



**ATENAS**  
GRUPO CONSULTOR



*Alimentos Polar*

**ANÁLISIS ESPECIAL SWITCHING DE MARCA  
CATEGORÍA: BEBIDAS INSTANTÁNEAS**

FEBRERO 2022



# METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

INFORMACIÓN DEL PANEL DE HOGARES



# CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO



## UNIVERSO

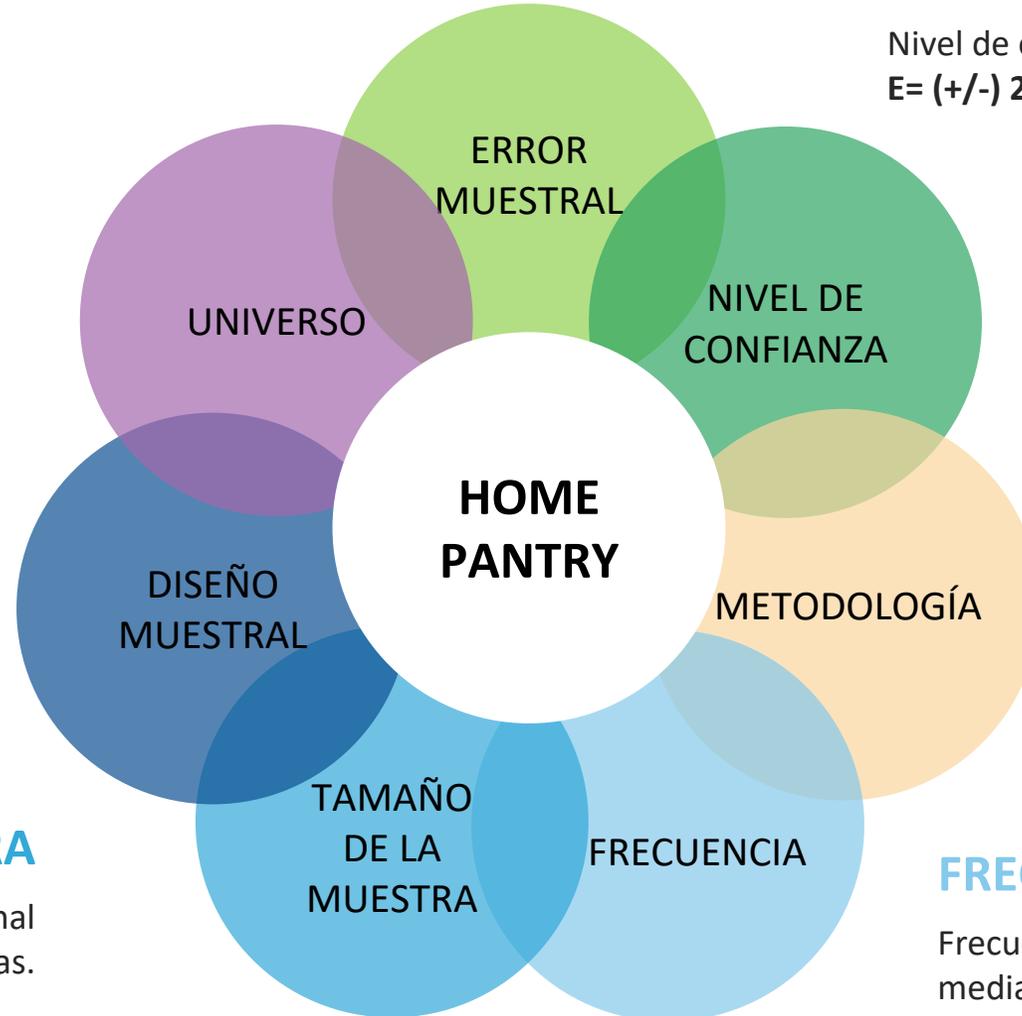
Hogares pertenecientes a los estratos socioeconómicos ABC+, C, D y E, ubicados en las 7 regiones ATENAS.

## DISEÑO MUESTRAL

Aleatoria y estratificada por ciudades y nivel socioeconómico.

