

VALIDACIÓN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN - V DE AIKEN

SNACK DE AGUACATE LIOFILIZADO

Nombre del Evaluador: Anderson Andres Diaz Torres

Rol del evaluador: Ingeniero Químico - Docente Universitario

Fecha de aplicación: 20-06-2025

INSTRUCCIONES: Para validar el instrumento de diagnóstico requerido en el presente estudio, se han identificado una serie de variables y un grupo preguntas que las describen. Califique cada una de las preguntas formuladas siendo 1 totalmente de acuerdo y 0 totalmente en desacuerdo, en relación a su grado de claridad, pertinencia y relevancia. Por favor tenga en cuenta las siguientes definiciones:

Claridad: la pregunta está correctamente redactada y es fácil de comprender por el evaluador.
 Pertinencia: la pregunta permite medir con precisión la variable identificada.
 Relevancia: se evidencia un enfoque teórico adecuado en la redacción de la pregunta.

A. Datos básicos del consumidor		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se solicita al consumidor indicar su edad de forma clara y comprensible.	1	1	1	
	2	Se pregunta por el sexo del consumidor con opciones respetuosas y claras.	1	1	0	
	3	La ocupación del consumidor se indaga de forma abierta o mediante opciones comunes.	1	1	1	
	4	El nivel educativo se recoge con una clasificación clara y fácilmente entendible.	1	1	1	
	5	Se solicita la ciudad de residencia del consumidor como dato clave para segmentación	1	1	1	
B. Tipo de dieta del posible cliente consumidor		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se pregunta por el tipo de alimentación que sigue el consumidor de forma clara y respetuosa.	1	1	1	
	2	Las opciones de dieta incluyen alternativas comunes y saludables	1	1	1	
	3	La redacción permite identificar si el consumidor se preocupa por llevar una alimentación saludable.	1	1	1	
	4	El tipo de dieta que sigue el consumidor influye directamente en su decisión de compra de snacks.	1	1	1	
	5	Se permite conocer si el tipo de dieta influye en la elección de snacks.	1	1	0	
C. Frecuencia y preferencia de consumo de snacks		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se pregunta con claridad cuántas veces por semana consume snacks el consumidor	1	1	1	
	2	Se evalúa si el consumidor prefiere snacks dulces, salados, saludables o tradicionales.	1	1	1	
	3	Se pregunta si el consumidor prefiere snacks naturales frente a otros comunes del mercado.	1	1	1	
	4	La redacción permite conocer si el consumidor tiene un hábito establecido de consumo de snacks.	1	1	1	
	5	La pregunta permite conocer si el consumidor sigue una dieta con restricciones específicas.	1	1	1	
D. Consumo del producto aguacate fresco		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se pregunta con claridad cuántas veces a la semana consume aguacate fresco.	1	1	1	
	2	Se puede establecer si el consumidor considera el aguacate un alimento saludable.	1	1	1	
	3	Se evalúa si el consumidor estaría dispuesto a consumir aguacate en presentaciones diferentes al fresco.	1	1	1	
	4	Se evalúa si el aguacate hace parte habitual de su dieta.	1	1	1	
	5	Se indaga si el aguacate es un alimento que el consumidor compra regularmente.	1	1	1	
E. Preferencia de sabores		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se pregunta por el tipo de sabores que prefiere en un snack (ácido, salado, natural, picante, etc.).	1	1	1	
	2	Se evalúa si estaría dispuesto a probar sabores innovadores en un snack de aguacate	1	1	1	
	3	Se indaga si el consumidor prefiere snacks de aguacate con sabor neutro o con otros sabores.	1	1	1	
	4	Se permite que el consumidor sugiera otros sabores que le gustaría encontrar en este producto.	1	1	1	
	5	Se pregunta si el consumidor estaría interesado en probar combinaciones de sabores poco comunes en un snack de aguacate.	1	1	1	
F. Precio que pagaría por el producto y probabilidad de compra		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se puede comprender si el precio del producto es justo en relación con lo que ofrece.	0	1	1	
	2	Se evalúa cuánto estaría dispuesto a pagar por un empaque del snack de aguacate.	1	1	1	
	3	Se puede deducir si el precio influye significativamente en su decisión de compra.	1	1	1	
	4	Se hace comprender al consumidor si estaría dispuesto a pagar un poco más por un producto saludable y natural.	1	1	1	
	5	Se evalúa la probabilidad de compra si el producto estuviera disponible en su entorno habitual.	1	1	1	
G. Lugar de preferencia para compra y sugerencias del consumidor		Pertinencia (0 o 1)	Relevancia (0 o 1)	Claridad (0 o 1)	Observaciones	
Preguntas	1	Se hace comprender los lugares donde usualmente se puede comprar los snacks (supermercados, tiendas saludables, en línea, etc.).	1	1	1	
	2	Se evalúa si preferiría adquirir este tipo de producto en plataformas digitales o físicas.	1	1	1	
	3	Se busca saber los lugares ideales para comprar el producto snack de aguacate.	1	0	1	
	4	Se logra sugerencias del consumidor en mejorar el producto o su presentación.	1	1	1	
	5	Se invita al consumidor a proponer ideas sobre distribución, empaques, sabores u otras características que mejoren la experiencia.	1	1	1	

