



POSICIONAMIENTO

MARCAS DE CEREALES INFANTILES 2023

-Proyecto Explora-

PRESENTADO A:



No. Proyecto 8274 - Fecha: Julio de 2023

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Determinar el posicionamiento de marcas en la categoría de cereales infantiles.



OBJETIVO ESPECÍFICOS

- Penetración de la categoría en hogares (a través de las incidencias).
- Hábitos de compra:
 - Frecuencia de compra de la categoría
 - Marca más comprada en el último mes
 - Otras marcas compradas en el último mes
 - Marca probada (comprada alguna vez)
 - Marca abandonada. Razones
 - Marca Rechazada. Razones
 - Forma de compra
 - Presentación, variedad y cantidad comparada habitualmente
 - Marca preferida. Razones

- Conocimiento de marcas:
 - TOM
 - Espontáneo
 - Ayudado
- Ranking de importancia de los principales atributos de la categoría funcionales y de imagen de marca.
- Entender el posicionamiento de las marcas de la categoría.
- Establecer el mapa de posicionamiento de atributos y marcas.

Sólo para compradoras frecuentes* y exclusivas de Baby Quaker

- ¿Qué es lo que más les gusta?
- ¿Qué es lo que menos le gusta?
- ¿Qué le cambiaría?
- ¿Por qué le da a su bebé este cereal y no otro?

Sólo para concedoras/no compradoras de Baby Quaker

- ¿Por qué no le da a su bebé este cereal?

Sólo para compradoras frecuentes* y exclusivas de Nestum

- ¿Qué es lo que más les gusta?
- ¿Qué es lo que menos le gusta?
- ¿Qué le cambiaría?
- ¿Por qué le da a su bebé este cereal y no otro?

*Frecuencia de compra igual o mayor a un mes

Ficha técnica



TÉCNICA

Cuantitativa a través de aplicación de cuestionario estructurado de aproximadamente 20 a 25 minutos de duración. El muestreo se realizó en hogares.



GRUPO OBJETIVO

Madres de bebés entre 6 y 24 meses de edad, responsables de la compra en el hogar y de la alimentación de sus hijos, con edades entre los 25 y 45 años, pertenecientes a los ESE 2, 3, 4 y 5.

- Compradoras de cereales infantiles para sus bebés



COBERTURA

- Bogotá
- Barranquilla



Ponderación



ALCANCE

Se realizaron 300 encuestas distribuidas de la siguiente manera:

	Sin ponderar	% sin ponderar	Ponderada	% ponderado
Bogotá	200	67%	267	89%
Barranquilla	100	33%	33	11%
Estrato 2	120	40%	159	53%
Estrato 3	135	45%	96	32%
Estrato 4	33	11%	33	11%
Estrato 5	12	4%	12	4%
TOTAL	300	100%	300	100%

PENETRACIÓN CATEGORÍAS CONSULTADAS	
Cereales infantiles	87%
Compotas	68%
Avena	71%
Leche de fórmula	39%
Frutas frescas	79%

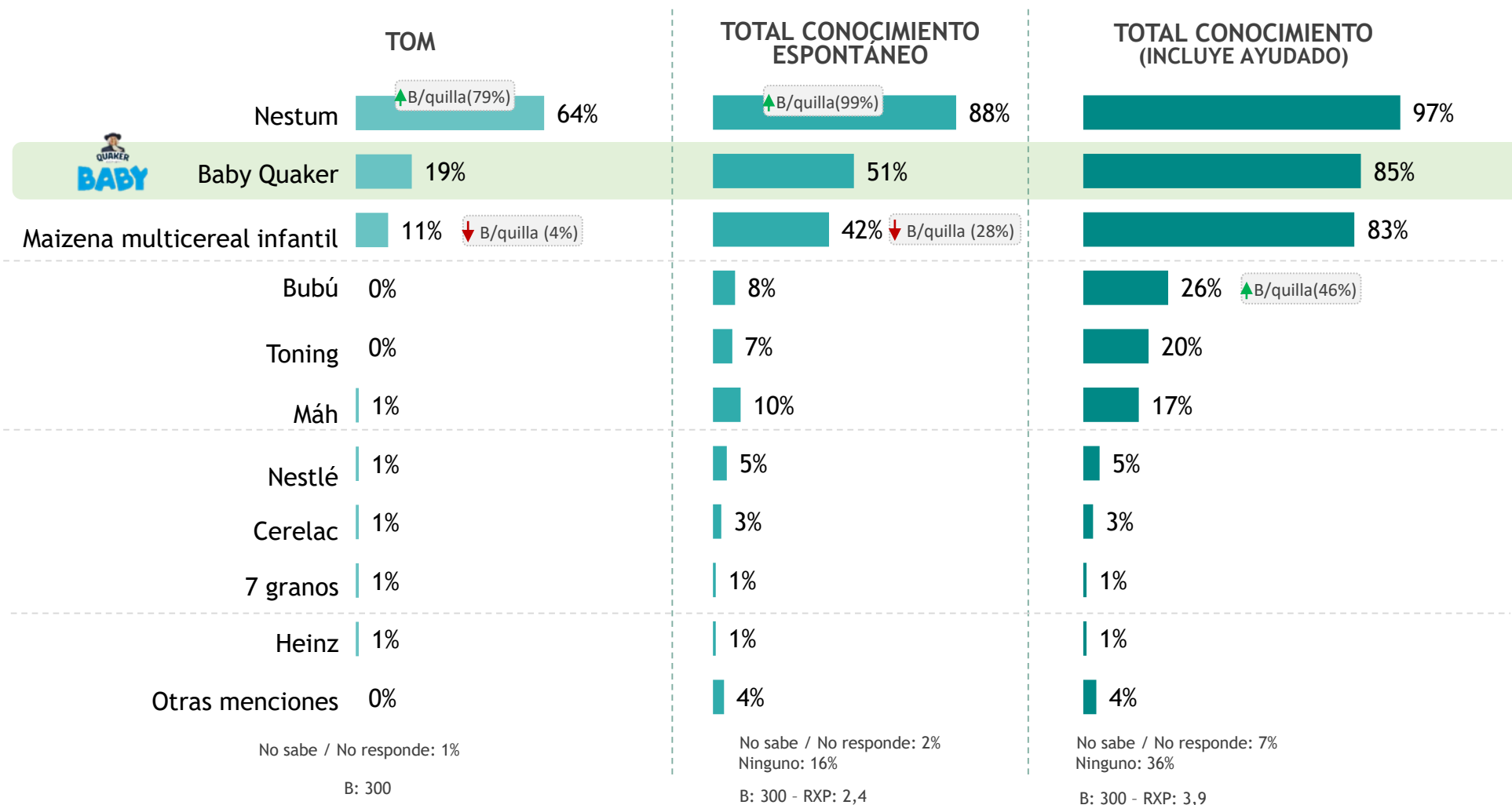


DINÁMICA DE MARCAS

APRENDIZAJES:

- Nestum es la marca líder de la categoría (con mayor contundencia en Barranquilla) ya que:
 - Es altamente conocida
 - Logra posicionarse como la marca de cereales infantiles de preferencia
 - Es la más comprada
 - Su publicidad es la más recordada
 - Y cuenta con una alta intención de re-compra y recomendación.
- Maizena multicereal y Baby Quaker con un comportamiento muy similar entre ellas, también logran ser marcas protagónicas en la categoría, aunque aún se mantienen lejanas de la marca líder.
- En la categoría la fidelidad es alta, y los principales detonantes de preferencia de marca se relacionan a la tradición y al agrado que tenga el bebé por el cereal.

CONOCIMIENTO DE MARCAS

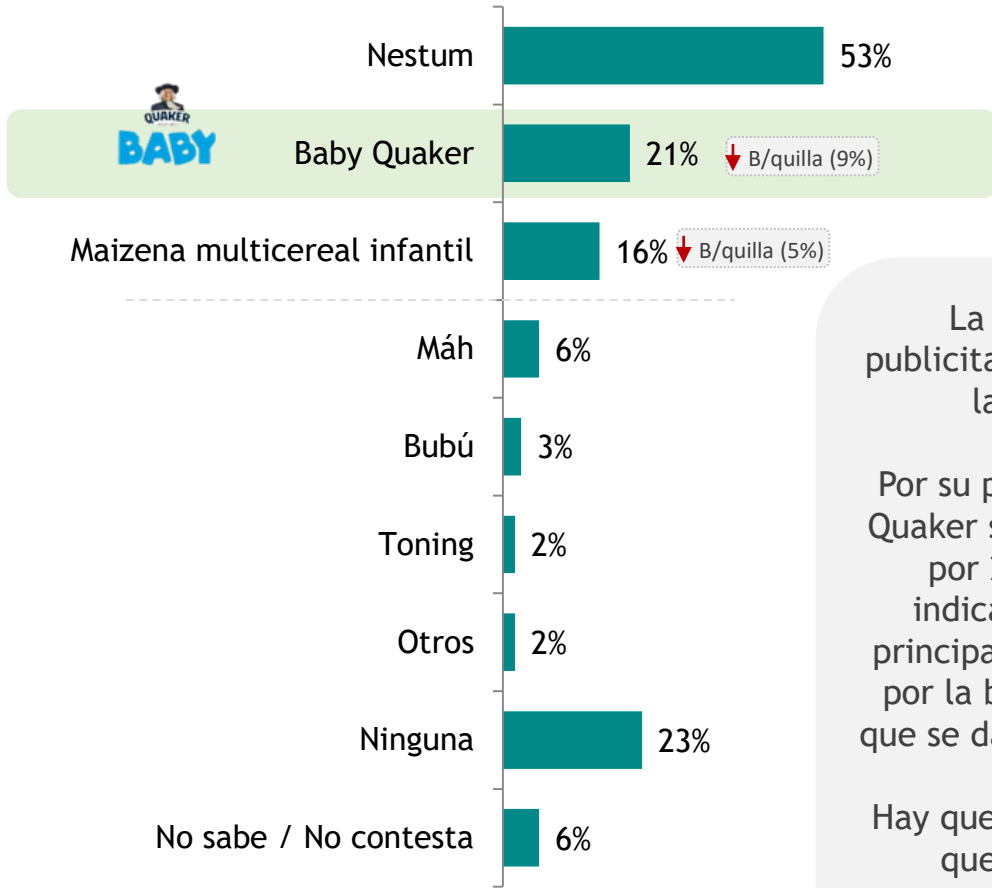


Se conocen en promedio 4 marcas en la categoría.

Siendo Nestum el primer referente, aunque Baby Quaker y Maizena multicereal cuando se ayuda logran un conocimiento alto.

P1. ¿Podría decirme cuál marca de cereales infantiles conoce o ha oído mencionar, sin importar si alguna vez la ha comprado o no?
 P1.1 ¿Cuáles otras marcas de cereales infantiles conoce o ha oído mencionar? RM Alguna Otra?
 P3. De las marcas de cereales infantiles que aparecen en esta tarjeta, cuál otra conoce o ha oído mencionar? RM. ¿Alguna otra? ¿Alguna otra?

RECORDACIÓN PUBLICITARIA



B: 300 - RXP: 1,3

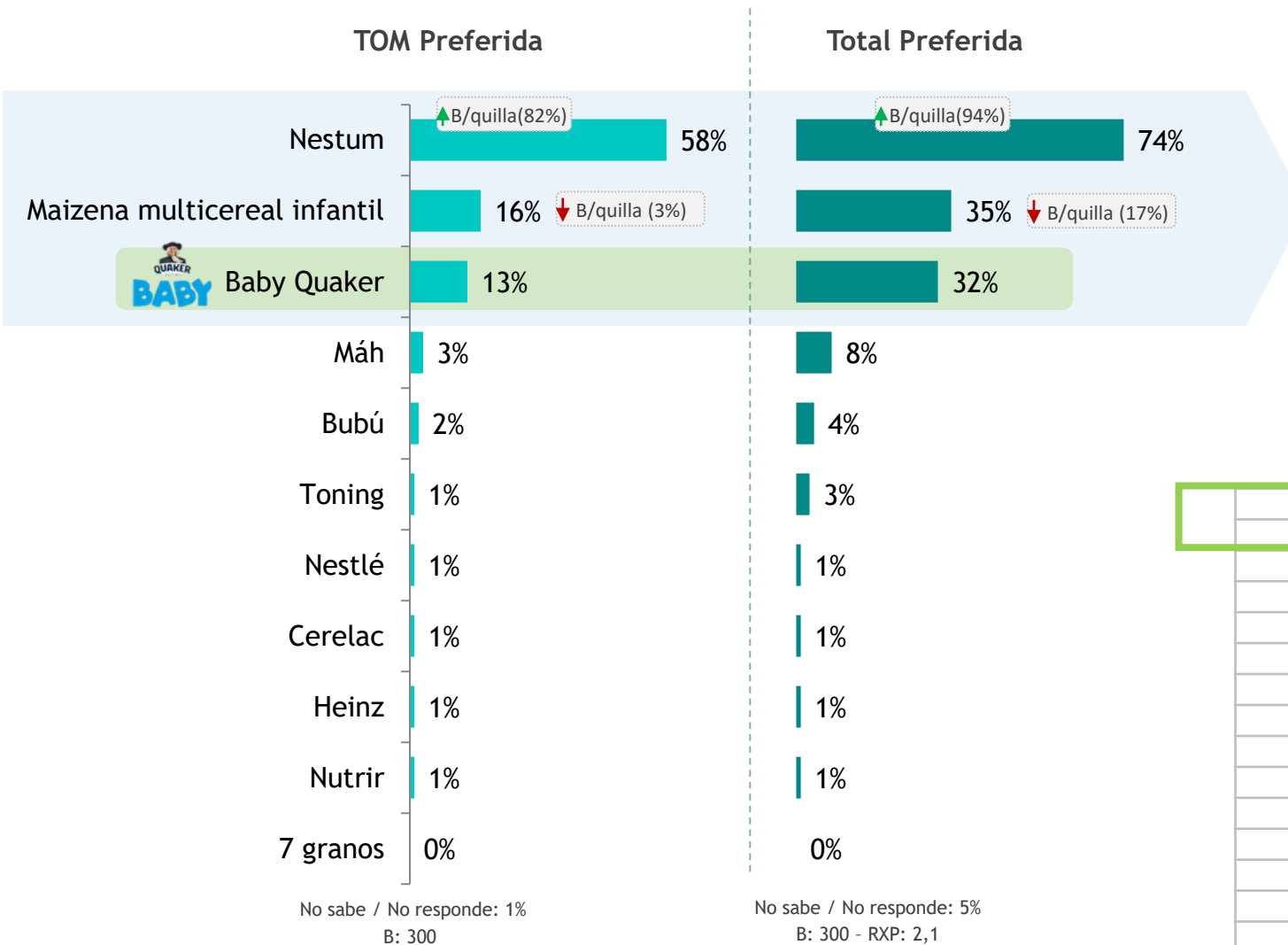
La recordación publicitaria de Nestum es la más alta.