## TAMAÑO DE LA MUESTRA

**2.120 hogares** a total nacional distribuidos en las 7 áreas Atenas.



## ERROR MUESTRAL

Nivel de error muestral  
 $E = (+/-) 2,5\%$

## NIVEL DE CONFIANZA

Muestra con un nivel de confianza de **90%** (1.69)

## METODOLOGÍA

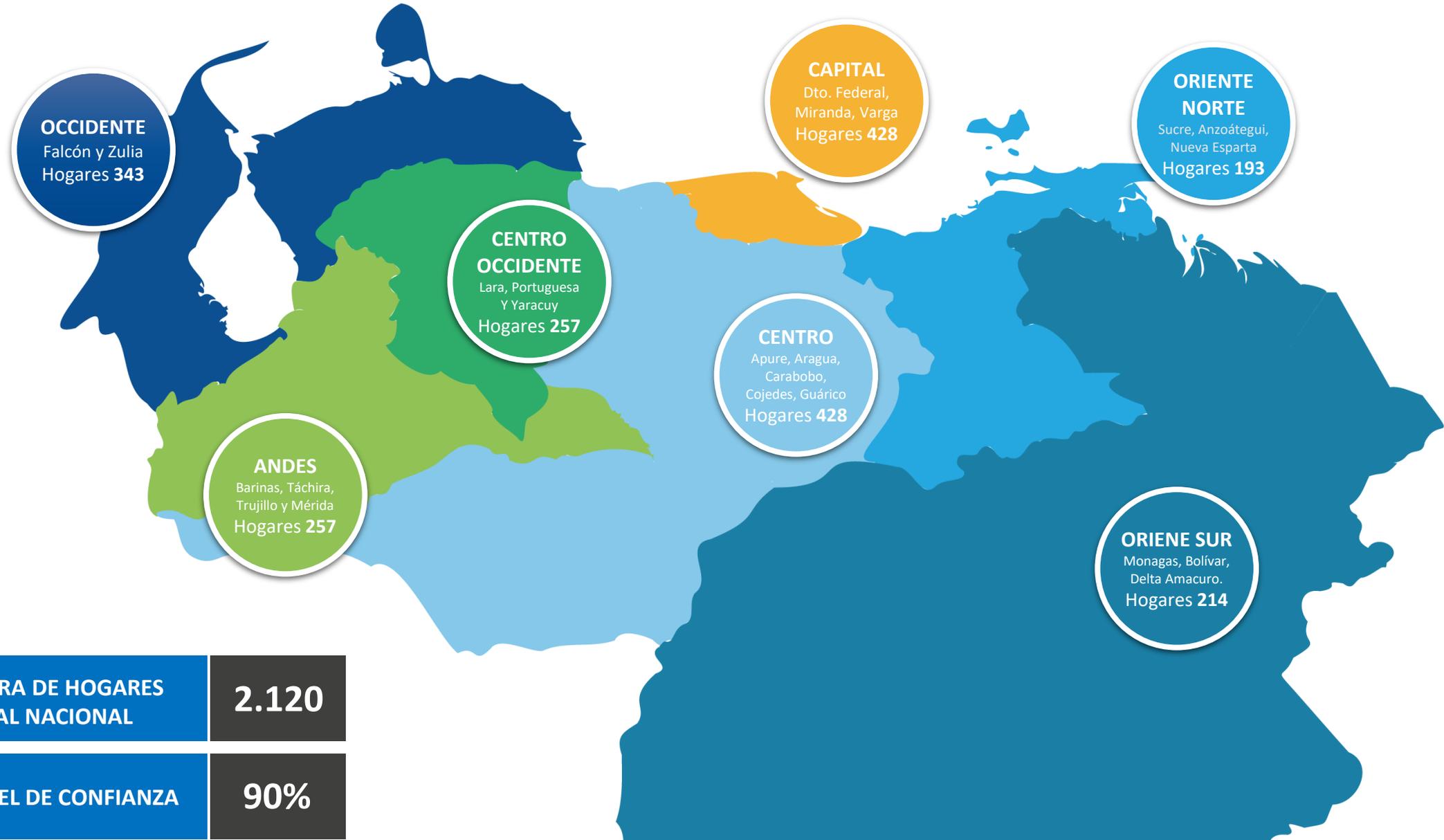
**Metodología Panel** - Levantamiento de consumo a nivel código de barras con app y encuestas al responsable de hacer la compra en el hogar.

