

# **TOPICOS SELECTOS DE MERCADO**

Ciclo 02-2020  
Sección 02



# **NUEVO ETIQUETADO DE PRODUCTOS EN MEXICO**

Nueva ley 2020

# Nuevo etiquetado de productos en México

- Noticia en marzo 2020
- La NOM-051 se ha actualizado y ahora, por ley, las marcas no podrán usar personajes en su etiquetado de alimentos y bebidas no alcohólica.
- El objetivo de esta norma es brindar al consumidor final información comercial y sanitaria sobre el contenido de nutrimentos críticos e ingredientes que representan un riesgo para la salud en los productos preenvasados. Esto, por medio de un etiquetado claro, veraz y fácil de entender.
- Este etiquetado será aplicado a productos de producción nacional o extranjera que se comercialicen en México. Fecha final en etapas hasta octubre 2020

# Objetivo

1

El consumidor podrá estar más alerta del contenido nutricional

2

Tendrán menos decisión de compra basados en los personajes



Tiene una investigación previa



# Detalles de investigación

## CEREAL BOX PSYCHOLOGY

WHY IS CAP'N CRUNCH LOOKING DOWN AT MY CHILD?



# Nuevo etiquetado

## NUEVO ETIQUETADO EN MÉXICO



CONTIENE CAFEÍNA  
EVITAR EN NIÑOS

CONTIENE EDULCORANTES,  
NO RECOMENDABLE EN NIÑOS

# Nuevo etiquetado

## Conoce el nuevo etiquetado de advertencia

**Antes**



**Güfas Diarias de Alimentación (GDA):** Etiquetado implementado desde 2014 de forma obligatoria. Su interpretación requiere conocimientos de nutrición. Poco entendible por la población. Criterios nutrimentales propuestos por la industria.

**Ahora**



**Elementos persuasivos:** Cuando un producto tenga sellos de advertencia o alguna leyenda precautoria, no podrá contener estrategias de publicidad que atraigan la atención de niñas y niños, como el uso de personajes.



# La marca ha sido afectada

## Packing

La comunicación a través del packaging se ha vuelto cada vez más relevante, los elementos visuales deben de tener la capacidad de comunicar los valores de la marca.

## Un diseño

Lo importante que es contar con elementos visuales. consumidor identifica

## Personajes de marca

Son estrategias usadas por decadas

# Kellogg lanza edición especial de sus empaques de cereal con mensajes de aliento para sus consumidor



Foto:

# Gerentes de mercadeo en Bimbo



¿ Que decisiones tomaran ustedes como representantes de la marca Bimbo para el área de mercadeo ante esta nueva regulación?



# **SEGUNDA INVESTIGACIÓN**

# 2da INVESTIGACIÓN

Análisis de competencia de nuestra marca emprendedora

Entrega: 29 de Septiembre 2020

Analizar su competencia directa e indirecta y definir la marca estereotipo que queremos ser.

Analizar 3 marcas directas y 3 indirectas

Monitoreo de redes sociales.

Monitorear 20 días de actividad  
1 al 20 de septiembre 2020

Tipo de contenido

# **ANÁLISIS DE COMPETENCIA**

# ¿Qué es la competencia?

- Conjunto de empresas que ofrecen productos iguales o similares a los de nuestra empresa o producen bienes sustitutos.



**La competencia hace que 1 de cada 5 marcas pierda cuota de mercado ante nuevas marcas**



# Competencia directa



Producto  
igual o casi  
igual



Venden en  
el mismo  
mercado



Buscan a  
los mismo  
clientes



Mismo  
producto

# Competencia Indirecta



Productos  
sustituos



Venden de  
manera  
diferente



Satisfacen  
mismas  
necesidades

# Análisis cuantitativo

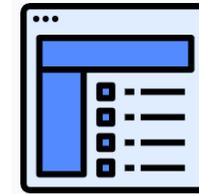
Queremos saber nuestra posición en el mercado respecto a los competidores.



Activos  
digitales



Territorios de  
comunicación



Categorías de  
contenido



Frecuencia de  
posteo



Engagement



Contenido  
destacado



Oportunidades



Patrones comunes

# ¿Qué haremos?

- Identificadas las marcas competidoras
- Saber que analizaremos de cada uno de ellos
- Con que herramientas cuento para poder obtener la información

# ¿Qué canales mediremos?



# Websites/blogs

1. ¿Posee website?
2. ¿qué contiene el website?
3. ¿Permiten que los clientes se contacten por medio de el website?
4. Relacionadas con sus redes sociales

Compartiré guía completa de desarrollo

# Email Marketing

1. Suscribirnos a los canales de noticias/ofertas vía correos
2. Determinar periodo de correos
3. ¿Qué comunican en los correos?
4. Evaluar diseño

Compartiré guía completa de desarrollo

# Campana digital

1. ¿Si campana esta adaptada a formatos canales digitales?
2. ¿Tiene contenido diferenciado para la comunicación digital?