VALIDACIÓN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN - V DE AIKEN

TÍTULO DEL PROYECTO

Nombre del Evaluador: Lina Daza Molina Cargo del evaluador: Profesional en Mercadeo y Ventas Fecha de aplicación: 05/07/2025

INSTRUCCIONES: Para validar el instrumento de diagnóstico requerido en el presente estudio, se han identificado una serie de variables y un grupo preguntas que las describen. Califique cada una de las preguntas formuladas siendo 1 totalmente de acuerdo y 0 totalmente en desacuerdo, en relación a su grado de claridad, pertinencia y relevancia. Por favor tenga en cuenta las siguientes definiciones:

Claridad: la pregunta está correctamente redactada y es fácil de comprender por el evaluador.
 Pertinencia: la pregunta permite medir con precisión la variable identificada.
 Relevancia: se evidencia un enfoque teórico adecuado en la redacción de la pregunta.

A. Datos básicos del consumidor		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se solicita al consumidor indicar su edad de forma clara y comprensible.	1	1	1	Todos estos datos son importantes y relevantes, para identificar segmentos, nichos.
	2	Se pregunta por el sexo del consumidor con opciones respetuosas y claras.	1	1	1	
	3	La ocupación del consumidor se indaga de forma abierta o mediante opciones comunes.	1	1	1	
	4	El nivel educativo se recoge con una clasificación clara y fácilmente entendible.	1	1	1	
	5	Se solicita la ciudad de residencia del consumidor como dato clave para segmentación	1	1	1	
B. Tipo de dieta del posible cliente consumidor		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se pregunta por el tipo de alimentación que sigue el consumidor de forma clara y respetuosa.	1	1	1	
	2	Las opciones de dieta incluyen alternativas comunes y saludables	1	1	1	
	3	La redacción permite identificar si el consumidor se preocupa por llevar una alimentación saludable.	1	1	1	
	4	El tipo de dieta que sigue el consumidor influye directamente en su decisión de compra de snacks.	1	1	1	
	5	Se permite conocer si el tipo de dieta influye en la elección de snacks.	1	1	1	
C. Frecuencia y preferencia de consumo de snacks		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se pregunta con claridad cuántas veces por semana consume snacks el consumidor	1	1	1	
	2	Se evalúa si el consumidor prefiere snacks dulces, salados, saludables o tradicionales.	1	1	1	
	3	Se pregunta si el consumidor prefiere snacks naturales frente a otros comunes del mercado.	1	1	1	
	4	La redacción permite conocer si el consumidor tiene un hábito establecido de consumo de snacks.	1	1	1	
	5	La pregunta permite conocer si el consumidor sigue una dieta con restricciones específicas.	1	1	1	
D. Consumo del producto aguacate fresco		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se pregunta con claridad cuántas veces a la semana consume aguacate fresco.	1	1	1	
	2	Se puede establecer si el consumidor considera el aguacate un alimento saludable.	1	1	1	
	3	Se evalúa si el consumidor estaría dispuesto a consumir aguacate en presentaciones diferentes al fresco.	1	1	1	
	4	Se evalúa si el aguacate hace parte habitual de su dieta.	1	1	1	
	5	Se indaga si el aguacate es un alimento que el consumidor compra regularmente.	1	1	1	
E. Preferencia de sabores		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se pregunta por el tipo de sabores que prefiere en un snack (ácido, salado, natural, picante, etc.).	1	1	1	Es importante estar al tanto de los cambios del mercado. Gustos, motivaciones, tendencias etc.
	2	Se evalúa si estaría dispuesto a probar sabores innovadores en un snack de aguacate	1	1	1	
	3	Se indaga si el consumidor prefiere snacks de aguacate con sabor neutro o con otros sabores.	1	1	1	
	4	Se permite que el consumidor sugiera otros sabores que le gustaría encontrar en este producto.	1	1	1	
	5	un snack de aguacate.	1	1	1	
F. Precio que pagaría por el producto y probabilidad de compra		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se puede comprender si el precio del producto es justo en relación con lo que ofrece.	1	1	1	
	2	Se evalúa cuánto estaría dispuesto a pagar por un empaque del snack de aguacate.	1	1	1	
	3	Se puede deducir si el precio influye significativamente en su decisión de compra.	1	1	1	
	4	Se hace comprender al consumidor si estaría dispuesto a pagar un poco más por un producto saludable y natural.	1	1	1	
	5	Se evalúa la probabilidad de compra si el producto estuviera disponible en su entorno habitual.	1	1	1	
G. Lugar de preferencia para compra y sugerencias del consumidor		Pertinencia (0 o 1)	Relevancia (0 o 1)	Claridad (0 o 1)	Observaciones	
Preguntas	1	Se hace comprender los lugares donde usualmente se puede comprar los snacks (supermercados, tiendas saludables, en línea, etc.).	1	1	1	
	2	Se evalúa si preferiría adquirir este tipo de producto en plataformas digitales o físicas.	1	1	1	Es importante tener la opción de manejarlo en ambos canales.
	3	Se busca saber los lugares ideales para comprar el producto snack de aguacate.	1	1	1	
	4	Se logra sugerencias del consumidor en mejorar el producto o su presentación.	1	1	1	
	5	Se invita al consumidor a proponer ideas sobre distribución, empaques, sabores u otras características que mejoren la experiencia.	1	1	1	Es importante hacer validaciones constantes, antes y después de sacar el producto al mercado.