Por su parte, la de Baby Quaker solo es recordada por 2 de cada 10, indicador que se ve principalmente afectado por la baja recordación que se da en Barranquilla.

Hay que tener en cuenta que 1 de cada 3 encuestadas no recuerda ninguna publicidad.



PREFERENCIA



Nestum se posiciona como líder en preferencia (sobre todo en Barranquilla). En menor proporción, se encuentran Maizena multicereal y Baby Quaker.

Los detonantes en la categoría están relacionados al agrado que tiene el bebé por el cereal y a la tradición, y Nestum se prefiere además por ser una marca reconocida y de prestigio.

Razones de TOM preferida

	Nestum	MAIZENA MULTICEREAL INFANTIL	BABY QUAKER
Es la que le gusta a mi bebé	42%	28%	38%
Es tradición	39%	36%	34%
Es reconocida / de prestigio	28%	11%	14%
Tiene buen sabor	23%	28%	29%
Es fácil de preparar	21%	4%	28%
Es una marca de calidad	20%	7%	28%
Tiene variedad de sabores	11%	8%	11%
Favorece la salud de mi bebé	11%	6%	13%
Tiene vitaminas/minerales	10%	-	7%
Le hace bien a la digestión de mi bebé	9%	1%	5%
Es nutritiva para mi bebé	9%	5%	9%
Tiene poco azúcar	6%	13%	13%
Es económica	5%	10%	4%
Tiene variedad de presentaciones	4%	6%	6%
Otras menciones	17%	16%	21%
BASE	194	34	41
RXP	2,5	1,8	2,6

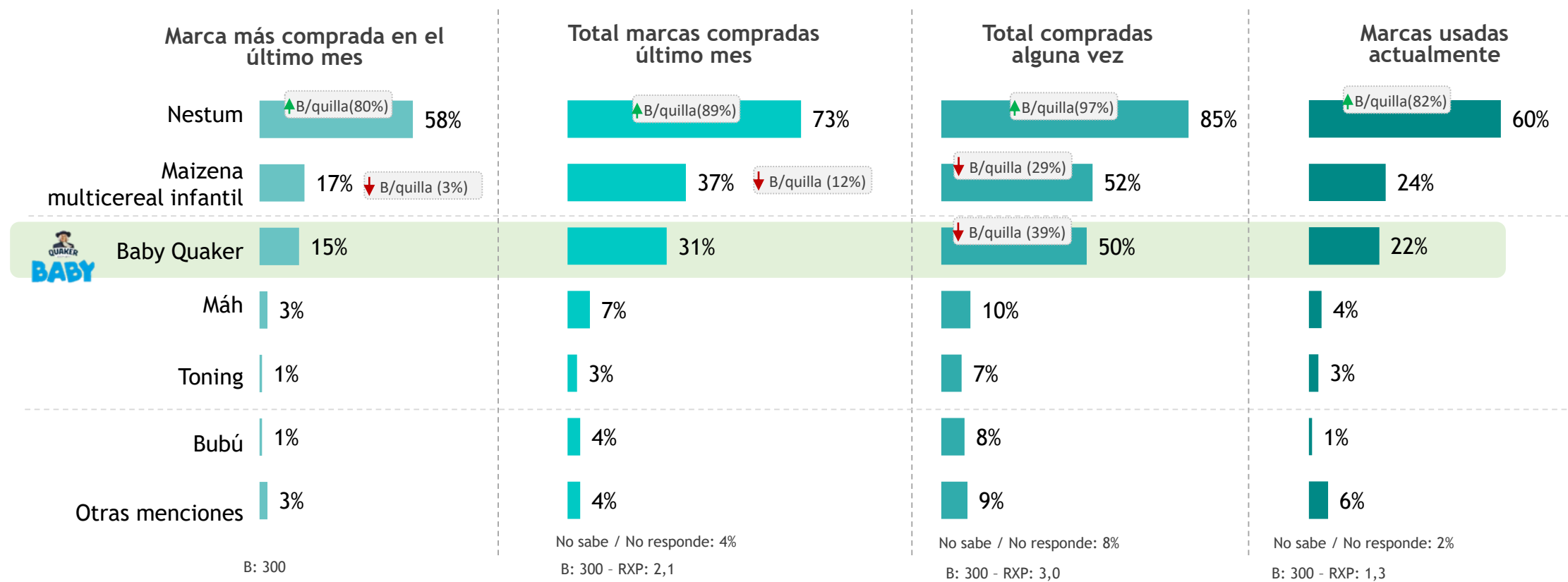
P15. De las marcas que ha comprado ¿Podría decirme cuál es la marca de cereales infantiles que usted prefiere?

P16. De las marcas que ha comprado ¿Tiene alguna o algunas otras marcas de cereales infantiles entre sus preferidas? ¿Cuál?

P17. Podría decirme ¿por qué razón prefiere la marca (PROGRAMADOR INSERTE MARCA MENCIONADA EN P15) _____? RM

DINÁMICA DE COMPRA

En línea con lo anterior, la dinámica de compra presenta el mismo comportamiento que la preferencia; donde Nestum es líder al ser la marca más comprada en el último mes y usada actualmente (principalmente en Barranquilla), seguida por Maizena multicereal y Baby Quaker que mantienen porcentajes muy cercanos entre sí.



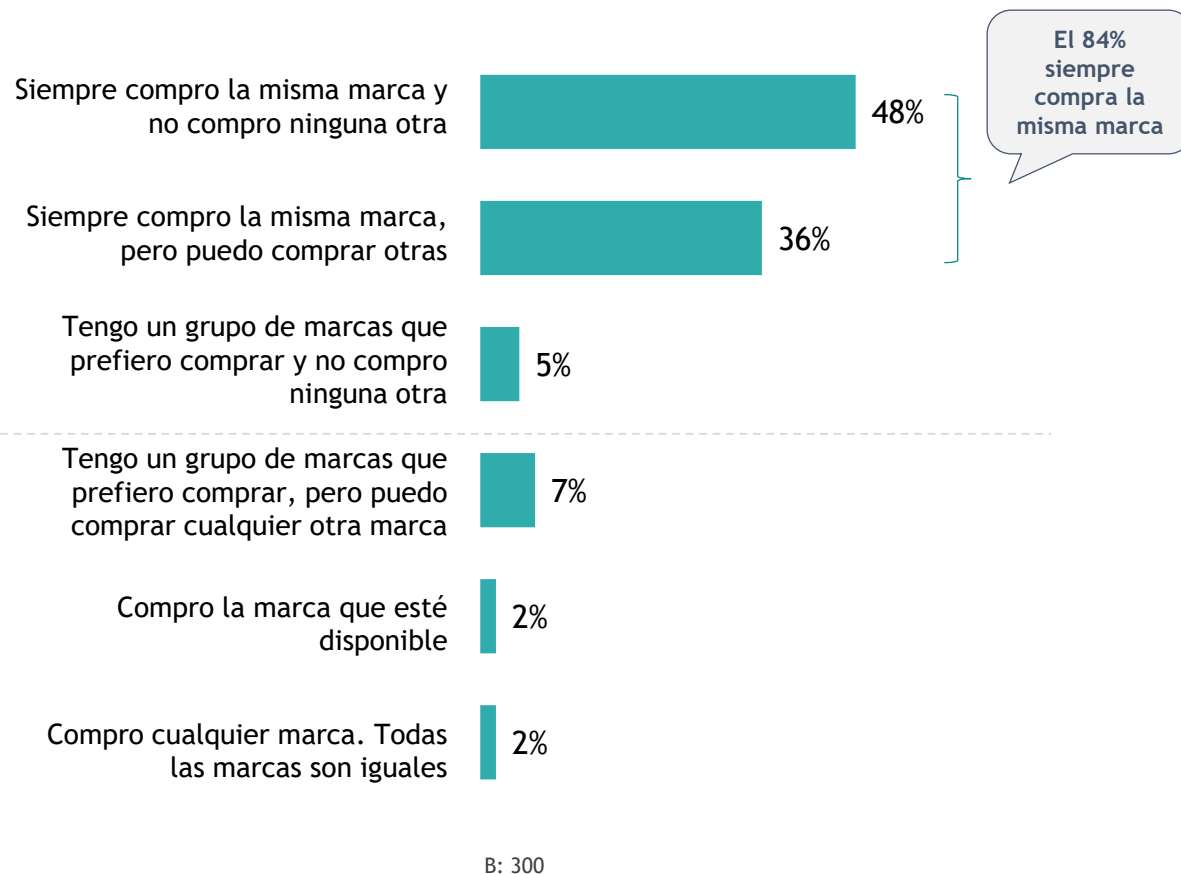
P4. ¿Cuál es la marca de cereales infantiles que más ha comprado en el último mes?

P4.1 ¿Qué otras marcas de cereales infantiles ha comprado en el último mes?

P5. ¿Cuáles otras marcas de cereales infantiles ha comprado alguna vez?

P5.1 ¿Y de las marcas que ha comprado cuál o cuáles usa actualmente para alimentar a su(s) hijo(s) entre 6 y 24 meses?

LEALTAD DE MARCA



En la categoría la fidelidad es alta, donde 8 de cada 10 compran la misma marca, aunque muchas de éstas no están cerradas a comprar una marca distinta.

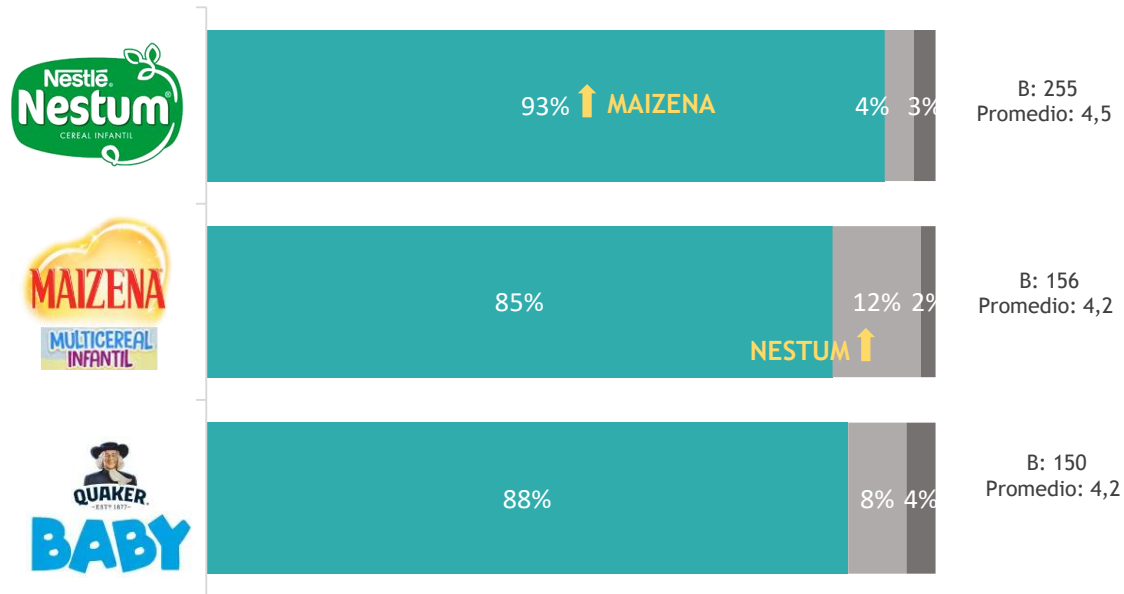


INTENCIÓN DE COMPRA Y RECOMENDACIÓN

Marcas con base superior a 30

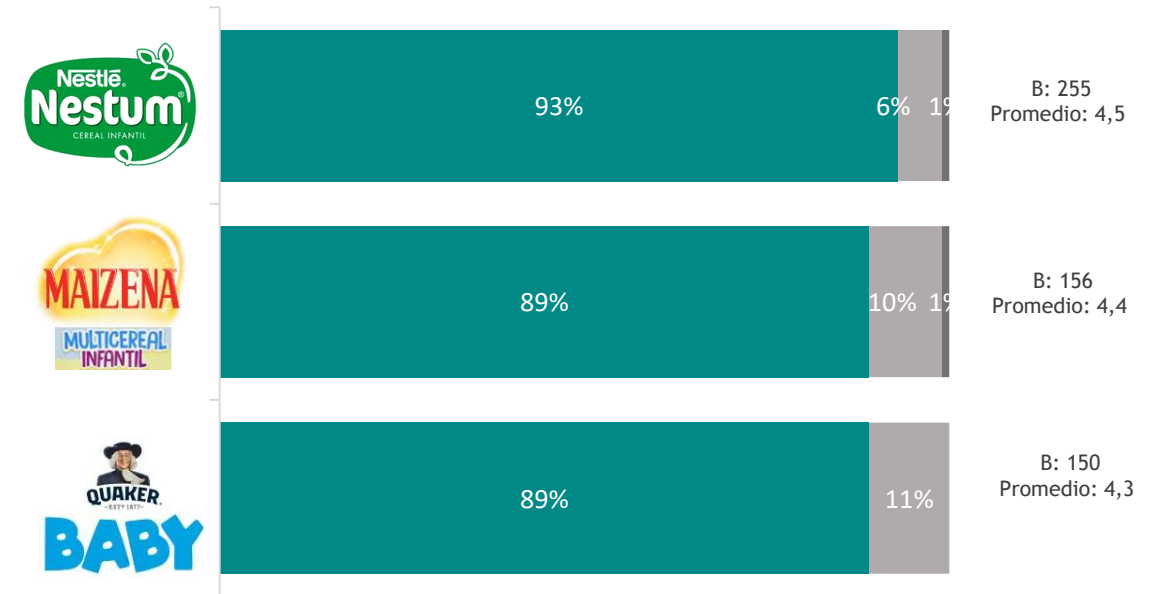
La intención de re-compra y recomendación frente a las tres marcas es alta. Presentando Nestum una intención de compra significativamente superior a Maizena multicereal.

