El espacio es alargado.
- De colores blanco y amarillo.
- El mobiliario de ve acabado.
- No hay mesas, pero si barras, tanto en el centro, como en ambos laterales.
- La iluminación es blanca.
- Los techos son altos.
- El espacio es pequeño, oscuro y un poco sucio.
- De colores verde y algunas cosas amarillas.
- Es un local al lado de otros muchos, es un espacio abierto y tiene una calle principal al frente.
- El espacio es angosto, queda en toda la glorieta del parque de laureles y no hay donde parquear.
- El espacio es pequeño, pocas mesas pero comparte personal con Burro Pizzería.
- El espacio es un local dentro del centro comercial arkadia.
- Modelo de servicio autoservicio. No hay un contacto cercano con el personal.
- Espacio cuenta con muchas líneas rectas.

Conclusión: Espacios pequeños, iluminación calida y predominan los colores de la marca.

2. ¿Cómo es el tipo de mobiliario?

- Estilo industrial (madera clara y estructura metálica color negro).
- Algunas de las sillas tienen espaldar (es mobiliario de paso).
- Mobiliario de paso.
- Estilo industrial.
- Mesas para compartir entre 2 y 4 personas.
- Sillas en madera, sin espaldar.
- Mobiliario es de paso.
- Básico
- El mobiliario es de madera y acero.
- Mesas metálicas redondas

- Sillas de plástico color verde.
- Las mesas metálicas están contramarcadas con marca y logo.
- El mobiliario es de paso.
- En madera, aglomerado y estructuras metálicas.
- El mobiliario se notaba desgastado.
- El mobiliario es de madera y acero.
- La mesa y el piso estaban sucios.
- El mobiliario es poco, realmente son dos barras con escasas sillas.
- La mayoría de personas estaban sentadas en las aceras alrededor.
- El mobiliario es en madera y acero.
- Se encontraba limpio aunque considero un poco estrecho.
- El mobiliario es en madera, propiedad de la zona de comidas del centro comercial, no propiamente del restaurante.
- Estaba limpio pero por tema de disponibilidad estaba muy lejos del restaurante.

Conclusión: Mobiliario de paso, en madera y acero con capacidad aproximada para 4 personas por mesa.

3. ¿Qué tipo de iluminación tiene?

- Temperatura cálida (luminaria amarilla).
- Luminaria en bombillos (hace parte de la linea industrial).
- Conectividad y cableado por medio de tubería industrial.
- Temperatura cálida (luminaria amarilla).
- Temperatura cálida (luminaria amarilla).
- El lugar estaba iluminado por lámparas de tubo color blanco, situadas en el techo
- La iluminación era tenue, el lugar se percibía oscuro.
- Iluminación adecuada y suficiente.
- Iluminación tenue.
- La iluminación era adecuada, es un espacio de centro comercial abierto y con buena iluminación.

Conclusión: Iluminación cálida/tenue.

4. ¿Cómo es la temperatura dentro del lugar?

- Cuenta con aire acondicionado
- Al llegar el aire estaba apagado, al ubicarse en el espacio las personas encargadas del lugar lo prendieron.
- El lugar es abierto, por lo que es fresco.
- Al ser una especie de balcón permite que el aire fluya.
- El lugar es un poco caliente, no tiene mucha circulación o salidas de aire.
- El día y fecha de visita solo habían 6 personas en el establecimiento, por lo que el lugar se sentía fresco y amplio.
- Temperatura ambiente, el lugar es abierto.
- Hace un poco de calor por los fritadores y el montón de gente
- Temperatura ambiente, fresco.
- Temperatura ambiente, fresco.

Conclusión: La mayoría de espacios son abiertos, no necesitan aire acondicionado.

5. ¿Qué pasó en el momento de entrar al lugar?

- No hay quien reciba a las personas que llegan.
- Inicialmente no sabía que era autoservicio.
- Se debe hacer el pedido en la caja (autoservicio).
- Al preguntar por los platos, solo entregan la carta.
- Nos recibe una chica muy amable.
- Nos da la bienvenida.
- Nos pregunta que donde nos queremos ubicar.
- Nos trae la carta.
- Una persona detrás de la caja registradora y desde la cocina nos dio la bienvenida (autoservicio).
- Al llegar donde ella nos ofreció la carta.
- Al momento de llegar al lugar nadie nos atendió de manera inicial, llegamos a la caja, allí estaban ubicadas las cartas, las tomamos y revisamos el menú.
- Una vez entramos el personal nos dio la bienvenida, nos preguntó si ya sabíamos que comer o si deseábamos ver la carta. Vimos que tenían unos combos del día y pedimos.

- Es un local de puertas abiertas, me tocó hacer fila . Había muchos rappitenderos esperando pedidos y no había una fila distinguida para ellos sino que les tocaba esperar al igual que los demás clientes.
- El local maneja un modelo de servicio a la mesa. Entré al lugar e inmediatamente me recibió un mesero con la carta en la mano y me ofreció una mesa. Me dejó las dos cartas: Papas y Pizzas y se retiró.
- El local maneja un modelo de autoservicio. Nos acercamos a la barra y chica en caja se demoró aproximadamente un minuto en percibirnos. Mientras tanto, íbamos leyendo en voz alta la información de las pantallas y empezando a tomar la decisión.

Conclusión: La mayoría de negocios manejan la modalidad de autoservicio, aquí el servicio se limita a tomar el pedido, poca asesoría. Contrario al servicio a la mesa, minoría de los lugares visitados pero la atención es más amplia, detallada y personalizada.

6. **¿Cómo fue el tipo de atención por parte de los meseros?**

- No hay meseros (es autoservicio).
- La chica de la caja donde se hace el pedido se limitó a tomar el pedido, pregunto por la bebida que quería tomar y por último pregunto si quería incluir el servicio, seguido a esto se generó el cobro.
- Mientras comía, un chico prendió el aire y pregunto si la música estaba a un buen volumen.
- No había meseros (autoservicio).
- La chica de la caja fue muy amable.
- Intento promocionar y vendernos un producto marca propia (salsa de la casa).
- Autoservicio.
- Nos tomó el pedido.
- Pregunto que si queríamos adicionar algún topping a nuestro plato.
- Pregunto que si deseábamos añadir salsa extra.
- Nos ofreció la salsa de la casa, que estaba disponible para llevar a casa (producto en venta).
- Pregunto que queríamos de tomar.
- Nos dio la cuenta.

- No había meseros en el lugar, no había atención en la mesa.
- La única persona con la que se tuvo contacto fue con quien atiende la caja.
- Al llegar a la caja tuvimos que esperar, se acercó el chico y nos preguntó que queríamos pedir, hicimos el pedido, preguntó qué queríamos tomar y que medio de pago queríamos usar.
- Fue rápido, tomaron el pedido y nos indicaron que debíamos esperar sentados. La atención fue la mínima esperada.
- Muy rápida, solo tomaron el pedido
- Muy completa, me aclaró todas las dudas, me sugirió algunos platos y me indicó su preferido.
- Una vez percibidos por la chica en caja, esperó a que tuviéramos la decisión de que íbamos a comer y se limitó a tomar la orden. Le preguntamos a cerca de la información en pantallas sobre "cup del día" y nos respondió. La atención se limitó únicamente a dar información sobre lo que preguntábamos.

