Salsa Kings

Research + Branding Inicial

Marco de la investigación

Hicimos una encuesta de preguntas abiertas a 15 personas con respecto al mundo de las salsas, la comida y los emprendedores de comida.

Objetivos:

1.- Identificar el tipo de usuarios y costumbres generales de consumo alimenticio diario.
2.- Entender cuales son los momentos más importantes de consumo asociados con el producto.
3.- Saber los valores o características más importantes a destacar en la comunicación, dirección general que debe seguir nuestra comunicación y tono y estilo.

El perfil de los encuestados:

Personas entre 25 y 59 años.
9 mujeres y 6 hombres.

8 son trabajadores dependientes
6 trabajadores independientes
1 estudiante

Todos de Santiago de Chile, encuesta realizada en Las Condes

* La muestra de 15 personas es pequeña, pero es más que suficiente para recoger datos blandos. Después de eso las opiniones tienden a repetirse.

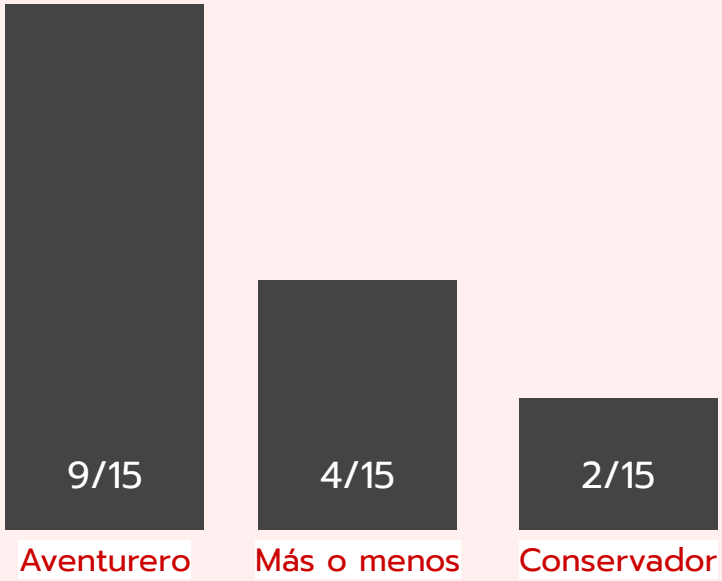
Matriz de síntesis y análisis

	Usuario 04	Usuario 05	Usuario 06	Usuario 07	Usuario 08	Usuario 09	Usuario 10	Usuario 11	Usuario 12	Usuario 13	Usuario 14	Usuario 15
Identificando al usuario. Nombre, Edad, Sexo, trabajo	Juan 35, emprendedor	Sebastian, 27, Trabaja en oficina	Catalina, 25, desempleada	Juan Antonio, 26, oficinista	Francisca, 25, estudiante	Pedro Pablo, 41, Independiente	Gabriel 36, Oficina	Pilar, 59, independiente	Joselyn, 28, Trabajo dependiente	María Jose, 40, atencion a publico	Catalina, 37, Oficinista	Fernanda, 47, oficinista
A tu trabajo, ¿llevas comida casera o compras en restaurantes y Apps de comida?	Cocino todos los dias, generalmente le dedico una hora al dia	Como siempre en el casino de la empresa	Cocino en casa, le dedico unas horas aldia mientras hago otras cosas	Como cerca de la oficina	Como en la casa cuando no tengo clases, el resto de las veces por lo general me llevo comida a la u	Donde me encuentre, trabajop mucho en la calle	Como en el casino de la empresa	Cocino yo todos los dias, algo simple y rapido, por lo general me demoro unos 30 min	Me llevo comida a la oficina	LLevo comida, 1 hora al dia mas o menos	Llevo comida	Como con los cheques restaurant de la empresa
¿Te consideras aventurero de la comida o más conservador?	Conservador	Mas o menos	Mas o menos	Aventurero	Aventurero	Mas o menos	Conservador	Mas o menos	Aventurero	Aventurero	Aventurero	Aventurero
Si eres aventurero, ¿Se ve reflejado en el dia a dia de tus comidas.? Y porque?		No, el casino siempre tiene las mismas cosas	No, por el precio	A veces, cuando voy a un lugar diferente	La mayoria de las veces, siempre tengo algo por ahi para darle un toque a las comidas	En el dia a dia siempre es lo mismo, por lo general me voy a lo barato y seguro	No, voy a lo segurio	No, voy por algo rapido para cocinar	A veces, por lo general la comida diferente es mas cara.	A veces, cuando mi señora tiene tiempo o hay sobras de algo rico	No	No, la comida de la oficina no es muy variada.