VALIDACIÓN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN - V DE AIKEN

TÍTULO DEL PROYECTO

Nombre del Evaluador: Nixon Andrés Meneses Marentes Cargo del evaluador: Ingeniero de alimentos Fecha de aplicación: 10/07/2025

INSTRUCCIONES: Para validar el instrumento de diagnóstico requerido en el presente estudio, se han identificado una serie de variables y un grupo preguntas que las describen. Califique cada una de las preguntas formuladas siendo 1 totalmente de acuerdo y 0 totalmente en desacuerdo, en relación a su grado de claridad, pertinencia y relevancia. Por favor tenga en cuenta las siguientes definiciones:

Claridad: la pregunta está correctamente redactada y es fácil de comprender por el evaluador.
 Pertinencia: la pregunta permite medir con precisión la variable identificada.
 Relevancia: se evidencia un enfoque teórico adecuado en la redacción de la pregunta.

A. Datos básicos del consumidor		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se solicita al consumidor indicar su edad de forma clara y comprensible.	1	1	1	
	2	Se pregunta por el sexo del consumidor con opciones respetuosas y claras.	1	1	1	
	3	La ocupación del consumidor se indaga de forma abierta o mediante opciones comunes.	1	1	1	
	4	El nivel educativo se recoge con una clasificación clara y fácilmente entendible.	1	1	1	
	5	Se solicita la ciudad de residencia del consumidor como dato clave para segmentación	1	1	1	
B. Tipo de dieta del posible cliente consumidor		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se pregunta por el tipo de alimentación que sigue el consumidor de forma clara y respetuosa.	1	1	1	
	2	Las opciones de dieta incluyen alternativas comunes y saludables	1	1	1	
	3	La redacción permite identificar si el consumidor se preocupa por llevar una alimentación saludable.	1	1	1	
	4	El tipo de dieta que sigue el consumidor influye directamente en su decisión de compra de snacks.	1	1	1	
	5	Se permite conocer si el tipo de dieta influye en la elección de snacks.	1	1	1	
C. Frecuencia y preferencia de consumo de snacks		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se pregunta con claridad cuántas veces por semana consume snacks el consumidor	1	1	1	
	2	Se evalúa si el consumidor prefiere snacks dulces, salados, saludables o tradicionales.	1	1	1	
	3	Se pregunta si el consumidor prefiere snacks naturales frente a otros comunes del mercado.	1	1	1	
	4	La redacción permite conocer si el consumidor tiene un hábito establecido de consumo de snacks.	1	1	1	
	5	La pregunta permite conocer si el consumidor sigue una dieta con restricciones específicas.	1	1	1	
D. Consumo del producto aguacate fresco		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se pregunta con claridad cuántas veces a la semana consume aguacate fresco.	1	1	1	
	2	Se puede establecer si el consumidor considera el aguacate un alimento saludable.	1	1	1	
	3	Se evalúa si el consumidor estaría dispuesto a consumir aguacate en presentaciones diferentes al fresco.	1	1	1	