## FRECUENCIA

Frecuencia de **recolección diaria** mediante el aplicativo



# MUESTRA Y ÁREAS DE REPORTE



MUESTRA DE HOGARES  
TOTAL NACIONAL

2.120

NIVEL DE CONFIANZA

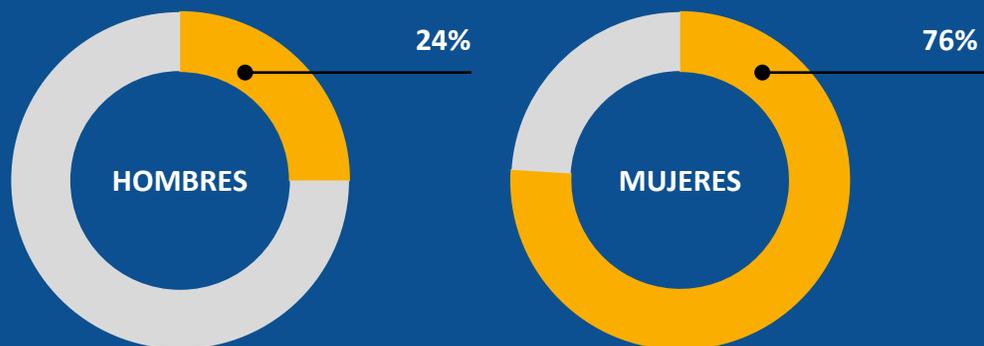
90%



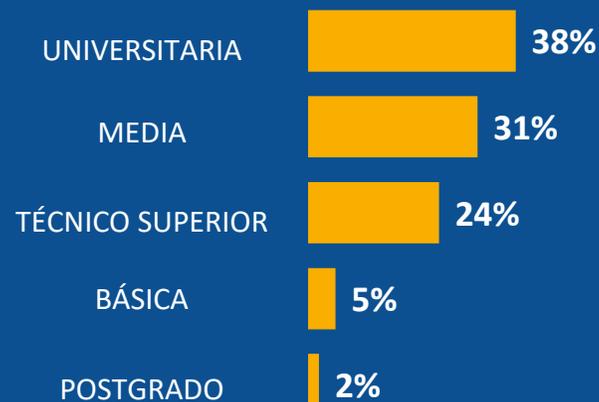
# CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS



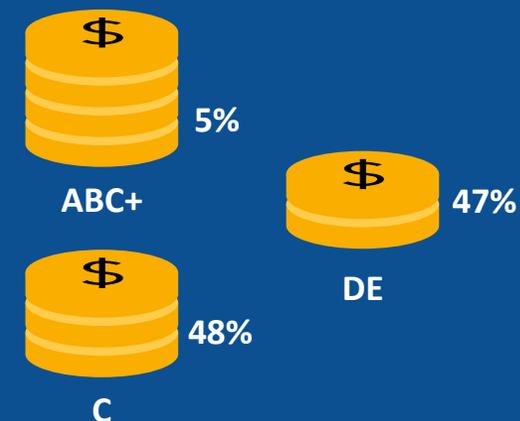
## GÉNERO



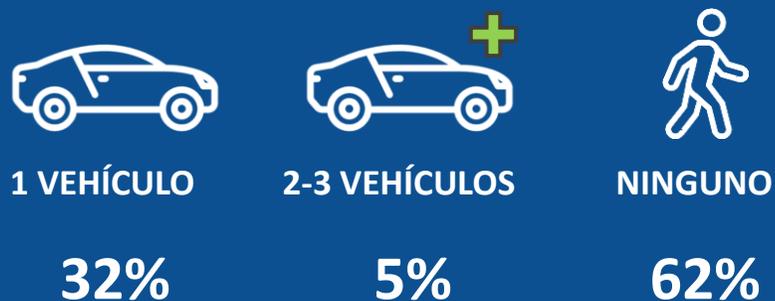
## EDUCACIÓN



## NIVEL SOCIOECONÓMICO



## VEHÍCULOS



## UBICACIÓN GEOGRÁFICA



## FRECUENCIA DE COMPRA





# RESUMEN DE LA CATEGORÍA BEBIDAS INSTANTÁNEAS



Penetración

CATEGORÍA

17,73%

**KONGA**

4,77%



Compra Media  
por Hogar

0,11 gr

0,09 gr



Gasto Medio  
por Hogar

\$1,21

\$1,29



Unidades Compradas  
por Hogar

3,52 unid

2,87 unid



Actos de Compra  
por Hogar

1,66 actos

1,42 unid



Volumen por Acto  
de Compra

CATEGORÍA

0,07 gr

**KONGA**

0,06 gr



Unidades por Acto  
de Compra

2,12 unid

2,02 unid



Valor por Acto  
de Compra

\$0,73

\$0,91



Precio Promedio  
por Unidad

0,34 \$/unid

0,45 \$/unid



Precio Promedio  
por Volumen

10,83 \$/kgs

14,95 \$/kgs



# INDICADORES DE RECOMPRA

4 indicadores que nos permiten conocer la fidelidad a nuestra marca

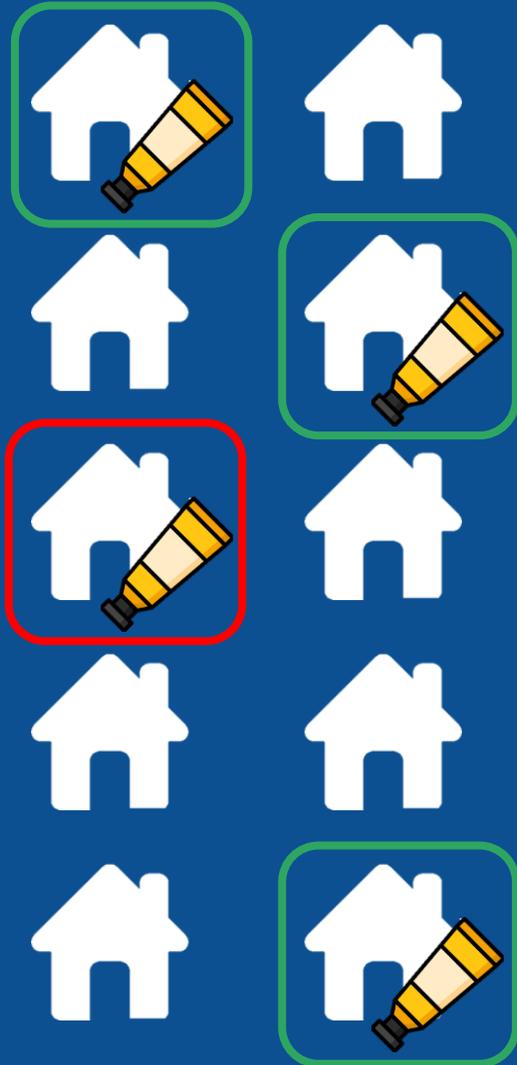


INDICADOR	DEFINICIÓN
<b>HOGARES QUE RECOMPRARON</b>	Es el porcentaje de hogares que compraron la categoría/producto/marca en el mes actual que también compraron el mes anterior (se toma como base los hogares compradores del mes actual).
<b>HOGARES NUEVOS</b>	Es el porcentaje de hogares que compraron la categoría/producto/marca en el mes actual pero no compraron en el mes anterior. (se toma como base los hogares del mes actual).
<b>HOGARES QUE NO RECOMPRARON</b>	ES el porcentaje de hogares que compraron la categoría/producto/marca en el mes anterior pero no compraron en el mes actual (se toma como base los hogares del mes anterior).
<b>HOGARES QUE RECOMPRARON MES ANTERIOR</b>	Es el porcentaje de hogares que compraron la categoría/producto/marca en el mes anterior que también compraron en el mes actual (se toma como base los hogares del mes anterior).