¿Te gustan las salsas? ¿Cuales son tus preferidas?	Si, las clasicas	Si, Salsa alfredo	Si, el pebre	Si, la salsa de aceitunas de los peruanos	Si, las salsa picantes	Si, las agridulces	Si, ketchup y mayo	Si, una salsa de nueces que preparo	Si, las salsa picantes sobre todo	Si, alfredo	Si, salsa de rocoto	Si, mostaza y ketchup
¿A que momento o comidas asocias el producto salsas/condimentos?	Comida rapida	JUnta con amigos, fiestas	Fiestas, comida rapida	Pastas, fiestas con amigos	Papas fritas, fiesta	Completos, comida rapida	Sanguches	Navidad, papas fritas	Comida rapida, ensaladas	Pastas, comida rapida	Ensaladas, comida rapida	Fiesta y juntas con amigos, comida rapida
¿cuales son los principales atributos en que te fijas al momento de comprar alimentos?	Precio, sabor	Precio, Calidad, sabor	Precio, saludable, sustentable	Calidad, saludables, sellos	Precio, calidad	Saludable, sellos, preservantes	Ingredientes, sabor, calidad	Precio, calidad, Ingredientes	Sustentable, precio, Ingredientes	Calidad, preservantes, sellos	Sellos, preservantes, ingredientes	Calidad, sellos
¿Sigues a emprendedores de comida en las redes sociales?, Si es así, ¿Les haz comprado alguna vez?	Si y no.	No	Si y si.	Si y no	Si y si	Si y si	Si y no	SI y no	Si y si	Si y no	Si y si	Si y si
¿Que te impulso a comprarles? o ¿Que te detuvo?	No tengo interes en comprarles		El producto era novedoso	Precio del envio	Era una conocida	El producto se veia de calidad y novedoso	Precio muy caro	No confio en que sea un producto bueno si no lo tengo en la mano	Se veia un producto de calidad	Es un producto que lo podria hacer yo o comprar en cualquier tienda	Era algo diferente, origin	Se veia un producto original que no lo conseguia en cualquier lado.
En cuanto a la comunicación que hacen los emprendedores de comida ¿Como te parece que comunican sus	Me gusta que muestren la produccion del producto, en la fabrica y los ingredientes	-	Es toda parecida, todo muy casero	Se ve todo muy casero	Les falta un diseñador, siempre es lo mismo	Todo es muy autoreferente, todos los emprendedores habland de los mismo,	Se ve todo muy low cost	Me gusta lo autentico que se ve, pero es siempre lo mismo	Aburrido, solo son fotos de tarros o cajas de productos	Tod muy autentico, todas muy similar	Todas se parecen	Me gusta lo reales que se ven. Pero se ven todas iguales, cuesta diferenciar uno de otro

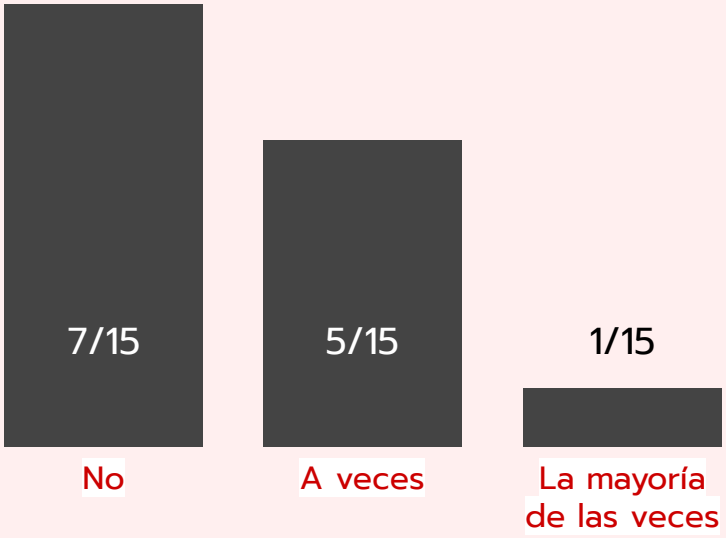
Pregunta 1:
A tu trabajo, ¿llevas comida casera o compras en restaurantes y Apps de comida?



Pregunta 2:
¿Te consideras aventurero de la comida o más conservador?

