ACTIVA RESEARCH

INSIGHT / EXPERIENCE / CONSULTING

INFORME METODOLÓGICO

"Patrones de sustitución entre bizcochos individuales"

Preparada especialmente para:

FISCALIA NACIONAL ECONOMICA

Santiago, 19 de Diciembre de 2017

www. activaresearch.cl

OFICINAS CENTRALES
Teléfono: 56 2 2751 3000
Avda. Providencia 1760, oficina 1804
Providencia, Santiago de Chile

OFICINAS OPERACIONALES
Teléfono: 56 2 2751300
Avda. Los Leones 2532, oficina 102
Providencia, Santiago de Chile

INSIGHT / EXPERIENCE / CONSULTING

Contenido

I. ANTECEDENTES 4

II. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN. 5

2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO 5

2.2 POBLACIÓN OBJETIVO 5

2.3 DISEÑO MUESTRAL 6

2.4 TAMAÑO MUESTRAL 6

2.5 DISEÑO DEL INSTRUMENTO DE MEDICIÓN 10

III. IMPLEMENTACIÓN 12

3.1 PRE TEST DEL CUESTIONARIO 16

3.2 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE DATOS 13

3.3 ETAPA III: ORGANIZACIÓN DE LOS TRABAJOS DE LEVANTAMIENTO DE LA ENCUESTA: 13

3.3.1 TRABAJO DE CAMPO 13
3.3.2 RECLUTAMIENTO 13

3.4 ETAPA IV: APLICACIÓN DE LA ENCUESTA: 24

3.4.1 CONTROL DE TRABAJO DE ENCUESTAS 24
3.4.2 SUPERVISIÓN 24

3.5 ETAPA V: POST CAMPO 27

3.5.1 TRATAMIENTO DE ERRORES NO MUESTRALES Y VALIDACIÓN DE LAS DATAS 27

IV. ANEXOS 33

I. Antecedentes

La Fiscalía Nacional Económica, estaba interesada en desarrollar un estudio de mercado que le permita evaluar los posibles riesgos en los mercados afectados por la operación de concentración entre Ideal S.A. y Alimentos Nutrabien S.A.

Específicamente, les interesaba conocer y evaluar los patrones de sustitución de los consumidores de los 6 productos que concentran la mayor participación del mercado:

- Brownie Nutrabien
- Brounihoc Nutrabien
- Gansito
- Mankeke
- Pingüinos
- Rayitas.

Para esto, contrató los servicios de Activa Research para la realización de un estudio de mercado que rescatara la información desde los compradores decisores de las marcas y productos de la categoría en los principales canales de venta: canal supermercado y canal tradicional.

A partir de esto la FNE podrá además determinar las diferencias en el patrón de sustitución encontradas en los compradores entre los canales de supermercados y canal tradicional.

De acuerdo a estos antecedentes, **Activa Research** presentó una propuesta de investigación que diera respuesta a las interrogantes de información planteadas.

A continuación detallamos los principales aspectos metodológicos a considerar.

II. Diseño de la Investigación.

2.1 Objetivos del Estudio

- Conocer la sustitución entre productos de las marcas Ideal y Nutrabien: Brownie Nutrabien, Brownie Choc Nutrabien, Gansito, Mankeke, Pingüinos y Rayitas
- Conocer el nivel de competencia entre las categorías de productos en el segmento snacks dulces y la importancia de la marca en la elección
- Determinar la diferencia en la sustitución de productos entre el canal tradicional y supermercados

2.2 Población Objetivo

El Universo del estudio está compuesto por compradores de snacks dulces en formato individual en dos canales:

CANAL SUPERMERCADO

- Hombres y mujeres
- De 16 a 75 años
- Consumidores de Brownie Nutrabien, Brownie Choc Nutrabien, Gansito, Mankeke, Pingüinos y Rayitas
- Entre los días 28 de Noviembre hasta el día 14 de Diciembre de 2017.

CANAL TRADICIONAL

- Hombres y mujeres
- De 16 a 75 años
- Consumidores de alfajores, bizcochos individuales y galletas dulces en almacenes
- Entre los días 29 de Noviembre hasta el día 14 de Diciembre de 2017.

2.3 Diseño Muestral

La muestra fue diseñado y seleccionado por la FNE, correspondiendo a Activa Research las fases posteriores de trabajo de campo, por lo que el detalle será entregado por la FNE en un documento complementario a este.

2.4 Tamaño Muestral

A continuación, se detallan las muestras realizadas para cada uno de los canales:

INSIGHT / EXPERIENCE / CONSULTING

Tabla 1: Muestra Final Canal Supermercado

LOCAL	MUESTRA POR SUPERMERCADO	MUESTRA POR CIUDAD
LA SERENA_Unimarc_Av. 18 De Septiembre 5040	15	80
LA SERENA_SISA_AVDA. GABRIELA MISTRAL Nº 3251	14	
LA SERENA_LIDER_Francisco de Aguirre 02, La Serena	14	
LA SERENA_LIDER_Av. Regimiento Arica 6145	11	
LA SERENA_JUMBO_PARCELA 69 VEGAS SUR	16	
LA SERENA_Unimarc_Brasil 715	10	
ANTOFAGASTA_Unimarc_José Santos Ossa 2350	14	100
ANTOFAGASTA_LIDER_Av. Pedro Aguirre Cerda esquina Caparrosa	9	
ANTOFAGASTA_Tottus_Balmaceda N° 2355	14	
ANTOFAGASTA_SISA_MAIPU 646	10	
ANTOFAGASTA_JUMBO_AV. ANGAMOS # 777	15	
ANTOFAGASTA_EXPRESS_Iquique 5201 corner Perez Zujovic	14	
ANTOFAGASTA_LIDER_Zenteno 21, Antofagasta	10	
ANTOFAGASTA_Unimarc_José Miguel Carrera 1527	14	
RANCAGUA_Tottus_Estado N ° 275	16	46
RANCAGUA_LIDER_Recreo 620, Rancagua	16	
RANCAGUA_Unimarc_Doctor Salinas 115, Rancagua	14	
LOS ANGELES_EXPRESS_Calle Villagran 551, Los Angeles	10	58
LOS ANGELES_Unimarc_LOS CARRERA 1380	5	
LOS ANGELES_JUMBO_AV. ERCILLA 190	10	
LOS ANGELES_EXPRESS_Alcazar 635	4	
LOS ANGELES_SISA_AVDA ALEMANIA 686 LOS ANGELES	4	
LOS ANGELES_LIDER_Sor Vicenta 2575	10	
LOS ANGELES_SISA_VILLAGRAN 558 LOS ANGELES	10	
LOS ANGELES_Unimarc_AV. ALEMANIA 100	5	
TEMUCO_JUMBO_AV. ALEMANIA 633- 647	10	144
TEMUCO_SISA_MONTT 1132	11	
TEMUCO_LIDER_Gabriela Mistral #02621, Temuco	5	
TEMUCO_SISA_RODRÍGUEZ 1190	9	
TEMUCO_Unimarc_LAS ENCINAS 02690	10	
TEMUCO_SISA_CARRERA 499	10	
TEMUCO_LIDER_Prieto Norte 0320, Temuco	17	
TEMUCO_SISA_BULNES 279	10	
TEMUCO_EXPRESS_Av. Recabarren esq. Av Franklin	10	
TEMUCO_JUMBO MARKET_AVDA LOS PABLOS # 1800 . EQ.LAS	10	
TEMUCO_SISA_CAUPOLICÁN	10	
TEMUCO_Unimarc_CAUPOLICAN 191	10	
TEMUCO_Unimarc_SAN MARTIN 0675	10	
TEMUCO_SISA_LAS PERDICES 0547. LABRANZA	12	

INSIGHT / EXPERIENCE / CONSULTING

LOCAL	MUESTRA POR SUPERMERCADO	MUESTRA POR CIUDAD
SANTIAGO_LIDER	11	
SANTIAGO_EXPRESS_Gran Avenida 4004, San Miguel	18	
SANTIAGO_EXPRESS_Av. Lib. Bernardo O´Higgins 5199, Estacion Central	14	
SANTIAGO_LIDER_Vicuña Mackenna 3361, San Joaquín	19	
SANTIAGO_Tottus_O'higgins N°528	11	
SANTIAGO_LIDER_Av. Santa Teresa N°683, San Bernardo	10	
SANTIAGO_JUMBO_AV. PAJARITOS 3302	17	
SANTIAGO_Tottus_Avda. Chamisero Lote A-8	2	
SANTIAGO_EXPRESS_Av. Santa Rosa 115	20	
SANTIAGO_LIDER_Américo Vespucio 2500, Cerrillos	17	
SANTIAGO_JUMBO_AV. LA DEHESA 1445 LO BARNECHE	9	
SANTIAGO_EXPRESS_Las Camelias 2875, Providencia	14	
SANTIAGO_Tottus_Av. Kennedy N° 5601 2do. Nivel	10	
SANTIAGO_Tottus_Avda. Vitacura 9019	13	
SANTIAGO_Tottus_Caletera Los Aromos N° 0441	10	
SANTIAGO_SISA_AV. CONCHA Y TORO 1036	10	
SANTIAGO_JUMBO_AV. FCO. BILBAO 4144	10	
SANTIAGO_JUMBO_EDUARDO DE LA MARQUINA 3932	10	
SANTIAGO_LIDER_Américo Vespucio 6325, La Florida	10	
SANTIAGO_Tottus_Avda. W. Martínez N° 3600 L/16	6	
SANTIAGO_SISA_AV. LA FLORIDA 9385	10	
SANTIAGO_JUMBO_AV. PDTE. KENNEDY 9001 LAS CON	20	
SANTIAGO_Tottus_Av.Santa Marta de Huechuraba 7300	10	510
SANTIAGO_LIDER_Froilan Roa 7107 Local 64, La Florida	12	
SANTIAGO_Tottus_Alameda N° 3470	14	
SANTIAGO_Tottus_Arturo Prat N° 117	9	
SANTIAGO_EXPRESS_Av. México 1589, Puente Alto	4	
SANTIAGO_EXPRESS_Pedro de Valdivia 1885, Providencia	17	
SANTIAGO_JUMBO_SANCHEZ FONTECILLA 12000	10	
SANTIAGO_SISA_CAPELLAN FLORENCIA INFANTE N°3330 MAIPU	10	
SANTIAGO_Tottus_O´higgins N° 800 L/1	6	
SANTIAGO_JUMBO_AV. SANTO DOMINGO 57 Y 95	10	
SANTIAGO_EXPRESS_Av. Sanchez Fontecilla 8968, La Florida	10	
SANTIAGO_JUMBO_CAMINO LONGITUDINAL¸ FUNDO LAS L	13	
SANTIAGO_LIDER_Jorge Alessandri 1131, La Reina	10	
SANTIAGO_SISA_AVDA. OSSA 36 (INTERMODAL)	13	
SANTIAGO_Tottus_Av. Concha y Toro N° 1477	11	
SANTIAGO_JUMBO_CAMINO EL ALBA 11969 LOCAL 101	10	
SANTIAGO_EXPRESS_Guanaco Esquina Pedro Fontova	1	
SANTIAGO_SISA_AV. CALERA DE TANGO ESQ. LONQUEN S/N	10	
SANTIAGO_EXPRESS_Tomás Moro 1590, Las Condes	11	
SANTIAGO_Tottus_Americo Vespucio N° 7310	8	
SANTIAGO_Tottus_Vicuña Mackenna N ° 665	11	
SANTIAGO_EXPRESS_Av. Grecia 245, Ñuñoa	19	
SANTIAGO_SISA_AV. PAJARITOS 4909	10	
TOTAL	938	938

- ✓ El margen de Error Muestral, para el canal supermercado es de **3,2%.** Éstos calculados bajo supuestos de aleatoriedad simple, un nivel de confianza del 95% y varianza máxima de los estimadores.

Tabla 2: Muestra Final Canal Tradicional

LOCAL	Muestra
GRAN AVENIDA # 8765	10
WALKER MARTINEZ Nº 099	9
VICUÑA MACKENNA 3864	14
ORIENTALES 6821	9
LOS LEONES 220 OF 805	9
SAN HUGO Nº 826	9
PSJE LAGO RUPANCO Nº 4213	9
ESTACION METRO SAN MIGUEL	10
ENCO 4951	9
BANDERA 92	12
ANTOFAGASTA Nº 2109	4
ELEUTERIO RAMIREZ Nº 957	9
JOSE VICTORINO LASTARRIA 105 DPTO B	13
SANTA ROSA Nº 4180	9
ALDUNATE Nº 1584	9
JOSE MIGUEL CARRERA Nº 9043	9
LAS VERBENAS 5480	9
AV. LIB. BDO OHIGGINS 3750, LOCAL 113	10
MONJITAS 500	11
AV STA ROSA Nº 5499	13
MONEDA 1149 local 2	10
VICUÑA MACKENNA 7747	9
AV. IRARRAZAVAL 5277	9
PUENTE 815 LOCAL 13	10
MERCED N° 832 LOCAL 36	11
RAMON CRUZ S/N	9
AV. J. P ALESSANDRI # 4003	9
EYZAGUIRRE 15	9
AV LOS LEONES Nº 2347	9
VICUÑA MACKENNA 4860	10
RICARDO LYON Nº 2110	9
NOVENA AVENIDA 1145	13
TOTAL	313

- ✓ El margen de Error Muestral, para el canal tradicional es de **5,54%.** Éstos calculados bajo supuestos de aleatoriedad simple, un nivel de confianza del 95% y varianza máxima de los estimadores.

2.5 Diseño del instrumento de medición

2.5.1 Cuestionario

Para la construcción del cuestionario, la pauta genérica de preguntas fue entregada por la contraparte técnica de la FNE y en base a esta pauta se propuso un diseño de cuestionario, sobre la base de la experiencia de Activa Research en la realización de estudios de mercado. Los criterios básicos que se consideraron para el diseño del cuestionario fueron los siguientes:

1) En este diseño se consideró especialmente el fraseo de las preguntas, la secuencia y el salto de una pregunta a otra. El fraseo fue diseñado ad-hoc para cada canal utilizado. Asimismo, se resguardó que el lenguaje utilizado fuera acorde al grupo objetivo y fácil de aplicar.