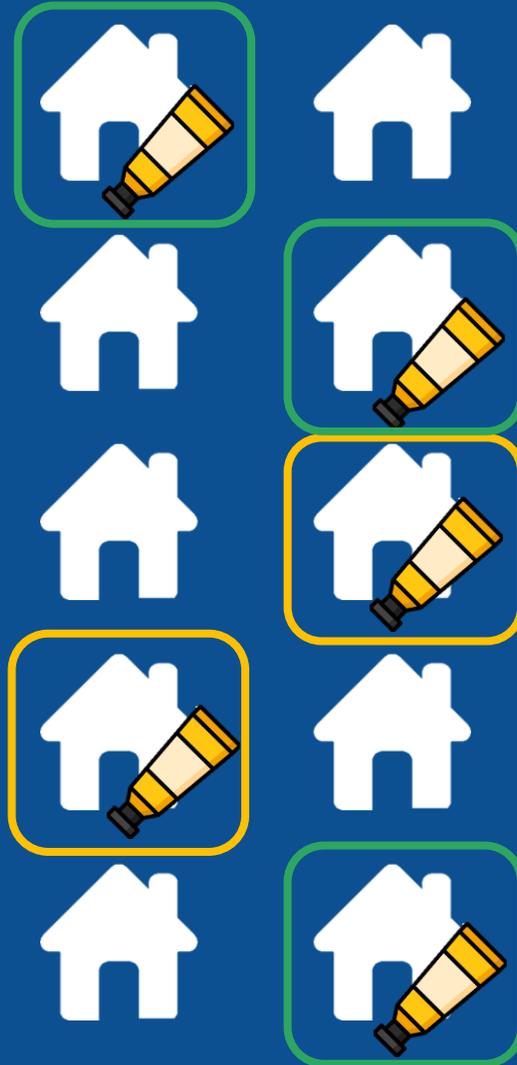


# INDICADORES DE RECOMPRA

## MES ANTIOR



## MES ACTUAL



### % RECOMPRA MES

$$\frac{3 \text{ (HOGARES QUE REPITIERON)}}{5 \text{ (COMPRADORES MES ACTUAL)}} = 60\%$$

### % NUEVOS MES

$$\frac{2 \text{ (HOGARES QUE NO COMP MES ANT)}}{5 \text{ (COMPRADORES MES ACTUAL)}} = 40\%$$

### % NO RECOMPRA

$$\frac{1 \text{ (HOGARES QUE NO REPITIERON)}}{4 \text{ (COMPRADORES MES ANTIOR)}} = 25\%$$

### % RECOMPRA MES ANTERIOR

$$\frac{3 \text{ (HOGARES QUE REPITIERON)}}{4 \text{ (COMPRADORES MES ANTIOR)}} = 75\%$$



## MARCA KONGA



HOGARES QUE  
RECOMPRARON  
**33,33%**



HOGARES  
NUEVOS  
**66,67%**



HOGARES QUE NO  
RECOMPRARON  
**58,54%**



HOGARES QUE  
RECOMPRARON  
MES ANTERIOR  
**41,46%**

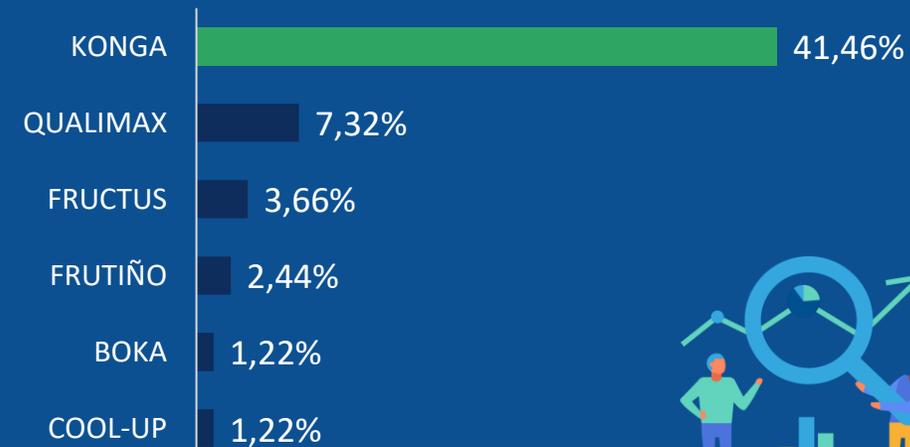
PENETRACIÓN NOVIEMBRE: 3.85%

PENETRACIÓN DICIEMBRE: 4.77%

DE LOS HOGARES QUE COMPRARON LA MARCA KONGA EN EL MES DE NOVIEMBRE EL 41,46% VOLVIERON A COMPRAR LA MARCA EN EL MES DICIEMBRE

MIENTRAS QUE ESTOS QUE COMPRARON EN NOVIEMBRE Y CAMBIARON DE MARCA PARA EL MES DE DICIEMBRE EL 7% CAMBIO A LA MARCA QUALIMAX Y EL 4% A FRUCTUS

### SWITCHING DE MARCA – DIC. vs. NOV 2021





**ALEXANDRA DIAZ**  
EJECUTIVO COMERCIAL  
ALEXANDRADIAZ@ATENASCONSULTORES.COM

**BARBARA FISCHER**  
GERENTE ÁREA COMERCIAL  
BARBARAFISCHER@ATENASCONSULTORES.COM



@AtenasGrupoConsultor



@atenasgrupoconsultor



@atenasgroup



@atenasconsultores.com