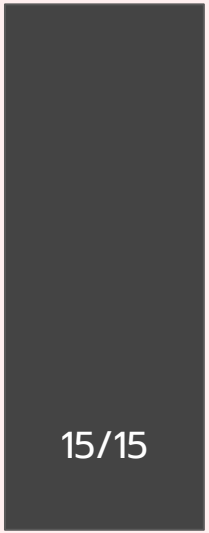


Pregunta 3:
Si eres aventurero, ¿Se ve reflejado en el dia a dia de tus comidas.? Y porque?



Razones:
Poca disponibilidad de comidas "aventureras".
Comidas originales son caras.
Ir a lo conocido
Lo diferente requiere más tiempo.

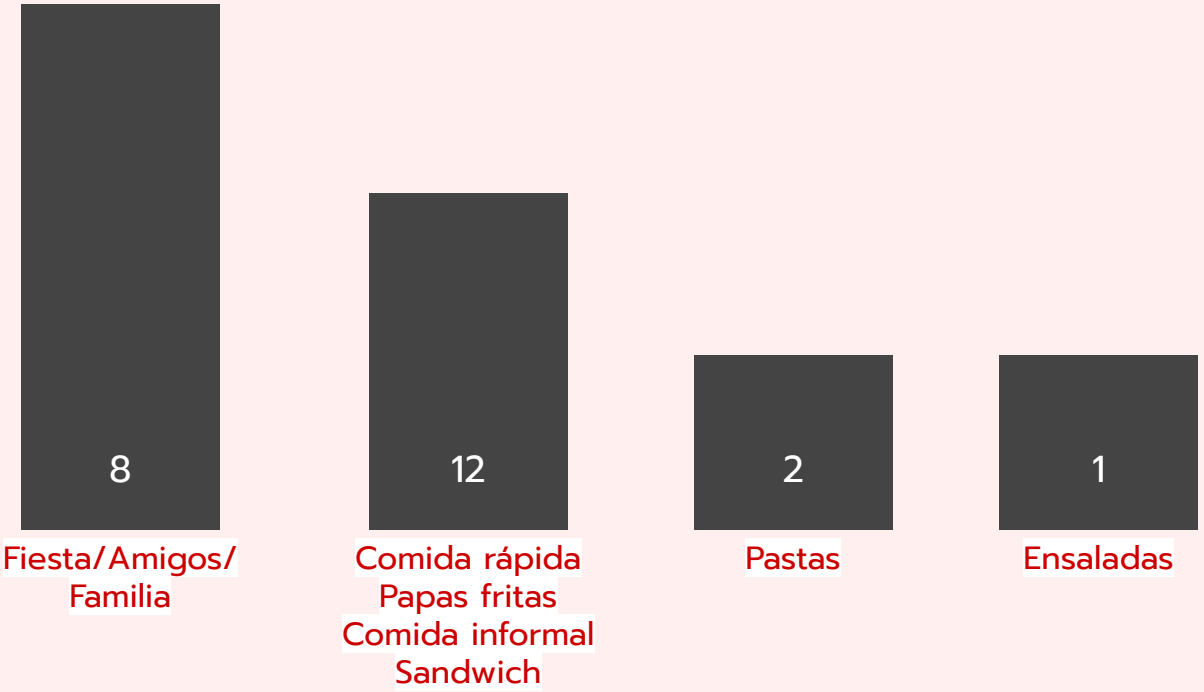
Pregunta 4:
¿Te gustan las salsas? ¿Cuales son tus preferidas?



Las preferidas:
Salsa peruanas (Aceitunas, rocoto) (2)
Las clásicas (Ketchup mayo, mostaza pebre) (5)
Salsa picantes (3)
Salsas de pastas (3)
Otras (agridulce, nueces)(2)

Pregunta 5:

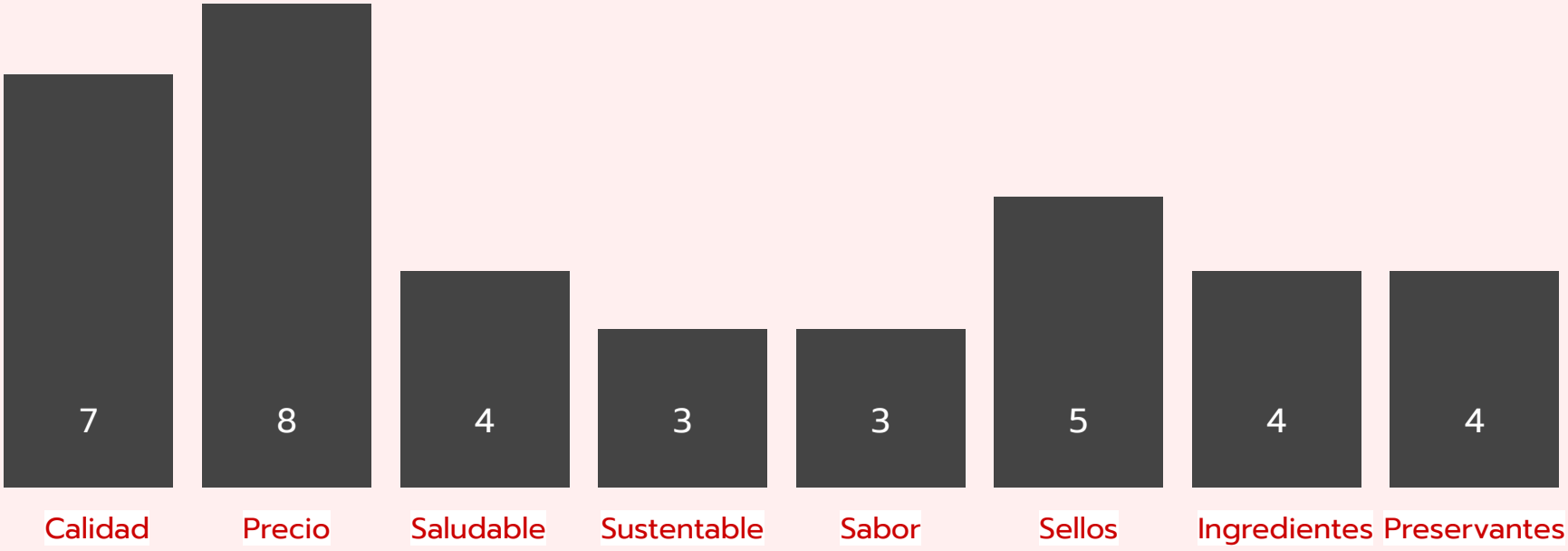
¿A qué momento o comidas asocias el producto salsas/condimentos?



Pregunta 6:

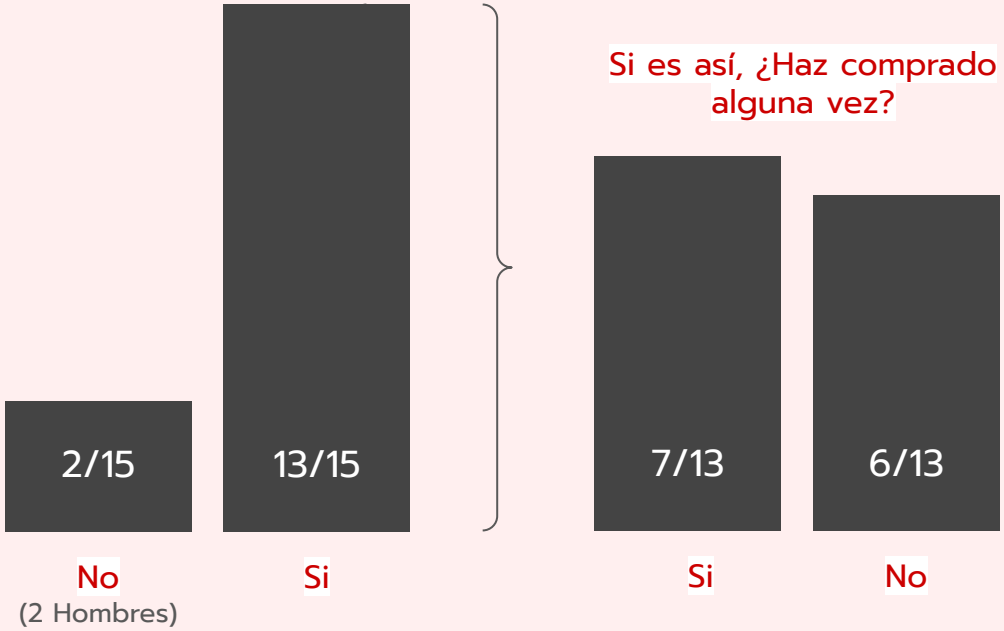
¿cuales son los principales atributos en que te fijas al momento de comprar alimentos?

Pregunta cerrada, elegir hasta tres. (Las más importantes)



Pregunta 7:

¿Sigues a emprendedores de comida en las redes sociales?