2) Los cuestionarios incluyeron variables sociodemográficas que permitieran una caracterización de los encuestados y sirva de base para estratificación socioeconómica. Para la estratificación socioeconómica se utilizó la metodología desarrollada por la AIM (Asociación de Empresas de Investigación de Mercados).

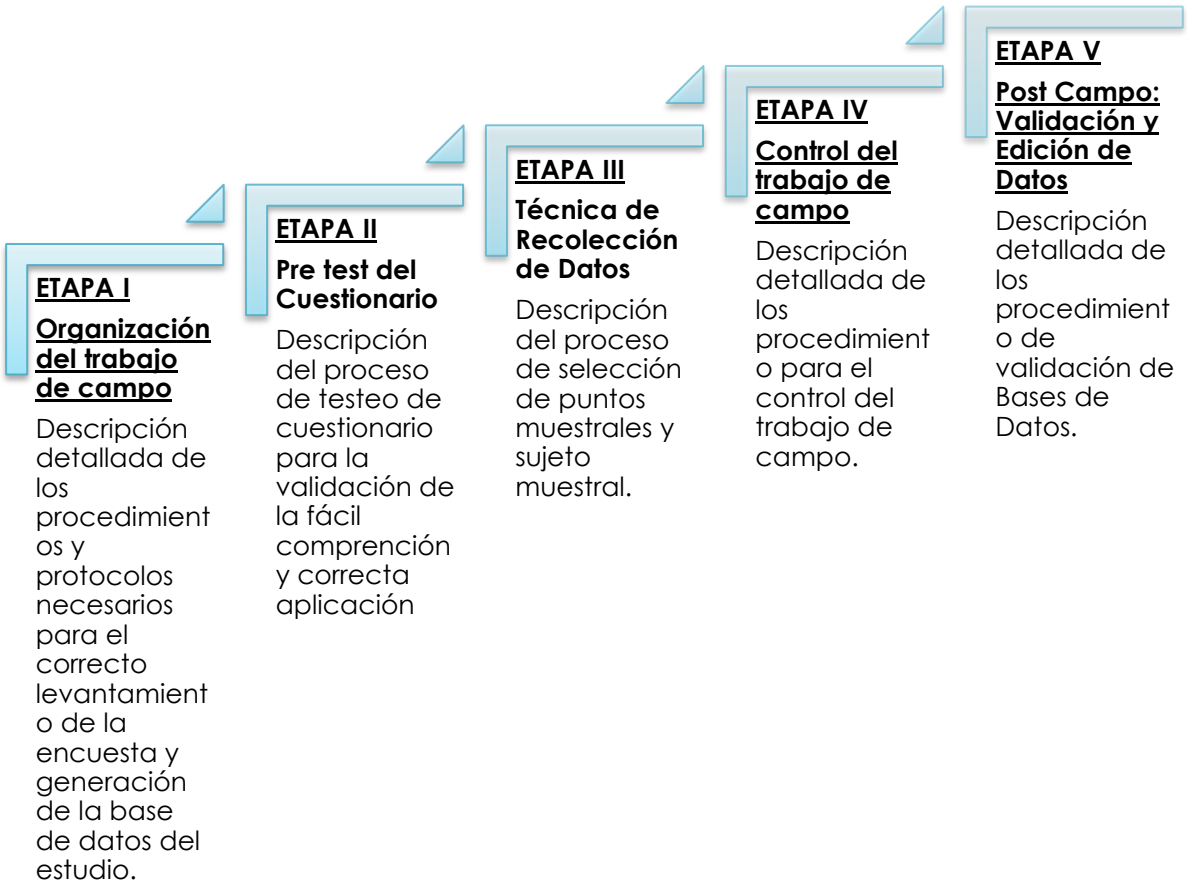
3) Los cuestionarios contemplaron una pregunta que permitiera saber si el entrevistado compró más de un producto de la muestra y cuáles fueron esos productos.

4) Los cuestionarios contemplaron preguntas que permitieran medir la sustitución de productos.

Los 2 cuestionarios que contempla la medición de sustitución de snacks fueron aprobados formalmente por la contraparte técnica de la FNE y se adjuntan como anexo a este documento.

III. Implementación

La presente licitación contempló la implementación de 5 etapas a saber:



A continuación, se presenta el detalle de la implementación de cada una de estas etapas.

3.1 Etapa I: Organización de los trabajos de levantamiento de la encuesta

3.1.1 Trabajo de Campo

El trabajo de Campo fue desarrollado por un equipo de supervisores y encuestadores especialmente entrenados para esta investigación, todos con experiencia en estudios de Satisfacción de Usuarios, Marketing y Opinión Pública.

El equipo de encuestadores y supervisores es del equipo de trabajo estable de Activa Research y estuvo bajo la supervisión directa de nuestro Director de Operaciones: Eduardo Viveros.

Para el canal Supermercado, se destinó un total de **53 encuestadores y 5 Supervisores** a nivel nacional. Para el canal tradicional, se destinó un total de **11 encuestadores y 1 Supervisor** en Santiago. Lo anterior, con el fin de realizar el trabajo en terreno de acuerdo a los plazos comprometidos en la Carta Gantt.

Las fechas de realización del trabajo de campo contemplaron desde el día 28 de Noviembre hasta el día 14 de Diciembre de 2017.

3.1.2 Reclutamiento

Para el reclutamiento, se hizo un llamado a los equipos de trabajo estable de la compañía, es decir, aquellos equipos que trabajan de manera estable en diferentes estudios que realiza Activa Research. El equipo de encuestadores cumplió al menos con el siguiente perfil:

- En promedio 3 años de experiencia en la aplicación de encuestas
- Hombres y mujeres con un promedio de 28 años de edad (mínimo 21 años de edad).
- Especializados en la aplicación de encuestas para estudios opinión pública en distintos ámbitos de investigación.

3.1.3 *Instructivo- briefing y formación de los encuestadores*

De acuerdo a lo indicado en la Norma ISO 20252, el Director de Proyectos solicitó al Jefe de Estudio la coordinación para la realización del Instructivo a los encuestadores.

El instructivo tuvo como objetivo, el de explicar en detalle todos los objetivos del estudio, grupo objetivo del estudio, la revisión y explicación del cuestionario.

Para el canal supermercados, el instructivo se realizó el día 27 de Diciembre en las Oficinas de Activa Research, ubicadas en Av. Providencia 1760 of. 1804- Providencia. Al instructivo asistieron Carolina Morales, Directora de Estudios; Patricia Subiabre, Jefa de Campo; y Supervisores y Encuestadores asignados para trabajo de campo en Santiago, los cuales se encuentran en el acta de asistencia de instructivo (ver anexo Nº2).

Para el Canal Tradicional el instructivo se realizó el día Martes 28 de Diciembre a las 16 horas en las Oficinas de Activa Research, ubicadas en Av. Providencia 1760 of. 1804- Providencia. Al instructivo asistieron Carolina Morales, Directora de Estudios; Patricia Subiabre, Jefa de Campo; y Supervisores y Encuestadores asignados para trabajo de campo en Santiago, los cuales se encuentran en el acta de asistencia de instructivo (ver anexo Nº3).

En los instructivos la directora de proyecto explicó en detalle el grupo objetivo, tamaño de muestra mínimo, segmentación y filtros que se aplicarían. Adicionalmente, explicó cada pregunta del cuestionario, detallando si eran preguntas de respuesta única (RU) o Múltiples (RM). Si eran de respuesta espontánea o si se leían las respuestas por parte del encuestador.

La Directora de Proyectos también explicó en detalle la aplicación de Tarjeteros como material de apoyo a la encuesta, en las preguntas que correspondía su uso.

Los temas tratados en el instructivo fueron los siguientes:

1. Introducción al Estudio Snacks Dulces
2. Elementos del Encuestador
3. Metodología del estudio
4. Selección Muestral. Grupo objetivo y filtros
5. Aplicación de la encuesta
6. Revisión del cuestionario
7. Conducta, actitud y formas de relacionamiento
8. Materiales de Trabajo
9. Horarios y Tiempos de Trabajo

Además, en términos prácticos, se verificó el correcto uso de las tabletas y/o teléfonos inteligentes en términos de actualización de programación de cuestionario y correcta visualización de las preguntas y estímulos.

El instructivo a equipos de campo de regiones lo realizó Patricia Subiabre, Jefe de Estudio vía Telefónica.

Junto con esto, se entregó a cada uno de los encuestadores un tutorial y manual de capacitación en Santiago y Regiones. Dicho manual, fue elaborado por la directora de estudio y validado por su contraparte técnica de la FNE el día 27 de Diciembre

Los encuestadores que fueron incorporados con posterioridad al 27 de Diciembre en Santiago, también fueron capacitados de manera presencial en las oficinas de Activa Research.

3.1.4 Definición de Conceptos Relevantes

Para efectos de la encuesta, deberían tenerse en cuenta las siguientes definiciones:

i) **Snacks Dulces:** categoría que comprende productos dulces tipo alfajores, bizcochos, galletones y galletas dulces.

ii) **Bizcochos:** comprendía aquellos productos alimenticios horneados hechos generalmente con harina, huevos y azúcar, que resulta en una masa blanda, dulce y esponjosa. Se consideraron dentro de esta categoría los queques, bizcochos con y sin relleno o con coberturas de chocolate u otras, y los brownies.

iii) **Queques:** comprendía aquellos bizcochos individuales simples, sin recubierto ni relleno. (Ejemplos de este tipo de producto son magdalenas, keke o Kequito)

iv) **Bizcochos Rellenos:** comprendía aquellos bizcochos individuales que incluyen algún tipo de relleno, como manjar, merengue, chocolate o mermelada. (Ejemplos de este tipo de producto son Mankeke, Pingüino, Rayita o Chocman).

v) **Brownies:** comprendía los bizcochos individuales de chocolate, identificables por su color oscuro. Incluye brownies con y sin recubierto o relleno. (Ejemplos de este tipo de producto son Brownie de Nutrabien, Brownie de Fuchs, Braunichoc de Nutrabien).

3.2 Pre Test del cuestionario

Parte importante del diseño del cuestionario, fue una vez aprobados los instrumentos, la aplicación de una prueba piloto en condiciones reales. Esto es, la realización en un punto muestral real y con la programación de la encuesta ya realizada en las tabletas, de manera tal que el proceso sea lo más cercano a la realidad. Este proceso tuvo como principal objetivo implementar en pequeña escala el levantamiento de información/ data, lo que nos permite evaluar los niveles de respuesta, evaluar el cuestionario en cuanto estructura, entendimiento por parte del entrevistado y fluidez. Por lo tanto, el pre test, nos permitió hacer pequeños cambios en la programación además de aportar información para definir ciertos aspectos operativos, para cada una de los canales a medir.

En cuanto al cuestionario se verificarán los siguientes aspectos en la prueba:

- Facilidad de comprensión y dinámica de las preguntas para el entrevistado.
- Evaluar la disposición de los entrevistados a colaborar con el estudio, de acuerdo a un interés en la materia de estudio y en la forma (lenguaje, organización, etc.) y aplicación del instrumento.
- Evaluar los niveles de compra de estos productos

En cuanto a los aspectos operativos se verificaron los siguientes aspectos en la prueba:

- Tiempos de duración de la entrevista.
- Identificar posibles dificultades para acceder a los entrevistados, en cuanto a barreras culturales como físicas.
- Probar los formularios de control del equipo de terreno en supermercados.

Canal Supermercado

Para la realización del pre test del **canal supermercado**, se realizó la muestra correspondiente a un día de semana normal en el supermercado de la cadena SMU, Unimarc de Sucre con Chilespaña.

Con este piloto se pudo constatar que:

- La entrada al supermercado no fue lo expedita que se esperaba dado que faltaba información del personal a cargo del supermercado respecto de la realización del estudio.
- Los formularios de control de terreno se firmaron sin dificultad una vez permitida la entrada y salida al encuestador.

- El cuestionario fue fluido y fácil de contestar, con lenguaje fácil de entender.
- Tiempos de duración de la entrevista era de 8 minutos.
- Bajo nivel de compra de los productos en góndola, con tasa de compra de 1 encuesta cada 2,5 horas.

Las medidas correctivas luego de la realización del pre test en el canal supermercado, fue re organizar los turnos en los cuales se realizaría la encuesta. Previo a la realización de este piloto, para la realización de las muestras se habían organizado un turno de 5 horas en la semana y un turno de 5 horas el fin de semana. Luego de la realización del piloto, se coordinaron los horarios de trabajo de los encuestadores, dejando como mínimo 2 turnos en día hábil y 2 turnos en día no hábil, de tal manera de lograr la mayor cantidad de encuestas posible por local.

Junto con lo anterior se realizaron cambios en la técnica de selección del sujeto muestral. Previamente, se había dispuesto la medición mediante intercepción de compradores con selección de los casos de manera aleatoria con salto sistemático de los usuarios que compraban – específicamente aquellos que compraban en la góndola de snacks dulces – en las cadenas contempladas en la medición. En estos casos, ex antes se había dispuesto que encuestador seleccionaría al encuestado mediante salto sistemático de los compradores, no obstante la baja tasa de compra de los productos, cambio a metodología a una selección de tipo censal, es decir, se contactaron la totalidad de compradores de la categoría, contemplando a lo menos dos días de medición.

Canal Tradicional

Para la realización del Pre test del **canal tradicional**, se realizó la muestra correspondiente a un día de semana normal en el local ubicado en COLON # 5850

Con este piloto se pudo constatar que:

- El listado de locales entregados por la FNE y asignados para la muestra no se encontraban actualizados. En este sentido, se observaron diferentes tipos de problemas respecto a los establecimientos, entre ellos: direcciones que no coincidían con los locales y locales que correspondían a distribuidoras.

- El cuestionario fue fluido y fácil de contestar, con lenguaje fácil de entender para el encuestado.

- Tiempos de duración de la entrevista era de 7 minutos.