Intención de compra



- La compraría + Definitivamente la compraría
- Podría comprarla o no
- Definitivamente no lo compraría + No lo compraría

Intención de recomendación



- Definitivamente la recomendaría+ la recomendaria
- No se si recomendarla o no
- Definitivamente no la recomendaría + No la recomendaria

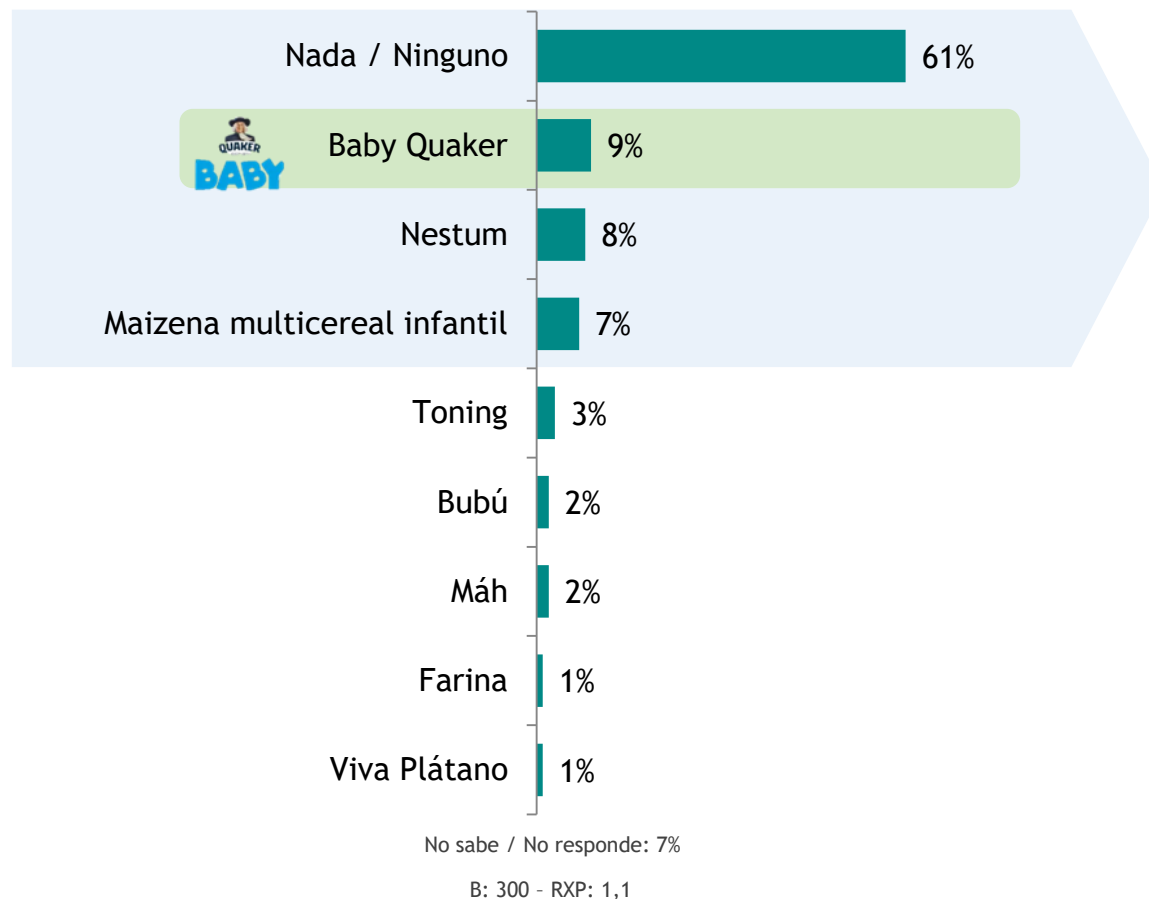
*Base de compradores de la marca: frecuente o alguna vez

P8. Pensando en la próxima vez que tenga que hacer la compra de cereales infantiles para su(s) hijo(s) entre 6 y 24 meses ¿qué tan dispuesta estaría usted a comprar la marca _____ (PROGRAMADOR PREGUNTAR POR CADA MARCA MENCIONADA EN P4, P4.1, P5) de acuerdo a la siguiente escala... / p18. En una escala de 1 a 5 donde 1 es Definitivamente no la recomendaría y 5 es Definitivamente la recomendaría ¿Qué tan dispuesto estaría usted a recomendar las marcas _____ (PROGRAMADOR PREGUNTAR POR CADA MARCA MENCIONADA EN P4, P4.1, P5) de acuerdo a la siguiente escala...

↑ Dif. Significativas entre marcas

ABANDONO DE MARCAS

Marcas que ha dejado de comprar



Hay poco abandono de marcas y se da principalmente en las de mayor participación, como es de esperarse. Dos detonantes principales: rechazo del bebé o costo.

Principales detonantes de abandono

No le gusta a mi bebé, la rechazó	11	6	8
Es costosa	9	9	5
No tiene variedad de sabores	4	1	5
No favorece la salud de mi bebé	3	-	3
No se consigue con facilidad	3	1	-
No tiene buen sabor	2	3	3
No es una marca reconocida	2	-	-
Tiene mucho azúcar	1	3	5
No le cae bien a mi bebé	-	5	3
Es de mala calidad	-	-	2
No tiene variedad presentaciones	-	-	3
No es una marca recomendada por familiares vecinos o amigos	-	-	4
No es fácil de preparar	-	3	1
Por opinión del pediatra	-	3	-
BASE	28*	24*	22*
RXP	1,3	1,4	1,9

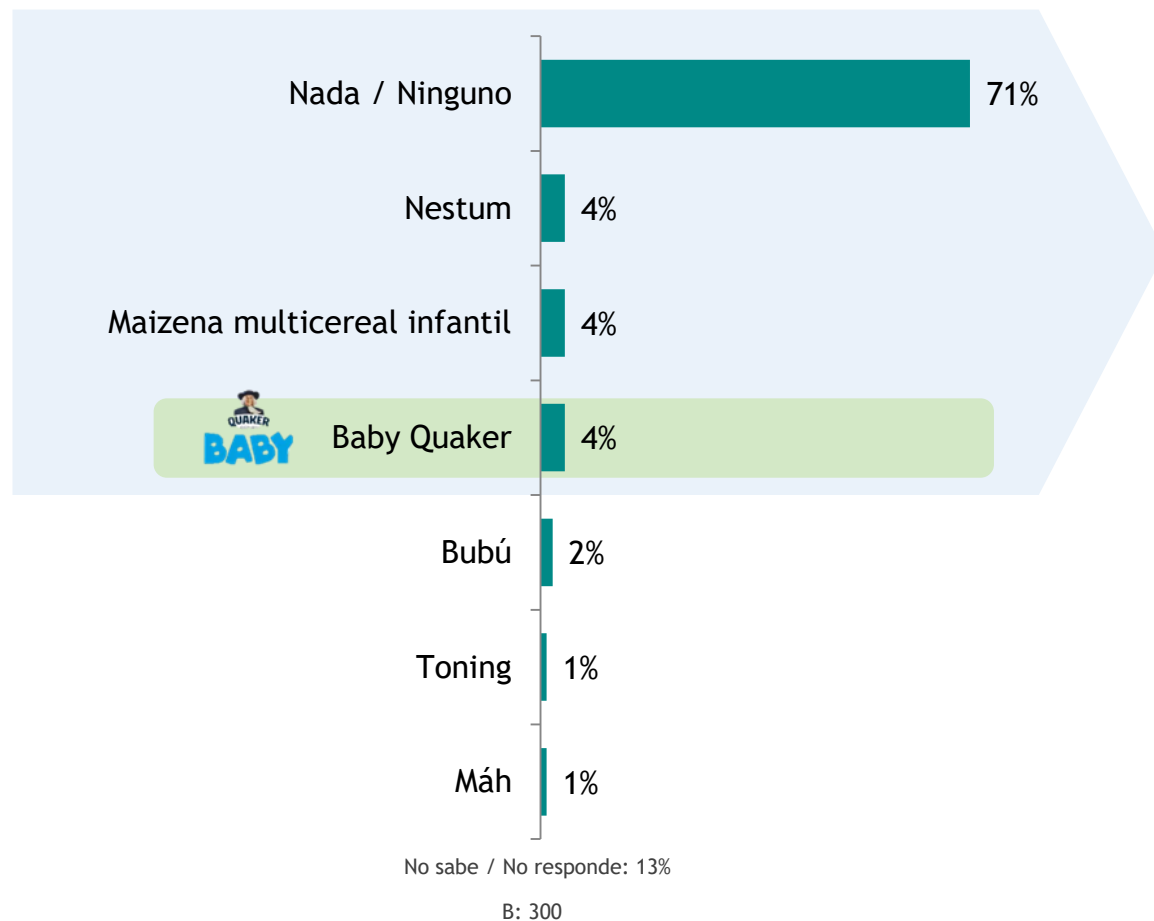
*Datos en menciones

P6. ¿Y cuáles marcas de cereales infantiles ha dejado de comprar o no volvería a comprar?

P6. Usted me dijo que dejó de comprar _____ (PROGRAMADOR INSERTE MARCA MENCIONADA EN P6) ¿Qué la motivo a dejar de comprar esta marca? RM




RECHAZO DE MARCAS

Marcas que nunca compraría



De manera generalizada no se presenta rechazo de marcas.

Principales detonantes de rechazo

			
Es costosa	6	5	5
No se consigue con facilidad	4	-	4
No favorece la salud de mi bebé	3	2	-
Por opinión del pediatra	2	3	2
Es de mala calidad	2	2	-
No es rendidor	2	3	-
No tiene variedad de presentaciones	2	2	-
No tiene buen sabor	1	2	3
Tiene mucho azúcar	-	1	2
No tiene variedad de sabores	-	6	1
BASE	8*	10*	9*
RXP	1,7	2,1	1,7

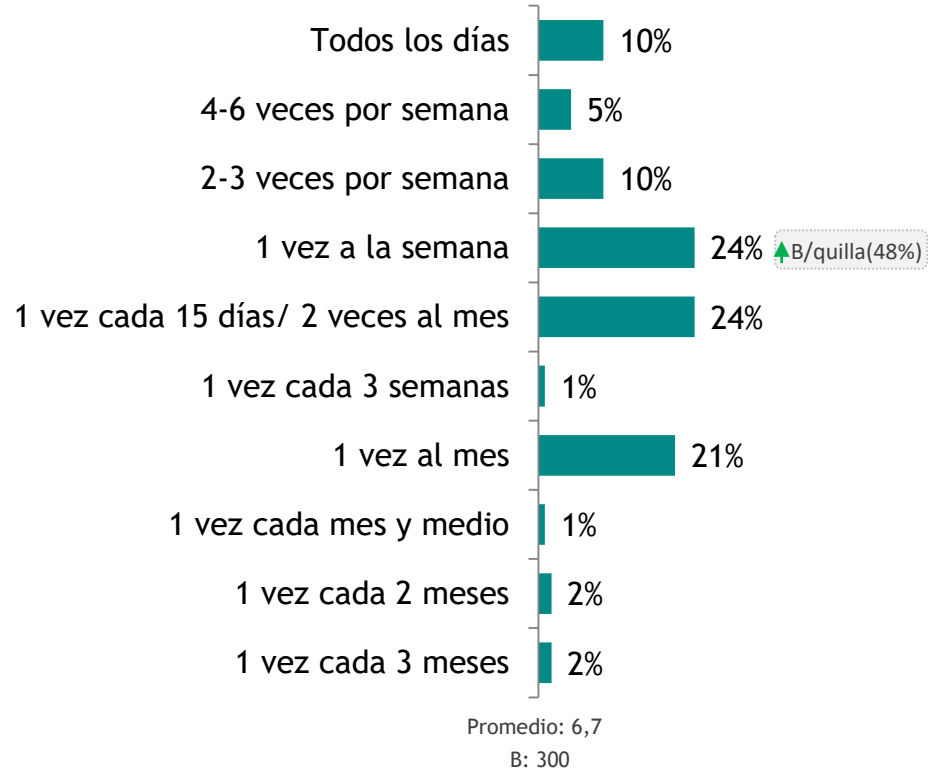
*Datos en menciones

P7. Podría decirme ¿Cuál es la marca de cereales infantiles que nunca compraría?
 P7.1 Usted me dijo que NUNCA compraría la marca _____ (PROGRAMADOR INSERTE MARCA MENCIONADA EN P7) ¿por qué motivo nunca la compraría? RM

HÁBITOS DE COMPRA CEREALES INFANTILES

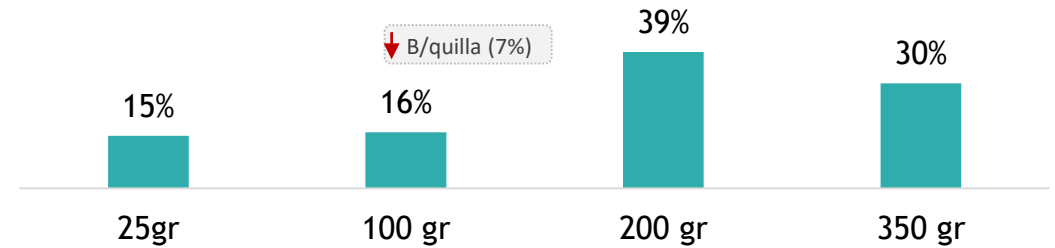
En promedio la compra de cereales infantiles se realiza cada 7 días, donde la mayoría adquiere 1 unidad en presentación de 200 o 350gr, de la variedad de trigo miel a un precio aproximado de 10.500 pesos.