Pregunta 8:
¿Qué te impulsó a comprarles? o ¿Que te detuvo?

Razones para comprar:
Producto novedoso /diferente (4)
Marca conocida: (2)
Se veía de calidad (2)

Razones para no comprar:
Poco original (1)
Producto caro (2)
Precio del envío (1)
No existe real interés (1)
Desconfianza (1)

Pregunta 9:

En cuanto a la comunicación que hacen los emprendedores de comida ¿Cómo te parece que comunican sus productos?

Positivos

Auténtico: (3)
Ver el "tras bambalinas": (1)

Negativos

Se ve muy low cost: (3)
Siempre lo mismo (Repetitivo o parecido a la competencia): (6)
Aburrido (Solo fotos de productos): (3)

Conclusiones

La mayoría de las personas se consideran muy o algo “aventureros” de la comida.
Ya sea que come comida casera o de establecimientos, por lo general, no se ve reflejado la característica “aventurera” en el día a día. Ya sea por poca oferta o porque las comidas originales son caras o requieren más tiempo de preparación.

A todos les gustan las salsas y los gustos dan para toda clase de salsa, estas suelen asociarse principalmente con celebraciones y amigos y asociarse con comidas informales y comida rápida.

Al momento de comprar alimentos las personas le ponen ojo en primer lugar a la relación precio/calidad, luego a lo saludable y el contenido.

Al momento de comprar por redes sociales /Internet las personas prefieren aquellos productos novedosos, que no se encuentran en cualquier lado.

Y para destacar en la comunicación debemos mostrarnos auténticos y transparentes, mostrar nuestros procesos y productos, pero sin repetirse, hablar de otros temas relacionados para conservar el interés.

Conclusiones

La mayoría de las personas se consideran muy o algo aventureros de la comida. Ya sea que come comida casera o de establecimientos, por lo general, no se ve reflejado la característica "aventurera" en el día a día. Ya sea por poca oferta o porque las comidas originales son caras o requieren más tiempo de preparación.

A todos les gustan las salsas y los gustos dan para toda clase de salsa, estas suelen asociarse principalmente con celebraciones y amigos y asociarse con comidas informales y comida rápida.

Al momento de comprar alimentos las personas le ponen ojo en primer lugar a la relación precio/calidad, luego a lo saludable y el contenido.

Al momento de comprar por redes sociales /Internet las personas prefieren aquellos productos novedosos, que no se encuentran en cualquier lado.

Y para destacar en la comunicación debemos mostrarnos auténticos y transparentes, mostrar nuestros procesos y productos, pero sin repetirse, hablar de otros temas relacionados para conservar el interés.

Hilando fino *(Tono y estilo)*

Aventureros de la comida
No se ve reflejado la característica “aventurera” en el día a día.
Comidas originales son caras o requieren más tiempo de preparación.
A todos les gustan las salsas
Gustos muy variados
Celebraciones y amigos
Comidas informales
Comida rápida.
Precio/calidad
Saludable
Contenido.
Productos novedosos, diferentes originales
Auténticos y transparentes
Procesos y productos,
Sin repetirse, hablar de otros temas relacionados

Hilando fino *(Tono y estilo)*

Aventureros de la comida

No se ve reflejado la característica “aventurera” en el día a día.
Comidas originales son caras o requieren más tiempo de preparación.
A todos les gustan las salsas
Gustos muy variados
Celebraciones y amigos
Comidas informales
Comida rápida.
Precio/calidad
Saludable
Contenido.
Productos novedosos, diferentes originales
Auténticos y transparentes
Procesos y productos,
Sin repetirse, hablar de otros temas relacionados

Para los Indiana Jones de la olla
para los raros
Para los diferentes
Para los locos y frikis

Hilando fino *(Tono y estilo)*

Aventureros de la comida
No se ve reflejado la característica “aventurera” en el día a día.
Comidas originales son caras o requieren más tiempo de preparación.
A todos les gustan las salsas
Gustos muy variados
Celebraciones y amigos
Comidas informales
Comida rápida.
Precio/calidad
Saludable
Contenido.
Productos novedosos, diferentes originales
Auténticos y transparentes
Procesos y productos,
Sin repetirse, hablar de otros temas relacionados

Mitos de la comida, Salsa Kings matar la rutina culinaria de forma simple y conveniente.