Conclusión: La mayoría de negocios manejan la modalidad de autoservicio, aquí el servicio se limita a tomar el pedido, poca asesoría. Contrario al servicio a la mesa, minoría de los lugares visitados pero la atención es más amplia, detallada y personalizada.

7. ¿Cómo lucen los meseros? (respecto a si tienen o no uniforme)

- Cuentan con uniforme brandeado con la marca.
- Gorra, camisa, pantalón, delantal y zapatos (uniformidad)
- Las personas de cocina adicional usan maya para el cabello.
- El uniforme NO está brandeado por la marca.
- Usan prendas de color oscuro.
- Cabello recogido.
- Gorra.
- Camisa polo, pantalón y tenis negros.
- Delantal gris oscuro / negro.
- Tienen uniforme.
- Gorra blanca con morado brandeada.
- Camisa blanca.

- Pantalón beige.
- Delantal beige.
- Zapatos blancos.
- Mujeres de cabello cogido.
- Los meseros tienen uniforme color amarillo en diferente tonalidad, estos están brandeados con el logo de la marca.
- Camisa, pantalón y delantal amarillo.
- Gorra roja.
- Tenis.
- Tienen uniforme con delantal.
- Tienen uniforme y gorra.
- Tienen uniforme y delantal.
- Habían dos personas en el local. Vestían camiseta de la marca y uno de ellos delantal.

Conclusión: Los meseros usan uniforme de colores neutros, algunos con delantal, las mujeres llevan el cabello recogido y todos usan zapatos cubiertos

8. ¿Qué tanto sabían los meseros de los platos en la carta y las recomendaciones?

- La persona de la caja, con la que se tiene contacto a la hora de hacer el pedido no dio detalles de los platos, solo dijo "los platos ya vienen armados".
- No hicieron recomendaciones.
- Se identifica que hay plato del día, pero no hacen mención a esto.
- Al tomarnos el pedido se hizo mención a uno de los platos, quien atendía de inmediato nos notificó que ese plato era picante e hizo mención de los que tenían la misma característica.
- Recomendó algunos de los platos del lugar que no eran picantes.
- La chica de la caja no nos recomendó un plato en particular, pero si promociono la salsa de la casa.
- No hubo recomendaciones, la respuesta al preguntar fue "todo lo de la carta es bueno, eso según el gusto"
- No recibimos asesoría sobre los productos, solo esperaron a que decidieramos que comer mirando la carta.
- No recibimos asesoría sobre los productos
- Se nota que conocía la carta e hizo recomendaciones a lugar sobre los productos.

- No recibimos asesoría sobre los productos, solo se limitaron a responder las preguntas que hacíamos.

Conclusión: La asesoría se limita a tomar el pedido del cliente, solo se ahonda en alguna información si el cliente pregunta. No se percibe un protocolo de atención ni venta cruzada.

9. ¿Cuánto fue el tiempo de espera para la atención inicial y toma de pedido?

- La atención fue inmediata puesto que a la hora de la visita no había mucha afluencia de personas
- La atención fue rápida puesto que al llegar el lugar tenía espacios para ocupar.
- Al elegir un espacio, de inmediato la mesera nos llevo las cartas.
- El tiempo de toma del pedido fue inmediato, la persona de la caja estaba atenta a la elección del plato a consumir.
- Al llegar a la caja esperamos entre 1 y 2 minutos para que nos atendieran, aun cuando ya por parte del personal de la caja se percatara que estábamos a la espera de la toma del pedido.
- Aproximadamente 3 minutos
- Más de 10 minutos haciendo fila
- Aproximadamente 3 minutos mientras tomaba la decisión
- El tiempo para la atención inicial fue aproximadamente un minuto y en ese mismo momento se tomó el pedido

Conclusión: Atención rápida entre 1 y 3 minutos.

10. ¿Cuánto fue el tiempo aproximado de espera para que llevaran el primer plato?

- Entre 5 y 10 minutos
- Entre 10 y 20 minutos
- Entre 10 y 20 minutos
- Entre 5 y 10 minutos
- Entre 10 y 20 minutos
- Entre 10 y 20 minutos
- Entre 5 y 10 minutos
- Entre 10 y 20 minutos

Conclusión: Entre 10 y 20 minutos.

11. ¿Qué tipo de comida venden? Describa un poco la carta

- Variedad de platos, tamaños y productos.
- Los platos ya están establecidos en la carta
- Tamaños: cono mediano, combo station, cup personal, cup familiar.
- Los productos que componen los platos están previamente preparados.
- Las papas se ven en una máquina que las mantiene calientes (las papas no están recién hechas)
- El producto principal del establecimiento son papas a la francesa (al parecer son artesanales), las papas son de corte delgado, se ven visualmente homogéneas en espesor, pero su gran mayoría tienen diferentes longitudes.
- Los platos vienen acompañados de diferentes toppings.
- Tipología de producto: Hay variedad de productos, estos están compuestos por: base de papas a la francesa y diferentes acompañantes o toppings, en la carta se ve principalmente un tipo de tamaño, los productos están nombrados por países, estos cuentan cada uno con ingredientes que hacen honor al país.
- El nombre de los platos y sus ingredientes hacen referencia a diferentes países del mundo.
- Hay solo una presentación del producto (en cacerola).
- Los platos son una porción generosa.
- La carta es muy variada.
- Sus nombres hacen referencia a lo más relevante del plato.
- Cada uno de los platos está descrito con sus ingredientes.
- La base de todos los platos son papas a la francesa.
- Los acompañantes de las papas parecieran ser muy elaborados, sobre todo las carnes.
- Tienen salsas genéricas como la ranch en varios de sus platos.
- Los productos son emplatados en cajas de cartón brandeadas con la marca.
- Sus productos principales están basados en emplatado con papas a la francesa.
- Hay varias opciones de platos: platos armados, platos para armar, combo para compartir y menú infantil.
- La base de todos los platos son papas a la francesa.

- Hay gran variedad de toppings.
- Tienen plato para vegetarianos.
- También venden patacones con toppings.
- Arepa con toppings.
- Las arepas y los patacones estaban en una carta aparte.
- Hay 2 presentaciones del producto (tipo cono y emplatado en bandeja de cartón).
- Las papas que usan para sus platos no parecieran ser artesanales, parecieran ser de paquete.
- Los platos son de buena porción.
- La base de todos los platos son papas fritas.
- Tienen platos armados y se pueden adicionar productos.
- Se puede poner la cantidad de salsa que se quiera.
- El plato recién emplatado se ve bien servido, y los ingredientes como los acompañantes se ven frescos.
- Las papas no se ven tan frescas, parecen re fritas.
- Hay mucha variedad de acompañantes.
- Dentro de las opciones de la carta esta la opción de armar las papas.
- Se emplata en cajas de cartón, brandeadas con la marca.
- Tienen muchas opciones de salsas, estas son genéricas y se puede poner la cantidad al gusto.
- Papas con toppings
- Arepa con toppings.
- Patacones con toppings
- Los productos ya estaban predeterminados en la carta.
- Ofrecen dos tipologías de producto: Las papas, los conos y arma tus papas.
- Renovaron su imagen para algo más "juvenil" y con un lenguaje más cercano. Adicional tienen avisos encima de la barra de pedidos con precios y opciones.
- Ofrecen diferentes adiciones por un valor adicional.
- Los productos ya estaban predeterminados en la carta.
- La carta no tiene imágenes entonces se hace difícil tomar la decisión, me tocó acudir a redes sociales para "antojarme" y hacerme a la idea de cómo venían los platos.
- Sólo ofrecen las papas en un tamaño (personal)
- Tienen opciones de postres

- Ofrecen bebidas como: Cervezas, gaseosas, sodas y jugos naturales.
- Los productos ya estaban predeterminados en la carta.
- Las imágenes en pantalla ayudan a la toma de decisión.
- Tenían tamaños predeterminados: Cup personal, Cup familiar.
- Tenían una oferta de "Cup del día" haciendo alusión a "el plato del día" y salía más económico.
- Tenían unos toppings en vitrina pero no ofertaron nada al respecto sobre poder armar papas.
- Las papas daban la impresión de ser re-fritas pues estaban a la vista, en una especie de bandeja apiladas pero parecían frías y secas.
- Solo ofrecían productos como gaseosas o jugos procesados.