- Al igual que en el canal supermercado, se constató que existe un bajo nivel de compra de los productos de la categoría snacks dulces, con tasa de respuesta de 1 encuesta cada 1 hora

3.3 Técnica de recolección de datos

3.3.1 Selección Muestral Canal Supermercado

A partir de la bases de datos de supermercados la FNE seleccionó 90 puntos muestrales en las ciudades de Santiago, La Serena, Antofagasta, Rancagua, Los Ángeles y Temuco, la selección se realizó asignando una probabilidad de elección proporcional al nivel de ventas de los locales. Este ejercicio lo realizó la FNE, entregando el listado definitivo de locales en los cuales medir a Activa Research.

Una vez en el local, cada uno de los encuestadores debía presentarse con el gerente de local, quien entregaba la autorización para la entrada de los encuestadores al supermercado:

El procedimiento de ingreso de los encuestadores a los supermercados fue el siguiente:

1.- El encuestador debía presentarse en la administración o Servicio al Cliente del Supermercado, solicitando la presencia del encargado de turno o gerente de local antes de comenzar a trabajar portando la credencial de la Empresa Activa Research, su cédula de identidad y la Plantilla de ingreso .

2.- El encuestador debía presentarse a las 9:40 AM o 14:40 hrs (dependiendo del turno) con el encargado del Supermercado para comenzar a trabajar a las 10:00 o a las 15:00 horas (dependiendo del turno) de lunes a domingo o lo que dure el estudio de acuerdo a su programación.

3.- El encuestador al informar su llegada en la Administración, debía solicitar que registren en Plantilla de ingreso el momento de llegada y este mismo documento lo debía presentar al momento de retirarse del supermercado.

4.- El encuestador debía avisar al Jefe de Estudio o Asistente, la hora de llegada al supermercado. Al término de su jornada, debía informar al Jefe de Estudio o al Asistente que se retira del lugar.

6.- El encuestador una vez instalado deberá tener su material de apoyo para poder empezar a realizar su trabajo: Tableta o teléfono inteligente con la programación descargada y credencial a la vista.

Una vez realizado el proceso de acreditación con el gerente de local, se procedía a comenzar el trabajo de campo:

Una vez dentro del supermercado, se situó al encuestador en la góndola de snacks dulces, quien invitó a participar en la encuesta a todas aquellas personas que seleccionaron dentro de la compra alguna de estos snacks comprendidos en la muestra de acuerdo a la PB1 del cuestionario "Sustitución Snacks Canal Supermercado". Una vez que el encuestado accedía a participar, éste era derivado fuera de la góndola de snacks dulces para la realización de la encuesta. Esto permite evitar posibles sesgos en las respuestas.

La muestra se realizó durante días hábiles y no hábiles, de acuerdo al local que fue asignado a cada encuestador. Las encuestas se realizaron en horario de 10:00 a 20:30 horas, en sistema de turnos, de 10:00 a 15:00 horas y de 15:00 a 20:30. Cada supermercado se visitó al menos en dos días distintos, uno hábil y uno no hábil.

Para la Cadena Jumbo, se realizó la totalidad de la muestra en días hábiles debido a que ésta no entregó autorización a la FNE para la realización de encuestas en días no hábiles.

3.3.2 Encuestas Realizadas por Encuestador en canal supermercado:

Para evitar sesgos en la aplicación, se contempla que ningún encuestador realice una muestra que supere el 20% de la muestra total.
A continuación, se detalla el número de encuestas realizada por cada encuestador y el porcentaje que corresponde sobre el total de la muestra.

LOCALES/ENCUESTADOR	Cantidad	%	LOCALES/ENCUESTADOR	Cantidad	%
Antofagasta	**100**	**10,65%**	**Santiago**	**510**	**54,31%**
Alejandra Quiñones Quiñones	4	**0,43%**	Angela Tejerina	14	**1,49%**
jacqueline Arraya Acevedo	33	**3,51%**	Camila Granadino	27	**2,88%**
Viviana Gonzalez Silvestre	63	**6,71%**	Camila Muñoz Conejera	20	**2,13%**
La Serena	**80**	**8,52%**	Cesar Rain Barahona	2	**0,21%**
Manuel Silva Rojas	15	**1,60%**	Claudia Arriagada Pino	16	**1,70%**
Maria Ortiz Cobos	15	**1,60%**	Cristina Arriagada Echeverria	34	**3,62%**
Sandra Chirino Galleguillo	12	**1,28%**	Daniel Gonzalez Sepulveda	14	**1,49%**
Sheyla Aguilar Yañez	15	**1,60%**	Estefany Cuevas Espinoza	43	**4,58%**
Tamara Sicala Carvajal	6	**0,64%**	Fabiola Figueroa Valdes	10	**1,06%**
Yareli Rosas Cifuentes	17	**1,81%**	Felipe Ramirez Vargas	21	**2,24%**
Los Angeles	**58**	**6,18%**	Jessica Vergara Riquelme	20	**2,13%**
Geraldine Llanos Muñoz	13	**1,38%**	José Ramirez Vargas	10	**1,06%**
Javiera Beltran	25	**2,66%**	Lorena Nowodworsky Varela	11	**1,17%**
Rosario Villagra	10	**1,06%**	Marcelo Nuñez Collao	1	**0,11%**
Salvia Valenzuela Nova	10	**1,06%**	Maria Acevedo Marguirott	12	**1,28%**
Rancagua	**46**	**4,90%**	Maria Izvolzev	10	**1,06%**
Angela Contreras Fuenzalida	15	**1,60%**	María José Cueto Gonzalez	16	**1,70%**
Catalina De la Jara Salaazar	14	**1,49%**	María José Mella Cerda	7	**0,75%**
Lorena Mella Valdivia	1	**0,11%**	Marta Zurita Aliaga	2	**0,21%**
Melany Aranda Castro	12	**1,28%**	Mirko Gonzalez	48	**5,11%**
Ximena Yañez Aguilera	4	**0,43%**	Natalia Bobadilla	10	**1,06%**
Temuco	**145**	**15,44%**	Nayareth Roa Oviedo	3	**0,32%**
Amelia Saavedra Acuña	22	**2,34%**	Patricia del Carmen Jofre Bravo	32	**3,41%**
Claudia Troncoso V	48	**5,11%**	Rodrigo Ramirez Romero	3	**0,32%**
Gina Castro	10	**1,06%**	Scarlett Olmedo Jofre	34	**3,62%**
Javiera Huaitro Bustamante	22	**2,34%**	Vania Rivera Garces	35	**3,73%**
Maite Huaitro B.	10	**1,06%**	Vilma Miranda	4	**0,43%**
Myriam Rivera Sepulveda	10	**1,06%**	Ximena Vargas Campo	51	**5,43%**
Viviana Concha Inailaf	10	**1,06%**	**Total general**	**939**	**100%**
Yanira Diaz Bozo	13	**1,38%**			

3.3.3 Selección Muestral Canal Tradicional

A partir de la bases de datos de locales comerciales en canal tradicional, la FNE seleccionó 170 puntos muestrales en la ciudad de Santiago, la selección se realizó asignando una probabilidad de elección proporcional al nivel de ventas de los locales.

Una vez en el local ubicada la dirección, el encuestador verificó que éste punto muestral existiera y que no se tratara de una distribuidora u otro tipo de establecimiento. Si el local no existía o se trataba de una distribuidora, se procedió a reemplazar dicho local por la lista de reemplazo otorgada por la FNE. De estos 170 locales, los encuestadores de

Activa Research verificaron in situ la existencia del punto. De un total de 68 locales visitados, solo 32 correspondieron a locales susceptibles de ser encuestados, lo da una tasa de cumplimiento de perfil del local de 53%. Dado lo anterior, fueron seleccionados 32 puntos muestrales finales, que cumplían con las condiciones necesarias.

Una vez ubicado el local definitivo de medición, se situó un encuestador a la salida del punto muestral (local), quien invitó a participar en la encuesta a aquellas personas que salían del local una vez adquirido algún producto. El contacto se realizó con la totalidad de los compradores independiente del producto que hubieran comprado. Para verificar que se tratara de un sujeto muestral válido, se le aplicó preguntas filtros que permitieron perfilarlos como personas que hubieran comprado snacks dulces de acuerdo a la pregunta B1 del cuestionario "Sustitución Canal Tradicional"

La muestra se realizó durante días hábiles y no hábiles, de acuerdo al local que fue asignado a cada encuestador. Las encuestas se realizarán en horario de 10:00 a 20:30 horas, en sistema de turnos, de 10:00 a 15:00 horas y de 15:00 a 20:30.

3.3.4 Encuestas Realizadas por Encuestador en canal tradicional:

Para evitar sesgos en la aplicación, se contempla que ningún encuestador realice una muestra que supere el 20% de la muestra total.

A continuación, se detalla el número de encuestas realizada por cada encuestador y el porcentaje que corresponde sobre el total

ENCUESTADOR	MUESTRA	% DEL TOTAL
Carlos Alarcón Kram	42	13%
Carolina Cerpa	29	9%
Joaquín Guzmán	31	10%
Marcelo Núñez	5	2%
Maria Angélica Garrido	27	9%
Marisol Palacios	37	12%
Marta Zurita	34	11%
Sandra Sanz	13	4%
Sugey Pérez	21	7%
Vilma Miranda	46	15%
Angélica Guerra	28	9%
Total general	**313**	**100%**

3.4 ETAPA IV: Control del trabajo de campo

3.4.1 Control de Trabajo de Encuestas

El estudio contempla la existencia de un Coordinador Nacional de Campo quien es el encargado de la coordinación, desarrollo y control del trabajo de campo.

Dentro de sus tareas, estaban la detección de errores por parte de los encuestadores, el llenado de las encuestas, la revisión del 100% de éstas, controlar la consistencia de las opiniones expresadas, y coordinar el trabajo del equipo de supervisores.

3.4.2 Supervisión

Cada Jefe de Campo supervisó personalmente el desarrollo del trabajo, verificando tanto la selección correcta de los entrevistados como la aplicación efectiva del cuestionario en su totalidad. Esta supervisión se realizó de manera aleatoria en terreno, y la revisión se

aplicó para la totalidad del material descargado en oficina, verificando la completitud de la información.

Junto con esto, se supervisó telefónicamente a lo menos un 20% del material de cada uno de los encuestadores. En el caso de aquellos encuestadores en que se haya encontrado algún error al seleccionar al entrevistado o en la aplicación de la entrevista, se supervisó entre el 50% y 100% del material realizado.

Para el **canal tradicional** se aplicó la pauta de supervisión que mostramos a continuación:

PAUTA DE SUPERVISIÓN	
P.1	¿Durante estos últimos días le han realizado alguna encuesta?
P.2	¿Me podría indicar el contenido de esta encuesta que le realizaron?
P.3	Dónde respondió la encuesta?
P.4	¿Compró usted algún snack dulce en esta tienda? (rayita, mankeke, brownie, etc)
P.5	¿En qué momento le realizaron la encuesta? DEBE SER DESPUÉS DE LA COMPRA
P.6	¿Usted me puede contar cuanto duró la encuesta?
P7	Finalmente,¿ le entregaron información con los antecedentes de la empresa?

La supervisión telefónica total alcanzó el 22% de las encuestas realizadas con un porcentaje de cumplimiento de 89%.

El cálculo del cumplimiento se calculó de la siguiente manera:

PUNTAJES

- Cumple= 1 punto
- No cumple= 0 punto

Porcentaje de cumplimiento = Puntaje (P1+P2+P3+P4+P5+P6)/7

Junto con esto, todas las encuetas que no cumplieron en las P1 a P5, fueron anuladas

Para el **canal supermercado** se aplicó la pauta de supervisión que mostramos a continuación:

PAUTA DE SUPERVISIÓN	
P.1	¿Durante estos últimos días le han realizado alguna encuesta?
P.2	¿Me podría indicar el contenido de esta encuesta que le realizaron?
P.3	¿Dónde respondió la encuesta? Tiene que ser en supermercado según E4
P.4	Compró usted algún snack dulce en esta (rayita, mankeke, Bownie, etc)
P.5	En qué lugar le realizaron la encuesta (debe haber sido dentro del supermercado, cercano a la góndola)
P.6	¿Usted me puede comentar cuanto duró la encuesta?
P7	Finalmente,¿ le entregaron información con los antecedentes de la empresa?

La supervisión telefónica total alcanzó el 29% de las encuestas realizadas con un porcentaje de cumplimiento de 92%.

El porcentaje del cumplimiento se calculó de la siguiente manera:

PUNTAJES

- Cumple= 1 punto
- No cumple= 0 punto

Porcentaje de cumplimiento = Puntaje (P1+P2+P3+P4+P5+P6)/7

Junto con esto, todas las encuestas que no cumplieron en las P1 a P5, fueron anuladas

Por su parte, el responsable TI puso a disposición del Director Cuantitativo, un tablero de control en línea que permitirá verificar el nivel de cumplimiento de las cuotas de la muestra. Las encuestas al ser realizadas en TAWI, se “autovalidan” debido a que la

programación de éstas considera todos los filtros y validadores. Por tal razón, las únicas encuestas que quedan fuera del proceso de análisis, son aquellas encuestas incompletas.

Para el control de las cuotas a encuestar diariamente se revisó el material levantado. En caso de errores en la selección del entrevistado, se anuló la encuesta y se solicitó rehacerla o reemplazarla.

3.5 Etapa V: Post Campo

3.5.1 Tratamiento de Errores no Muestrales y Validación de las Datas

Toda investigación está sujeta a errores de diseño (muestrales) y a errores que son independientes del diseño muestral (no muestrales).

Los errores no muestrales incluyen fallas estructurales del cuestionario, sesgos de los encuestados, fallas de memoria, errores en la transcripción de las respuestas, defectos en la construcción de códigos (preguntas abiertas), errores de codificación, digitación, procesamiento y otros. Con el objeto de minimizar estos errores no muestrales, Activa Research aplicó las siguientes medidas metodológicas, algunas de las cuales ya fueron mencionadas anteriormente:

- Los encuestadores fueron entrenados en el uso del cuestionario y la metodología a utilizar (instructivo previo).
- Se revisa el 100% del material recibido, para asegurar el correcto registro de las respuestas y la consistencia lógica de las mismas
- Se supervisó telefónicamente un 22% del material en canal tradicional y un 29% del material correspondiente al canal supermercado.
- Las encuestas fueron realizadas en TAWI con una programación que realiza automáticamente los filtros y saltos de la encuestas. Y luego se verifica computacionalmente la consistencia lógica de las respuestas.