Hilando fino *(Tono y estilo)*

Aventureros de la comida
No se ve reflejado la característica “aventurera” en el día a día.
Comidas originales son caras o requieren más tiempo de preparación.
A todos les gustan las salsas
Gustos muy variados
Celebraciones y amigos
Comidas informales
Comida rápida.
Precio/calidad
Saludable
Contenido.
Productos novedosos, diferentes originales
Auténticos y transparentes
Procesos y productos,
Sin repetirse, hablar de otros temas relacionados

Popular
Universal
Siempre bienvenida
Inclusivo
Sin distinción de clase
Para gordos, flacos
Feos o bonitos
1000 sabores para todos

Hilando fino *(Tono y estilo)*

Aventureros de la comida
No se ve reflejado la característica "aventurera" en el día a día.
Comidas originales son caras o requieren más tiempo de preparación.
A todos les gustan las salsas
Gustos muy variados
Celebraciones y amigos
Comidas informales
Comida rápida.
Precio/calidad
Saludable
Contenido.
Productos novedosos, diferentes originales
Auténticos y transparentes
Procesos y productos,
Sin repetirse, hablar de otros temas relacionados

Fiesta, hueveo, carrete
Relajado con l@s mejores
Simple
Comfort food
Rico
Rápido, instantáneo
A la moda

Hilando fino *(Tono y estilo)*

Aventureros de la comida
No se ve reflejado la característica "aventurera" en el día a día.
Comidas originales son caras o requieren más tiempo de preparación.
A todos les gustan las salsas
Gustos muy variados
Celebraciones y amigos
Comidas informales
Comida rápida.
Precio/calidad
Saludable
Contenido.
Productos novedosos, diferentes originales
Auténticos y transparentes
Procesos y productos,
Sin repetirse, hablar de otros temas relacionados

Alta calidad
Buena relación precio-calidad
Buen diseño
Sin faltas ortográficas
Que se vea bien para las visitas
Para presumir en instagram
Certificado de calidad

Hilando fino *(Tono y estilo)*

Aventureros de la comida
No se ve reflejado la característica "aventurera" en el día a día.
Comidas originales son caras o requieren más tiempo de preparación.
A todos les gustan las salsas
Gustos muy variados
Celebraciones y amigos
Comidas informales
Comida rápida.
Precio/calidad
Saludable
Contenido.
Productos novedosos, diferentes originales
Auténticos y transparentes
Procesos y productos,
Sin repetirse, hablar de otros temas relacionados

¿Qué tiene?
¿Es saludable?
¿Preservantes?
¿Sellos?
Información precisa y clara
Juro decir la verdad y nada más que la verdad
Ingredientes frescos

Hilando fino *(Tono y estilo)*

Aventureros de la comida
No se ve reflejado la característica "aventurera" en el día a día.
Comidas originales son caras o requieren más tiempo de preparación.
A todos les gustan las salsas
Gustos muy variados
Celebraciones y amigos
Comidas informales
Comida rápida.
Precio/calidad
Saludable
Contenido.
Productos novedosos, diferentes originales
Auténticos y transparentes
Procesos y productos,
Sin repetirse, hablar de otros temas relacionados

Sabores del mundo
Productos que no encuentras en todas partes
Ingredientes raros
Mezcla novedosa
Nombres extraños

Hilando fino *(Tono y estilo)*

Aventureros de la comida
No se ve reflejado la característica “aventurera” en el día a día.
Comidas originales son caras o requieren más tiempo de preparación.
A todos les gustan las salsas
Gustos muy variados
Celebraciones y amigos
Comidas informales
Comida rápida.
Precio/calidad
Saludable
Contenido.
Productos novedosos, diferentes originales
Auténticos y transparentes
Procesos y productos,
Sin repetirse, hablar de otros temas relacionados

No nos disculpamos por ser como somos
Soy un libro abierto
Toda la información disponible
Lo prometido es lo que tienes
Sin poses
Somos cuicos, sin culpa
Somos flaites, sin vergüenza
Es lo que hay
Sin food styling, fotos reales sin retoque excesivo

Hilando fino *(Tono y estilo)*

Aventureros de la comida
No se ve reflejado la característica “aventurera” en el día a día.
Comidas originales son caras o requieren más tiempo de preparación.
A todos les gustan las salsas
Gustos muy variados
Celebraciones y amigos
Comidas informales
Comida rápida.
Precio/calidad
Saludable
Contenido.
Productos novedosos, diferentes originales
Auténticos y transparentes
Procesos y productos,
Sin repetirse, hablar de otros temas relacionados