Frecuencia de compra



Tamaño o presentación de compra

B: 300



Cantidad de unidades compradas

1 unidad	58%
2 unidades	26%
3 unidades	8%
4 unidades	3%
5 unidades	5%

B: 300

\$10.464

Precio promedio pagado por cada paquete

B: 300

Sabores o variedades de compra

Trigo miel	50%
Avena Banano	31%
Multicereal	29%
Arroz	26%
Trigo vainilla	21%
Miel	17%
Otra	1%

B: 300 - RXP: 1,8

Sabores de compra de mayor frecuencia:

Trigo miel (39%)

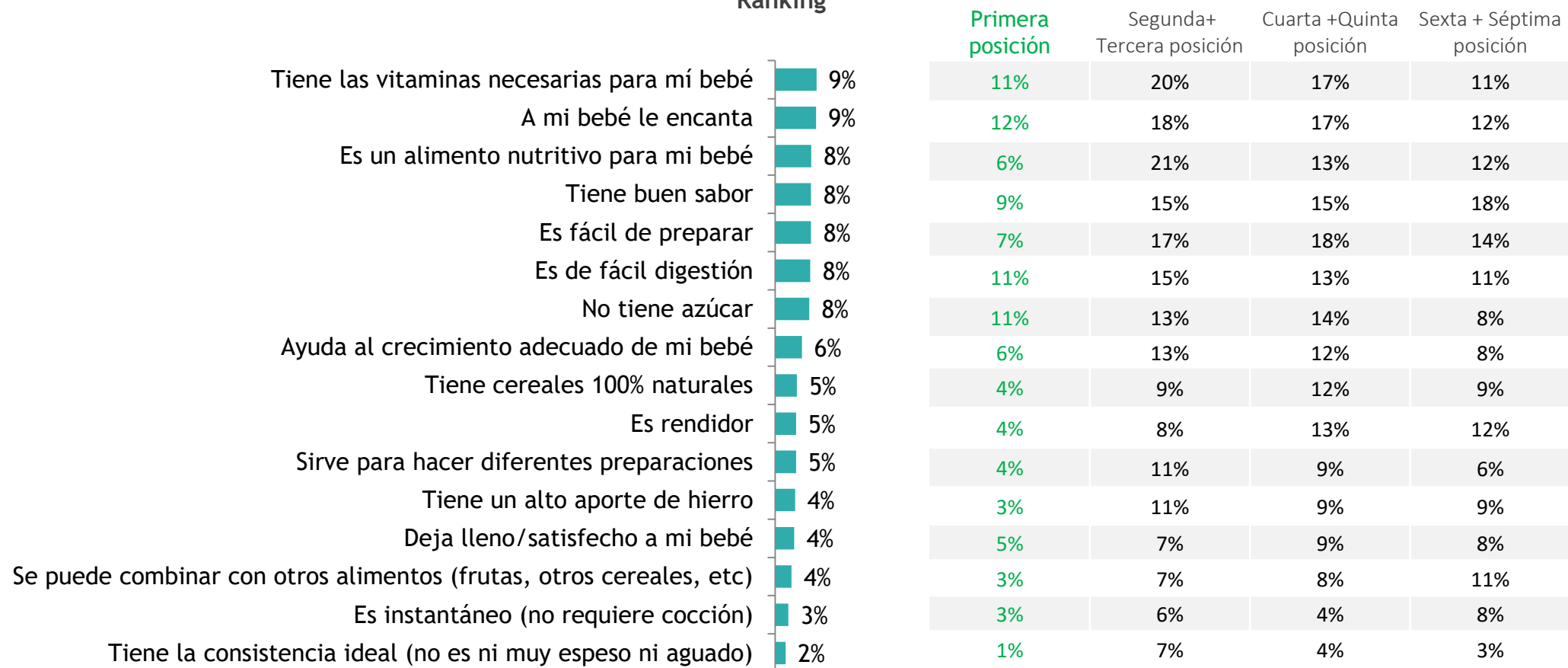
ANÁLISIS DE IMAGEN

APRENDIZAJES:

- Tener las vitaminas necesarias y que le guste al bebé son los atributos de mayor importancia en la categoría.
- Nestum, Maizena multicereal y Baby Quaker se ubican como las líderes a nivel de marca. A nivel de producto Baby Quaker aunque sigue cerca, se queda un poco atrás a nivel de asociaciones.
- De manera generalizada no se presentan asociaciones negativas de producto relevantes en la categoría.

RANKING DE ATRIBUTOS DE LA CATEGORÍA







Ranking



B: 300

ATRIBUTOS NEGATIVOS DE PRODUCTO

No se presentan asociaciones negativas de producto relevantes en general. Algunos pocos consideran a Nestum, Baby Quaker y Máh como las más costosas.

							No está asociado a ninguna marca
	N	B	M	U	T	A	
Tiene mucha azúcar	10%	7%	10%	5%	6%	6%	60%
No es saludable	5%	3%	5%	4%	6%	9%	76%
Es costosa	24%*BUMT	13%*MUT	6%	4%	3%	14%*T	56%
Le cae mal al bebé	6%	5%	5%	3%	4%	6%	81%
Le produce alergias al bebé	5%	4%	2%	0%	4%	6%	85%
Base	293	253	249	93	70	59	300

**NBMUTA: Diferencias significativas entre marcas*

* Base conocedores

L2. Y de las siguientes características ¿con cuál o cuáles marcas de la categoría cereales infantiles que usted conoce, las asocia? ¿algún otro?



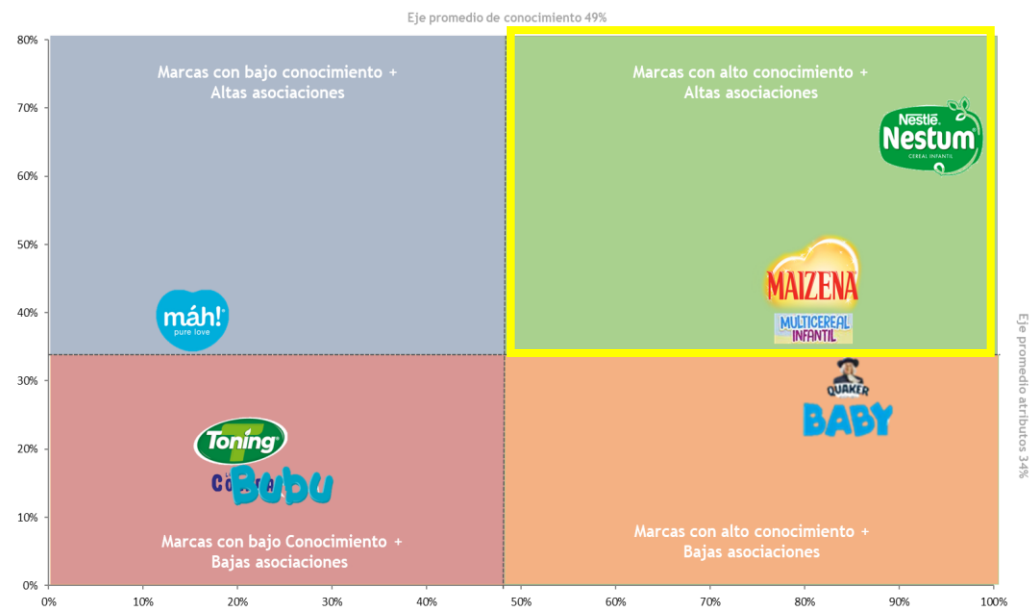
ANÁLISIS DE, MARCAS LÍDERES

APRENDIZAJES:

- Nestum al ser la marca líder cuenta con las más altas asociaciones de producto y marca.
- Maizena multicereal y Baby Quaker presentan un comportamiento positivo similar y sin diferencias relevantes ni de producto ni de imagen.
- Frente a los diferenciales, se presentan unos puntuales, donde gracias a su reconocimiento y tradición Nestum resalta en imagen frente a las demás, lo que impulsa su liderazgo en la categoría. Sin embargo su debilidad está en lo relacionado con precio.

ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO E IMAGEN

Análisis atributos de producto 2023



Análisis atributos de marca 2023



Ilustrativo



	Ola 1	Ola 2	Ola 3
Es para todas las razas	4	1	6
Tiene variedad de opciones según el tamaño y edad	4	3	7
Tiene variedad de sabores	11	6	8
Contiene las vitaminas y los nutrientes necesarios	-7	-4	0
Tiene una textura adecuada	-7	-3	-1
Mantiene brillante el pelaje del gato	-4	0	-1
Tiene más proteína	-4	-4	0
Ayuda con la digestión	-3	1	0
Tiene pepitas de formas y colores diferentes	N/A	N/A	1
Tiene el sabor que le gusta a mi gato	-5	1	-1
Favorece la salud del gato lo mantiene con vigor	-6	-3	-4
Ayuda a fortalecer sus defensas	-2	-1	-3
Hace feliz a mi gato	-6	1	1
Mantiene el popo firme, compacto y sin mal olor	-1	0	-2
Tiene un empaque práctico	N/A	N/A	-4
Tiene comida húmeda	12	-1	4
Tiene carne/pescado/ pollo de verdad	N/A	N/A	1
Tiene un alimento para la personalidad de cada gato	4	15	1
Es rendidor	-4	0	-4
Ayuda en el control de las bolas de pelos	N/A	N/A	-3
Previene a mi gato de problemas urinarios	-3	-1	-4
Base	687	697	749

¿Por qué utilizamos Bip's?

Marcas grandes, bien conocidas, tienden a recibir más respaldos de atributos positivos. Los BIP's remueven el efecto del tamaño de marcas incorporando tanto filas como columnas en el análisis.

Los perfiles son relativos, es decir que para conocer cómo se comporta una marca en un atributo es necesario tomar en cuenta cómo se comportan todas las marcas y todos los atributos.

El paso a paso:

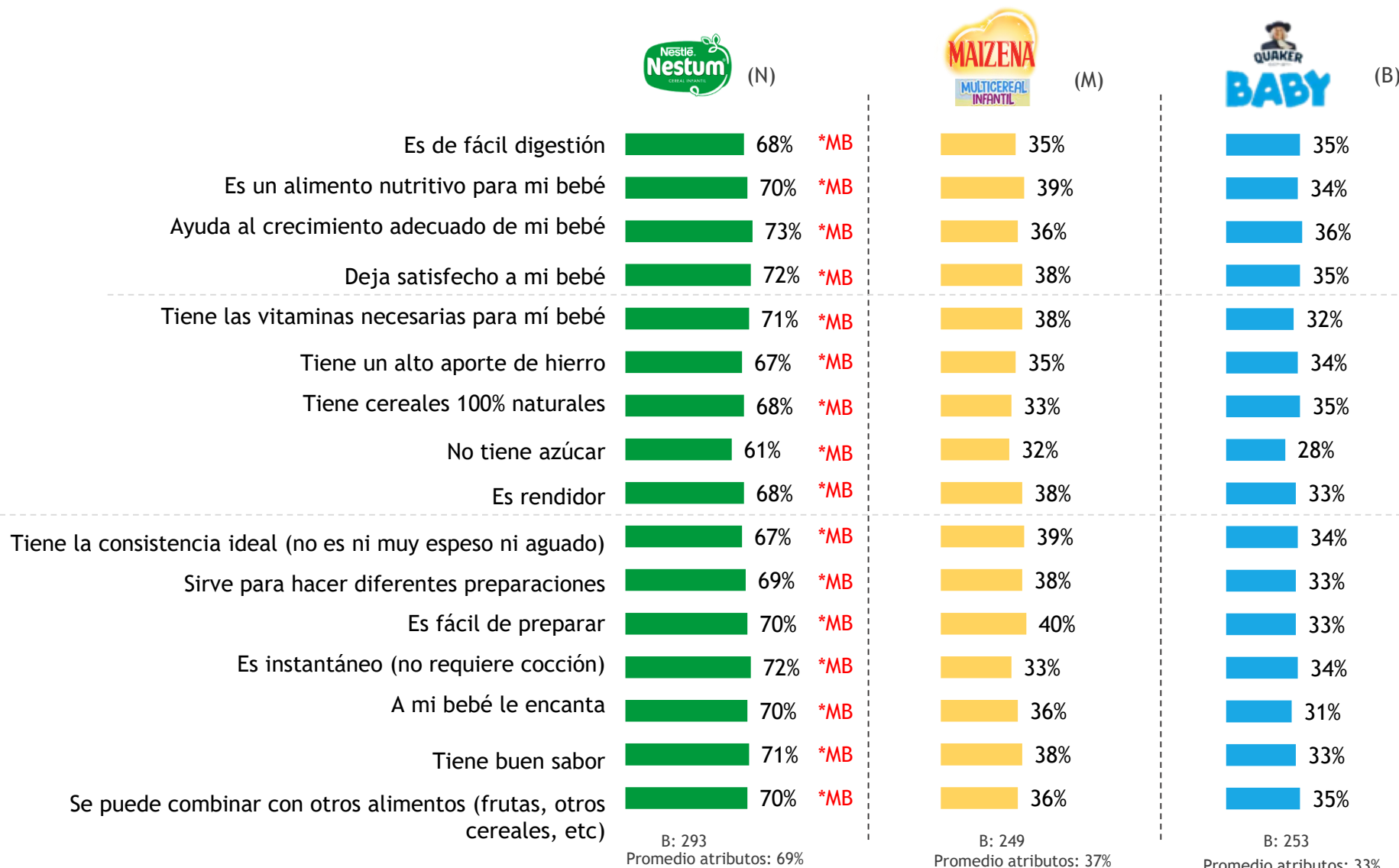
1. Se calculan los valores esperados por marca, por atributo (PV): ¿Cómo esperamos que se comporte la marca para el atributo dado?
2. Calculamos la desviación de los valores observados vs los valores esperados: es decir la diferencia entre el valor observado en la tabla y el PV que se calculó. Esta diferencia nos dice cómo se está desempeñando la marca comparado con lo se espera de ella.