Conclusión: Los platos estaban previamente definidos y especificados en la carta con opción de adicionar ingredientes con valor adicional, el producto principal (papas) estaba previamente preparado, las cartas en su mayoría no llevan imágenes, algunos negocios que manejan dos tipologías de producto siempre manejan cartas diferentes para las papas y para los otros productos (pizzas o patacones), suelen haber dos tamaños uno personal y otro para compartir, la mayoría de productos son emplatados en recipientes de cartón, las opciones de bebida en su mayoría son embotellados, azucarados y procesados.

12. ¿Qué tanta variedad hay en los platos?

- Hay variedad de platos.
- Diferentes combinaciones.
- Siempre la misma base (papas).
- Hay gran variedad de preparaciones.
- Tienen diferentes tipos de carnes.
- Cuentan con platos para vegetarianos.
- En varios de sus platos usan salsa ranch.
- Hay platos predeterminados, pero el fuerte de ellos es que la gente arme sus papas y cobrar por toppings.
- Se pueden armar muchos platos, estos varían según el gusto del cliente y los toppings.

- Hay variedad en los platos.
- Cuentan con diferentes tipos de toppings.
- Tienen un plato vegano.
- Tienen aproximadamente 9 tipos de platos.
- Hay 16 platos aproximadamente
- Promociones 2x1
- Menú infantil
- Hace un poco de calor por los fritadores y el montón de gente
- Hay aproximadamente 12 opciones de platos. No ofrecen adiciones
- Hay aproximadamente 10 opciones de platos y ofrecen diferentes adiciones por valor adicional.

Conclusión: La base principal son las papas, siempre hay unas opciones ya definidas dentro de la carta y ofrecen otros ingredientes con opción de pago adicional. Se percibió diferentes negocios con promociones para jalonar la venta, especialmente días entre semana.

13. ¿Qué plato pidió? Describa el plato con detalle

- Plato MEXICANO
- Papas tradicionales acompañadas de carne desmechada, guacamole, sour cream y pico de gallo.
- Plato TENNESSEE HONEY FRIES
- Papas a la francesa servidas con queso crema, tocineta, tomate, cilantro y posta desmechada cocida en BBQ tennessee honey Jack Daniels.
- Plato LE PAPIE
- Papitas a la francesa, queso fresco, salsa de la casa, salsa BBQ, tocineta y salchicha.
- Plato POLLO
- Papas fritas con queso mozzarella, pollo desmechado, maíz, lluvia de tocineta y sour cream
- Pedimos un 2x1 de Pulled Pork, no había productos cocacola solo postobon.
- Pedimos unas barbacoas. El topping de carne tenía demasiada salsa y su aspecto no era agradable

- Pedimos un cup suizo. Los toppings todos vienen encima de las papas y al plato ser muy angosto es lo primero que uno se come. Al final sobraron puras papas solas.

14. ¿Qué es lo que más le gustó de su plato?

- La parte superior e inicial del plato, en donde podía combinar todos los ingredientes.
- La presentación del plato.
- La cantidad de la proteína.
- Todo el plato tenía salsa.
- Las papas estaban crujientes.
- La cantidad de salsas que podía ponerle
- El sabor era rico aunque las papas estaban un poco secas
- La caja, tenía una imagen bonita
- La salsa de la casa, el cilantro en sus platos y la frescura y textura de las papas.

Conclusión: Presentación del producto, cantidad de proteína, producto fresco, variedad de salsas, discrecionalidad en la cantidad de salsa y textura del producto.

15. Describa con detalle el emplatado

- Servido en recipiente de cartón.
- El plato está emplatado por capas (comenzando con la base que son papás)
- El producto está emplatado en cajas plegables, brandeadas con el logo, imágenes y textos alusivos a la marca.
- Los cubiertos son desechables.
- Emplatado en cacerola de hierro circular.
- La base del plato con papas a la francesa (aparentemente artesanales)
- Está servido por capas.
- El plato es de borde bajo, por lo que permite que los sabores de los topping lleguen a gran cantidad de papas de la base.
- Buena proteína y salsa.
- Poca tocineta y tomate.

- Emplatado en caja de cartón en forma rectangular delgada (interior blanco, exterior brandeado).
- La base del plato con papas a la francesa (las papas se veían procesadas y no artesanales).
- Papas muy delgadas, tostadas y un poco secas.
- Esta servido por capas.
- El plato es de borde alto, sin embargo, las salsas que le ponen a las papas está hasta el final del plato.
- Buena proteína y salsa.
- Emplatado en caja de cartón brandeada, es de superficie baja y alargada.
- El plato está servido por capas.
- En la parte superior estaba toda la proteína (pollo y tocineta).
- Las salsas no estaban en el plato, se encontraban en recipientes aparte para que cada cliente las pusiera a su gusto.
- El emplatado era en carton con un papel protector entre la caja y los alimentos. Era un poco estrecho pero de buena calidad.
- El emplatado era en cartón y al ser un producto con exceso de salsas se volvió blandita la caja.
- El emplatado es en cacerola, da ese efecto "wow" de frescura del producto.
- El emplatado era en cartón con impresión de la marca y con cubiertos desechables blancos.

Conclusión: El emplatado en su mayoría es en cartón, brandeado con logos de la marca y servido con cubiertos desechables. Se sirve por capas: base de papas y encima los toppings.

16. ¿Hubo algo que le disgustara de su plato?

- Después de haber comido la mitad del plato, las papas de la base ya no tenían salsas, ni ingredientes (si quería salsa adicional la debía comprar como adición)
- Algunos de los acompañantes eran casi imperceptibles (tocineta y tomate)
- Las papas eran muy delgadas.
- Las papas no eran artesanales.
- Las papas eran muy delgadas y parecían re fritas.
- El pollo estaba muy seco.

- La tocineta era pequeña.
- La carne perdía un poco su sabor original al tener tanta salsa
- El aspecto y sabor del producto. Las papas estaban muy tostadas y pierden el sabor a papa. El topping era demasiado lleno de salsa y le quitaba protagonismo a las papas. El sabor era muy fuerte
- No, todo delicioso.
- Las papas lucían refritas y los demás toppings poco frescos. Era mucha cantidad de papas vs los toppings y por la forma de emplatar no lograba uno hacer ese mix entre papas y toppings para poder disfrutar el producto adecuadamente.

