

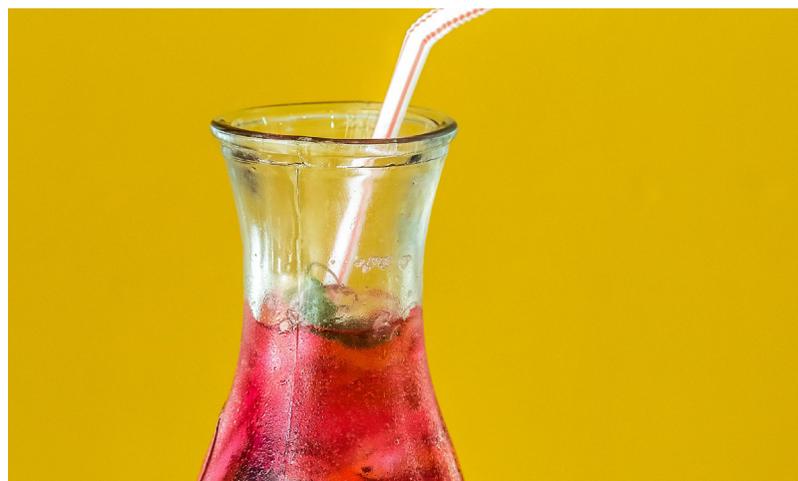


Avaliação da percepção implícita de ingredientes

O CONTEXTO

A crescente tendência de consumo consciente é uma questão de grande impacto no comportamento do consumidor. Cada vez mais consumidores procuram se informar sobre aspectos específicos dos produtos que podem ser prejudiciais a sua saúde ou ao meio ambiente. Esse interesse se estende fortemente ao mercado de alimentos e bebidas, onde é possível observar o crescimento do interesse dos consumidores em procurar saber mais sobre os ingredientes, buscando os produtos que possuem composições mais naturais ou com baixo processamento industrial.

Uma grande empresa de produção e distribuição de produtos alimentícios contratou a Forebrain para testar como são percebidos alguns dos ingredientes que compõe a fórmula de uma de suas bebidas em pó de maior sucesso, verificando o que os consumidores acham de cada um deles.



A SOLUÇÃO

A solução desenvolvida pela Forebrain contou com a aplicação do Teste Implícito de Associação (TIA), em um paradigma no qual os participantes não tinham conhecimento da marca envolvida na pesquisa. Neste teste, os participantes avaliaram ingredientes que compõem produtos da marca em relação a atributos tanto positivos quanto negativos. Dessa forma, foi possível estabelecer quais ingredientes eram associados ou não com atributos positivos, como saudável e alta qualidade, e negativos, como prejudicial.

O INSIGHT

A percepção do consumidor em relação aos ingredientes presentes nos rótulos pode influenciar em sua escolha diante de um cenário de competição entre os produtos. Alguns desses ingredientes são mais conhecidos pelo público, outros podem não ser tão familiares. Por isso, entender como os diferentes ingredientes são percebidos pelo consumidor pode ajudar a marca a identificar quais devem ser destacados em seus produtos e quais são aqueles que podem trazer uma incerteza por parte do consumidor.



A ANÁLISE

Para entender como os consumidores percebem alguns ingredientes, um Teste Implícito de Associação (TIA) foi conduzido através de uma plataforma online. Além da escolha dos ingredientes, também foram escolhidos atributos para realizar a avaliação desses componentes de produtos da indústria alimentícia. Para cada atributo foi avaliado o grau de associação com o ingrediente. A análise dos resultados mostrou quais ingredientes apresentavam mais associações com atributos considerados positivos e a quais atributos os ingredientes não eram associados.

TESTE IMPLÍCITO DE ASSOCIAÇÃO (TIA)

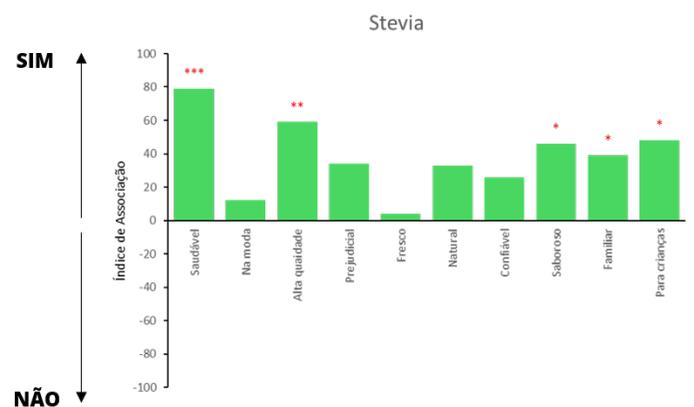
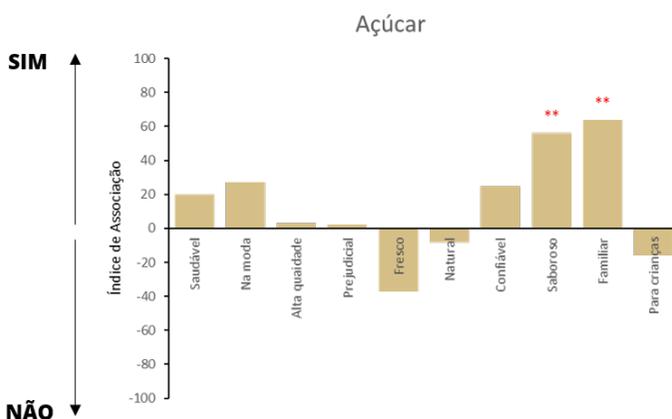
O Teste Implícito de Associação (TIA) é um jogo no qual o participante deve categorizar diferentes estímulos. Através da análise do tempo de reação nesta tarefa, é possível verificar o grau de associação dos atributos escolhidos e os estímulos avaliados.