Son importantes porque revelan las fortalezas y debilidades relativas de una marca.

ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE PRODUCTO POR CONOCEDORES

Nestum como marca líder de la categoría presenta las mayores asociaciones en todos los atributos de producto evaluados.

Maizena multicereal y Baby Quaker comparten niveles de asociaciones similares, sin diferencias relevantes.



*NMB: Diferencias significativas entre marcas

* Base conocedores

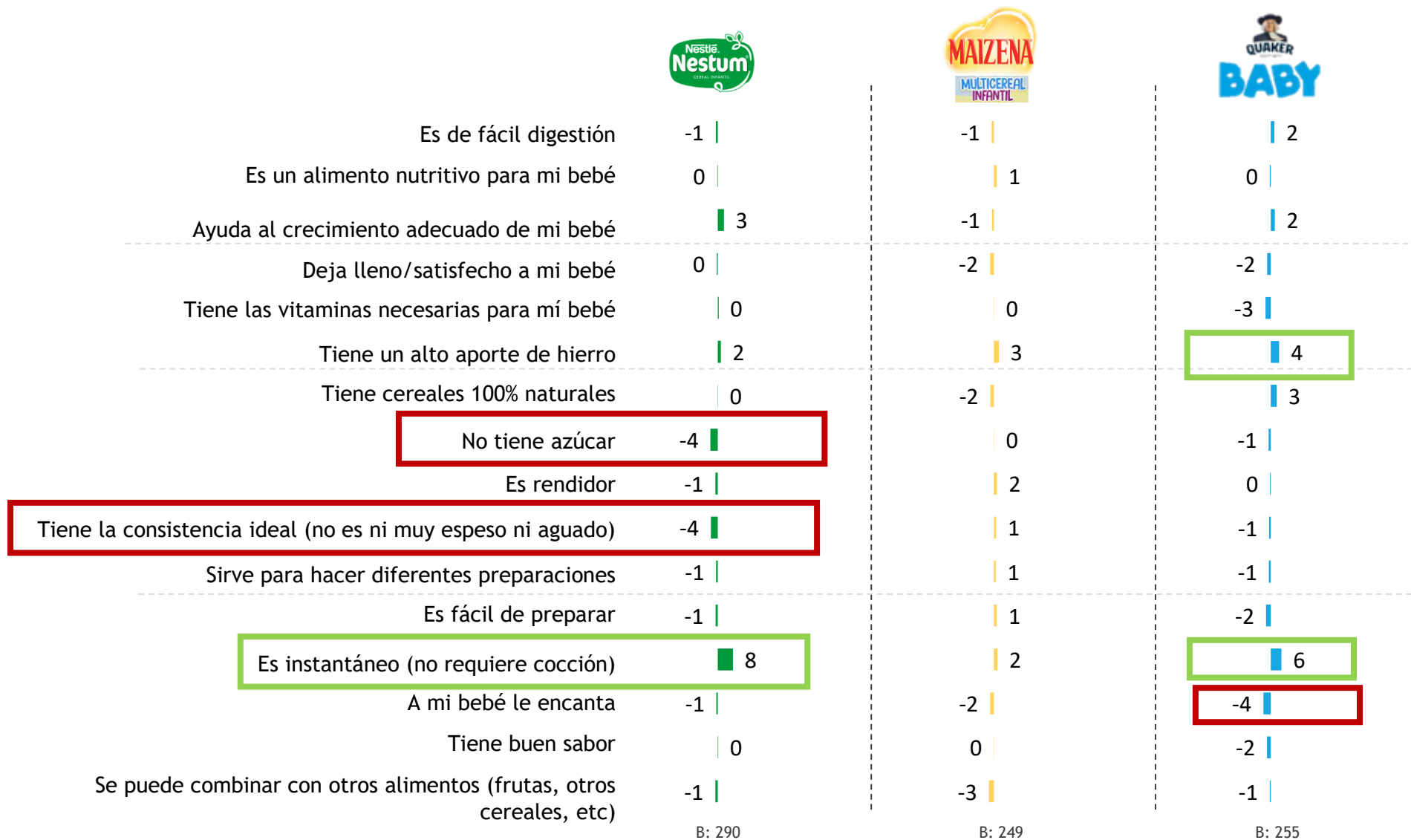
L1. Hablando de la categoría de cereales infantiles ¿Cuál o cuáles marcas, de las que usted conoce, responde mejor a las siguientes características de producto? ¿Algún otro?

BIP'S DE PRODUCTO

Nestum y Baby Quaker destacan al ser instantáneos y no requerir cocción. Sin embargo:

- Nestum se distancia de los atributos sin azúcar y consistencia ideal.
- Y Baby Quaker aunque destaca tener un alto aporte de hierro se aleja del atributo “a mi bebé le encanta”

Por su parte Maizena multicereal no presenta diferenciales.



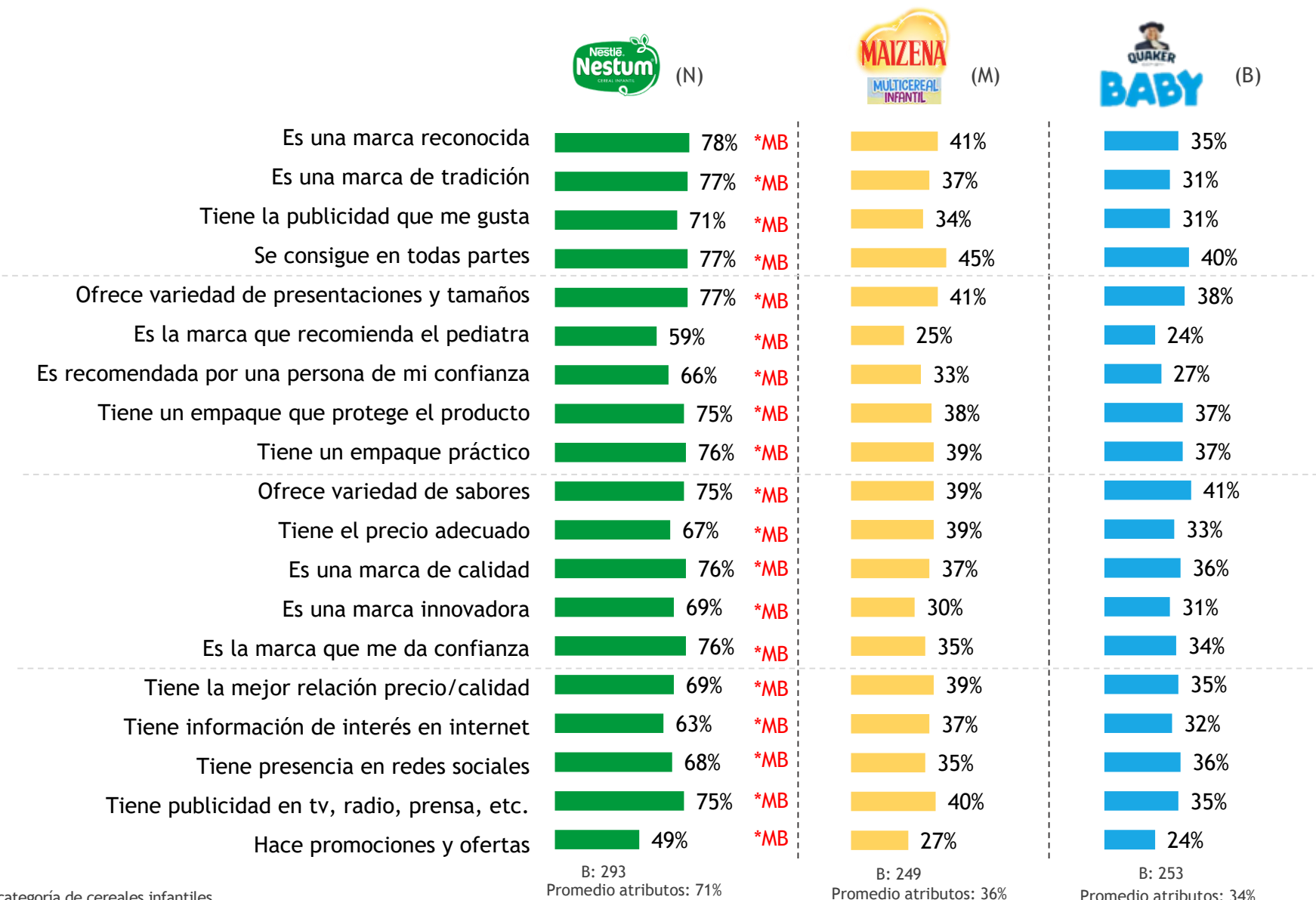
* Base conocedores

L1. Hablando de la categoría de cereales infantiles ¿Cuál o cuáles marcas, de las que usted conoce, responde mejor a las siguientes características de producto? ¿Algún otro?

ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE MARCA POR CONOCEDORES

Nestum refuerza su liderazgo destacando con significancia vs Maizena y Baby en todos los atributos de marca.

Maizena multicereal y Baby Quaker tienen valoraciones muy similares



*NMB: Diferencias significativas entre marcas


* Base conocedores

Q1. Ahora me gustaría que por favor me indicara ¿cuál o cuáles marcas de la categoría de cereales infantiles que usted conoce diría que mejor responde a las siguientes características de marca? ¿Algún otro?

BIP'S DE MARCA

A nivel de imagen Nestum se distingue como la marca reconocida y de tradición. No obstante, no hace promociones y ofertas, no cuenta con información de interés en internet, ni tiene un precio adecuado.

Baby Quaker logra resaltar al ofrecer variedad de sabores, mientras que Maizena multicereal se mantiene sin diferenciales.

	 (N)	 (M)	 (B)
Es una marca reconocida	4	1	-2
Es una marca de tradición	6	1	-3
Tiene la publicidad que me gusta	1	-1	-1
Se consigue en todas partes	1	3	1
Ofrece variedad de presentaciones y tamaños	3	2	2
Es la marca que recomienda el pediatra	-2	-2	0
Es recomendada por una persona de mi confianza	-2	0	-3
Tiene un empaque que protege el producto	1	-2	0
Tiene un empaque práctico	0	-3	-2
Ofrece variedad de sabores	2	0	5
Tiene el precio adecuado	-6	1	-3
Es una marca de calidad	3	-1	1
Es una marca innovadora	3	-1	2
Es la marca que me da confianza	3	-3	-1
Tiene la mejor relación precio/calidad	-4	1	0
Tiene información de interés en internet	-7	2	0
Tiene presencia en redes sociales	-3	-1	3
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	3	3	0
Hace promociones y ofertas	-11	1	1

B: 290

B: 249

B: 255

* Base conocedores

Q1. Ahora me gustaría que por favor me indicara ¿cuál o cuáles marcas de la categoría de cereales infantiles que usted conoce diría que mejor responde a las siguientes características de marca? ¿Algún otro?

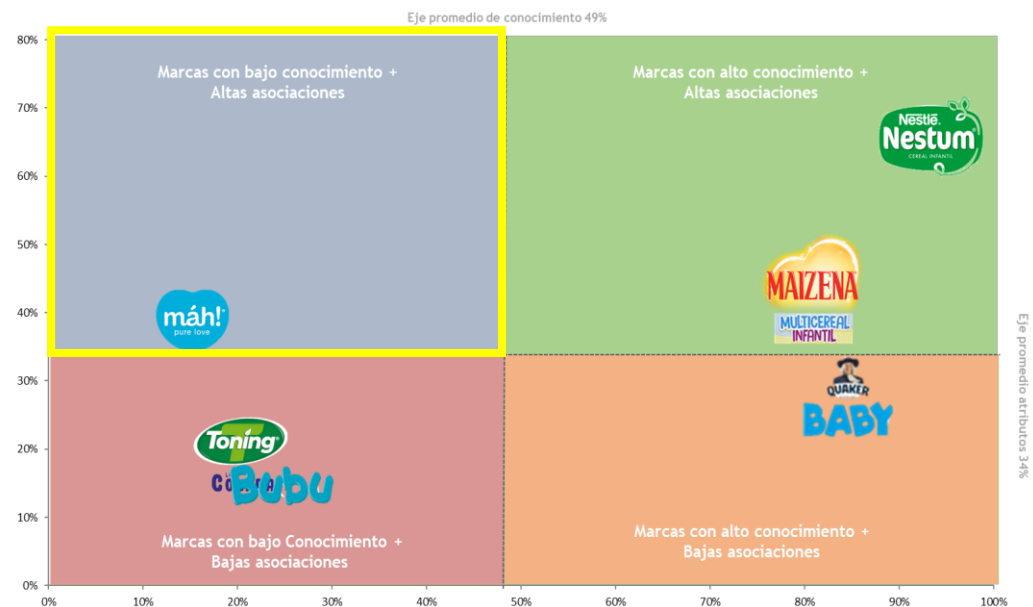
ANÁLISIS DE MARCAS SEGUIDORAS

APRENDIZAJES:

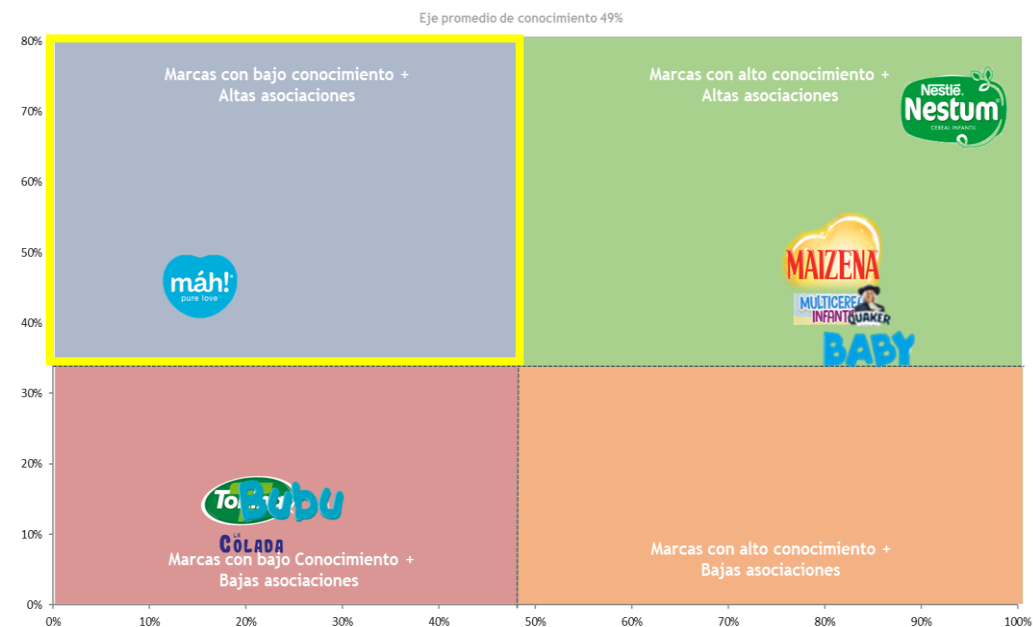
Máh es una marca con conocimiento limitado, pero que ha construido asociaciones, con varios diferenciales tanto en producto como en imagen.

ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO E IMAGEN

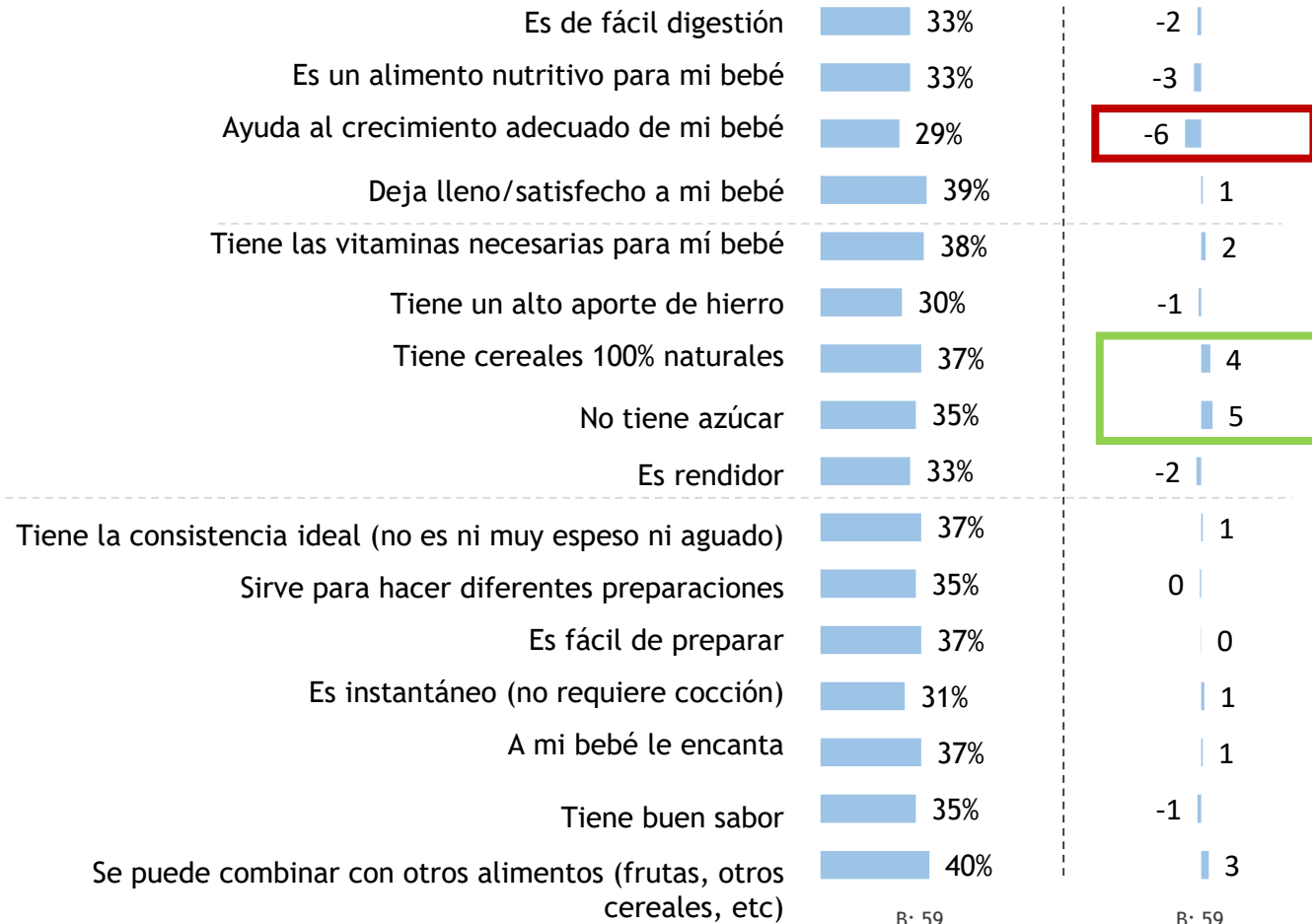
Análisis atributos de producto 2023



Análisis atributos de marca 2023



ASOCIACIONES ATRIBUTOS Y BIP'S DE PRODUCTO POR CONOCEDORES



B: 59
Promedio atributos: 35%



Máh es una marca que ha construido contenidos y asociaciones, pero es poco conocida.

Entre los atributos que la distinguen está su naturalidad y no tener azúcar. Sin embargo, se aleja del atributo de ayudar al crecimiento adecuado del bebé.

* Base conocedores

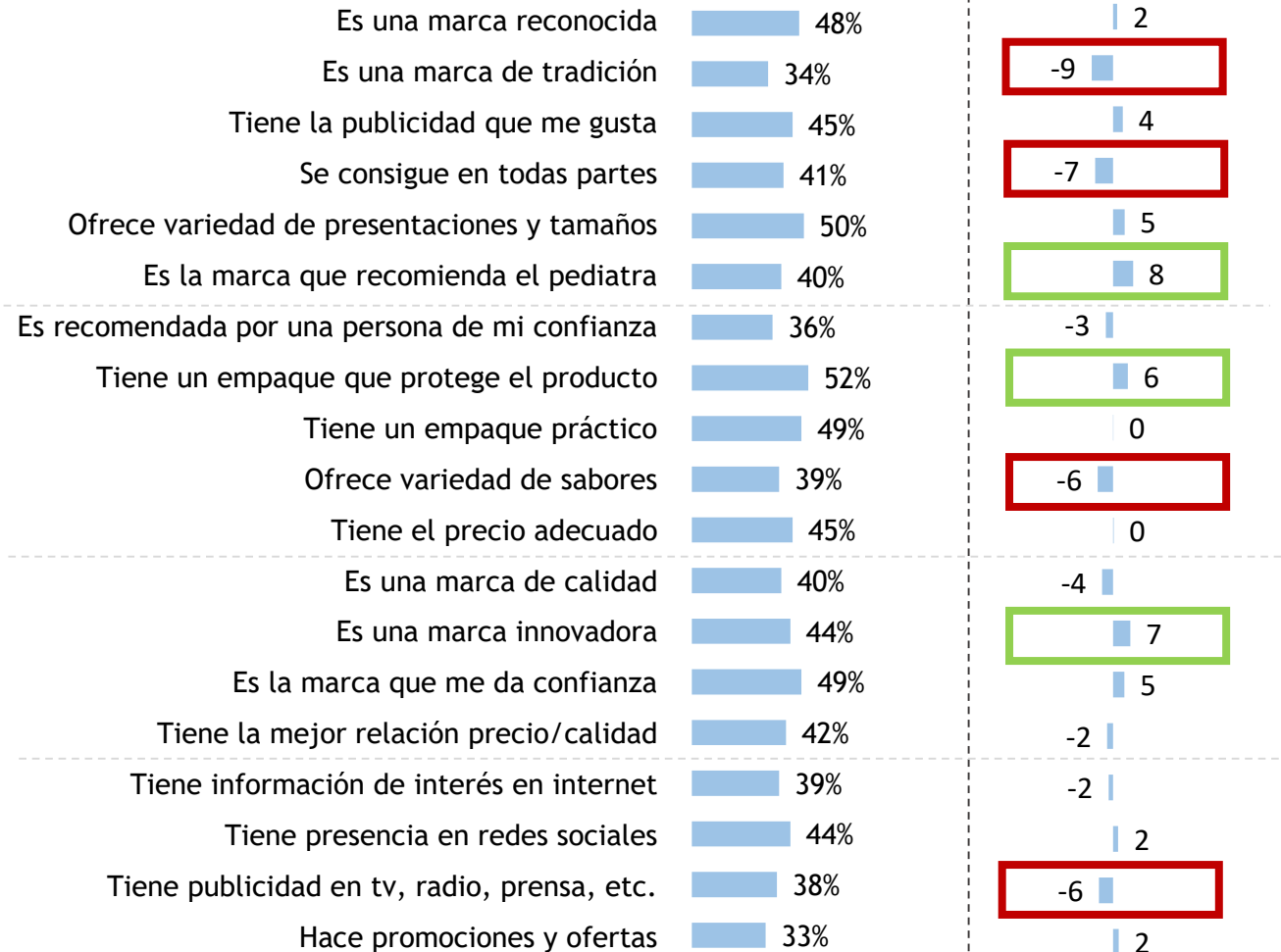
L1. Hablando de la categoría de cereales infantiles ¿Cuál o cuáles marcas, de las que usted conoce, responde mejor a las siguientes características de producto? ¿Algún otro?

ASOCIACIONES ATRIBUTOS Y BIP'S DE MARCA POR CONOCEDORES



En imagen Máh también logra porcentajes importante de asociaciones, logrando diferenciarse al ser una marca recomendada por el pediatra, innovadora y con un empaque que protege el producto.

No obstante, no es una marca de tradición, no se consigue con facilidad, no ofrece variedad de sabores ni tiene publicidad.



B: 59

Promedio atributos: 43%

* Base conocedores

Q1. Ahora me gustaría que por favor me indicara ¿cuál o cuáles marcas de la categoría de cereales infantiles que usted conoce diría que mejor responde a las siguientes características de marca? ¿Algún otro?

A photograph of a woman with long dark hair, wearing a white lab coat, feeding a baby with a spoon. The baby is also wearing a white lab coat and has some white substance on their chin. The image is overlaid with a teal semi-transparent circle on the left side.

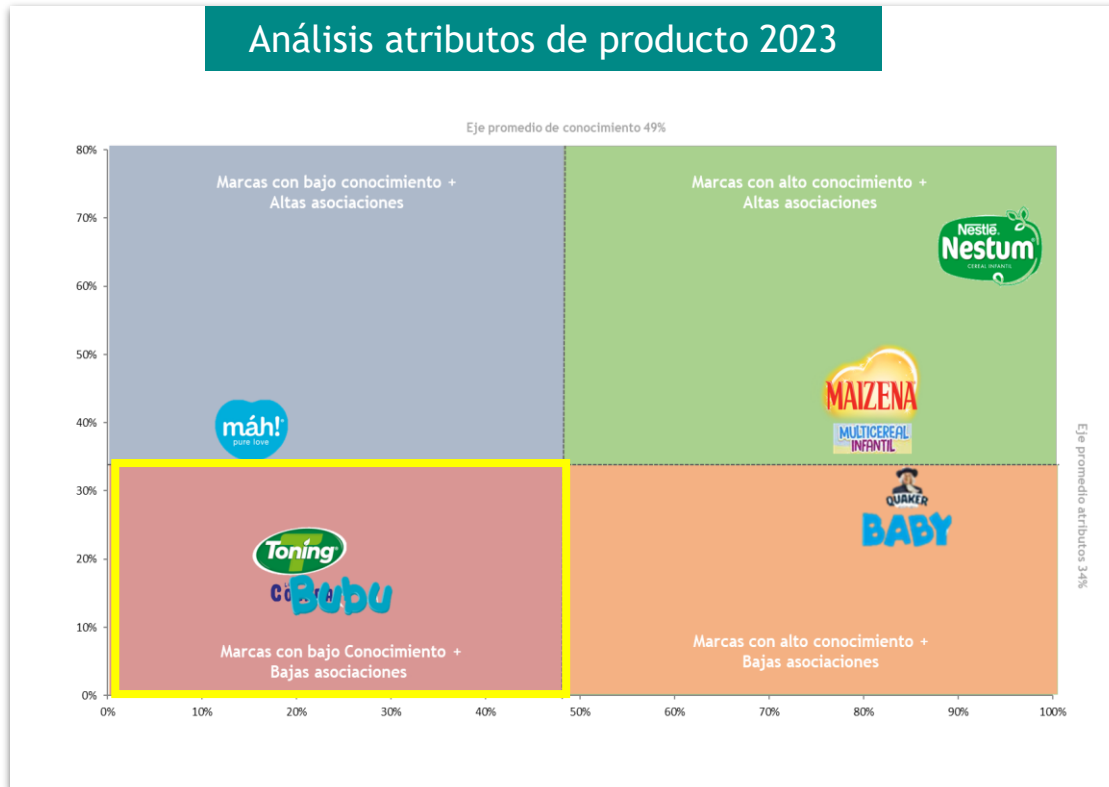
ANÁLISIS DE MARCAS BAJO CONOCIMIENTO

APRENDIZAJES:

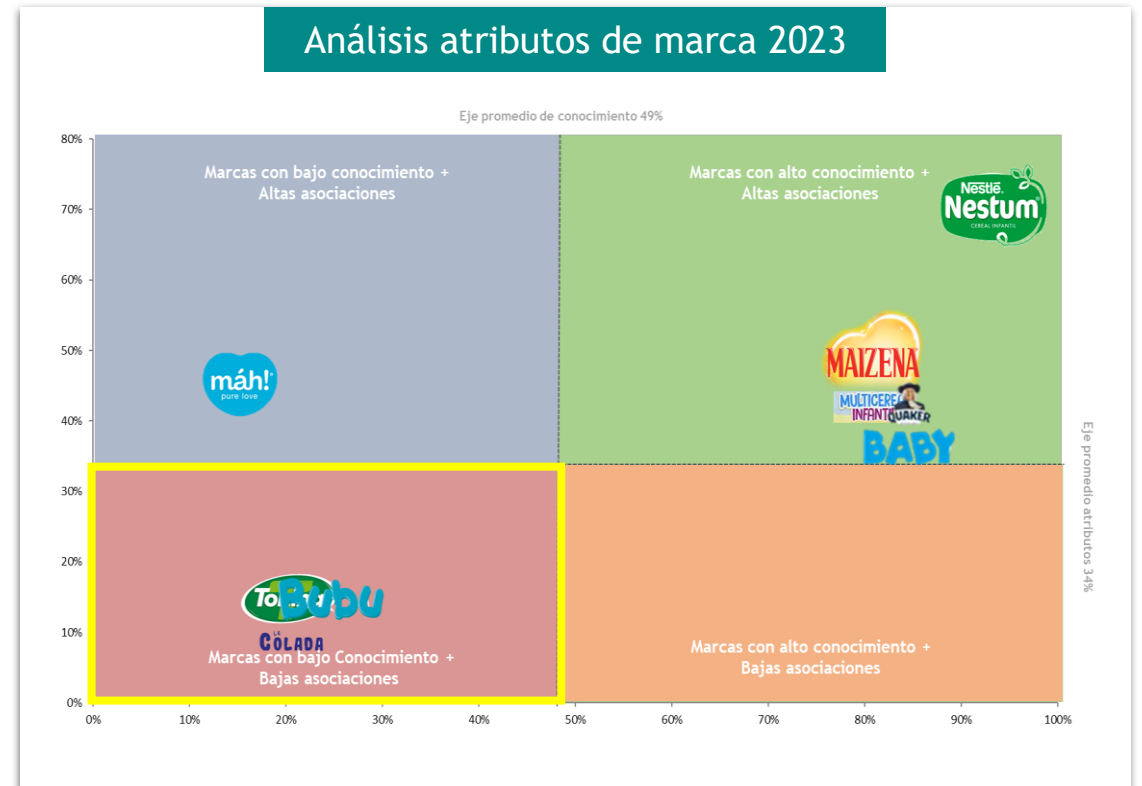
- Toníng y Bubu son marcas que no tienen conocimiento relevante ni asociaciones de imagen o de producto fuertes, las mayores están en promedios del 20%.
- Los diferenciales son pocos.

ANÁLISIS DE CONOCIMIENTO E IMAGEN

Análisis atributos de producto 2023



Análisis atributos de marca 2023



ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE PRODUCTO POR CONOCEDORES



Sin diferencias relevantes, Tonín y Bubu cuentan con bajos niveles de asociaciones de producto.

Atributo	Tonín (T)	Bubu (U)
Es de fácil digestión	19%	14%
Es un alimento nutritivo para mi bebé	20%	15%
Ayuda al crecimiento adecuado de mi bebé	19%	15%
Deja lleno/satisfecho a mi bebé	21%	18%
Tiene las vitaminas necesarias para mí bebé	18%	16%
Tiene un alto aporte de hierro	10%	14%
Tiene cereales 100% naturales	11%	17%
No tiene azúcar	14%	13%
Es rendidor	21%	13%
Tiene la consistencia ideal (no es ni muy espeso ni aguado)	21%	15%
Sirve para hacer diferentes preparaciones	20%	14%
Es fácil de preparar	18%	18%
Es instantáneo (no requiere cocción)	6%	14%
A mi bebé le encanta	21%	17%
Tiene buen sabor	18%	18%
Se puede combinar con otros alimentos (frutas, otros cereales, etc)	21%	15%

B: 70
Promedio atributos: 17%

B: 93
Promedio atributos: 15%

**TU: Diferencias significativas entre marcas*

* Base conocedores

L1. Hablando de la categoría de cereales infantiles ¿Cuál o cuáles marcas, de las que usted conoce, responde mejor a las siguientes características de producto? ¿Algún otro?

BIP'S DE PRODUCTO

Toníng resalta al ser rendidor, pero se aleja de ser instantáneo, alto aporte de hierro y tener cereales 100% naturales.

Bubu por su parte, no cuenta con diferenciales de producto.

	Toníng CÓLADA	Bubu
Es de fácil digestión	2	-1
Es un alimento nutritivo para mi bebé	3	-1
Ayuda al crecimiento adecuado de mi bebé	2	-1
Deja lleno/satisfecho a mi bebé	2	1
Tiene las vitaminas necesarias para mí bebé	0	0
Tiene un alto aporte de hierro	-4	1
Tiene cereales 100% naturales	-5	3
No tiene azúcar	0	0
Es rendidor	4	-2
Tiene la consistencia ideal (no es ni muy espeso ni aguado)	3	-1
Sirve para hacer diferentes preparaciones	3	-2
Es fácil de preparar	0	1
Es instantáneo (no requiere cocción)	-8	2
A mi bebé le encanta	3	1
Tiene buen sabor	0	2
Se puede combinar con otros alimentos (frutas, otros cereales, etc)	3	-2
	B: 70	B: 93

* Base conocedores

L1. Hablando de la categoría de cereales infantiles ¿Cuál o cuáles marcas, de las que usted conoce, responde mejor a las siguientes características de producto? ¿Algún otro?

ASOCIACIONES ATRIBUTOS DE MARCA POR CONOCEDORES

En línea con los resultados de producto, en relación a la marca tampoco se presentan asociaciones claras ni para Toníng ni para Bubu.



(T)



(U)

Es una marca reconocida	13%	13%
Es una marca de tradición	12%	15%
Tiene la publicidad que me gusta	10%	13%
Se consigue en todas partes	15%	16%
Ofrece variedad de presentaciones y tamaños	11%	11%
Es la marca que recomienda el pediatra	6%	10%
Es recomendada por una persona de mi confianza	11%	15%
Tiene un empaque que protege el producto	13%	13%
Tiene un empaque práctico	15%	20%
Ofrece variedad de sabores	12%	15%
Tiene el precio adecuado	14%	18%
Es una marca de calidad	13%	14%
Es una marca innovadora	7%	10%
Es la marca que me da confianza	13%	12%
Tiene la mejor relación precio/calidad	14%	16%
Tiene información de interés en internet	16%	11%
Tiene presencia en redes sociales	12%	12%
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	11%	15%
Hace promociones y ofertas	5%	15%

B: 70
Promedio atributos: 12%

B: 93
Promedio atributos: 14%

**TU: Diferencias significativas entre marcas*

* Base conocedores

BIP'S DE MARCA



Con diferencias de imagen muy puntuales:
 Tonín destaca por tener información de interés en internet, mientras que Bubu por sus promociones y ofertas.

Es una marca reconocida	0	-3
Es una marca de tradición	1	1
Tiene la publicidad que me gusta	-1	0
Se consigue en todas partes	1	-1
Ofrece variedad de presentaciones y tamaños	-2	-4
Es la marca que recomienda el pediatra	-2	1
Es recomendada por una persona de mi confianza	1	3
Tiene un empaque que protege el producto	0	-3
Tiene un empaque práctico	1	3
Ofrece variedad de sabores	-1	0
Tiene el precio adecuado	2	3
Es una marca de calidad	1	-1
Es una marca innovadora	-2	-1
Es la marca que me da confianza	1	-3
Tiene la mejor relación precio/calidad	2	1
Tiene información de interés en internet	■ 5	-2
Tiene presencia en redes sociales	1	-1
Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.	-1	1
Hace promociones y ofertas	-2	■ 6

B: 70

B: 93

* Base conocedores

Q1. Ahora me gustaría que por favor me indicara ¿cuál o cuáles marcas de la categoría de cereales infantiles que usted conoce diría que mejor responde a las siguientes características de marca? ¿Algún otro?

ANÁLISIS DE POSICIONAMIENTO

APRENDIZAJES:

El posicionamiento está diferenciado por marca:

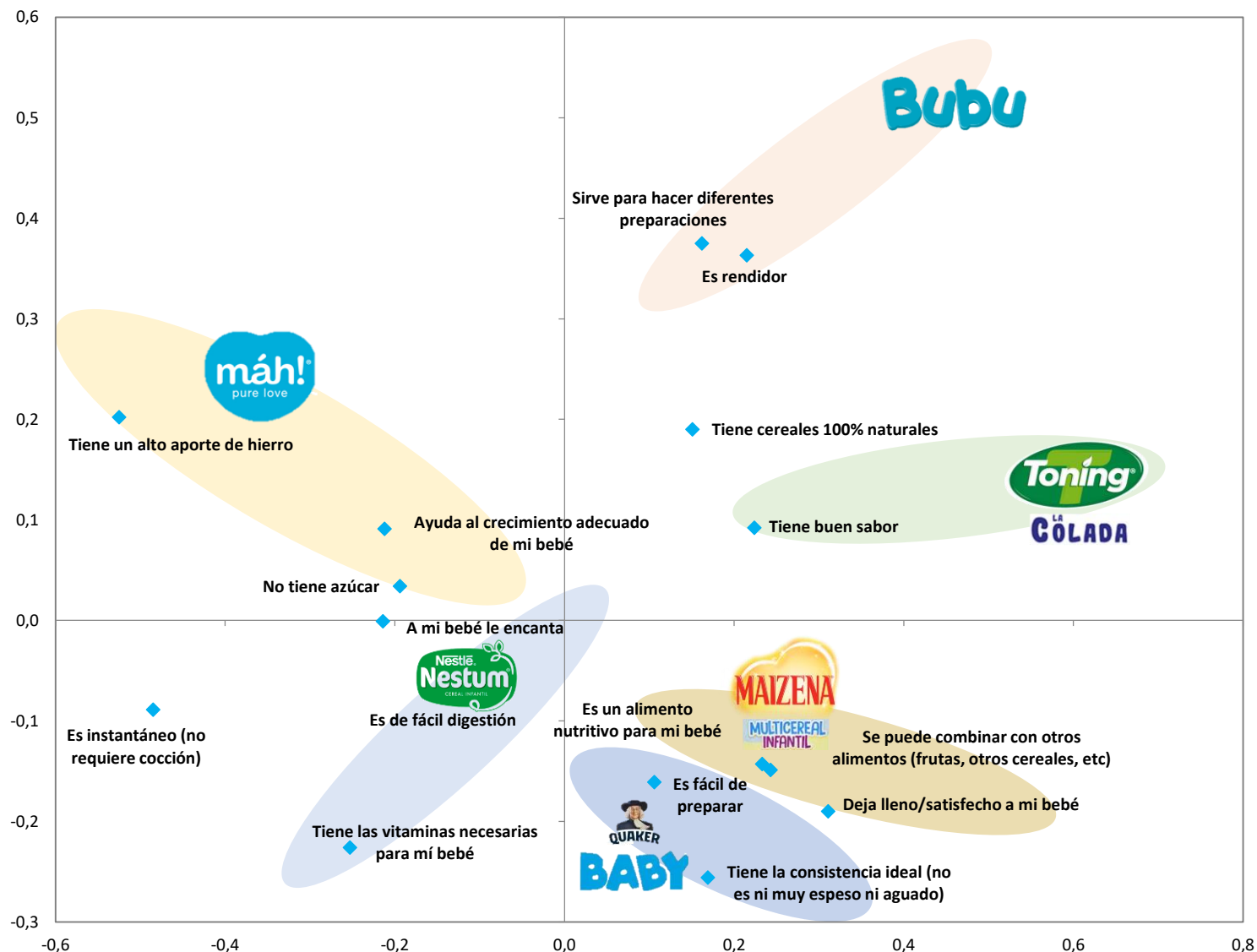
Las de alto conocimiento:

- Nestum cuenta con un producto que le encanta a los bebés, que tiene las vitaminas necesarias y es de fácil digestión. Además, como marca cuenta con reconocimiento, genera confianza, tiene presencia en redes sociales, tiene un empaque que protege el producto y ofrece variedad de presentaciones y tamaños.
- El producto de Baby Quaker es fácil de preparar y tiene la consistencia ideal, mientras que en imagen resalta por su facilidad de consecución, ser de calidad y ofrecer variedad de sabores.
- Maizena multicereal infantil se puede combinar con otros alimentos, sacia al bebé y es nutritivo. Como marca destaca por economía, publicidad, recomendación, tradición y practicidad.