	4	Se evalúa si el aguacate hace parte habitual de su dieta.	1	1	1	
	5	Se indaga si el aguacate es un alimento que el consumidor compra regularmente.	1	1	1	
E. Preferencia de sabores		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se pregunta por el tipo de sabores que prefiere en un snack (ácido, salado, natural, picante, etc.).	1	1	1	
	2	Se evalúa si estaría dispuesto a probar sabores innovadores en un snack de aguacate	1	1	1	
	3	Se indaga si el consumidor prefiere snacks de aguacate con sabor neutro o con otros sabores.	1	1	1	
	4	Se permite que el consumidor sugiera otros sabores que le gustaría encontrar en este producto.	1	1	1	
	5	un snack de aguacate.	1	1	1	
F. Precio que pagaría por el producto y probabilidad de compra		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se puede comprender si el precio del producto es justo en relación con lo que ofrece.	1	1	1	
	2	Se evalúa cuánto estaría dispuesto a pagar por un empaque del snack de aguacate.	1	1	1	
	3	Se puede deducir si el precio influye significativamente en su decisión de compra.	1	1	1	
	4	Se hace comprender al consumidor si estaría dispuesto a pagar un poco más por un producto saludable y natural.	1	1	1	
	5	Se evalúa la probabilidad de compra si el producto estuviera disponible en su entorno habitual.	1	1	1	
G. Lugar de preferencia para compra y sugerencias del consumidor		Pertinencia (0 o 1)	Relevancia (0 o 1)	Claridad (0 o 1)	Observaciones	
Preguntas	1	Se hace comprender los lugares donde usualmente se puede comprar los snacks (supermercados, tiendas saludables, en línea, etc.).	1	1	1	
	2	Se evalúa si preferiría adquirir este tipo de producto en plataformas digitales o físicas.	1	1	1	
	3	Se busca saber los lugares ideales para comprar el producto snack de aguacate.	1	1	1	
	4	Se logra sugerencias del consumidor en mejorar el producto o su presentación.	1	1	1	
	5	Se invita al consumidor a proponer ideas sobre distribución, empaques, sabores u otras características que mejoren la experiencia.	1	1	1	

VALIDACIÓN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN - V DE AIKEN

TÍTULO DEL PROYECTO

Nombre del Evaluador: Yudelca Patricia Gaitán Beltrán Cargo del evaluador: Gerente empresa de alimentos Fecha de aplicación: 15/07/2025

INSTRUCCIONES: Para validar el instrumento de diagnóstico requerido en el presente estudio, se han identificado una serie de variables y un grupo preguntas que las describen. Califique cada una de las preguntas formuladas siendo **1** totalmente de acuerdo y **0** totalmente en desacuerdo, en relación a su grado de claridad, pertinencia y relevancia. Por favor tenga en cuenta las siguientes definiciones:

Claridad: la pregunta está correctamente redactada y es fácil de comprender por el evaluador.
 Pertinencia: la pregunta permite medir con precisión la variable identificada.
 Relevancia: se evidencia un enfoque teórico adecuado en la redacción de la pregunta.