Compartiré guía completa de desarrollo

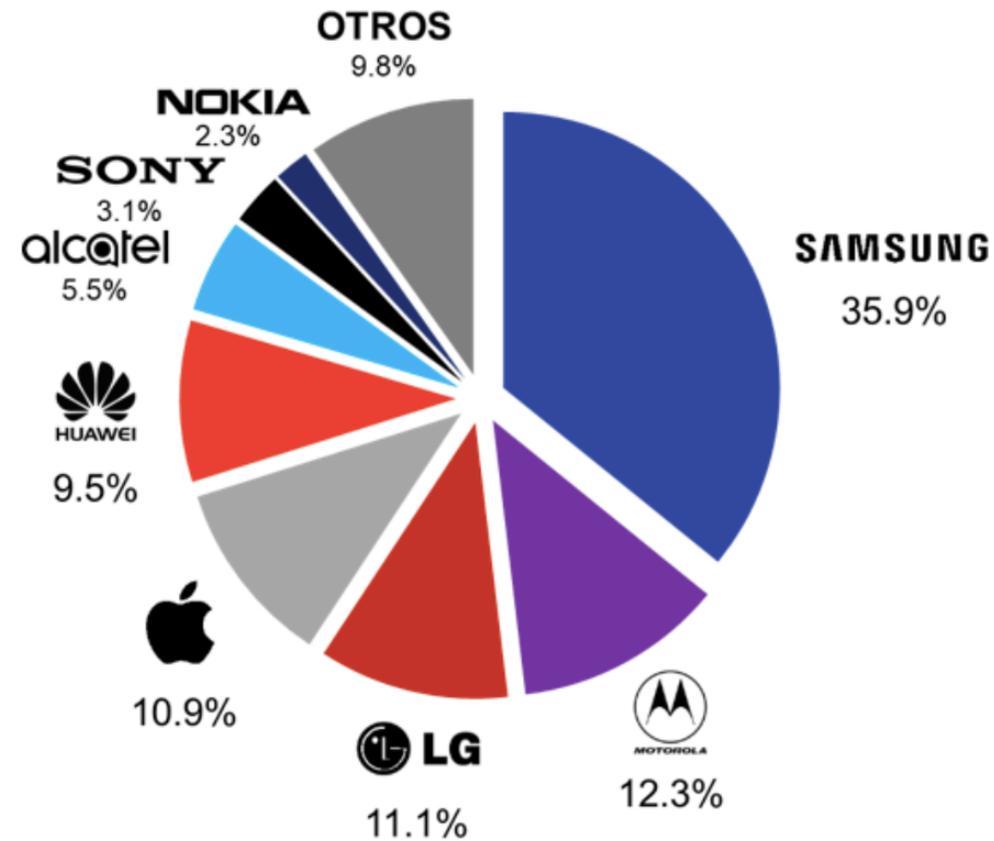
# Social media

Contenido de marketing y videos

1. Número de fans/seguidores
2. Frecuencia de publicación
3. Qué tipo de contenido publican (videos, infografías, imágenes etc)
4. Cuanto contenido es de ellos vs. cuanto es de otras fuentes
5. Interés de los seguidores

Compartiré guía completa de desarrollo

# Participación/Cuota de mercado



- Participación del mercado:
- Análisis de ventas
  - Unidades vendidas
  - Mercado en el que ofrecen,
  - Etc...

# Participación/Cuota de mercado

## Social Media

	Coolcasc	Evercover	Tail Wags	Burrfur	Headztrong	Shuhasnow	Hoxy Heads	Pink Yak	Total industry
<b>Facebook</b>	2,549	1,395	4,835	73	238	120	157	1,544	10,911
<b>Instagram</b>	714	2,248	360	1,015	146	4,318	205	ND	9,006
<b>Twitter</b>	190	ND	3,736	958	ND	ND	141	ND	5,025
<b>Youtube</b>	1	0	17	ND	ND	ND	ND	ND	18
<b>Linkedin</b>	30	ND	32	ND	ND	ND	ND	ND	62
<b>Pinterest</b>	0	12	59	ND	ND	ND	ND	ND	71

# Participación/Cuota de mercado

## Social Media

	Coolcasc	Evercover	Tail Wags	Burrfur	Headztrong	Shuhasnow	Hoxy Heads	Pink Yak	Total industry
Facebook	23.4%	12.8%	44.3%	0.7%	2.2%	1.1%	1.4%	14.1%	10,911
Instagram	7.9%	24.9%	4.0%	11.3%	1.6%	47.9%	2.3%	0%	9,006
Twitter	3.78%	-	74.35%	19.06%	-	-	2.81%	-	5,025
Youtube	5.56%	-	94.44%	-	-	-	-	-	18
Linkedin	48.39%	-	51.61%	-	-	-	-	-	62
Pinterest	-	16.90%	83.10%	-	-	-	-	-	71

# Herramientas



twitonomy



Herramientas de Facebook  
pages

Biblioteca de anuncios para  
Facebook



metricool

# Análisis de redes sociales -

Twitter	Seguidores		Frecuencia de publicaciones
	# actual de seguidores	# de nuevos seguidores semanales	# Publicaciones semanales
<b>Tu marca</b>	13		3
MERCEDES	2475		28
Competencia #2			
Competencia #3			
Competencia #4			
Competencia #5			
Facebook	Seguidores		Frecuencia de publicaciones
	# actual de fans	# de nuevos seguidores semanales	# Publicaciones semanales
<b>Tu marca</b>	39		28
ESTHER	199636		35
MERCEDES	7623		30
ISABEL	5414		30
Competencia #4			
Competencia #5			
Linkedin	Seguidores		Frecuencia de publicaciones
	# actual de seguidores	# de nuevos seguidores semanales	# Publicaciones semanales
<b>Tu marca</b>			
MERCEDES			
ISABEL			
Competencia #3			
Competencia #4			
Competencia #5			



A yellow vertical bar is on the left side of the slide. A yellow horizontal bar is at the bottom right. A black horizontal bar is at the bottom left, partially overlapping the yellow vertical bar.

**¿PREGUNTAS?**

A yellow vertical bar on the left side of the slide, a black vertical bar on the far left, and a yellow horizontal bar at the bottom right.

**¡Gracias!**