- Toda la información, antes de ser procesada, fue sometida a sucesivos procesos de validación computacional, asegurándose de esta manera resultados consistentes.

Para la **validación** Activa Research cuenta con los programas adecuados para el ingreso y procesamiento de datos, con los cuales se lleva a cabo a su vez un proceso de control de error y validación exhaustiva de la data (se cruzan variables y se detectan inconsistencias) detectándose posibles problemas como presencia de casos "outlayer", incumplimiento de saltos, etc., dando como resultado una base de datos confiable y automáticamente validada.

Algunos de los aspectos considerados en la validación de los datos ingresados en la data son los siguientes:

- Correcta aplicación de saltos de aplicación de preguntas
- Rangos de respuesta permitidos por pregunta
- Correcta asignación de códigos
- Verificación de ingreso de datos según tipo de preguntas (Respuesta Múltiple, Respuesta Única, Nota)
- Depuración de los datos en cuanto a valores perdidos
- Revisión de valores atípicos según la distribución de respuestas en determinadas variables
- Recodificación de categorías de respuestas mediante creación de nuevas variables a utilizarse en posteriores análisis de los datos.

Una vez validada la base de datos se realizaron los procesamientos de datos en Gandia para la entrega de resultados.

3.5.2 Ponderación

Activa Research recomienda el uso de ponderadores al momento de procesar los datos. Esto, con la finalidad de dar representatividad a los resultados, en el caso de que las muestras definidas por la FNE hubieran sido por cuotas.

Recomendamos que la ponderación de los casos se realice de acuerdo a las ventas reales de cada local, de acuerdo a la información provista por la FNE.

La columna de ponderación se encuentra ya calculada en la BBDD entregada a la FNE con el nombre *"ponderador"*

SUPERMERCADOS

El ponderador se calcula de acuerdo a la siguiente formula:

$$Ponderador\ de\ cada\ datao = \frac{(\%venta\ SPM)}{\%\ total\ ventas} \div \frac{(muestra\ SPM)}{Muestra\ total}$$

INSIGHT / EXPERIENCE / CONSULTING

SUPERMERCADO	Frecuencias	Muestra (%)	ventas (%)	Ponderador
LA SERENA_Unimarc_Av. 18 De Septiembre 5040	15	1,599	0,545	0,341010
LA SERENA_SISA_AVDA. GABRIELA MISTRAL Nº 3251	14	1,493	0,232	0,155194704
LA SERENA_LIDER_Francisco de Aguirre 02, La Serena	14	1,493	2,669	1,788429264
LA SERENA_LIDER_Av. Regimiento Arica 6145	11	1,173	1,494	1,274205145
LA SERENA_JUMBO_PARCELA 69 VEGAS SUR	16	1,706	2,328	1,364908679
LA SERENA_Unimarc_Brasil 715	10	1,066	1,067	1,000824194
ANTOFAGASTA_Unimarc_JoséSantos Ossa 2350	14	1,493	0,857	0,573945855
ANTOFAGASTA_LIDER_Av. Pedro Aguirre Cerda esquina Caparrosa	9	0,959	1,717	1,789417062
ANTOFAGASTA_Tottus_Balmaceda N° 2355	14	1,493	1,777	1,190376453
ANTOFAGASTA_SISA_MAIPU 646	10	1,066	0,224	0,21000072
ANTOFAGASTA_JUMBO_AV. ANGAMOS # 777	15	1,599	3,396	2,12375124
ANTOFAGASTA_EXPRESS_Iquique 5201 corner Perez Zujovic	14	1,493	0,364	0,243901484
ANTOFAGASTA_LIDER_Zenteno 21, Antofagasta	10	1,066	3,336	3,129160756
ANTOFAGASTA_Unimarc_José Miguel Carrera 1527	14	1,493	0,541	0,362732599
RANCAGUA_Tottus_Estado N ° 275	16	1,706	0,566	0,33170663
RANCAGUA_LIDER_Recreo 620, Rancagua	16	1,706	1,216	0,712891574
RANCAGUA_Unimarc_Doctor Salinas 115, Rancagua	14	1,493	0,131	0,088102222
SANTIAGO_LIDER	11	1,173	2,281	1,944912012
SANTIAGO_EXPRESS_Gran Avenida 4004, San Miguel	18	1,919	0,893	0,465234935
SANTIAGO_EXPRESS_Av. Lib. Bernardo O´Higgins 5199, Estacion Central	14	1,493	0,889	0,595335753
SANTIAGO_LIDER_Vicuña Mackenna 3361, San Joaquín	19	2,026	1,126	0,555757596
SANTIAGO_Tottus_O'higgins N° 528	11	1,173	1,621	1,382484357
SANTIAGO_LIDER_Av. Santa Teresa N°683, San Bernardo	10	1,066	1,748	1,63982335
SANTIAGO_JUMBO_AV. PAJARITOS 3302	17	1,812	1,77	0,976599035
SANTIAGO_Tottus_Avda. Chamisero Lote A-8	2	0,213	0,926	4,341424263
SANTIAGO_EXPRESS_Av. Santa Rosa 115	20	2,132	0,693	0,325016796
SANTIAGO_LIDER_Américo Vespucio 2500, Cerrillos	17	1,812	1,797	0,991566447
SANTIAGO_JUMBO_AV. LA DEHESA 1445 LO BARNECHE	9	0,959	3,281	3,419291963
SANTIAGO_EXPRESS_Las Camelias 2875, Providencia	14	1,493	1,315	0,88110245
SANTIAGO_Tottus_Av. Kennedy N° 5601 2do. Nivel	10	1,066	2,076	1,947707194
SANTIAGO_Tottus_Avda. Vitacura 9019	13	1,386	0,583	0,420876809
SANTIAGO_Tottus_Caletera Los Aromos N° 0441	10	1,066	0,803	0,753334299
SANTIAGO_SISA_AV. CONCHA Y TORO 1036	10	1,066	0,732	0,686555074
SANTIAGO_JUMBO_AV. FCO. BILBAO 4144	10	1,066	6,279	5,89009315
SANTIAGO_JUMBO_EDUARDO DE LA MARQUINA 3932	10	1,066	1,159	1,087006915
SANTIAGO_LIDER_Américo Vespucio 6325, La Florida	10	1,066	1,946	1,824882154
SANTIAGO_Tottus_Avda. W. Martínez N° 3600 L/16	6	0,64	0,546	0,853401109
SANTIAGO_SISA_AV. LA FLORIDA 9385	10	1,066	0,624	0,584949368
SANTIAGO_JUMBO_AV. PDTE. KENNEDY 9001 LAS CON	20	2,132	5,743	2,693407421
SANTIAGO_Tottus_Av.Santa Marta de Huechuraba 7300	10	1,066	0,586	0,549688359
SANTIAGO_LIDER_Froilan Roa 7107 Local 64, La Florida	12	1,279	1,626	1,270773731
SANTIAGO_Tottus_Alameda N° 3470	14	1,493	0,782	0,523678318

SUPERMERCADO	Frecuencias	Muestra (%)	ventas (%)	Ponderador
SANTIAGO_Tottus_Arturo Prat Nº 117	9	0,959	0,775	0,8075142
SANTIAGO_EXPRESS_Av. México 1589, Puente Alto	4	0,426	0,536	1,257144232
SANTIAGO_EXPRESS_Pedro de Valdivia 1885, Providencia	17	1,812	1,53	0,84434628
SANTIAGO_JUMBO_SANCHEZ FONTECILLA 12000	10	1,066	3,015	2,828081935
SANTIAGO_SISA_CAPELLAN FLORENCIA INFANTE Nº3330 MAIPU	10	1,066	0,168	0,157485684
SANTIAGO_Tottus_O´higgins Nº 800 L/1	6	0,64	0,206	0,321372159
SANTIAGO_JUMBO_AV. SANTO DOMINGO 57 Y 95	10	1,066	1,293	1,212773855
SANTIAGO_EXPRESS_Av. Sanchez Fontecilla 8968, La Florida	10	1,066	0,688	0,645362214
SANTIAGO_JUMBO_CAMINO LONGITUDINAL¸ FUNDO LAS L	13	1,386	1,544	1,113998338
SANTIAGO_LIDER_Jorge Alessandri 1131, La Reina	10	1,066	2,675	2,50928322
SANTIAGO_SISA_AVDA. OSSA 36 (INTERMODAL)	13	1,386	0,658	0,474509556
SANTIAGO_Tottus_Av. Concha y Toro Nº 1477	11	1,173	0,878	0,748380649
SANTIAGO_JUMBO_CAMINO EL ALBA 11969 LOCAL 101	10	1,066	2,748	2,577172711
SANTIAGO_EXPRESS_Guanaco Esquina Pedro Fontova	1	0,107	0,871	8,171962624
SANTIAGO_SISA_AV. CALERA DE TANGO ESQ. LONQUEN S/N	10	1,066	0,531	0,498204816
SANTIAGO_EXPRESS_Tomás Moro 1590, Las Condes	11	1,173	1,44	1,227907268
SANTIAGO_Tottus_Americo Vespucio Nº 7310	8	0,853	0,985	1,155288262
SANTIAGO_Tottus_Vicuña Mackenna N° 665	11	1,173	0,772	0,657945158
SANTIAGO_EXPRESS_Av. Grecia 245, Ñuñoa	19	2,026	0,637	0,314679185
SANTIAGO_SISA_AV. PAJARITOS 4909	10	1,066	0,369	0,346364951
LOS ANGELES_EXPRESS_Calle Villagran 551, Los Angeles	10	1,066	0,373	0,34971436
LOS ANGELES_Unimarc_LOS CARRERA 1380	5	0,533	0,11	0,206458649
LOS ANGELES_JUMBO_AV. ERCILLA 190	10	1,066	1,246	1,168597653
LOS ANGELES_EXPRESS_Alcazar 635	4	0,426	0,435	1,020104906
LOS ANGELES_SISA_AVDA ALEMANIA 686 LOS ANGELES	4	0,426	0,411	0,964492692
LOS ANGELES_LIDER_Sor Vicenta 2575	10	1,066	1,088	1,020527005
LOS ANGELES_SISA_VILLAGRAN 558 LOS ANGELES	10	1,066	0,678	0,635935107
LOS ANGELES_Unimarc_AV. ALEMANIA 100	5	0,533	0,249	0,467438819
TEMUCO_JUMBO_AV. ALEMANIA 633 - 647	10	1,066	1,841	1,726550485
TEMUCO_SISA_MONTT 1132	11	1,173	0,211	0,179516334
TEMUCO_LIDER_Gabriela Mistral #02621, Temuco	5	0,533	1,442	2,705279797
TEMUCO_SISA_RODRÍGUEZ 1190	9	0,959	0,379	0,394507744
TEMUCO_Unimarc_LAS ENCINAS 02690	10	1,066	0,159	0,149452601
TEMUCO_SISA_CARRERA 499	10	1,066	0,367	0,343910506
TEMUCO_LIDER_Prieto Norte 0320, Temuco	17	1,812	1,849	1,020178561
TEMUCO_SISA_BULNES 279	10	1,066	0,622	0,583570792
TEMUCO_EXPRESS_Av. Recabarren esq. Av Franklin	10	1,066	0,36	0,337246206
TEMUCO_JUMBO MARKET_AVDA LOS PABLOS # 1800 . EQ.LAS	10	1,066	0,476	0,446055569
TEMUCO_SISA_CAUPOLICÁN	10	1,066	0,292	0,273821103
TEMUCO_Unimarc_CAUPOLICAN 191	10	1,066	0,359	0,336398381
TEMUCO_Unimarc_SAN MARTIN 0675	10	1,066	0,306	0,286994901
TEMUCO_SISA_LAS PERDICES 0547. LABRANZA	12	1,279	0,147	0,114991837

INSIGHT / EXPERIENCE / CONSULTING

CANAL TRADICIONAL

El ponderador se calcula de acuerdo a la siguiente formula:

$$Ponderador\ de\ cada\ datao = \frac{(\%venta\ local)}{\%\ total\ ventas} \div \frac{(Muestra\ local)}{Muestra\ total}$$

ALMACEN	Frecuencias	Muestra (%)	ventas (%)	Ponderador
LA CISTERNA_GRAN AVENIDA # 8765	10	3,2	1,1	0,34117
LA FLORIDA_WALKER MARTINEZ Nº 099	9	2,9	3,5	1,23322
MACUL_VICUÑA MACKENNA 3864	14	4,5	4,9	1,08611
PEÑALOLEN_ORIENTALES 6821	9	2,9	11,6	4,02831
PROVIDENCIA_LOS LEONES 220 OF 805	9	2,9	2,2	0,77311
PUENTE ALTO_SAN HUGO Nº 826	9	2,9	0,4	0,12833
PUENTE ALTO_PSJE LAGO RUPANCO Nº 4213	9	2,9	4,6	1,60569
SAN MIGUEL_ESTACION METRO SAN MIGUEL	10	3,2	3,9	1,2207
SANTIAGO_ENCO 4951	9	2,9	2,6	0,9077
SANTIAGO_BANDERA 92	12	3,8	1,3	0,33491
SANTIAGO_ANTOFAGASTA Nº 2109	4	1,3	10	7,78744
SANTIAGO_ELEUTERIO RAMIREZ Nº 957,LOCAL 4	9	2,9	2,8	0,96404
SANTIAGO_JOSE VICTORINO LASTARRIA 105 DPTO B	13	4,2	1,4	0,32865
SANTIAGO_SANTA ROSA Nº 4180	9	2,9	1,5	0,51019
SANTIAGO_ALDUNATE Nº 1584	9	2,9	12,5	4,35383
SANTIAGO_JOSE MIGUEL CARRERA Nº 9043	9	2,9	2,1	0,72616
SANTIAGO_LAS VERBENAS 5480	9	2,9	14,1	4,9141
SANTIAGO_AV. LIB. BDO OHIGGINS 3750, LOCAL 113	10	3,2	4,3	1,33651
SANTIAGO_MONJITAS 500	11	3,5	1,1	0,30674
SANTIAGO_AV STA ROSA Nº 5499	13	4,2	1,1	0,25666
SANTIAGO_MONEDA 1149 local 2	10	3,2	0,8	0,24727
SANTIAGO_VICUÑA MACKENNA 7747	9	2,9	1,2	0,4069
SANTIAGO_AV. IRARRAZAVAL 5277	9	2,9	0,7	0,25666
SANTIAGO_PUENTE 815 LOCAL 13	10	3,2	2	0,626
SANTIAGO_MERCED Nº 832 LOCAL 36	11	3,5	1,7	0,47889
SANTIAGO_RAMON CRUZ S/N, COMITE OLIMPICO	9	2,9	1,3	0,45698
SANTIAGO_AV. J. P ALESSANDRI # 4003	9	2,9	1	0,35056
SANTIAGO_EYZAGUIRRE 15	9	2,9	1,4	0,48202
SANTIAGO_AV LOS LEONES Nº 2347	9	2,9	1,2	0,40377
SANTIAGO_VICUÑA MACKENNA 4860	10	3,2	0,9	0,29422
SANTIAGO_RICARDO LYON Nº 2110	9	2,9	0,5	0,17841
SANTIAGO_NOVENA AVENIDA 1145	13	4,2	0,5	0,11894