Conclusiones: Al finalizar el plato solo quedan papas, no hay presencia de salsa al fondo del plato, El sabor de las papas era refrito, la papas son muy delgadas y se perciben procesadas, cuando las papas están muy tostadas pierden su sabor.

17. ¿Cómo fue la experiencia a la hora de pedir la cuenta?

- El valor a pagar lo dan iniciando la experiencia al hacer el pedido en la caja (autoservicio).
- La chica de la caja pregunto que si deseaba incluir el servicio, y el metodo de pago por el cuál deseaba cancelar (pago en efectivo)
- Una vez acabamos hicimos un poco de tiempo, uno de los meseros se acerco a preguntarnos que si queríamos que nos empacaran lo que no nos comimos y aceptamos.
- Una vez trajeron la comida empacada, nos preguntaron que si queríamos la cuenta y aceptamos. Nos preguntaron que medio de pago usaríamos para pagar y optamos por tarjeta.
- El pago se realizó en el mismo momento en que se hizo el pedido.
- La persona que tomo el pedido, nos dio seguido a esto el valor a pagar, pregunto qué medio de pago queríamos usar (efectivo, tarjeta, transferencia)
- El pedido se realizó en caja (autoservicio)
- Preguntaron que medio de pago quería usar para el pago (efectivo, tarjeta, QR)
- El pedido se pagó inmediatamente se hizo el pedido
- El pedido se pagó inmediatamente se hizo el pedido.
- Muy rápida. El servicio en general todo fue muy rápido.

- El pedido se pagó inmediatamente se hizo el pedido.

Conclusión: Existen diferentes medios de pago y según el modelo de servicio el pago sería iniciando o finalizando la experiencia.

18. ¿Cómo fue su experiencia de pago?

- Pago sin novedad.
- Pago sin novedad.
- Pago sin novedad.
- Rápida y sin inconvenientes.
- El pago se realizó una vez se hizo el pedido, no hubo novedad y contaban con todos los medios de pago disponibles.
- El pago se realizó una vez se hizo el pedido, no hubo novedad y contaban con todos los medios de pago disponibles.
- Exitosa, sin problemas.
- El pago se realizó una vez se hizo el pedido, no hubo novedad y contaban con todos los medios de pago disponibles.

Conclusión: No hay novedades en el proceso de pago.

19. ¿Cuánto tiempo pasó entre el momento en el que pidió la cuenta y en el que le entregaron su factura?

- Inmediato.
- Inmediato.
- Inmediato.
- Inmediato.
- Inmediato.
- Inmediato.
- 1 minuto aproximadamente
- Inmediatamente

Conclusión: Inmediato. Al ser en su mayoría negocios con modelo de autoservicio.

20. ¿Qué tipo de métodos de pago habían disponibles?

- Efectivo.
- Transferencia.
- Tarjeta debito y credito.
- Efectivo.
- Transferencia.
- Tarjeta debito y credito.
- Efectivo.
- Transferencia.
- Tarjeta debito y credito.
- Efectivo.
- Transferencia.
- Tarjeta debito y credito.
- QR bancolombia, efectivo o datáfono.
- QR bancolombia, efectivo o datáfono.
- QR bancolombia, efectivo o datáfono.
- QR bancolombia, efectivo o datáfono.

Conclusión: Existen diferentes metodos de pago en su mayoría: Efectivo o QR Bancolombia.

21. ¿Tuvo inconvenientes con su factura? Si su respuesta es “SI” especifique cuáles

- No
- No
- No
- No
- No
- No
- No

Conclusión: No

ANEXO 3

Guía de preguntas para Focus Group

Jueves, 25 de junio de 2024.

Horario: 6:00 pm a 7:30 pm

Buenas tardes, gracias por haber aceptado nuestra invitación al Focus Group, mi nombre es Laura Victoria Pérez Gómez.

Nosotras somos estudiantes de maestría en Mercadeo de la Universidad EAFIT y nos encontramos realizando una investigación de mercado en la que trataremos el tema de posicionamiento para un restaurante de comida rápida.

La reunión tendrá una duración aproximada de hora y media y será grabada con fines de recopilación de información. ¿Todos están de acuerdo?

Esta grabación solo será utilizada por el equipo con fines académicos y lo que ustedes opinen dentro de esta sala no será transmitido a terceros.

Todo lo que digan es importante, díganlo cuando quieran. Las opiniones más sencillas, que quizá consideren demasiado simples o poco interesantes, a veces suelen ser las más importantes.

Siéntanse en la libertad de discutir y defender sus ideas con confianza. No hay respuestas buenas, malas ni bobas.

Para iniciar realizaremos un ejercicio para conocernos, la mecánica será la siguiente: Cada uno se presentará y dirá su nombre, donde trabaja y que es lo que más le gusta hacer.

Terminada esta actividad comenzaremos con la actividad de warm up llamada: La pelota preguntona. La actividad consiste en que, mientras suena la canción los integrantes se irán pasando la pelota hasta que la música se detenga. Al participante que quede con la pelota, su compañero de la derecha le hará una pregunta utilizando la palabra “Prefieres” como inicio de la frase. La actividad tendrá fin una vez todos los integrantes hayan participado.

Ejemplo: ¿Prefieres calor o frío? ¿Prefieres café o cerveza?

(Aquí empieza el focus Group, nos acomodamos nuevamente y empezamos a hacer preguntas que inicien la conversación).

- Identificar los diferenciales entre los principales competidores de CHIPS COMPANY en el segmento negocios de comidas rápidas en Medellín.
- Encontrar los atributos generadores de valor para el consumidor de negocios de comidas rápidas en Medellín

Preguntas de introducción

1. ¿Qué tipo de comida te gusta? ¿Cuál es su preparación favorita?
2. ¿Si yo les digo comida rápida, que es en lo primero que piensan?

Encontrar los atributos generadores de valor para el consumidor de negocios de comidas rápidas en Medellín

3. ¿Cuáles son sus negocios de comidas rápidas preferidas? ¿Por qué?
4. ¿Cuáles no iría? ¿Por qué?
5. ¿Cuáles son los aspectos más importantes para usted al momento de seleccionar un lugar de comidas rápidas?
6. ¿Qué le hace falta a la oferta actual de comidas rápidas?

Identificar los diferenciales entre los principales competidores de CHIPS COMPANY en el segmento negocios de comidas rápidas en Medellín

7. Si hablamos de marcas de comida rápida, que la base de sus productos sean papas fritas. ¿Qué tienen de diferente con respecto a las otras comidas rápidas?
8. ¿Qué es lo más importante para ustedes en este tipo de negocios?
9. ¿Qué les hace falta? ¿Qué les mejoraría?
10. ¿Qué marcas se les vienen a la cabeza?
11. Les voy a mencionar unas marcas y ustedes me van a decir que se les viene ala cabeza (Entre estas se debe mencionar a Chips Company, incluso si no salió en la pregunta anterior)
12. ¿Cuál es su marca preferida? ¿Por qué?
13. ¿Cuáles no le gustan por qué?
14. ¿Conocen Chips Company? ¿Qué opinan?
15. ¿Qué tiene de diferente Chips Company con respecto a otras marcas?
16. Que le hace falta? Qué le cambiaría?