Te mostramos como hacemos nuestros productos
Te presentamos a nuestro staff
Te mostramos a nuestros proveedores
Te contamos algunos secretos

Hilando fino *(Tono y estilo)*

Aventureros de la comida
No se ve reflejado la característica "aventurera" en el día a día.
Comidas originales son caras o requieren más tiempo de preparación.
A todos les gustan las salsas
Gustos muy variados
Celebraciones y amigos
Comidas informales
Comida rápida.
Precio/calidad
Saludable
Contenido.
Productos novedosos, diferentes originales
Auténticos y transparentes
Procesos y productos,
Sin repetirse, hablar de otros temas relacionados

No todo es pega, no solo te queremos enchufar una salsa
Hablamos de comida en general
Hablamos de los amigos, el carrete, el copete y los cuetes
Hablamos de la vida y lo mierda que es. (Y de lo linda también)
Hablamos de todo, basados en los valores antes mencionados.

Hilando grueso

Fresco
Natural
Atípico

Resumen de los valores anteriormente mencionados También aplicable a las características de los productos.

Aplicaciones gráficas

Logo





SALSA KINGS™

Auténticos y transparentes

Tipografía simple y de clara lectura.
Nada pretencioso

Saludable, sin agregados

Sin isotipo. El nombre ya dice todo lo que es necesario saber de la marca. Un solo color.

Calidad, para todos los gustos, moderno

Agradable, tipografía original, no generica.
Color plano, esquinas suaves.

Para los aventureros de la comida

Detalle en la “K” de tipografías del salvaje oeste, algo de peligro y ácido.

Colores

Elejir solo una paleta por composición



Ejemplos

Toda la paleta



Toda la paleta



Solo color de fondos y color dominante



Solo color de fondos y color dominante





Usar fondos orgánicos planos de frutas, verduras y plantas para transmitir frescura, natural y simplicidad.

En su defecto solo usar colores planos o blanco o negro

Tipografía

Web

A red flare **silhouetted** the jagged edge of a wing.

Apparently we had reached a great height in the atmosphere, for the sky was a dead black, and the stars had ceased to twinkle. By the same illusion which lifts the horizon of the sea to the level of the spectator on a hillside, the sable cloud beneath was dished out, and the car seemed to float in the middle of an immense dark sphere, whose upper half.

Prompf
Google Fonts. Apta para sitios web.
Utilizar en títulos y botones
h1, h2, h3, h4, h5, h6

Cardo
Google Fonts. Apta para sitios web.
Utilizar en párrafos

Tipografía

Packaging

KETCHUP

agridulce . picante . tradicional

Mantener en lugar fresco y seco.
Una vez abierto mantener refrigerado
y consumir antes de 1 mes.