INSIGHT / EXPERIENCE / CONSULTING

IV. Anexos

INSIGHT / EXPERIENCE / CONSULTING

4.1 Anexo 1: Cuestionarios Aplicados

Activa Research S.A.
Avda. Los Leones Nº 2532 Providencia, Santiago
Fono: 274 64 39 – 205 52 01
www.**activaresearch**.cl

ENCUESTA CONSUMIDORES DE SNACK DULCES - SUPERMERCADOS
Estudio: "SUSTITUCIÓN SNACKS CANAL SPM"
Código Estudio: 171091_V1

"Muy buenos días (tardes / noches) señor/a, mi nombre es _____ (dar nombre y apellido), y soy Entrevistador de ACTIVA RESEARCH, ¿Usted sería tan amable de brindarme algunos minutos de su tiempo para responder algunas preguntas? Sobre **Snacks Dulces**" ¡MUCHAS GRACIAS!
Antes de comenzar, le informamos que su participación es voluntaria y todas sus respuestas son confidenciales y serán utilizadas de manera agregada para cumplir con los fines del estudio de investigación".

A. PREGUNTAS DE IDENTIFICACIÓN

A1. Fecha de la entrevista (día/mes/año): __ __ / __ __ / 2 0 1 7
A2. Hora de inicio de la entrevista: __ __ : __ __ hrs
A3. Lugar de la entrevista:

A4. Registrar supermercado donde está realizando la entrevista: Registrar dirección – Calle - Comuna [FNE ENTREGARÁ LISTADO DE SUPERMERCADOS SELECCIONADOS – AGREGAR ALTERNATIVAS]

B. PRODUCTOS ADQUIRIDOS

B1. Encuestador, indicar el o los productos que el entrevistado seleccionó. **[NO LEER ALTERNATIVAS, EN CASO DE DUDAS PREGUNTAR DIRECTAMENTE QUÉ PRODUCTO SELECCIONÓ] [RESPUESTA MÚLTIPLE]**

	1. Sí	2. No
B1_1. Brownie[1] Nutrabien	1	2
B1_2. Braunichoc Nutrabien	1	2
B1_3. Gansito	1	2
B1_4. Rayita	1	2
B1_5. Pingüinos	1	2
B1_6. Mankeke	1	2

[1] Incluye Brownie y Brownie Chips.

B2. Para comenzar, por favor dígame, para la compra de *snack dulces* que Ud. realizó hoy en este supermercado, usted… [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. [ ] Decidió realizar esta compra personalmente
2. [ ] Realizó la compra por encargo de otra persona **(AGRADECER Y TERMINAR)**

B3. Aproximadamente, ¿cada cuánto tiempo compra este tipo de productos en supermercados? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Todas las semanas
2. Entre una y tres veces al mes
3. Menos de una vez al mes

[LAS PREGUNTAS B4_1 a B4_6 SOLO SE HACEN CON RESPECTO A LOS PRODUCTOS ADQUIRIDOS E IDENTIFICADOS EN LA PREGUNTA B1; RESPUESTA UNICA]

B4_1. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_1)* Pensando en Brownie Nutrabien que acaba de comprar. ¿Cuál de estas frases aplicaría mejor a la compra que acaba de realizar? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Lo tenía pensado previamente y eso es lo que compré
2. Tenía pensado comprar un producto distinto al que finalmente compré
3. Tenía pensada varias alternativas y decidí aquí cual comprar.
4. No tenía pensado ningún producto específico y decidí aquí cual comprar.

B4_2. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_2)* Pensando en Braunichoc Nutrabien que acaba de comprar. ¿Cuál de estas frases aplicaría mejor a la compra que acaba de realizar? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Lo tenía pensado previamente y eso es lo que compré
2. Tenía pensado comprar un producto distinto al que finalmente compré
3. Tenía pensada varias alternativas y decidí aquí cual comprar.
4. No tenía pensado ningún producto específico y decidí aquí cual comprar.

B4_3. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_3)* Pensando en Gansito que acaba de comprar. ¿Cuál de estas frases aplicaría mejor a la compra que acaba de realizar? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Lo tenía pensado previamente y eso es lo que compré
2. Tenía pensado comprar un producto distinto al que finalmente compré
3. Tenía pensada varias alternativas y decidí aquí cual comprar.
4. No tenía pensado ningún producto específico y decidí aquí cual comprar.

B4_4. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_4)* Pensando en Rayita que acaba de comprar. ¿Cuál de estas frases aplicaría mejor a la compra que acaba de realizar? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Lo tenía pensado previamente y eso es lo que compré
2. Tenía pensado comprar un producto distinto al que finalmente compré
3. Tenía pensada varias alternativas y decidí aquí cual comprar.

4. No tenía pensado ningún producto específico y decidí aquí cual comprar.

B4_5. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_5)* Pensando en Pingüinos que acaba de comprar. ¿Cuál de estas frases aplicaría mejor a la compra que acaba de realizar? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Lo tenía pensado previamente y eso es lo que compré
2. Tenía pensado comprar un producto distinto al que finalmente compré
3. Tenía pensada varias alternativas y decidí aquí cual comprar.
4. No tenía pensado ningún producto específico y decidí aquí cual comprar.

B4_6. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_6)* Pensando en Mankeke que acaba de comprar. ¿Cuál de estas frases aplicaría mejor a la compra que acaba de realizar? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Lo tenía pensado previamente y eso es lo que compré
2. Tenía pensado comprar un producto distinto al que finalmente compré
3. Tenía pensada varias alternativas y decidí aquí cual comprar.
4. No tenía pensado ningún producto específico y decidí aquí cual comprar.

[LAS PREGUNTAS B5_1 a B5_6 SOLO SE HACEN CON RESPECTO A LOS PRODUCTOS ADQUIRIDOS E IDENTIFICADOS EN LA PREGUNTA B1]

B5_1. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_1)* Con respecto al producto Brownie Nutrabien adquirido, ¿Usted lo usa: [**LEER ALTERNATIVAS**] [**RESPUESTA MÚLTIPLE**]

	1. Si	2. No
B5_1a. Para la colación de los niños	1	2
B5_1b. Para tener en la despensa como algo rico para comer entre comidas	1	2
B5_1c. Para la hora del té	1	2
B5_1d. Para consumir inmediatamente	1	2
B5_1e. Otro. Especifique	1	2

B5_1ee: _____

B5_2. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_2)* Con respecto al producto Braunichoc Nutrabien adquirido, ¿Usted lo usa: [**LEER ALTERNATIVAS**] [**RESPUESTA MÚLTIPLE**]

	1. Si	2. No
B5_2a. Para la colación de los niños	1	2
B5_2b. Para tener en la despensa como algo rico para comer entre comidas	1	2
B5_2c. Para la hora del té	1	2
B5_2d. Para consumir inmediatamente	1	2
B5_2e. Otro. Especifique	1	2

B5_2ee: _____

B5_3. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_3)* Con respecto al producto Gansito adquirido, ¿Usted lo usa: [**LEER ALTERNATIVAS**] [**RESPUESTA MÚLTIPLE**]

	1. Si	2. No
B5_3a. Para la colación de los niños	1	2
B5_3b. Para tener en la despensa como algo rico para comer entre comidas	1	2
B5_3c. Para la hora del té	1	2
B5_3d. Para consumir inmediatamente	1	2
B5_3e. Otro. Especifique	1	2

B5_3ee: _____

B5_4. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_4)* Con respecto al producto Rayita adquirido, ¿Usted lo usa: [**LEER ALTERNATIVAS**] [**RESPUESTA MÚLTIPLE**]

	1. Si	2. No
B5_4a. Para la colación de los niños	1	2
B5_4b. Para tener en la despensa como algo rico para comer entre comidas	1	2
B5_4c. Para la hora del té	1	2
B5_4d. Para consumir inmediatamente	1	2
B5_4e. Otro. Especifique	1	2

B5_4ee: _____

B5_5. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_5)* Con respecto al producto Pingüinos adquirido, ¿Usted lo usa: [**LEER ALTERNATIVAS**] [**RESPUESTA MÚLTIPLE**]

	1. Si	2. No
B5_5a. Para la colación de los niños	1	2
B5_5b. Para tener en la despensa como algo rico para comer entre comidas	1	2
B5_5c. Para la hora del té	1	2
B5_5d. Para consumir inmediatamente	1	2
B5_5e. Otro. Especifique	1	2

B5_5ee: _____

B5_6. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_6)* Con respecto al producto Mankeke adquirido, ¿Usted lo usa: [**LEER ALTERNATIVAS**] [**RESPUESTA MÚLTIPLE**]

	1. Si	2. No
B5_6a. Para la colación de los niños	1	2
B5_6b. Para tener en la despensa como algo rico para comer entre comidas	1	2
B5_6c. Para la hora del té	1	2
B5_6d. Para consumir inmediatamente	1	2
B5_6e. Otro. Especifique	1	2

B5_6ee: _____

C. CERCANÍA COMPETITIVA

[LAS PREGUNTAS C1_1 a C1_6 SOLO SE HACEN CON RESPECTO A LOS PRODUCTOS ADQUIRIDOS E IDENTIFICADOS EN LA PREGUNTA B1]

C1_1. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_1)* En caso que Brownie Nutrabien no estuviese disponible en este supermercado ni en ningún otro establecimiento comercial, ¿por qué otro producto lo reemplazaría? [**NO LEER ALTERNATIVAS**]

1. No compraría ningún producto
2. Gansito
3. Rayita
4. Pingüinos
5. Mankeke
6. Chocman
7. Frac Cake
8. Rollo
9. TKCH
10. Tuareg cake
11. Choco loko
12. Choco rollo
13. Mini torta (Nevares)
14. Tortazo (Fruna)
15. Braunichoc
16. Brownie sin azúcar (Nutrabien)
17. Brownie (Fuchs)
18. Brownie (Sweet Life)
19. Brownie (Snack Adventure)
20. Otro. Especifique: **C1_1e.** _____
21. No sabe
22. No responde

C1_2. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_2)* En caso que Braunichoc Nutrabien no estuviese disponible en este supermercado ni en ningún otro establecimiento comercial, ¿por qué otro producto lo reemplazaría? [**NO LEER ALTERNATIVAS**]

1. No compraría ningún producto
2. Gansito
3. Rayita
4. Pingüinos
5. Mankeke
6. Chocman
7. Frac Cake
8. Rollo
9. TKCH
10. Tuareg cake
11. Choco loko
12. Choco rollo
13. Mini torta (Nevares)
14. Tortazo (Fruna)
15. Brownie (Nutrabien) (Incluye Brownie normal y Brownie Chips)
16. Brownie sin azúcar (Nutrabien)
17. Brownie (Fuchs)
18. Brownie (Sweet Life)
19. Brownie (Snack Adventure)
20. Otro. Especifique: **C1_2e.** _____
21. No sabe
22. No responde

C1_3. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_3)* En caso que Gansito no estuviese disponible en este supermercado ni en ningún otro establecimiento comercial, ¿por qué otro producto lo reemplazaría? [**NO LEER ALTERNATIVAS**]

1. No compraría ningún producto
2. Rayita
3. Pingüinos
4. Mankeke
5. Chocman
6. Frac Cake
7. Rollo
8. TKCH
9. Tuareg cake
10. Choco loko
11. Choco rollo
12. Mini torta (Nevares)
13. Tortazo (Fruna)
14. Braunichoc
15. Brownie (Nutrabien) (Incluye Brownie normal y Brownie Chips)
16. Brownie sin azúcar (Nutrabien)
17. Brownie (Fuchs)
18. Brownie (Sweet life)
19. Brownie (Snack Adventure)
20. Otro. Especifique: **C1_3e.** _____
21. No sabe
22. No responde

C1_4. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_4)* En caso que Rayita no estuviese disponible en este supermercado ni en ningún otro establecimiento comercial, ¿por qué otro producto lo reemplazaría? [**NO LEER ALTERNATIVAS**]

1. No compraría ningún producto
2. Gansito
3. Pingüinos
4. Mankeke
5. Chocman
6. Frac Cake
7. Rollo
8. TKCH
9. Tuareg cake
10. Choco loko
11. Choco rollo
12. Mini torta (Nevares)
13. Tortazo (Fruna)
14. Braunichoc
15. Brownie (Nutrabien) (Incluye Brownie normal y Brownie Chips)
16. Brownie sin azúcar (Nutrabien)
17. Brownie (Fuchs)
18. Brownie (Sweet life)
19. Brownie (Snack Adventure)
20. Otro. Especifique: **C1_4e.** _____
21. No sabe
22. No responde

C1_5. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_5)* En caso que Pingüinos no estuviese disponible en este supermercado ni en ningún otro establecimiento comercial, ¿por qué otro producto lo reemplazaría? [**NO LEER ALTERNATIVAS**]

