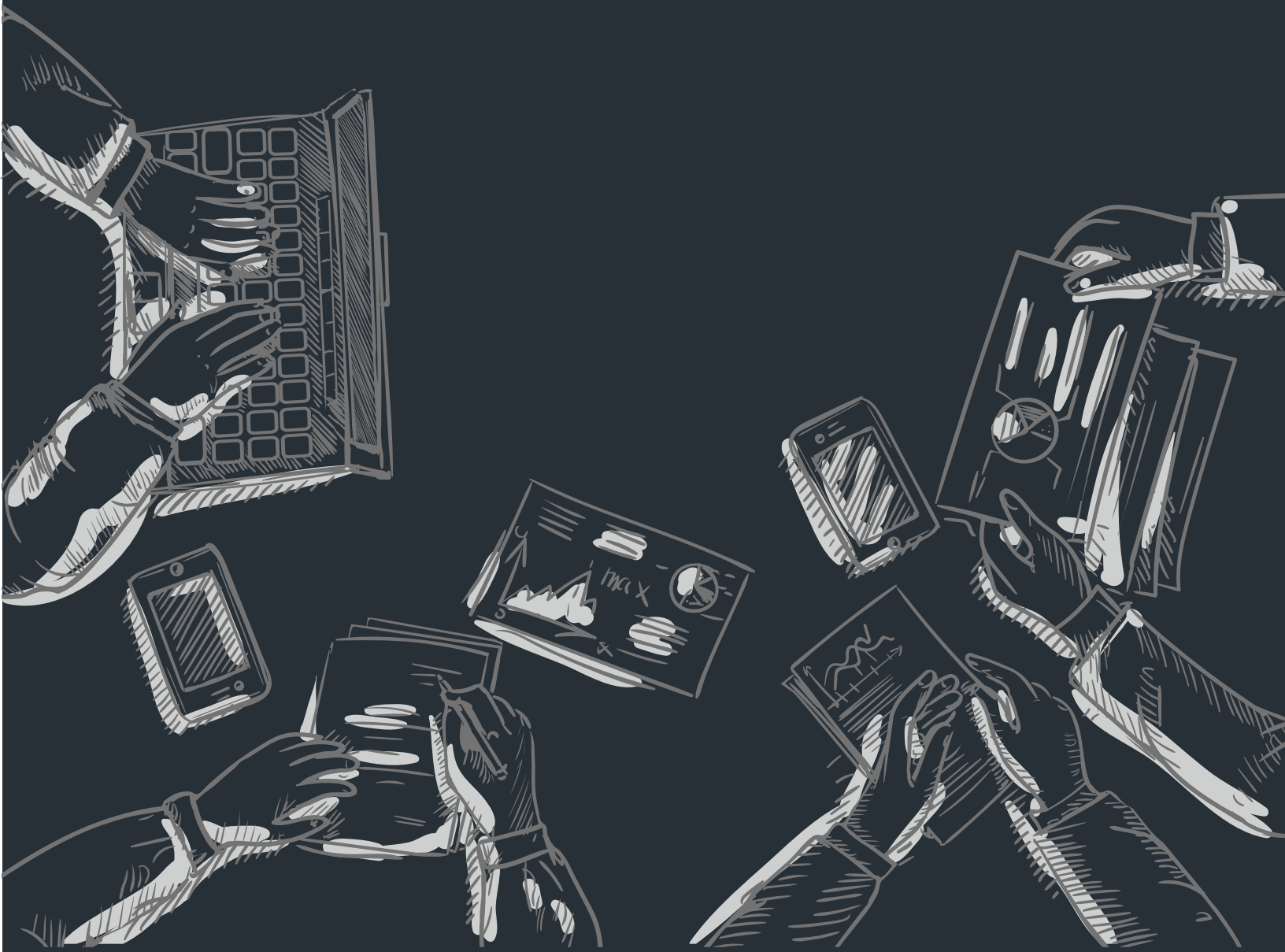


Análisis de mercado: estudio de caso Mini Fruit Bites

Valentina Rozo Patiño
Cristian Londoño Bedoya
Universidad Católica Luis Amigó



Resumen

En este artículo se hace un compendio y evidencia lo sucedido con el producto Mini Fruits Bites, frente a el impacto que estas tuvieron en el mercado y las percepciones de los consumidores; la metodología desarrollada en el estudio de caso es de carácter cualitativo y consta de una encuesta a padres de familia ubicados en Medellín, específicamente en San Antonio de Prado. Con los resultados obtenidos y lo analizado por parte de los participantes del estudio, se concluyó, que las personas comenzaron a alarmarse sobre el producto desde el momento en el cual se presenciaron casos con niños afectados debido al consumo de las Mini Fruits Bites y de allí fue que, el producto empezó a tener un impacto negativo, puesto que, las ventas disminuyeron a tal punto que dejaron de tener un reconocimiento y posicionamiento en el mercado.

Palabras claves: alimentos, salud, empaque, posicionamiento, empresa.