Las poco conocidas:

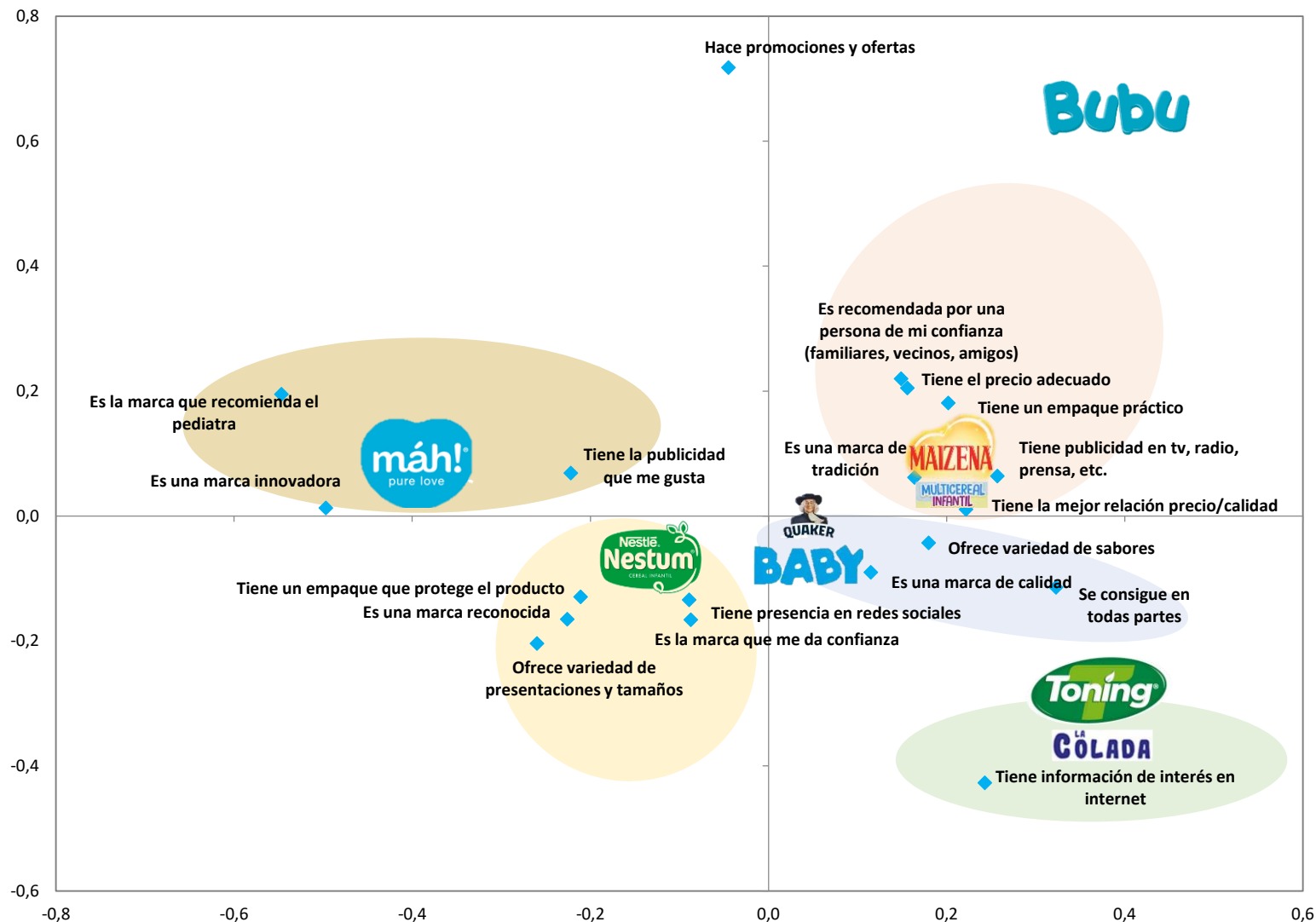
- Toning tiene buen sabor e información de interés en internet.
- Máh no tiene azúcar, aporta hierro y ayuda al crecimiento del bebé. Es además una marca recomendada por el pediatra, innovadora y con publicidad de interés.
- Mientras que Bubu no tiene un posicionamiento en imagen, pero resalta en producto al ser rendidor y servir para diferentes preparaciones.

MAPA DE POSICIONAMIENTO



- Es de fácil digestión
- Es un alimento nutritivo para mi bebé
- Ayuda al crecimiento adecuado de mi bebé
- Deja lleno/satisfecho a mi bebé
- Tiene las vitaminas necesarias para mí bebé
- Tiene un alto aporte de hierro
- Tiene cereales 100% naturales
- No tiene azúcar
- Es rendidor
- Tiene la consistencia ideal (no es ni muy espeso ni aguado)
- Sirve para hacer diferentes preparaciones
- Es fácil de preparar
- Es instantáneo (no requiere cocción)
- A mi bebé le encanta
- Tiene buen sabor
- Se puede combinar con otros alimentos (frutas, otros cereales, etc)

MAPA DE POSICIONAMIENTO IMAGEN



- Es una marca reconocida
- Es una marca de tradición
- Tiene la publicidad que me gusta
- Se consigue en todas partes
- Ofrece variedad de presentaciones y tamaños
- Es la marca que recomienda el pediatra
- Es recomendada por una persona de mi confianza (familiares, vecinos, amigos)
- Tiene un empaque que protege el producto
- Tiene un empaque práctico
- Ofrece variedad de sabores
- Tiene el precio adecuado
- Es una marca de calidad
- Es una marca innovadora
- Es la marca que me da confianza
- Tiene la mejor relación precio/calidad
- Tiene información de interés en internet
- Tiene presencia en redes sociales
- Tiene publicidad en tv, radio, prensa, etc.
- Hace promociones y ofertas

PROFUNDIZACIÓN BABY QUAKER Y NESTUM



BABY QUAKER

Base de compradoras frecuentes y exclusivas de Baby Quaker

😊 Lo qué más gusta

Es nutritivo	28%
Tiene variedad de sabores	27%
El sabor es agradable	24%
Es fácil de preparar	19%
Tiene buena consistencia	16%
Ayuda a la buena digestión	14%
Se puede combinar con otros alimentos	13%
Es de buena calidad	10%
Es bueno para la salud	10%
Le gusta al bebé	9%
No tiene azúcar	8%
Es una marca reconocida	5%
Tiene el precio adecuado	5%
Tiene buena presentación	2%
Es rendidor	2%
Viene en diferentes tamaños	1%

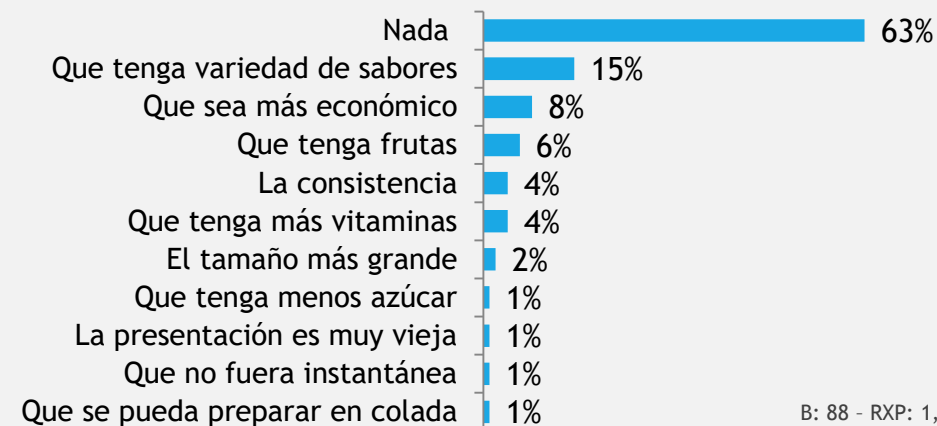
B: 88 - RXP: 1,9

😞 Lo qué menos gusta

Nada / Todo le gusta	67%
No tiene buena consistencia	13%
No viene en tamaño grande	5%
Es costoso	4%
La preparación es demorada	3%
No rinde	3%
No se puede combinar con otros alimentos	2%
Es muy desabrido	2%
Tiene mucha harina	1%
Engorda	1%
Solo viene en dos sabores	1%
Solo viene hasta los seis meses	1%
Debería tener una caja protegiendo la bolsa	1%

B: 88 - RXP: 1,1

Lo que le cambiarían



B: 88 - RXP: 1,1

¿Por qué le da a su bebé el cereal infantil Baby Quaker?

B: 88 - RXP: 1,1

Es nutritivo	40%
Le gusta al bebé	26%
Es un producto de buena calidad	16%
Es saludable	15%
Es un buen complemento alimenticio	14%
El sabor es agradable	12%
Ayuda a la buena digestión	12%
Tiene variedad de sabores	11%
Es fácil de preparar	6%
Tiene buena textura	5%
Se puede preparar de diferentes maneras	3%
Por tradición	3%
Es una marca de buena calidad	3%
Otras menciones	6%

P20. ¿Podría decirme que es lo QUÉ MÁS LE GUSTA del cereal infantil Baby Quaker?

P21. ¿Y que es lo QUÉ MENOS LE GUSTA del cereal infantil Baby Quaker?

P22. Teniendo en cuenta su experiencia con el cereal infantil Baby Quaker, ¿Qué le cambiaría?

P23. Ahora podría por favor indicarme, ¿Por qué le da a su bebé el cereal infantil Baby Quaker?

BABY QUAKER

Base de conocedoras, no compradoras de Baby Quaker

Razones para no darle al bebé actualmente el cereal infantil Baby Quaker

Prefiere otra marca	35%
No le gusta al bebé	18%
No le llama la atención	11%
No le permite una buena digestión	10%
Su sabor no es agradable	9%
Es costoso	6%
No tiene variedad de sabores	4%
No es apto para la edad del bebé	4%
Es difícil de conseguir	3%
No tiene buena textura	3%
Hay que añadirle azúcar	2%
No tiene publicidad	2%
Se combina con frutas	1%
El pediatra le recomendó no darle	1%
Todos los productos de la marca tienen muchos conservantes	1%
No rinde	1%

B: 156 - RXP: 1,2

P24. Usted me comentó que conocía la marca Baby Quaker ¿Podría por favor indicarme, ¿por qué no le da a su bebé actualmente el cereal infantil de esta marca? ENC. PROFUNDIZAR ¿Algo más?



NESTUM

Base de compradoras frecuentes y exclusivas de Nestum

😊 Lo qué más gusta

Tiene variedad de sabores	31%
Es fácil de preparar	27%
Es nutritivo	23%
El sabor es agradable	22%
Combina bien con otros alimentos	19%
Le gusta al bebé	16%
Es multicereal	13%
Tiene buena consistencia	13%
Es saludable	10%
Ayuda a la buena digestión	9%
Es una marca reconocida	7%
Es práctico	6%
Tiene diferentes formas de preparación	5%
Es rendidor	4%
Es de buena calidad	3%
No tiene azúcar	2%
Es económico	2%
Otras menciones	2%

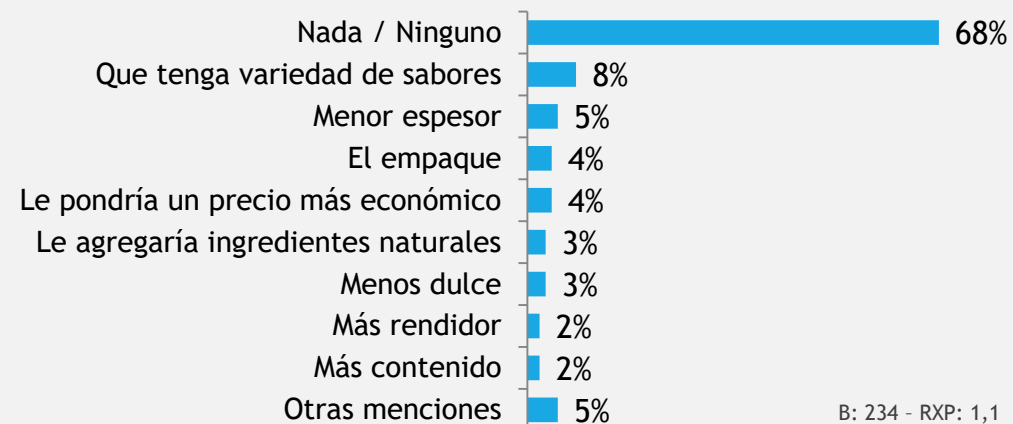
B: 234 - RXP: 2,1

😞 Lo qué menos gusta

Nada / Todo le gustó	73%
La consistencia	6%
Es costoso	5%
No tiene variedad de sabores	3%
Es muy dulce	2%
No permite una buena digestión	2%
El sabor es desagradable	2%
No tiene buena cantidad	2%
Se corta muy fácil	2%
Siempre tiene el mismo empaque	1%
Es difícil de disolver	1%
Tiene pocas vitaminas	1%
Solo se puede preparar con leche en polvo	1%
Es un producto que engorda	1%

B: 234 - RXP: 1,0

Lo que le cambiarían



B: 234 - RXP: 1,1

¿Por qué le da a su bebé el cereal infantil Nestum?

B: 234 - RXP: 2,1

Es nutritivo	39%
Le gusta al bebé	32%
El sabor es agradable	16%
Es un alimento completo	15%
Tiene variedad de sabores	15%
Es un buen complemento alimenticio	14%
Ayuda a la buena digestión	12%
Es fácil de preparar	10%
Es una marca de calidad	10%
Se puede combinar con otros alimentos	8%
Es saludable	8%
Por tradición	7%
Le genera confianza	5%
Tiene buena consistencia	3%
Es natural	2%
Otras menciones	8%

P25. Podría decirme que es lo QUÉ MÁS LE GUSTA del cereal infantil Nestum? ENC. PROFUNDIZAR Algo más?

P26. Y que es lo QUÉ MENOS LE GUSTA del cereal infantil Nestum? ENC. PROFUNDIZAR Algo más?

P27. Teniendo en cuenta su experiencia con el cereal infantil Nestum, ¿Qué le cambiaría? ENC. PROFUNDIZAR Algo más?

P28. Ahora podría por favor indicarme, ¿Por qué le da a su bebé el cereal infantil Nestum? ENC. PROFUNDIZAR Algo más?



CONCLUSIONES

Conclusiones

En la categoría de cereales infantiles solo hay presencia de algunas pocas marcas, en donde:



¡Es líder!

A través de su amplia trayectoria ha logrado posicionarse tanto a nivel de producto como de imagen. Esta marca al ser de alto agrado para los bebés y tener las vitaminas necesarias responde a los atributos de importancia declarados en la categoría.



Es una marca que aunque está lejos del líder también es conocida y presenta buenas asociaciones tanto de producto como de imagen. Aunque sin diferenciales en el perfil que le permitan sobresalir (BIP'S).



Es una marca que presenta un comportamiento similar a Maizena multicereal, siendo conocida y preferida por algunos (principalmente en Barranquilla), aunque aún con debilidades frente a Nestum en asociaciones (principalmente de producto) donde su principal atributo a desarrollar es “A mi bebé le encanta”



Pese a que es poco conocida, es bien evaluada, por lo que cuenta con alto potencial para avanzar y acercarse a las marcas mejor posicionadas de la categoría.





¡GRACIAS!

PRESENTADO POR: **connecta**

Email: lbaena@connecta.com.co

Teléfono: +57 1 3153451204