1. No compraría ningún producto
2. Gansito
3. Rayita
4. Mankeke
5. Chocman
6. Frac Cake
7. Rollo
8. TKCH
9. Tuareg cake
10. Choco loko
11. Choco rollo
12. Mini torta (Nevares)
13. Tortazo (Fruna)
14. Braunichoc
15. Brownie (Nutrabien)
16. Brownie sin azúcar (Nutrabien)
17. Brownie (Fuchs)
18. Brownie (Sweer Life)
19. Brownie (Snack Adventure)
20. Otro. Especifique: **C1_5e.** _____
21. No sabe
22. No responde

C1_6. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_6)* En caso que Mankeke no estuviese disponible en este supermercado ni en ningún otro establecimiento comercial, ¿por qué otro producto lo reemplazaría? [**NO LEER ALTERNATIVAS**]

1. No compraría ningún producto
2. Gansito
3. Rayita
4. Pingüinos
5. Chocman
6. Frac Cake
7. Rollo
8. TKCH
9. Tuareg cake
10. Choco loko
11. Choco rollo
12. Mini torta (Nevares)
13. Tortazo (Fruna)
14. Braunichoc
15. Brownie (Nutrabien)
16. Brownie sin azúcar (Nutrabien)
17. Brownie (Fuchs)
18. Brownie (Sweer Life)
19. Brownie (Snack Adventure)
20. Otro. Especifique: **C1_6e.** _____
21. No sabe
22. No responde

D. MERCADO RELEVANTE

D1 es sólo para quienes:

- Compraron Gansito (B1_3="Sí") y cambiaria a algún bizcocho relleno (C1_3=2,3,4,5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 o 13)
- Compraron Rayita (B1_4="Sí") y cambiaria a algún bizcocho relleno (C1_4=2,3,4,5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 o 13)
- Compraron Pingüinos (B1_5="Sí") y cambiaria a algún bizcocho relleno (C1_5=2,3,4,5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 o 13)
- Compraron Mankeke (B1_6="Sí") y cambiaria a algún bizcocho relleno (C1_6=2,3,4,5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12 o 13)

El resto pasa a D3.

D1. ¿Cuál de las siguientes frases describe mejor lo que usted haría si es que no pudiese encontrar un bizcocho relleno [**MOSTRAR TARJETA 2: BIZCOCHOS RELLENOS**] en este supermercado y en cualquier otro establecimiento comercial? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Compraría otro producto
2. No compraría otro producto → Pase a D3

D2. ¿Cuál de los siguientes productos compraría? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Alfajores
2. Queques individuales
3. Brownies
4. Chuchuflies
5. Galletones
6. Galletas en formato clásico
7. Galletas en formato mini
8. Barras de cereal
9. Otro producto. Especifique: **D2_9e**:_____

D3 es sólo para quienes:

- Compraron Brownie Nutrabien (B1_1="Sí") y cambiarían a algún brownie (C1_1=15, 16, 17, 18 o 19)
- Compraron Braunichoc Nutrabien (B1_2="Sí") y cambiarían a algún brownie (C1_2=15, 16, 17, 18 o 19)

El resto pasa a D5.

D3. ¿Cuál de las siguientes frases describe mejor lo que usted haría si es que no pudiese encontrar un brownie [**MOSTRAR TARJETA 3: BROWNIE**] en este supermercado y en cualquier otro establecimiento comercial? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Compraría otro producto
2. No compraría otro producto → Pase a D5

D4. ¿Cuál de los siguientes productos compraría? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Alfajores
2. Queques individuales
3. Bizcochos rellenos
4. Chuchuflies
5. Galletones
6. Galletas en formato clásico
7. Galletas en formato mini
8. Barras de cereal
9. Otro producto. Especifique: **D4_9e**:_____

D5 es sólo para quienes:

- Compraron Gansito (B1_3="Sí"), Rayita (B1_4=" Sí"), Pingüinos (B1_5=" Sí") o Mankeke (B1_6=" Sí")

El resto pasa a D6.

D5. Para cada una de las categorías de productos que le voy a mencionar, por favor indíqueme si podría o no podría ser un reemplazo para un bizcocho relleno [**MOSTRAR TARJETA 2: BIZCOCHOS RELLENOS**] [**LEER ALTERNATIVAS**] [**RESPUESTA MÚLTIPLE**].

	1. Si podría	2. No podría
D5_1. Alfajores	1	2
D5_2. Queques individuales	1	2
D5_3. Brownie	1	2
D5_4. Cuchuflies	1	2
D5_5. Galletones	1	2
D5_6. Galletas en formato clásico	1	2
D5_7. Galletas en formato mini	1	2
D5_8. Barras de cereal	1	2

D6 es sólo para quienes:

- Compraron Brownie Nutrabien (B1_1="Sí") o Braunichoc Nutrabien (B1_2="Sí")

El resto pasa a E1.

D6. Para cada una de las categorías de productos que le voy a mencionar, por favor indíqueme si podría o no podría ser un reemplazo para un brownie [**MOSTRAR TARJETA 3: BROWNIES**] [**LEER ALTERNATIVAS**] [**RESPUESTA MÚLTIPLE**].

	1. Si podría	2. No podría
D6_1. Alfajores	1	2
D6_2. Queques individuales	1	2
D6_3. Bizcochos rellenos	1	2
D6_4. Cuchuflies	1	2
D6_5. Galletones	1	2
D6_6. Galletas en formato clásico	1	2
D6_7. Galletas en formato mini	1	2
D6_8. Barras de cereal	1	2

E. BARRERAS A LA ENTRADA

[LAS PREGUNTAS E1_1 a E1_6 SOLO SE HACEN CON RESPECTO A LOS PRODUCTOS ADQUIRIDOS E IDENTIFICADOS EN LA PREGUNTA B1]

E1_1. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_1)* ¿Estaría dispuesto a comprar un producto de similares características a Brownie Nutrabien, pero de una nueva marca desconocida por usted?

1. [ ] Sí
2. [ ] No

E1_2. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_2)* ¿Estaría dispuesto a comprar un producto de similares características a Braunichoc Nutrabien, pero de una nueva marca desconocida por usted?

1. [ ] Sí
2. [ ] No

E1_3. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_3)* ¿Estaría dispuesto a comprar un producto de similares características a Gansito, pero de una nueva marca desconocida por usted?

1. [ ] Sí
2. [ ] No

E1_4. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_4)* ¿Estaría dispuesto a comprar un producto de similares características a Rayita, pero de una nueva marca desconocida por usted?

1. [ ] Sí
2. [ ] No

E1_5. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_5)* ¿Estaría dispuesto a comprar un producto de similares características a Pingüinos, pero de una nueva marca desconocida por usted?

1. [ ] Sí
2. [ ] No

E1_6. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_6)* ¿Estaría dispuesto a comprar un producto de similares características a Mankeke, pero de una nueva marca desconocida por usted?

1. [ ] Sí
2. [ ] No

E2. Si hablamos de productos de bizcochos rellenos o brownies [**MOSTRAR TARJETA 1: BIZCOCHOS RELLENOS Y BROWNIES**], ¿Qué productos recuerda, aunque sea de nombre?

Registrar primera marca

E3. Registrar otras menciones y preguntar: ¿qué otros productos recuerda?, ¿algún otro? ESCRIBA CUANTAS MARCAS EL ENCUESTADO RECUERDE.

E4. ¿Conoce los siguientes productos o marcas de productos? [**LEER ALTERNATIVAS**] [**RESPUESTA MÚLTIPLE**].

	1. Sí	2. No
E4_1. Marinela	1	2
E4_2. Nutrabien	1	2
E4_3. Fuchs	1	2
E4_4. Nevares	1	2
E4_5. Snack Adventures	1	2
E4_6. Fruna	1	2
E4_7. Sweet Life	1	2
E4_8. Agua de Piedra	1	2
E4_9. Bauducco	1	2
E4_10. Frac Cake	1	2
E4_11. Tuareg Cake	1	2
E4_12. Chocman	1	2
E4_13. TKCH	1	2
E4_14. Choco Loko	1	2
E4_15. Choco Rollo	1	2

F. CARACTERIZACIÓN DEL ENTREVISTADO

F1. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_1)*, ¿Qué tipo de Brownie Nutrabien adquirió?

1. Brownie
2. Brownie Chips
3. Ambos

F2. Sexo

Encuestador, indicar si la persona entrevistada es:

1. Hombre
2. Mujer

F3. ¿Cuál es su edad?
_____ años

F4 ¿Cuál es el nivel de educación que alcanzó el jefe de hogar –la persona que entrega el principal ingreso del hogar-? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Educación básica incompleta o inferior / Sin estudios
2. Básica completa
3. Media incompleta
4. Media completa o técnica incompleta
5. Técnica completa / Universitaria incompleta
6. Universitaria completa
7. Post Grado (Magíster, Doctor o equivalente)

F5 ¿Cuál es la profesión o trabajo del jefe de hogar –la persona que entrega el principal ingreso del hogar-? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Trabajos menores ocasionales e informales (lavado, aseo, servicio doméstico ocasional, “pololos”, cuidador de autos, limosna)
2. Oficio menor, obrero no calificado, jornalero, servicio doméstico con contrato
3. Obrero calificado, capataz, junior, micro empresario (kiosco, taxi, comercio menor, ambulante)
4. Empleado administrativo medio y bajo, vendedor, secretaria, jefe de sección. Técnico especializado. Profesional independiente de carreras técnicas (contador, analista de sistemas, diseñador, músico) Profesor primario o secundario
5. Ejecutivo medio, ejecutivo medio-alto, gerentes, subgerentes, gerente general de empresa media o pequeña. Profesional independiente de carreras tradicionales (abogado, médico, arquitecto, ingeniero, agrónomo)
6. Alto ejecutivo (gerente general) de empresa grande. Directores de grandes empresas. Empresarios propietarios de empresas medianas y grandes. Profesionales independientes de gran prestigio.

1. ABC1
2. C2
3. C3
4. D
5. E ➔ Terminar

G. Identificación del Encuestador
Nombre del Encuestador: _____
RUT del Encuestador: __ __ __ __ __ __ __ __ - __

INSIGHT / EXPERIENCE / CONSULTING

Activa Research S.A.
Avda. Los Leones Nº 2532 Providencia, Santiago
Fono: 274 64 39 – 205 52 01
www.**activaresearch**.cl

ENCUESTA CONSUMIDORES DE SNACK DULCES - SUPERMERCADOS
Estudio: "SUSTITUCIÓN SNACKS CANAL TRADICIONAL"
Código Estudio: 171093_V1

"Muy buenos días (tardes / noches) señor/a, mi nombre es _____ (dar nombre y apellido), y soy Entrevistador de ACTIVA RESEARCH, ¿Usted sería tan amable de brindarme algunos minutos de su tiempo para responder algunas preguntas? Sobre **Snacks Dulces**" ¡MUCHAS GRACIAS!
Antes de comenzar, le informamos que su participación es voluntaria y todas sus respuestas son confidenciales y serán utilizadas de manera agregada para cumplir con los fines del estudio de investigación".

A. PREGUNTAS DE IDENTIFICACIÓN

A1. Fecha de la entrevista (día/mes/año): __ __ / __ __ / 2 0 1 7
A2. Hora de inicio de la entrevista: __ __ : __ __ hrs
A3. Lugar de la entrevista:

A4. Registrar Local donde está realizando la entrevista: Registrar dirección – Calle - Comuna [FNE ENTREGARÁ LISTADO DE ALMACENES O TIENDAS POR CONVENIENCIA SELECCIONADOS – AGREGAR ALTERNATIVAS]

B. PRODUCTOS ADQUIRIDOS

B1. ¿Cuál de los siguientes productos compró usted hoy?

	1. Sí	2. No
B1_1. Alfajores	1	2
B1_2. Bizcochos rellenos	1	2
B1_3. Brownies	1	2
B1_4. Queques individuales	1	2
B1_5. Galletas dulces (excluye galletones)	1	2
B1_6. Galletones	1	2

SI NO COMPRÓ NINGUNO- TODOS CODIGO 2- , AGRADECER Y TERMINAR

B2. Aproximadamente, ¿cada cuánto tiempo compra este tipo de productos en almacenes, kioscos o tiendas de conveniencia? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Todas las semanas
2. Entre una y tres veces al mes
3. Menos de una vez al mes

[LAS PREGUNTAS B3_1 a B3_6 SÓLO SE HACEN CON RESPECTO A LOS PRODUCTOS ADQUIRIDOS E IDENTIFICADOS EN LA PREGUNTA B1]

B3_1. *(Sólo para quien responden "Sí" en B1_1)* Pensando en los alfajores que acaba de comprar. ¿Cuál de estas frases aplicaría mejor a la compra que acaba de realizar? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Lo tenía pensado previamente y eso es lo que compré
2. Tenía pensado comprar un producto distinto al que finalmente compré
3. Tenía pensada varias alternativas y decidí aquí cuál comprar.
4. No tenía pensado ningún producto específico y decidí aquí cuál comprar.

B3_2. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_2)* Pensando en los bizcochos rellenos que acaba de comprar. ¿Cuál de estas frases aplicaría mejor a la compra que acaba de realizar? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Lo tenía pensado previamente y eso es lo que compré
2. Tenía pensado comprar un producto distinto al que finalmente compré
3. Tenía pensada varias alternativas y decidí aquí cuál comprar.
4. No tenía pensado ningún producto específico y decidí aquí cuál comprar.

B3_3. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_3)* Pensando en los brownies que acaba de comprar. ¿Cuál de estas frases aplicaría mejor a la compra que acaba de realizar? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Lo tenía pensado previamente y eso es lo que compré
2. Tenía pensado comprar un producto distinto al que finalmente compré
3. Tenía pensada varias alternativas y decidí aquí cuál comprar.
4. No tenía pensado ningún producto específico y decidí aquí cuál comprar.