O QUE ENCONTRAMOS

Entre os ingredientes testados estavam o açúcar e a stevia. Embora ambos sejam adoçantes naturais, o açúcar é bastante conhecido por seu efeito prejudicial na saúde quando consumido em excesso. A stevia, por sua vez, tem sido utilizada como substituta devido às vantagens dessa substância relacionadas à saúde. Os resultados que encontramos para esses ingredientes foram:

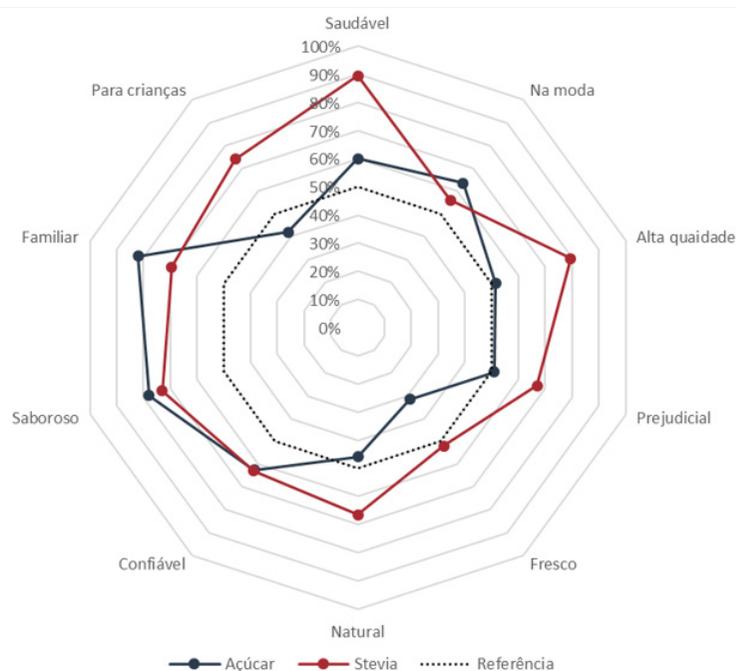
- O açúcar, um ingrediente presente em diversos produtos da indústria alimentícia, apresentou forte associação com os atributos Saboroso e Familiar. No entanto, também foi observada uma tendência de não se associar com o atributo Fresco.
- O ingrediente stevia foi associado com os atributos Saudável, Alta qualidade, Saboroso, Familiar e Para crianças. Também foi encontrada uma tendência a se associar com Natural e Prejudicial.



Nestes gráficos de barras, os índices positivos (0 a 100) indicam associação com a palavra "Sim" e, portanto, associação do atributo com o produto. Os índices negativos (0 a -100) indicam associação com a palavra "Não" e, portanto, que não houve associação do atributo com o produto. Os resultados significativos na análise estatística serão destacados através de um sinal gráfico logo acima da barra.

O QUE ENCONTRAMOS

De maneira geral, o ingrediente stevia apresentou uma maior associação com atributos positivos. Através do gráfico de radar é possível observar a diferença entre a percepção que os consumidores possuem destes dois ingredientes, com destaque para as diferenças encontradas entre os atributos Saudável, Alta qualidade, Natural e Para crianças, nos quais a stevia apresentou melhor desempenho. Assim, foi possível compreender que ter apostar no uso da stevia ao invés do açúcar na composição do alimento, pode acarretar em uma melhor percepção do produto.



Nestes gráficos de radar, os pontos que se encontram abaixo da referência (menos de 50%) indicam que não houve associação com atributo. Os resultados acima de 50% indicam que houve associação com o atributo.

O IMPACTO

- Durante o projeto, foi possível identificar quais ingredientes possuíam uma percepção mais positiva e quais apresentavam uma percepção mais negativa. Também houveram ingredientes que foram considerados neutros, ou seja, não geram grande impacto no consumidor.

- Os resultados encontrados mostraram para a marca como cada um dos ingredientes é percebido, permitindo compreender o impacto que a presença dos mesmos na composição de alimentos pode causar. Dessa forma, a marca também pode ser capaz de identificar quais são os componentes que podem auxiliar no momento de decisão de compra ou que podem levar o consumidor



**SAIBA COMO APERFEIÇOAR SEUS PRODUTOS ATRAVÉS
DA PERCEÇÃO IMPLÍCITA DO SEU CONSUMIDOR.**



www.forebrain.com.br
contato@forebrain.com.br