A. Datos básicos del consumidor		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se solicita al consumidor indicar su edad de forma clara y comprensible.	1	1	1	
	2	Se pregunta por el sexo del consumidor con opciones respetuosas y claras.	1	1	1	
	3	La ocupación del consumidor se indaga de forma abierta o mediante opciones comunes.	1	1	1	
	4	El nivel educativo se recoge con una clasificación clara y fácilmente entendible.	1	1	1	
	5	Se solicita la ciudad de residencia del consumidor como dato clave para segmentación	1	1	1	
B. Tipo de dieta del posible cliente consumidor		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se pregunta por el tipo de alimentación que sigue el consumidor de forma clara y respetuosa.	1	1	1	
	2	Las opciones de dieta incluyen alternativas comunes y saludables	1	1	1	
	3	La redacción permite identificar si el consumidor se preocupa por llevar una alimentación saludable.	1	1	1	
	4	El tipo de dieta que sigue el consumidor influye directamente en su decisión de compra de snacks.	1	1	1	
	5	Se permite conocer si el tipo de dieta influye en la elección de snacks.	1	1	1	
C. Frecuencia y preferencia de consumo de snacks		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se pregunta con claridad cuántas veces por semana consume snacks el consumidor	1	1	1	
	2	Se evalúa si el consumidor prefiere snacks dulces, salados, saludables o tradicionales.	1	1	1	
	3	Se pregunta si el consumidor prefiere snacks naturales frente a otros comunes del mercado.	1	1	1	
	4	La redacción permite conocer si el consumidor tiene un hábito establecido de consumo de snacks.	1	1	1	
	5	La pregunta permite conocer si el consumidor sigue una dieta con restricciones específicas.	1	1	1	
D. Consumo del producto aguacate fresco		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se pregunta con claridad cuántas veces a la semana consume aguacate fresco.	1	1	1	
	2	Se puede establecer si el consumidor considera el aguacate un alimento saludable.	1	1	1	
	3	Se evalúa si el consumidor estaría dispuesto a consumir aguacate en presentaciones diferentes al fresco.	1	1	1	
	4	Se evalúa si el aguacate hace parte habitual de su dieta.	1	1	1	
	5	Se indaga si el aguacate es un alimento que el consumidor compra regularmente.	1	1	1	
E. Preferencia de sabores		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se pregunta por el tipo de sabores que prefiere en un snack (ácido, salado, natural, picante, etc.).	1	1	1	
	2	Se evalúa si estaría dispuesto a probar sabores innovadores en un snack de aguacate	1	1	1	
	3	Se indaga si el consumidor prefiere snacks de aguacate con sabor neutro o con otros sabores.	1	1	1	
	4	Se permite que el consumidor sugiera otros sabores que le gustaría encontrar en este producto.	1	1	1	
	5	un snack de aguacate.	1	1	1	
F. Precio que pagaría por el producto y probabilidad de compra		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se puede comprender si el precio del producto es justo en relación con lo que ofrece.	1	1	1	
	2	Se evalúa cuánto estaría dispuesto a pagar por un empaque del snack de aguacate.	1	1	1	
	3	Se puede deducir si el precio influye significativamente en su decisión de compra.	1	1	1	
	4	Se hace comprender al consumidor si estaría dispuesto a pagar un poco más por un producto saludable y natural.	1	1	1	
	5	Se evalúa la probabilidad de compra si el producto estuviera disponible en su entorno habitual.	1	1	1	
G. Lugar de preferencia para compra y sugerencias del consumidor		Pertinencia (0 o 1)	Relevancia (0 o 1)	Claridad (0 o 1)	Observaciones	
Preguntas	1	Se hace comprender los lugares donde usualmente se puede comprar los snacks (supermercados, tiendas saludables, en línea, etc.).	1	1	1	
	2	Se evalúa si preferiría adquirir este tipo de producto en plataformas digitales o físicas.	1	1	1	
	3	Se busca saber los lugares ideales para comprar el producto snack de aguacate.	1	1	1	
	4	Se logra sugerencias del consumidor en mejorar el producto o su presentación.	1	1	1	
	5	Se invita al consumidor a proponer ideas sobre distribución, empaques, sabores u otras características que mejoren la experiencia.	1	1	1	

VALIDACIÓN INSTRUMENTO DE MEDICIÓN - V DE AIKEN

TÍTULO DEL PROYECTO

Nombre del Evaluador: Jorge Rivera

Cargo del evaluador: Experto Liofilizador

Fecha de aplicación: 15/07/2025

INSTRUCCIONES: Para validar el instrumento de diagnóstico requerido en el presente estudio, se han identificado una serie de variables y un grupo preguntas que las describen. Califique cada una de las preguntas formuladas siendo 1 totalmente de acuerdo y 0 totalmente en desacuerdo, en relación a su grado de claridad, pertinencia y relevancia. Por favor tenga en cuenta las siguientes definiciones:

Claridad: la pregunta está correctamente redactada y es fácil de comprender por el evaluador.

Pertinencia: la pregunta permite medir con precisión la variable identificada.

Relevancia: se evidencia un enfoque teórico adecuado en la redacción de la pregunta.