B3_4. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_4)* Pensando en los queques individuales que acaba de comprar. ¿Cuál de estas frases aplicaría mejor a la compra que acaba de realizar? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Lo tenía pensado previamente y eso es lo que compré
2. Tenía pensado comprar un producto distinto al que finalmente compré
3. Tenía pensada varias alternativas y decidí aquí cuál comprar.
4. No tenía pensado ningún producto específico y decidí aquí cuál comprar.

B3_5. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_5)* Pensando en las galletas dulces que acaba de comprar. ¿Cuál de estas frases aplicaría mejor a la compra que acaba de realizar? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Lo tenía pensado previamente y eso es lo que compré
2. Tenía pensado comprar un producto distinto al que finalmente compré
3. Tenía pensada varias alternativas y decidí aquí cuál comprar.
4. No tenía pensado ningún producto específico y decidí aquí cuál comprar.

B3_6. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_6)* Pensando en los galletones que acaba de comprar. ¿Cuál de estas frases aplicaría mejor a la compra que acaba de realizar? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Lo tenía pensado previamente y eso es lo que compré
2. Tenía pensado comprar un producto distinto al que finalmente compré
3. Tenía pensada varias alternativas y decidí aquí cuál comprar.
4. No tenía pensado ningún producto específico y decidí aquí cuál comprar.

[LAS PREGUNTAS B4_1 a B4_6 SÓLO SE HACEN CON RESPECTO A LOS PRODUCTOS ADQUIRIDOS E IDENTIFICADOS EN LA PREGUNTA B1]

B4_1. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_1)* Con respecto a los alfajores adquiridos, ¿Usted lo usa: [**LEER ALTERNATIVAS**] [**RESPUESTA MÚLTIPLE**]

	1. Sí	2. No
B4_1a. Para la colación de los niños	1	2
B4_1b. Para tener en la despensa como algo rico para comer entre comidas	1	2
B4_1c. Para la hora del té	1	2
B4_1d. Para consumir inmediatamente	1	2
B4_1e. Otro. Especifique	1	2

B4_1ee: _____

B4_2. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_2)* Con respecto a los bizcochos rellenos adquiridos, ¿Usted lo usa: [**LEER ALTERNATIVAS**] [**RESPUESTA MÚLTIPLE**]

	1. Sí	2. No
B4_2a. Para la colación de los niños	1	2
B4_2b. Para tener en la despensa como algo rico para comer entre comidas	1	2
B4_2c. Para la hora del té	1	2
B4_2d. Para consumir inmediatamente	1	2
B4_2e. Otro. Especifique	1	2

B4_2ee: _____

B4_3. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_3)* Con respecto a los brownies adquiridos, ¿Usted lo usa: [**LEER ALTERNATIVAS**] [**RESPUESTA MÚLTIPLE**]

	1. Sí	2. No
B4_3a. Para la colación de los niños	1	2
B4_3b. Para tener en la despensa como algo rico para comer entre comidas	1	2
B4_3c. Para la hora del té	1	2
B4_3d. Para consumir inmediatamente	1	2
B4_3e. Otro. Especifique	1	2

B4_3ee: _____

B4_4. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_4)* Con respecto a los queques individuales adquiridos, ¿Usted lo usa: [**LEER ALTERNATIVAS**] [**RESPUESTA MÚLTIPLE**]

	1. Sí	2. No
B4_4a. Para la colación de los niños	1	2
B4_4b. Para tener en la despensa como algo rico para comer entre comidas	1	2
B4_4c. Para la hora del té	1	2
B4_4d. Para consumir inmediatamente	1	2
B4_4e. Otro. Especifique	1	2

B4_4ee: _____

B4_5. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_5)* Con respecto a las galletas dulces adquiridas, ¿Usted lo usa: [**LEER ALTERNATIVAS**] [**RESPUESTA MÚLTIPLE**]

	1. Sí	2. No
B4_5a. Para la colación de los niños	1	2
B4_5b. Para tener en la despensa como algo rico para comer entre comidas	1	2
B4_5c. Para la hora del té	1	2
B4_5d. Para consumir inmediatamente	1	2
B4_5e. Otro. Especifique	1	2

B4_5ee: _____

B4_6. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_6)* Con respecto a los galletones adquiridos, ¿Usted lo usa: [**LEER ALTERNATIVAS**] [**RESPUESTA MÚLTIPLE**]

	1. Sí	2. No
B4_6a. Para la colación de los niños	1	2
B4_6b. Para tener en la despensa como algo rico para comer entre comidas	1	2
B4_6c. Para la hora del té	1	2
B4_6d. Para consumir inmediatamente	1	2
B4_6e. Otro. Especifique	1	2

B4_6ee: _____

B5. Más específicamente, ¿Qué productos de snacks dulces adquirió? [**NO LEER ALTERNATIVAS**] [**RESPUESTA MÚLTIPLE**]

	1. Sí	2. No
B5_1. Brownie[2] Nutrabien	1	2
B5_2. Braunichoc Nutrabien	1	2
B5_3. Galletón de Nutrabien	1	2
B5_4. Gansito	1	2
B5_5. Rayita	1	2
B5_6. Pingüinos	1	2
B5_7. Mankeke	1	2
B5_8. Otro. Especifique	1	2

B5_8e: _____

B6. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_5).* ¿Compró galletas en formato individual o familiar [**MOSTRAR TARJETA 4: Galletas**]?

1. [ ] Individual
2. [ ] Familiar

[2] Incluye Brownie y Brownie Chips.

C. MERCADO RELEVANTE

[LAS PREGUNTAS C1_1a a C1_6b SÓLO SE HACEN CON RESPECTO A LOS PRODUCTOS ADQUIRIDOS E IDENTIFICADOS EN LA PREGUNTA B1]

C1_1a. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_1)* ¿Cuál de las siguientes frases describe mejor lo que usted haría si es que no pudiese encontrar un alfajor en este local y en cualquier otro establecimiento comercial?

1. Compraría otro producto
2. No compraría otro producto → Pase a C1_2a

C1_1b. ¿Cuál de los siguientes productos compraría? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Brownie
2. Queques individuales
3. Bizcochos rellenos
4. Chuchuflies
5. Galletones
6. Galletas en formato clásico
7. Galletas en formato mini
8. Barras de cereal
9. Otro producto. Especifique: **C1_1be**:_____

C1_2a. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_2)* ¿Cuál de las siguientes frases describe mejor lo que usted haría si es que no pudiese encontrar un bizcocho relleno en este local y en cualquier otro establecimiento comercial?

1. Compraría otro producto
2. No compraría otro producto → Pase a C1_3a

C1_2b. ¿Cuál de los siguientes productos compraría? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Alfajores
2. Queques individuales
3. Brownie
4. Chuchuflies
5. Galletones
6. Galletas en formato clásico
7. Galletas en formato mini
8. Barras de cereal
9. Otro producto. Especifique: **C1_2be**:_____

C1_3a. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_3)* ¿Cuál de las siguientes frases describe mejor lo que usted haría si es que no pudiese encontrar un brownie en este local y en cualquier otro establecimiento comercial?

1. Compraría otro producto
2. No compraría otro producto → Pase a C1_4a

C1_3b. ¿Cuál de los siguientes productos compraría? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Alfajores
2. Queques individuales
3. Bizcochos rellenos
4. Chuchuflies
5. Galletones
6. Galletas en formato clásico
7. Galletas en formato mini
8. Barras de cereal
9. Otro producto. Especifique: **C1_3be**:_____

C1_4a. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_4)* ¿Cuál de las siguientes frases describe mejor lo que usted haría si es que no pudiese encontrar un queque individual en este local y en cualquier otro establecimiento comercial?

1. Compraría otro producto
2. No compraría otro producto → Pase a C1_5a

C1_4b. ¿Cuál de los siguientes productos compraría? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Alfajores
2. Brownie
3. Bizcochos rellenos
4. Chuchuflies
5. Galletones
6. Galletas en formato clásico
7. Galletas en formato mini
8. Barras de cereal
9. Otro producto. Especifique: **C1_4be**:_____

C1_5a. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_5)* ¿Cuál de las siguientes frases describe mejor lo que usted haría si es que no pudiese encontrar una galleta dulce en este local y en cualquier otro establecimiento comercial?

1. Compraría otro producto
2. No compraría otro producto → Pase a C1_6a

C1_5b. ¿Cuál de los siguientes productos compraría? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Alfajores
2. Brownie
3. Bizcochos rellenos
4. Queques individuales
5. Chuchuflies
6. Galletones
7. Barras de cereal
8. Otro producto. Especifique: **C1_5be**:_____

C1_6a. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_6)* ¿Cuál de las siguientes frases describe mejor lo que usted haría si es que no pudiese encontrar un galletón en este local y en cualquier otro establecimiento comercial?

1. Compraría otro producto
2. No compraría otro producto ——→ Pase a D1_1

C1_6b. ¿Cuál de los siguientes productos compraría? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Alfajores
2. Brownie
3. Bizcochos rellenos
4. Queques individuales
5. Chuchuflies
6. Galletas en formato clásico
7. Galletas en formato mini
8. Barras de cereal
9. Otro producto. Especifique: **C1_6be**:_____

D. BARRERAS A LA ENTRADA

[LAS PREGUNTAS D1_1 a D1_6 SÓLO SE HACEN CON RESPECTO A LOS PRODUCTOS ADQUIRIDOS E IDENTIFICADOS EN LA PREGUNTA B1]

D1_1. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_1)* ¿Estaría dispuesto a comprar un producto de similares características al alfajor comprado, pero de una nueva marca desconocida por usted?

1. Sí
2. No

D1_2. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_2)* ¿Estaría dispuesto a comprar un producto de similares características al bizcocho relleno comprado, pero de una nueva marca desconocida por usted?

1. Sí
2. No

D1_3. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_3)* ¿Estaría dispuesto a comprar un producto de similares características al brownie comprado, pero de una nueva marca desconocida por usted?

1. Sí
2. No

D1_4. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_4)* ¿Estaría dispuesto a comprar un producto de similares características al queque individual comprado, pero de una nueva marca desconocida por usted?

1. Sí
2. No

D1_5. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_5)* ¿Estaría dispuesto a comprar un producto de similares características a la galleta dulce comprado, pero de una nueva marca desconocida por usted?

1. Sí
2. No

D1_6. *(Sólo para quienes responden "Sí" en B1_6)* ¿Estaría dispuesto a comprar un producto de similares características al galletón comprado, pero de una nueva marca desconocida por usted?

1. Sí
2. No

E. CERCANÍA COMPETITIVA

E1 es sólo para quienes no compraron: Brownie de Nutrabien, Braunichoc de Nutrabien, Gansito, Rayita, Pingüinos ni Mankeke, es decir, B5_1="No" & B5_2="No" & B5_4="No" & B5_5="No" & B5_6="No" & B5_7="No". El resto pasa a E3.

E1. Si quisiera comprar bizcochos rellenos o brownies [**MOSTRAR TARJETA 1: BIZCOCHOS RELLENOS Y BROWNIES**] ¿Cuál preferiría? [**NO LEER ALTERNATIVAS**]

1. Brownie de Nutrabien
2. Braunichoc de Nutrabien
3. Gansito
4. Rayita
5. Pingüinos
6. Mankeke
7. Otro. Especifique: **E1_7e**:_____
8. No sabe

E2. (*Solo para quienes responden E1=" Otro" o E1=" No sabe"*). Y si es que sólo estuviesen disponibles los siguientes productos, ¿Cuál escogería? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Brownie de Nutrabien
2. Braunichoc de Nutrabien
3. Gansito
4. Rayita
5. Pingüinos
6. Mankeke

E3_1 es para quienes:

- Compran Brownie de Nutrabien (B5_1="Sí"), o
- Comprarían Brownie de Nutrabien con opción libre (E1=1), o
- Comprarían Brownie de Nutrabien con opción forzada (E2=1)

El resto pasa a E3_2

E3_1. En caso que Brownie de Nutrabien no estuviese disponible en este este local ni en cualquier otro establecimiento comercial, ¿por qué otro producto lo reemplazaría? [**NO LEER ALTERNATIVAS**]

1. No compraría ningún producto
2. Gansito
3. Rayita
4. Pingüinos
5. Mankeke
6. Chocman
7. Frac Cake
8. Rollo
9. TKCH
10. Tuareg cake

11. Choco loko
12. Choco rollo
13. Mini torta (Nevares)
14. Tortazo (Fruna)
15. Braunichoc
16. Brownie sin azúcar (Nutrabien)
17. Brownie (Fuchs)
18. Brownie (Sweet Life)
19. Brownie (Snack Adventure)
20. Otro. Especifique: **E3_1e.** _____
21. No sabe
22. No responde

E3_2 es para quienes:

- Compran Braunichoc de Nutrabien (B5_2="Sí"), o
- Comprarían Braunichoc de Nutrabien con opción libre (E1=2), o
- Comprarían Braunichoc de Nutrabien con opción forzada (E2=2)

El resto pasa a E3_3

E3_2. En caso que Braunichoc Nutrabien no estuviese disponible en este este local ni en cualquier otro establecimiento comercial, ¿por qué otro producto lo reemplazaría? [**NO LEER ALTERNATIVAS**]

1. No compraría ningún producto
2. Gansito
3. Rayita
4. Pingüinos
5. Mankeke
6. Chocman
7. Frac Cake
8. Rollo
9. TKCH
10. Tuareg cake
11. Choco loko
12. Choco rollo
13. Mini torta (Nevares)
14. Tortazo (Fruna)
15. Brownie (Nutrabien) (Incluye Brownie normal y Brownie Chips)
16. Brownie sin azúcar (Nutrabien)
17. Brownie (Fuchs)
18. Brownie (Sweet Life)
19. Brownie (Snack Adventure)
20. Otro. Especifique: **E3_2e.** _____
21. No sabe
22. No responde

E3_3 es para quienes:

- Compran Gansito (B5_4="Sí"), o
- Comprarían Gansito con opción libre (E1=3), o
- Comprarían Gansito con opción forzada (E2=3)

El resto pasa a E3_4

E3_3. En caso que Gansito no estuviese disponible en este este local ni en cualquier otro establecimiento comercial, ¿por qué otro producto lo reemplazaría? [**NO LEER ALTERNATIVAS**]