Respuestas Focus Group

Preguntas de introducción

¿Qué tipo de comida te gusta? ¿Cuál es su preparación favorita?

- Fan de las hamburguesas en general y la comida de mar, me encanta muchísimo.
- Los camarones, al ajillo, o pescado frito.
- Las pastas y también me gustan mucho las hamburguesas.
- Yo siempre he dicho que me gusta lo que haga daño, a mí me gusta la comida de la calle.
- Me gusta la hamburguesa, me gusta mucho la comida colombiana, la bandeja paisa y lo que llaman el ACPM.

- De comida rápida mi favorita es la pizza.
- La comida mexicana porque tiene mucho sabor.
- La comida caserita: Frijoles con chicharrón.
- La carne y las hamburguesas (es un gusto emocional)
- Las hamburguesas, uno va a la fija.

Conclusión: Entre los gustos por la comida en general el más destacado son las hamburguesas.

¿Si yo les digo comida rápida, que es en lo primero que piensan?

- Felicidad
- Recompensa
- Reconfortante
- Premia el cansancio.
- Premio
- Calle
- Tamaño / grande
- Sabor
- Sabor a Medellín
- Infancia / recordación
- Momentos de compartir
- Grasa.
- Invita a compartir.

Conclusión: El término de “comida rápida” evoca emociones positivas, recompensa, recordación de momentos felices, e invita al compartir.

Encontrar los atributos generadores de valor para el consumidor de negocios de comidas rápidas en Medellín

¿Cuáles son sus negocios de comidas rápidas preferidas? ¿Por qué?

- Clap Burger: concepto de hamburguesa muy americano, sencilla, tradicional.
- Perrines: sabor, rapidez en la entrega y ubicación / cantidad y calidad (productos de buena calidad - buena marca) / mucho ripio de papa

- Los Verdes: rapidez.
- Dogburger: salsa de la casa, sabor.
- Capira: balanceado en cantidad de proteína y papa, mucha variedad, muchos sabores.
- Donde el coste: sabor y pollo asado en el perro / las salchipapas traen de todo, la salsa blanca
- Parrilla 73: patacones deliciosos, se puede armar con 3 ingredientes.
- Pizza triángulo: opción de ponerle lecherita y miel (sal y dulce)
- Donde Emilio (la 70): buena atención
- Perros donde el mono: son chiquitos, buen sabor y aditivos.
- Perros de SanDiego Show: son chiquiticos, la cebollita
- Animal cocina: cumplen con lo que comunican (fotos coinciden con la realidad de la comida).
- Frisby: va a la fija, lo que pide llega.
- KFC: va a la fija, lo que pide llega.
- El gordo y el flaco (la 70): exageradas (tamaño), sabor, las salchipapas, salsa blanca, ripio de papa.
- Papitas Company: tamaño, sabor y calidad de los productos, papas crujientes, plato pollo carbonara (plato innovador).

Conclusión: Los negocios de preferencia en comidas rápida son ...

Por atributos relevantes para su elección como:

- Calidad y sabor del producto.
- Rapidez en el servicio.
- Innovación y variedad.
- Tamaño y cantidad.
- Buen servicio.

¿Cuáles no iría? ¿Por qué?

- Los verdes: sensación de ser muy grasosos, percepción de mal aseo, pegoteado, grasoso y que huele mal.
- Las cabezonas: los productos son muy grandes, pero la calidad es mala y no están bien cocidos.

- Mario Bross: por residuos de heces humanas (coliformas / bacterias) en la comida según un estudio de la UdeA.

Conclusión: Los negocios de comidas rápidas a los que no irían serían Los Verdes, las Cabezonas y Mario Bross, por motivos relevantes como:

- Problemas de Higiene
- Mala calidad de la comida.
- Sensación de mal olor y aspecto grasoso.
- Mal procesamiento de los alimentos.
- Contaminación de los alimentos.

¿Cuáles son los aspectos más importantes para usted al momento de seleccionar un lugar de comidas rápidas?

- Opción de comprar en carro (Drive-thru).
- Atención al cliente.
- Atención cálida.

Conclusión: Los aspectos con más relevancia para la elección o preferencia de un negocio de comidas rápidas son:

- Rapidez en el servicio.
- Diferentes opciones de obtener la compra.
- Buen servicio.

¿Qué le hace falta a la oferta actual de comidas rápidas?

- Opción de comprar en carro (Drive-thru).
- Comida Mexicana más callejera.
- Más oferta de comida rápida internacional.
- Diferentes medios de pago.
- Amplia cobertura en los domicilios.

Conclusión: La oferta sería mucho más llamativa si hubieran diferentes modalidades de servicio, como ordenar y reclamar, y cobertura amplia de domicilios. También se menciona la venta de otro tipo de comidas en formato callejero, como Mexicana callejera y la disponibilidad de diferentes medios de pago.

Identificar los diferenciales entre los principales competidores de CHIPS COMPANY en el segmento negocios de comidas rápidas en Medellín

Si hablamos de marcas de comida rápida, que la base de sus productos sean papas fritas.

¿Qué tienen de diferente con respecto a las otras comidas rápidas?

- Las salchipapas invitan más a compartir, las otras comidas rápidas son más para consumo personal.
- Muchas opciones para todo tipo de personas.
- Se puede armar el plato al gusto.
- Variedad de salsas.
- Se esfuerzan más por generar valor agregado que otros negocios de comidas rápidas.
- Hay más variedad en la presentación y tipo de producto.

Conclusión: Hablando de platos en donde el principal producto es la papa, se puede decir que son platos que invitan a compartir, hay gran variedad de emplatados por la gran oportunidad de combinación de sabores y se presta para mostrar un mayor valor del producto desde su preparación, presentación y calidad.

¿Qué es lo más importante para ustedes en este tipo de negocios?

- Cantidad.
- Proteína suficiente para todo el plato
- Que el emplatado esté pensado para que los ingredientes puedan mezclarse hasta el final.
- Variedad de opciones
- Opciones para todo tipo de personas (ejm: vegetarianas)
- Muchos huevitos de codorniz
- Que dentro de la carta tenga siempre templado lo básico y tradicional (salchipapas con huevo de codorniz).
- Que las papas no sean de paquete (que sean artesanales)
- Papas crocantes y no estén blanditas.
- Papas recién hechas (no refritas)
- Papas artesanales.
- Variedad de salsas.

- Una salsa de la casa.
- Que no cobren las salsas.
- Frescura de los productos.
- Que los precios sean estándar y fijos por tiempos prudentes.
- No desmejorar la materia prima.
- Ingredientes de calidad.
- Agilidad en la entrega (tiempo 20 min máximo)
- Mezcla de sabores.
- Productos innovadores o únicos del lugar.
- Lugar limpio.
- Precio acorde al producto y cantidad.
- Que las fotos sean acordes al producto real.
- Claridad de la información respecto a las cantidades de producto por plato.

Conclusión: Los atributos más relevantes para los negocios de comidas rápidas son:

- Cantidad
- Platos con cantidades balanceadas para poderlos mezclarlos hasta terminar.
- Variedad de opciones.
- Papas artesanales.
- Producto fresco.
- Productos de buena calidad.
- Platos de la casa.
- Garantía producto real vs producto publicitado.

¿Qué les hace falta? ¿Qué les mejoraría?