A. Datos básicos del consumidor		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se solicita al consumidor indicar su edad de forma clara y comprensible.	1	1	1	
	2	Se pregunta por el sexo del consumidor con opciones respetuosas y claras.	1	1	1	
	3	La ocupación del consumidor se indaga de forma abierta o mediante opciones comunes.	1	1	1	
	4	El nivel educativo se recoge con una clasificación clara y fácilmente entendible.	1	1	1	
	5	Se solicita la ciudad de residencia del consumidor como dato clave para segmentación	1	1	1	
B. Tipo de dieta del posible cliente consumidor		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se pregunta por el tipo de alimentación que sigue el consumidor de forma clara y respetuosa.	1	1	1	
	2	Las opciones de dieta incluyen alternativas comunes y saludables	1	1	1	
	3	La redacción permite identificar si el consumidor se preocupa por llevar una alimentación saludable.	1	1	1	
	4	El tipo de dieta que sigue el consumidor influye directamente en su decisión de compra de snacks.	1	1	1	
	5	Se permite conocer si el tipo de dieta influye en la elección de snacks.	1	1	1	
C. Frecuencia y preferencia de consumo de snacks		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se pregunta con claridad cuántas veces por semana consume snacks el consumidor	1	1	1	
	2	Se evalúa si el consumidor prefiere snacks dulces, salados, saludables o tradicionales.	1	1	1	
	3	Se pregunta si el consumidor prefiere snacks naturales frente a otros comunes del mercado.	1	1	1	
	4	La redacción permite conocer si el consumidor tiene un hábito establecido de consumo de snacks.	1	1	1	
	5	La pregunta permite conocer si el consumidor sigue una dieta con restricciones específicas.	1	1	1	
D. Consumo del producto aguacate fresco		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se pregunta con claridad cuántas veces a la semana consume aguacate fresco.	1	1	1	
	2	Se puede establecer si el consumidor considera el aguacate un alimento saludable.	1	1	1	
	3	Se evalúa si el consumidor estaría dispuesto a consumir aguacate en presentaciones diferentes al fresco.	1	1	1	
	4	Se evalúa si el aguacate hace parte habitual de su dieta.	1	1	1	
	5	Se indaga si el aguacate es un alimento que el consumidor compra regularmente.	1	1	1	
E. Preferencia de sabores		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se pregunta por el tipo de sabores que prefiere en un snack (ácido, salado, natural, picante, etc.).	1	1	1	
	2	Se evalúa si estaría dispuesto a probar sabores innovadores en un snack de aguacate	1	1	1	
	3	Se indaga si el consumidor prefiere snacks de aguacate con sabor neutro o con otros sabores.	1	1	1	
	4	Se permite que el consumidor sugiera otros sabores que le gustaría encontrar en este producto.	1	1	1	
	5	un snack de aguacate.	1	1	1	
F. Precio que pagaría por el producto y probabilidad de compra		CLARIDAD	PERTINENCIA	RELEVANCIA	Observaciones	
Preguntas	1	Se puede comprender si el precio del producto es justo en relación con lo que ofrece.	1	1	1	
	2	Se evalúa cuánto estaría dispuesto a pagar por un empaque del snack de aguacate.	1	1	1	
	3	Se puede deducir si el precio influye significativamente en su decisión de compra.	1	1	1	
	4	Se hace comprender al consumidor si estaría dispuesto a pagar un poco más por un producto saludable y natural.	1	1	1	
	5	Se evalúa la probabilidad de compra si el producto estuviera disponible en su entorno habitual.	1	1	1	
G. Lugar de preferencia para compra y sugerencias del consumidor		Pertinencia (0 o 1)	Relevancia (0 o 1)	Claridad (0 o 1)	Observaciones	
Preguntas	1	Se hace comprender los lugares donde usualmente se puede comprar los snacks (supermercados, tiendas saludables, en línea, etc.).	1	1	1	
	2	Se evalúa si preferiría adquirir este tipo de producto en plataformas digitales o físicas.	1	1	1	
	3	Se busca saber los lugares ideales para comprar el producto snack de aguacate.	1	1	1	
	4	Se logra sugerencias del consumidor en mejorar el producto o su presentación.	1	1	1	
	5	Se invita al consumidor a proponer ideas sobre distribución, empaques, sabores u otras características que mejoren la experiencia.	1	1	1	

