



Las empresas **necesitan** orientar su estrategia para dar respuesta a las demandas y necesidades del consumidor.

Planteamos un enfoque que integra la vigilancia de tendencias de consumo e innovación de producto, los estudios de consumidores, el análisis de su comportamiento en el punto de venta y la caracterización sensorial cuantificada de los alimentos.

**CONSUMIDOR 360** surge como una iniciativa para fomentar la comunicación, el diálogo y la comunicación directa con el consumidor, traduciendo esta información en soluciones concretas para el sector alimentario a lo largo de toda la cadena de valor: desde el productor hasta el punto de venta.



# una respuesta integral



COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR // VIGILANCIA DE MERCADO  
ANÁLISIS EN EL PUNTO DE VENTA // PROCESO DE COMPRA // CLIENTES POTENCIALES  
NUEVOS PRODUCTOS // TOMA DE DECISIONES // COMPETIDORES // CREATIVIDAD  
PROTOTIPOS // TENDENCIAS // MARKETING // CALIDAD // I+D+i

CONTACTO [anna.carabus@irta.cat](mailto:anna.carabus@irta.cat) | [jviejo@clusterfoodmasi.es](mailto:jviejo@clusterfoodmasi.es)

Apoyamos a las empresas en el desarrollo de sus estrategias de I+D+i, calidad y marketing para aumentar su competitividad en el mercado.

- ¿QUÉ DEMANDAN?
- ¿QUÉ PRIORIDADES EXIGEN?
- ¿CÓMO RENTABILIZO ESA INFORMACIÓN?



## CONSUMIDOR 360 I+D+i

### estudios consumidores

- Vigilancia y seguimiento de innovaciones
- Talleres de creatividad (productos, envases...)
- Estudios de aceptabilidad en productos reformulados
- Mapas de preferencia: traducción de las preferencias a variables de I+D
- Validación de proyectos internos
- Validación y aceptabilidad sensorial de prototipos
- Identificación de nuevos segmentos
- Caracterización de segmentos actuales
- Home Use Tests

### paneles entrenados y/o expertos

- Perfiles sensoriales
- Pruebas discriminantes
- Determinación de la vida útil
- Clasificación comercial de productos

### formación

- Formación de paneles
- Formación de jefes de panel
- Sensometría (estadística aplicada)

## CONSUMIDOR 360 MARKETING

### estudios del entorno

- Vigilancia competitiva de mercado y de innovaciones (**powered by MINTEL**)
- Tendencias generales de mercados nacionales e internacionales
- Detección de mercados potenciales de exportación
- Cálculo y análisis de coste
- Estudios de sensibilidad al precio
- Análisis de posicionamiento frente a la competencia

### análisis en el punto de venta

- Posición en el lineal
- Posición competitiva y estrategia de marca
- Promociones en el punto de venta
- Caracterización de los hábitos de compra de los consumidores (cuándo, cómo, qué y porqué)
- Auditoría de etiquetado. Normativa
- Análisis de declaraciones

### estudios consumidores

- Estudios y sondeos exploratorios
- Preferencias de consumo
- Condicionantes de compra
- Imagen de marca y valor de la marca.
- Diferenciación vertical de la marca
- *Mystery shopper*
- Caracterización del producto ideal
- Estudio de posicionamiento respecto a la competencia
- Comportamiento pre-compra vs. Comportamiento post-compra
- Caracterización del cliente actual y potencial

## CONSUMIDOR 360 CALIDAD

### estudios de consumidores

- Estudios comparativos respecto de la competencia
- Posicionamiento competitivo. Valor de marca
- Identificación de los atributos que los consumidores asocian a la calidad
- Calidad percibida y disposición a pagar
- Relación entre aceptabilidad y disposición a comprar

### paneles entrenados y/o expertos

- Determinación de notas anómalas (*off-flavors*)
- Estudios de vida útil: alteración y pérdida de calidad sensorial
- Estudio del impacto sobre las características sensoriales asociadas a cambios de proceso o de ingredientes
- Análisis comparativo con productos de la competencia
- Pruebas discriminantes



## CONSUMIDOR 360 TIPOS DE CLIENTES

- EMPRESAS AGROALIMENTARIAS, FARMACÉUTICAS, PERFUMERÍA Y COSMÉTICOS
- GRAN DISTRIBUCIÓN
- CONSULTORAS EN MÁRKETING ESTRATÉGICO
- ORGANIZACIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS DE INVESTIGACIÓN

## CONSUMIDOR 360 RECURSOS DISPONIBLES

### humanos

- Equipos multidisciplinares para realizar estudios de comportamiento del consumidor
- Paneles de catadores entrenados y expertos en todo tipo matrices alimentarias
- Consumidores (estudios de mercado)
- Tecnólogos de alimentos y expertos en gastronomía

### técnicos

- Plataforma de interacción con el consumidor [www.mundosabor.es](http://www.mundosabor.es)
- Plantas y equipos para desarrollos piloto y semi-industriales
- Laboratorios F/Q y microbiológicos
- Salas de cata normalizadas
- Bases de datos para estudios de mercado y de consumidores