- Más oferta de papas, con opción de criollas.
- Encontrar en la carta platos armados y opción para armar.
- Que los platos estén pensados según sus ingredientes, que no sean combinaciones sin propósito.
- Platos de la casa.
- No dejar de tener como opción en la carta los platos básicos (salchipapas).
- Disponibilidad de salsas todo el tiempo.
- El servicio.
- Tiempo y cobertura de domicilios.

- Empaque.

Conclusión: Según las respuestas dadas los puntos a mejorar serían el uso de diferentes tipo de papas, al igual que su presentación o tipos de cortes, tener opción para armar, variedad de salsas y mejorar no solo el tiempo de entrega de domicilio, si no también su empaque para disminuir la pérdida de propiedades de los productos embalados.

¿Qué marcas se les vienen a la cabeza?.

Les voy a mencionar unas marcas y ustedes me van a decir que se les viene a la cabeza (Entre estas se debe mencionar a Chips Company, incluso si no salió en la pregunta anterior)

- Capira: Cantidad, local feo, salsas, innecesariamente complejas.
- ChipsStation: cantidad, demasiadas papas, poca proteína, empaque inadecuado
- Chips company: chicharrón muy rico, cantidad, empaque alargado.
- Papitas company
- Juan Papitas
- Papa gueto
- Dogburger
- Fries papa lovers

Conclusión: Las palabras más frecuentes mencionadas al hablar de negocios de papitas en la ciudad de Medellín fueron:

- Cantidad.
- Salsas.
- Empaque.

¿Cuál es su marca preferida? ¿Por qué?

- Capira: la proteína dura todas las papas, sabor rico, tiene mucha variedad de salsas, ingredientes antioqueños (maduro, pico de gallo, arepita frita), contraste de sabores.
- Papitas company: papas crujientes, conservan la calidad en el tiempo.
- Donde el coste: buena cantidad, buen sabor, salsas.
- Chips Company: chicharrón caramelizado.
- Dogburger: sabor, tipo de papa tradicional, sabor único, muy de allá, salsa rica.

Conclusión: La marca favorita de papas es Capira por sus mayores atributos al producto, seguido de Dogburger, Papitas company, Donde el coste y Chips Company. Mostrando como relevante para la elección el sabor, variedad de salsas, calidad y cantidad.

¿Cuáles no le gustan por qué?

- Mandingas: papas demasiado gruesas.
- Capira: innecesariamente complejas, malos domicilios, locales feos y pequeños, no hay donde sentarse, las personas se sientan en la acera.

Conclusión: Las personas prefieren las papas delgadas, ingredientes básicos o tradicionales, los locales lindos, limpios y con espacios para consumir los alimentos.

¿Conocen Chips Company? ¿Qué opinan?

- El lugar es muy agradable para parchar.
- La luz es cálida y hace que uno se quiera quedar allá.
- El servicio es muy bueno.
- El empaque alargado permite que uno se pueda comer todo mezclado.
- Las escaleras para el 2do piso son un poco estrechas.
- El lugar es acogedor.
- Uno puede ir a estar con amigos y pasar un buen rato.
- La vibra es muy chevere.
- Las luces me parecen importantes.
- La luz cálida hace que uno quiera quedarse.
- Cocina abierta.
- Lugar aseado.
- Calidad de la papa y el chicharrón es muy buena.

Conclusión: En la mente de los consumidores de comidas rápidas tienen a Chips Company como un lugar para parchar, con buen servicio a la mesa, emplatado acorde para consumo homogéneo, valoran el buen aseo y el poder ver la preparación de los alimentos por la cocina abierta.

¿Que tiene de diferente Chips Company con respecto a otras marcas?

¿Qué le hace falta? ¿Qué le cambiaría?

- La salsa dulce de los chicharrones que se volvió muy común.
- Le agregaría la opción clásica (salchipapas).
- Le agregaría más opciones de tipos de papas (como base)
- Agregaría opción para recoger en tienda.
- Desarrollaría una salsa de la casa.
- Innovaría en las proteínas y sus preparaciones (pollo en salsa carbonara, tocineta acevichada, salsa base de parmesano).
- Opción de armarlas.
- Papas para niños (tamaño pequeño)
- Mejorar empaque de los domicilios (empaque brandeado con la marca)

Conclusión: A Chips Company los encuestados le agregarían más opciones de tipos de papas, una salsa de la casa única del negocio, diferentes proteínas con variedad de preparaciones, opción de armarlas y mejoraría el empaque de los domicilios.

Si tienes una asociación de rango de precios que estarían dispuesto a pagar cuándo hablamos de papas

- Entre \$23.000 y \$24.000
- Entre \$18.000 y \$20.000
- Máximo \$25.000
- Entre \$20.000 y 30.000
- No más de \$30.000
- Entre \$17.000 y \$25.000

Conclusión: Los consumidores de comidas rápidas, hablando de papitas estarían dispuestos a pagar mínimo \$17.000 pesos por plato y máximo \$30.000, moviéndose más en el rango de los \$20.000 y \$25.000 dependiendo del plato.

¿Considera importante el tema de las promociones en este tipo de negocios?

- Totalmente
- Soy caza promociones

- Me gustan mucho las promociones
- Promociones en domicilios, en el punto de venta me es irrelevante.
- Promociones entre semana.
- Promociones de papas del día

Conclusión: Los consumidores de comidas rápidas prefieren las promociones sobre el precio full, les gusta las promociones constantes y variadas.

ANEXO 3

Guía de preguntas para Focus Group

Jueves, 25 de junio de 2024.

Horario: 6:00 pm a 7:30 pm

Buenas tardes, gracias por haber aceptado nuestra invitación al Focus Group, mi nombre es Laura Victoria Pérez Gómez.

Nosotras somos estudiantes de maestría en Mercadeo de la Universidad EAFIT y nos encontramos realizando una investigación de mercado en la que trataremos el tema de posicionamiento para un restaurante de comida rápida.

La reunión tendrá una duración aproximada de hora y media y será grabada con fines de recopilación de información. ¿Todos están de acuerdo?

Esta grabación solo será utilizada por el equipo con fines académicos y lo que ustedes opinen dentro de esta sala no será transmitido a terceros.

Todo lo que digan es importante, díganlo cuando quieran. Las opiniones más sencillas, que quizá consideren demasiado simples o poco interesantes, a veces suelen ser las más importantes.

Siéntanse en la libertad de discutir y defender sus ideas con confianza. No hay respuestas buenas, malas ni bobas.

Para iniciar realizaremos un ejercicio para conocernos, la mecánica será la siguiente: Cada uno se presentará y dirá su nombre, donde trabaja y que es lo que más le gusta hacer.

Terminada esta actividad comenzaremos con la actividad de warm up llamada: La pelota preguntona. La actividad consiste en que, mientras suena la canción los integrantes se irán pasando la pelota hasta que la música se detenga. Al participante que quede con la pelota, su compañero de la derecha le hará una pregunta utilizando la palabra “Prefieres” como inicio de la frase. La actividad tendrá fin una vez todos los integrantes hayan participado.

Ejemplo: ¿Prefieres calor o frío? ¿Prefieres café o cerveza?

(Aquí empieza el focus Group, nos acomodamos nuevamente y empezamos a hacer preguntas que inicien la conversación).