Introducción

El presente trabajo está basado en la investigación sobre el caso de la discontinuación que tuvo el producto Mini Fruits Bite del mercado. El objetivo de este es entonces conocer cuál fue la razón por la que estos productos fueron suspendidos totalmente, ello, a través de la indagación de causas, así como la medición del peligro que generaba este producto para la salud de los niños. Según la Superintendencia de Industria y Comercio en el mes de julio del año 2015 el producto Mini Fruits Bites era inseguro para los niños, pues su presentación para consumir no era apta para los mismos, debido a que no lograba ser masticada del todo, por lo que algunos niños murieron por dicho producto. Se realizó una encuesta, la cual consta de preguntas relacionadas sobre las mini gelatinas, donde se conoció que tanta confianza tenían las personas en este producto, así como qué tanto sabían acerca de la razón de la suspensión de la misma en el mercado de alimentos; las respuestas de los usuarios fueron parciales respecto al producto, ya que muchos de ellos no estaban del todo de acuerdo con la drástica decisión de la Superintendencia, además de que en su mayoría perciben el producto como algo confiable.

Metodología

- Preparación del tema elegido a investigar por parte de las estudiantes participantes del estudio de caso.
- Decisión sobre las preguntas a implementar en el formulario.
- Creación de las 11 preguntas en Google Forms (encuesta), con el fin de analizar las percepciones de los padres de familia frente al producto Mini Fruits Bites.

- Análisis de las respuestas obtenidas en las encuestas realizadas.
- Conclusiones y recomendaciones frente al estudio de caso.

Resultados

- Del total de 40 encuestados, padres de familia, ubicados en el corregimiento San Antonio de Prado, específicamente en el barrio Horizontes, el 57,5 % tiene conocimiento acerca de la prohibición del producto en el mercado, 11 personas, es decir el 27,5 % no saben por qué se dio la prohibición, el 10% cree saber por qué sucedió el hecho y el 5% restante no sabe nada respecto al tema.
- Del total de 40 encuestados, padres de familia, ubicados en el corregimiento San Antonio de Prado, específicamente en el barrio Horizontes, el 52,5 %, es decir, 21 personas, opinan que es algo confiable el consumo del producto, seguido del 27,5% 11 personas, las cuales consideran que dicho alimento no es confiable y finalmente, el 20 % es decir, ocho personas, consideran que es muy confiable consumir el producto.
- Del total de 40 encuestados, padres de familia, ubicados en el corregimiento San Antonio de Prado, específicamente en el barrio Horizontes, el 57,5 % equivalente a 23 personas, opinan que están algo de acuerdo con la Superintendencia y la decisión de sacar el producto del mercado, por otro lado, el 27,5 % es decir, 11 personas, consideran que sí fue justa la decisión del ente regulador para con las Mini Fruits Bites, mientras que el 15 % restante, es decir, seis personas, no están de acuerdo con el retiro del producto en el mercado.

Análisis y discusiones

Al contrastar las respuestas de los encuestados, se encontraron pensamientos diversos frente al motivo por el cual las Mini Fruit Bites salieron del mercado, “¿Por qué cree usted que el producto Mini Gelatina Salió del mercado? y los encuestados daban razones asociadas a la salud, a la baja calidad del producto o incluso pensaban que su consumo tenía repercusiones a largo plazo, sin embargo, aquí hay un tema de desinformación, creyendo que cualquier producto que sale al mercado es confiable y cumple a cabalidad los requisitos impuestos por los entes reguladores, cuando en muchas ocasiones no es así, realmente antes de comprar los productos en supermercados, tiendas de cadena, entre otros, de debe conocer más a fondo de donde viene el producto cuáles son las posibles consecuencias o temas de alerta para tener en cuenta, buscando así la seguridad para los niños y/o jóvenes en este caso particular, por tanto, se encontró que con el

tema de la Superintendencia de Industria y comercio, la mayoría de encuestados estaba parcialmente de acuerdo en el caso de sacar el producto Mini Fruit Bites del mercado pues, al seguir la información sobre dicho producto y las secuelas que podría causar, se da por enterado que la marca pasó a un anonimato.

Conclusiones

Se logró evidenciar que, en Colombia, no hay una tendencia por cuidarse hasta el punto de revisar una etiqueta, lo que genera una alerta, puesto que, es necesario que los padres y cualquier consumidor en general, tome medidas de revisión y control, dado que, cualquier agente extraño en las vías respiratorias específicamente en los niños y/o jóvenes, puede volverse en una obstrucción grave, llegando a causar la muerte.

Se presentan coincidencias en las respuestas obtenidas por medio de la encuesta entendiendo que los consumidores luego de los casos de menores fallecidos o afectados gravemente no permitirían que sus hijos y/o familiares consumen dicho producto, del mismo modo, es un factor negativo para la empresa, porque luego de esos sucesos la marca pasó a un anonimato, y perdió credibilidad en el mercado a causa de los problemas de salud que generó a niños y/o jóvenes a nivel nacional y mundial.