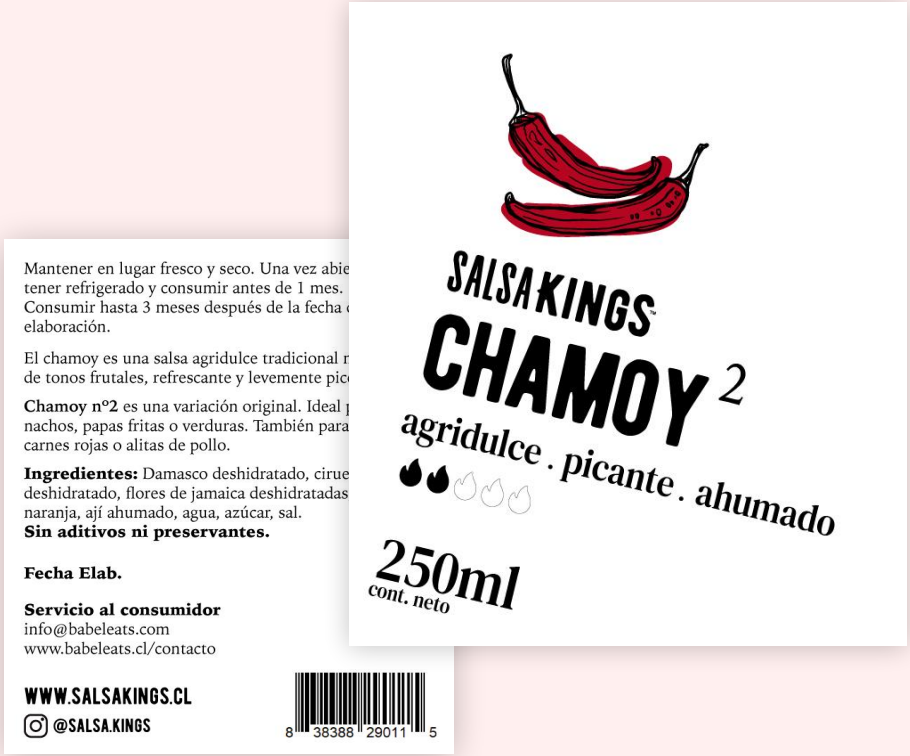
Bernier Regular
Titulo de producto

DM Serif Text
Información frontal

Iowan Old Style
Información trasera

Tipografía

Packaging



Información
Información precisa
Sin slogans
Sin llamados comerciales

Etiqueta cuadrada blanca.
Simple, minimalista.
No pretencioso
Nada extra
No quiere aparentar
Producción de etiqueta económica

Etiqueta torcida.
- Diferente
- Extraño
- Peligroso
- Destaca en góndola
- Cada etiqueta se pega en un ángulo diferente. (Imperfecto y real)

Tipografía

Packaging



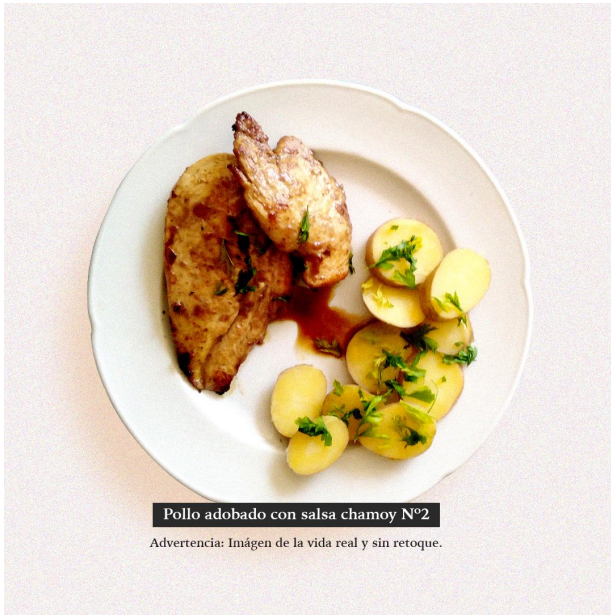
Redes Sociales

Redes Sociales

Productos







Información

Ingredientes e información precisa sobre el producto.

Imágenes

Imágenes sin retoque ni food styling. Honesto y cercano. Sin pose.

Redes Sociales

Contenido







Textos

Textos sin faltas ortográficas u imitaciones vocales del habla popular.

Temas

Les hablamos a todos y sobre variados temas. Con respeto y buena onda nos reímos de nosotros y nuestra sociedad.

Collage e ilustraciones

Informal, divertido, a la moda, mezclas raras y diferentes. Separarse gráficamente de la competencia.


リコサルサを購入
豊富に食べる
キングソース添え
CHAMOY

Redes Sociales

Contenido







Textos

Textos sin faltas ortográficas u imitaciones vocales del habla popular.

Temas

Les hablamos a todos y sobre variados temas. Con respeto y buena onda nos reímos de nosotros y nuestra sociedad.

Collage e ilustraciones

Informal, divertido, a la moda, mezclas raras y diferentes. Separarse gráficamente de la competencia.

Sitio Web

AGRI DULCE PICANTE



WHAAAT?

Sitio Web

Llévate el **pack**

Chamoy Minipack

3 x 250ml

Llévate los tres sabores de chamoy en envase pequeño para que los pruebes todos.

$9.100

COMPRAR



Mixpack x 3

475ml y 250ml

Llévate un pack con nuestros tres sabores: **Huancaína vegana**, **Chimichurri** y **Chamoy tradicional**. Escoge entre el pack de 500ml ó 250ml.

$15.200 / $9.100

COMPRAR



Sitio Web



Huancaína

Vegana

250 y 475 ml

La salsa huancaína es ideal para acompañar las tradicionales papas, arroz, tostadas, sandwiches o verduras al horno.

COMPRAR



Chimichurri Argentino

Argentino

250 y 475 ml

Ideal para carnes y el asado, especialmente para hacerse un buen choripán.

COMPRAR



Chamoy N°1

Tradicional

250 y 475 ml

Chamoy n°1 es ideal para comerlo de la forma tradicional, con botanas, frutas y verduras. También en tragos.

COMPRAR