1. No compraría ningún producto
2. Rayita
3. Pingüinos
4. Mankeke
5. Chocman
6. Frac Cake
7. Rollo
8. TKCH
9. Tuareg cake
10. Choco loko
11. Choco rollo
12. Mini torta (Nevares)
13. Tortazo (Fruna)
14. Braunichoc
15. Brownie (Nutrabien) (Incluye Brownie normal y Brownie Chips)
16. Brownie sin azúcar (Nutrabien)
17. Brownie (Fuchs)
18. Brownie (Sweet life)
19. Brownie (Snack Adventure)
20. Otro. Especifique: **E3_3e.** _____
21. No sabe
22. No responde

E3_4 es para quienes:

- Compran Rayita (B5_5="Sí"), o
- Comprarían Rayita con opción libre (E1=4), o
- Comprarían Rayita con opción forzada (E2=4)

El resto pasa a E3_5

E3_4. En caso que Rayita no estuviese disponible en este este local ni en cualquier otro establecimiento comercial, ¿por qué otro producto lo reemplazaría? [**NO LEER ALTERNATIVAS**]

1. No compraría ningún producto
2. Gansito

3. Pingüinos
4. Mankeke
5. Chocman
6. Frac Cake
7. Rollo
8. TKCH
9. Tuareg cake
10. Choco loko
11. Choco rollo
12. Mini torta (Nevares)
13. Tortazo (Fruna)
14. Braunichoc
15. Brownie (Nutrabien) (Incluye Brownie normal y Brownie Chips)
16. Brownie sin azúcar (Nutrabien)
17. Brownie (Fuchs)
18. Brownie (Sweet life)
19. Brownie (Snack Adventure)
20. Otro. Especifique: **E3_4e.** _____
21. No sabe
22. No responde

E3_5 es para quienes:

- Compran Pingüinos (B5_6="Sí"), o
- Comprarían Pingüinos con opción libre (E1=5), o
- Comprarían Pingüinos con opción forzada (E2=5)

El resto pasa a E3_6

E3_5. En caso que Pingüinos no estuviese disponible en este este local ni en cualquier otro establecimiento comercial, ¿por qué otro producto lo reemplazaría? [**NO LEER ALTERNATIVAS**]

1. No compraría ningún producto
2. Gansito
3. Rayita
4. Mankeke
5. Chocman
6. Frac Cake
7. Rollo
8. TKCH
9. Tuareg cake
10. Choco loko
11. Choco rollo
12. Mini torta (Nevares)

13. Tortazo (Fruna)
14. Braunichoc
15. Brownie (Nutrabien)
16. Brownie sin azúcar (Nutrabien)
17. Brownie (Fuchs)
18. Brownie (Sweer Life)
19. Brownie (Snack Adventure)
20. Otro. Especifique: **E3_5e.** _____
21. No sabe
22. No responde

E3_6 es para quienes:

- Compran Mankeke (B5_7="Sí"), o
- Comprarían Mankeke con opción libre (E1=6), o
- Comprarían Mankeke con opción forzada (E2=6)

El resto pasa a F1

E3_6. En caso que Mankeke no estuviese disponible en este este local ni en cualquier otro establecimiento comercial, ¿por qué otro producto lo reemplazaría? [**NO LEER ALTERNATIVAS**]

1. No compraría ningún producto
2. Gansito
3. Rayita
4. Pingüinos
5. Chocman
6. Frac Cake
7. Rollo
8. TKCH
9. Tuareg cake
10. Choco loko
11. Choco rollo
12. Mini torta (Nevares)
13. Tortazo (Fruna)
14. Braunichoc
15. Brownie (Nutrabien)
16. Brownie sin azúcar (Nutrabien)
17. Brownie (Fuchs)
18. Brownie (Sweer Life)
19. Brownie (Snack Adventure)

20. Otro. Especifique: **E3_6e.** _____
21. No sabe
22. No responde

F. RECORDACIÓN DE MARCA

F1. Si hablamos de productos de bizcochos rellenos o brownies [**MOSTRAR TARJETA 1: BIZCOCHOS RELLENOS Y BROWNIES**], ¿Qué productos recuerdas, aunque sea de nombre?

Registrar primera marca

F2. Registrar otras menciones y preguntar: ¿qué otros productos recuerda?, ¿algún otro? ESCRIBA CUÁNTAS MARCAS EL ENCUESTADO RECUERDE.

F3. ¿Conoce los siguientes productos o marcas de productos? [**LEER ALTERNATIVAS**] [**RESPUESTA MÚLTIPLE**].

	1. Sí	**2. No**
F3_1. Marinela	1	2
F3_2. Nutrabien	1	2
F3_3. Fuchs	1	2
F3_4. Nevares	1	2
F3_5. Snack Adventures	1	2

F3_6. Fruna	1	2
F3_7. Sweet Life	1	2
F3_8. Agua de Piedra	1	2
F3_9. Bauducco	1	2
F3_10. Frac Cake	1	2
F3_11. Tuareg Cake	1	2
F3_12. Chocman	1	2
F3_13. TKCH	1	2
F3_14. Choco Loko	1	2
F3_15. Choco Rollo	1	2

G. CARACTERIZACIÓN DEL ENTREVISTADO

G1 es sólo para quienes no compraron: Brownie de Nutrabien, Braunichoc de Nutrabien, Gansito, Rayita, Pingüinos ni Mankeke, es decir, B5_1="No" & B5_2="No" & B5_4="No" & B5_5="No" & B5_6="No" & B5_7="No". El resto pasa a E3.

G1. ¿Ha adquirido alguno de estos productos en un kiosco, almacén o tienda por conveniencia en los últimos seis meses? [**LEER ALTERNATIVAS**] [**RESPUESTA MÚLTIPLE**].

	1. Sí	**2. No/No recuerda**
G1_1. Brownie[3] Nutrabien	1	2
G1_2. Braunichoc Nutrabien	1	2
G1_3. Gansito	1	2
G1_4. Rayita	1	2
G1_5. Pingüinos	1	2
G1_6. Mankeke	1	2

G2. Sexo
Encuestador, indicar si la persona entrevistada es:

1. Hombre
2. Mujer

G3. ¿Cuál es su edad?
_____ años

[3] Incluye Brownie y Brownie Chips.

G4 ¿Cuál es el nivel de educación que alcanzó el jefe de hogar –la persona que entrega el principal ingreso del hogar-? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Educación básica incompleta o inferior / Sin estudios
2. Básica completa
3. Media incompleta
4. Media completa o técnica incompleta
5. Técnica completa / Universitaria incompleta
6. Universitaria completa
7. Post Grado (Magíster, Doctor o equivalente)

G5 ¿Cuál es la profesión o trabajo del jefe de hogar –la persona que entrega el principal ingreso del hogar-? [**LEER ALTERNATIVAS**]

1. Trabajos menores ocasionales e informales (lavado, aseo, servicio doméstico ocasional, "pololos", cuidador de autos, limosna)
2. Oficio menor, obrero no calificado, jornalero, servicio doméstico con contrato
3. Obrero calificado, capataz, junior, micro empresario (kiosco, taxi, comercio menor, ambulante)
4. Empleado administrativo medio y bajo, vendedor, secretaria, jefe de sección. Técnico especializado. Profesional independiente de carreras técnicas (contador, analista de sistemas, diseñador, músico) Profesor primario o secundario
5. Ejecutivo medio, ejecutivo medio-alto, gerentes, subgerentes, gerente general de empresa media o pequeña. Profesional independiente de carreras tradicionales (abogado, médico, arquitecto, ingeniero, agrónomo)
6. Alto ejecutivo (gerente general) de empresa grande. Directores de grandes empresas. Empresarios propietarios de empresas medianas y grandes. Profesionales independientes de gran prestigio.

6. ABC1
7. C2
8. C3
9. D
10. E ➔ Terminar

H. IDENTIFICACIÓN DEL ENCUESTADOR

Nombre del Encuestador: _____
RUT del Encuestador: __ __ __ __ __ __ __ __ - __

INSIGHT / EXPERIENCE / CONSULTING

4.1 Anexo 2: Acta de Asistencia Instructivo Canal Supermercado

ACTA DE ASISTENCIA A INSTRUCTIVO

Código de Estudio : 171091		
Nombre genérico del estudio : Estudio Sustitucion SNACK		
Jefe de Estudios : Patricia Subiabre Renín		
Director de Proyectos Responsable del Instructivo : Carolina Morales		
Fecha : 28 de Noviembre del 2017	Instructivo	X
Hora de inicio :12:00 horas	Ecuestador	
Hora de término : 14:00	Cuantitativo	X

LISTADO DE PARTICIPANTES

#	NOMBRE	RUT	CARGO	CIUDAD	E-MAIL
1	Alejandra Quiñones Quiñones	13008474-5	Encuestadora	Antofagasta	
2	jacqueline Arraya Acevedo	12837872-3	Encuestadora	Antofagasta	
3	Viviana Gonzalez Silvestre	13528971-k	Encuestadora	Antofagasta	
4	Manuel Silva Rojas	15056245-7	Encuestador	La Serena	
5	Maria Ortiz Cobos	15674980-k	Encuestadora	La Serena	
6	Sandra Chirino Galleguillo	10028090-6	Encuestadora	La Serena	
7	Sheyla Aguilar Yañez	18868851-9	Encuestadora	La Serena	
8	Tamara Sicala Carvajal	16688693-7	Encuestador	La Serena	
9	Yareli Rosas Cifuentes	16704529-4	Encuestadora	La Serena	
10	Geraldine Llanos Muñoz	19108553-1	Encuestadora	Los Angeles	
11	Javiera Beltran	19218054-6	Encuestadora	Los Angeles	
12	Rosario Villagra	14377484-8	Encuestadora	Los Angeles	
13	Salvia Valenzuela Nova	8065726-9	Encuestadora	Los Angeles	
14	Angela Contreras Fuenzalida	13534083-9	Encuestadora	Rancagua	
15	Catalina De la Jara Salaazar	20030142-0	Encuestadora	Rancagua	
16	Lorena Mella Valdivia	11890597-0	Encuestadora	Rancagua	
17	Melany Aranda Castro	17477687-3	Encuestadora	Rancagua	carolina.morales@activaresearch.cl
18	Ximena Yañez Aguilera	8271124-4	Encuestadora	Rancagua	patricia.subiabre@activaresearch.cl
19	Amelia Saavedra Acuña	11058769-4	Encuestadora	Temuco	marco.diaz@activaresearch.cl
55	Carolina Morales		Directora de Proyectos		carolina.morales@activaresearch.cl
56	Patricia Subiabre	7711332-0	jefe de Estudios		patricia.subiabre@activaresearch.cl
57	Marco Diaz	13924333-1	Asistente de Campo		marco.diaz@activaresearch.cl
58					
59					

CONTENIDOS TRATADOS

Tiempos de Trabajo de Campo	Revisión de introducción + alcance norma ISO + Aclaración de dudas	
Muestra Objetivo	Revisión de preguntas + dinámicas del cuestionario	
Fechas de cierre de encuestas	Filtros y revisión de preguntas de manera individual + aclaraciones de saltos	
Condiciones de pago	dudas y consultas	

INSIGHT / EXPERIENCE / CONSULTING

4.2 Anexo 3: Acta de Asistencia Instructivo Canal Tradicional

ACTA DE ASISTENCIA A INSTRUCTIVO

Código de Estudio : 171093		
Nombre genérico del estudio : Estudio Sustitucion Canal Tradicional		
Jefe de Estudios : Patricia Subiabre Renín		
Director de Proyectos Responsable del Instructivo : Carolina Morales		
Fecha : 28 de Noviembre del 2017	Instructivo	X
Hora de inicio :16:00 horas	Ecuestador	
Hora de término : 18:00	Cuantitativo	X

LISTADO DE PARTICIPANTES

#	NOMBRE	RUT	CARGO	TELÉFONO	E-MAIL
1	Angelica Garrido	9616589-7	Encuestadora		
2	Angelica Guerra	12497207-8	Encuestadora		
3	Belgica Lancellotti	9096694-4	Encuestadora		
4	Berta Lancellotti	7238498-9	Encuestador		
5	Carlos Alarcon Kram	13434359-1	Encuestadora		
6	Carolina Cerpa	13887667-5	Encuestadora		
7	Dalila Berrios	13463403-0	Encuestadora		
8	Felipe Ramirez Vargas	19243951-5	Encuestador		
9	Joaquin Guzman De Castro	19840779-8	Encuestadora		
10	María Andrade Zamora	10047523-5	Encuestadora		
11	Marcelo Nuñez Collao	12457831-0	Encuestadora		
12	Marisol Palacios	8221627-8	Encuestadora		
13	Marta Zurita Aliaga	14170266-1	Encuestadora		
14	Sandra Sanz Ponce	12660833-0	Encuestadora		
15	Sugey Perez Vera	23753449-2	Encuestadora		
16	Vilma Miranda	8951800-8	Encuestadora		
17	Carolina Morales		Directora de Proyectos		carolina.morales@activaresearch.cl
18	Patricia Subiabre Renín	7711332-0	jefe de Estudios		patricia.subiabre@activaresearch.cl
19	Marco Díaz	13924333-1	Asistente de Campo		marco.diaz@activaresearch.cl

CONTENIDOS TRATADOS

Tiempos de Trabajo de Campo	Revisión de introducción + alcance norma ISO + Aclaración de dudas	
Muestra Objetivo	Revisión de preguntas + dinámicas del cuestionario	
Fechas de cierre de encuestas	Filtros y revisión de preguntas de manera individual + aclaraciones de saltos	
Condiciones de pago	dudas y consultas	

OBSERVACIONES

Encuesta que se realiza afuera de almacenes. Esta capacitación ya tiene intrucción general

ACTIVA RESEARCH

INSIGHT / EXPERIENCE / CONSULTING

www. activaresearch.cl

OFICINAS CENTRALES
Teléfono: 56 2 2751 3000
Avda. Providencia 1760, oficina 1804
Providencia, Santiago de Chile

OFICINAS OPERACIONALES
Teléfono: 56 2 2751300
Avda. Los Leones 2532, oficina 102
Providencia, Santiago de Chile