- Identificar los diferenciales entre los principales competidores de CHIPS COMPANY en el segmento negocios de comidas rápidas en Medellín.
- Encontrar los atributos generadores de valor para el consumidor de negocios de comidas rápidas en Medellín

Preguntas de introducción

1. ¿Qué tipo de comida te gusta? ¿Cuál es su preparación favorita?
2. ¿Si yo les digo comida rápida, que es lo primero que piensan?

Encontrar los atributos generadores de valor para el consumidor de negocios de comidas rápidas en Medellín

- 0. ¿Cuáles son sus negocios de comidas rápidas preferidas? ¿Por qué?
- 0. ¿Cuáles no iría? ¿Por qué?
- 0. ¿Cuáles son los aspectos más importantes para usted al momento de seleccionar un lugar de comidas rápidas?
- 0. ¿Qué le hace falta a la oferta actual de comidas rápidas?

Identificar los diferenciales entre los principales competidores de CHIPS COMPANY en el segmento negocios de comidas rápidas en Medellín

- 0. Si hablamos de marcas de comida rápida, que la base de sus productos sean papas fritas. ¿Qué tienen de diferente con respecto a las otras comidas rápidas?
- 0. ¿Qué es lo más importante para ustedes en este tipo de negocios?
- 0. ¿Qué les hace falta? ¿Qué les mejoraría?
- 0. ¿Qué marcas se les vienen a la cabeza?.
- 0. Les voy a mencionar unas marcas y ustedes me van a decir que se les viene ala cabeza (Entre estas se debe mencionar a Chips Company, incluso si no salió en la pregunta anterior)
- 0. ¿Cuál es su marca preferida? ¿Por qué?
- 0. ¿Cuáles no le gustan por qué?
- 0. ¿Conocen Chips Company? ¿Qué opinan?
- 0. ¿Qué tiene de diferente Chips Company con respecto a otras marcas?
- 0. ¿Qué le hace falta? Qué le cambiaría?

Respuestas Focus Group

Preguntas de introducción

¿Qué tipo de comida te gusta? ¿Cuál es su preparación favorita?

- Fan de las hamburguesas en general y la comida de mar, me encanta muchísimo.
- Los camarones, al ajillo, o pescado frito.
- Las pastas y también me gustan mucho las hamburguesas.
- Yo siempre he dicho que me gusta lo que haga daño, a mí me gusta la comida de la calle.
- Me gusta la hamburguesa, me gusta mucho la comida colombiana, la bandeja paisa y lo que llaman el ACPM.
- De comida rápida mi favorita es la pizza.
- La comida mexicana porque tiene mucho sabor.
- La comida caserita: Frijoles con chicharrón.
- La carne y las hamburguesas (es un gusto emocional)
- Las hamburguesas, uno va a la fija.

Conclusión: Entre los gustos por la comida en general el más destacado son las hamburguesas.

¿Si yo les digo comida rápida, que es en lo primero que piensan?

- Felicidad
- Recompensa
- Reconfortante

- Premia el cansancio.
- Premio
- Calle
- Tamaño / grande
- Sabor
- Sabor a Medellín
- Infancia / recordación
- Momentos de compartir
- Grasa.
- Invita a compartir.

Conclusión: El término de “comida rápida” evoca emociones positivas, recompensa, recordación de momentos felices, e invita al compartir.

Encontrar los atributos generadores de valor para el consumidor de negocios de comidas rápidas en Medellín

¿Cuáles son sus negocios de comidas rápidas preferidas? ¿Por qué?

- Clap Burger: concepto de hamburguesa muy americano, sencilla, tradicional.
- Perrines: sabor, rapidez en la entrega y ubicación / cantidad y calidad (productos de buena calidad - buena marca) / mucho ripio de papa
- Los Verdes: rapidez.
- Dogburger: salsa de la casa, sabor.
- Capira: balanceado en cantidad de proteína y papa, mucha variedad, muchos sabores.

- Donde el coste: sabor y pollo asado en el perro / las salchipapas traen de todo, la salsa blanca
- Parrilla 73: patacones deliciosos, se puede armar con 3 ingredientes.
- Pizza triángulo: opción de ponerle lecherita y miel (sal y dulce)
- Donde Emilio (la 70): buena atención
- Perros donde el mono: son chiquitos, buen sabor y aditivos.
- Perros de SanDiego Show: son chiquiticos, la cebollita
- Animal cocina: cumplen con lo que comunican (fotos coinciden con la realidad de la comida).
- Frisby: va a la fija, lo que pide llega.
- KFC: va a la fija, lo que pide llega.
- El gordo y el flaco (la 70): exageradas (tamaño), sabor, las salchipapas, salsa blanca, ripio de papa.
- Papitas Company: tamaño, sabor y calidad de los productos, papas crujientes, plato pollo carbonara (plato innovador).

Conclusión: Los negocios de preferencia en comidas rápida son ...

Por atributos relevantes para su elección como:

- Calidad y sabor del producto.
- Rapidez en el servicio.
- Innovación y variedad.
- Tamaño y cantidad.
- Buen servicio.

¿Cuáles no iría? ¿Por qué?

- Los verdes: sensación de ser muy grasosos, percepción de mal aseo, pegoteado, grasoso y que huele mal.
- Las cabezonas: los productos son muy grandes, pero la calidad es mala y no están bien cocidos.
- Mario Bross: por residuos de heces humanas (coliformes / bacterias) en la comida según un estudio de la UdeA.

Conclusión: Los negocios de comidas rápidas a los que no irían serían Los Verdes, las Cabezonas y Mario Bross, por motivos relevantes como:

- Problemas de Higiene
- Mala calidad de la comida.
- Sensación de mal olor y aspecto grasoso.
- Mal procesamiento de los alimentos.
- Contaminación de los alimentos.

¿Cuáles son los aspectos más importantes para usted al momento de seleccionar un lugar de comidas rápidas?

- Opción de comprar en carro (Drive-thru).
- Atención al cliente.
- Atención cálida.

Conclusión: Los aspectos con más relevancia para la elección o preferencia de un negocio de comidas rápidas son:

- Rapidez en el servicio.
- Diferentes opciones de obtener la compra.
- Buen servicio.

¿Qué le hace falta a la oferta actual de comidas rápidas?

- Opción de comprar en carro (Drive-thru).
- Comida Mexicana más callejera.
- Más oferta de comida rápida internacional.
- Diferentes medios de pago.
- Amplia cobertura en los domicilios.

Conclusión: La oferta sería mucho más llamativa si hubieran diferentes modalidades de servicio, como ordenar y reclamar, y cobertura amplia de domicilios. También se menciona la venta de otro tipo de comidas en formato callejero, como Mexicana callejera y la disponibilidad de diferentes medios de pago.

Identificar los diferenciales entre los principales competidores de CHIPS COMPANY en el segmento negocios de comidas rápidas en Medellín

Si hablamos de marcas de comida rápida, que la base de sus productos sean papas fritas.

¿Qué tienen de diferente con respecto a las otras comidas rápidas?

- Las salchipapas invitan más a compartir, las otras comidas rápidas son más para consumo personal.
- Muchas opciones para todo tipo de personas.
- Se puede armar el plato al gusto.
- Variedad de salsas.
- Se esfuerzan más por generar valor agregado que otros negocios de comidas rápidas.

- Hay más variedad en la presentación y tipo de producto.

Conclusión: Hablando de platos en donde el principal producto es la papa, se puede decir que son platos que invitan a compartir, hay gran variedad de emplatados por la gran oportunidad de combinación de sabores y se presta para mostrar un mayor valor del producto desde su preparación, presentación y calidad.

¿Qué es lo más importante para ustedes en este tipo de negocios?

- Cantidad.
- Proteína suficiente para todo el plato
- Que el emplatado esté pensado para que los ingredientes puedan mezclarse hasta el final.
- Variedad de opciones
- Opciones para todo tipo de personas (ejm: vegetarianas)
- Muchos huevitos de codorniz
- Que dentro de la carta tenga siempre templado lo básico y tradicional (salchipapas con huevo de codorniz).
- Qué las papas no sean de paquete (que sean artesanales)
- Papas crocantes y no estén blanditas.
- Papas recién hechas (no refritas)
- Papas artesanales.
- Variedad de salsas.
- Una salsa de la casa.
- Que no cobren las salsas.
- Frescura de los productos.
- Que los precios sean estándar y fijos por tiempos prudentes.

- No desmejorar la materia prima.
- Ingredientes de calidad.
- Agilidad en la entrega (tiempo 20 min máximo)
- Mezcla de sabores.
- Productos innovadores o únicos del lugar.
- Lugar limpio.
- Precio acorde al producto y cantidad.
- Que las fotos sean acordes al producto real.
- Claridad de la información respecto a las cantidades de producto por plato.

Conclusión: Los atributos más relevantes para los negocios de comidas rápidas son:

- Cantidad
- Platos con cantidades balanceadas para poderlos mezclarlos hasta terminar.
- Variedad de opciones.
- Papas artesanales.
- Producto fresco.
- Productos de buena calidad.
- Platos de la casa.
- Garantía producto real vs producto publicitado.

¿Qué les hace falta? ¿Qué les mejoraría?

- Más oferta de papas, con opción de criollas.
- Encontrar en la carta platos armados y opción para armar.

- Que los platos estén pensados según sus ingredientes, que no sean combinaciones sin propósito.
- Platos de la casa.
- No dejar de tener como opción en la carta los platos básicos (salchipapas).
- Disponibilidad de salsas todo el tiempo.
- El servicio.
- Tiempo y cobertura de domicilios.
- Empaque.

Conclusión: Según las respuestas dadas los puntos a mejorar serían el uso de diferentes tipo de papas, al igual que su presentación o tipos de cortes, tener opción para armar, variedad de salsas y mejorar no solo el tiempo de entrega de domicilio, si no también su empaque para disminuir la pérdida de propiedades de los productos embalados.

¿Qué marcas se les vienen a la cabeza?.

Les voy a mencionar unas marcas y ustedes me van a decir que se les viene a la cabeza (Entre estas se debe mencionar a Chips Company, incluso si no salió en la pregunta anterior)

- Capira: Cantidad, local feo, salsas, innecesariamente complejas.
- ChipsStation: cantidad, demasiadas papas, poca proteína, empaque inadecuado
- Chips company: chicharrón muy rico, cantidad, empaque alargado.
- Papitas company
- Juan Papitas
- Papa gueto
- Dogburger
- Fries papa lovers

Conclusión: Las palabras más frecuentes mencionadas al hablar de negocios de papitas en la ciudad de medellín fueron:

- Cantidad.
- Salsas.
- Empaque.

¿Cuál es su marca preferida? ¿Por qué?

- Capira: la proteína dura todas las papas, sabor rico, tiene mucha variedad de salsas, ingredientes antioqueños (maduro, pico de gallo, arepita frita), contraste de sabores.
- Papitas company: papas crujientes, conservan la calidad en el tiempo.
- Donde el coste: buena cantidad, buen sabor, salsas.
- Chips Company: chicharrón caramelizado.
- Dogburger: sabor, tipo de papa tradicional, sabor único, muy de allá, salsa rica.

Conclusión: La marca favorita de papas es Capira por sus mayores atributos al producto, seguido de Dogburger, Papitas company, Donde el coste y Chips Company. Mostrando como relevante para la elección el sabor, variedad de salsas, calidad y cantidad.

¿Cuáles no le gustan por qué?

- Mandingas: papas demasiado gruesas.
- Capira: innecesariamente complejas, malos domicilios, locales feos y pequeños, no hay donde sentarse, las personas se sientan en la acera.

Conclusión: Las personas prefieren las papas delgadas, ingredientes básicos o tradicionales, los locales lindos, limpios y con espacios para consumir los alimentos.

¿Conocen Chips Company? ¿Qué opinan?

- El lugar es muy agradable para parchar.
- La luz es cálida y hace que uno se quiera quedar allá.
- El servicio es muy bueno.
- El empaque alargado permite que uno se pueda comer todo mezclado.
- Las escaleras para el 2do piso son un poco estrechas.
- El lugar es acogedor.
- Uno puede ir a estar con amigos y pasar un buen rato.
- La vibra es muy chevere.
- Las luces me parecen importantes.
- La luz cálida hace que uno quiera quedarse.
- Cocina abierta.
- Lugar aseado.
- Calidad de la papa y el chicharrón es muy buena.

Conclusión: En la mente de los consumidores de comidas rápidas tienen a Chips Company como un lugar para parchar, con buen servicio a la mesa, emplatado acorde para consumo homogéneo, valoran el buen aseo y el poder ver la preparación de los alimentos por la cocina abierta.

¿Que tiene de diferente Chips Company con respecto a otras marcas?

¿Qué le hace falta? ¿Qué le cambiaría?

- La salsa dulce de los chicharrones que se volvió muy común.
- Le agregaría la opción clásica (salchipapas).
- Le agregaría más opciones de tipos de papas (como base)
- Agregaría opción para recoger en tienda.
- Desarrollaría una salsa de la casa.
- Innovaría en las proteínas y sus preparaciones (pollo en salsa carbonara, tocineta acevichada, salsa base de parmesano).
- Opción de armarlas.
- Papas para niños (tamaño pequeño)
- Mejorar empaque de los domicilios (empaque brandeado con la marca)

Conclusión: A Chips Company los encuestados le agregarían más opciones de tipos de papas, una salsa de la casa única del negocio, diferentes proteínas con variedad de preparaciones, opción de armarlas y mejoraría el empaque de los domicilios.

Si tienes una asociación de rango de precios que estarían dispuesto a pagar cuándo hablamos de papas

- Entre \$23.000 y \$24.000
- Entre \$18.000 y \$20.000
- Máximo \$25.000
- Entre \$20.000 y 30.000
- No más de \$30.000
- Entre \$17.000 y \$25.000

Conclusión: Los consumidores de comidas rápidas, hablando de papitas estarían dispuestos a pagar mínimo \$17.000 pesos por plato y máximo \$30.000, moviéndose más en el rango de los \$20.000 y \$25.000 dependiendo del plato.

¿Considera importante el tema de las promociones en este tipo de negocios?

- Totalmente
- Soy caza promociones
- Me gustan mucho las promociones
- Promociones en domicilios, en el punto de venta me es irrelevante.
- Promociones entre semana.
- Promociones de papas del día

Conclusión: Los consumidores de comidas rápidas prefieren las promociones sobre el precio full, les gusta las promociones constantes y variadas.