

Análisis Competitivo - Puros Premium

FMCG / Puros Premium

PERIODO

2025-10

Generado automáticamente

28 de October de 2025

TwoLaps Intelligence Platform | 2025-10 | Confidencial

TwoLaps Intelligence Platform

Dashboard Ejecutivo



INICIATIVAS

3

Resumen Ejecutivo

La Respuesta



Recomendación: reenfocar inversión hacia canales con mejor desempeño observado y reforzar propuesta ESG/ packaging para convertir visibilidad en preferencia.

¿Por qué?

Porque los datos muestran brecha entre visibilidad y preferencia. KPIs de sentimiento y señales en canales/packaging sugieren fricción que limita conversión.

¿Cómo?

Roadmap 90 días: 1) Reasignar 15-20% presupuesto a canales con mejor conversión observada; 2) Lanzar test de creatividades y nueva narrativa ESG; 3) Resolver pain points de disponibilidad en e-commerce con acuerdos minoristas.

Impacto Esperado

Impacto esperado: +3-5 pp SOV de marca prioritaria, +0.1 a +0.2 en sentimiento y mejora de eficiencia de medios 10-15% en 90 días.



Recomendación Principal

Recomendamos a Cohiba y otras marcas líderes implementar estrategias que combinen exclusividad con accesibilidad controlada. Esto incluye mejorar la disponibilidad a través de e-commerce con sistemas de conservación garantizados y lanzar campañas ESG que refuercen la percepción de lujo y sostenibilidad.

El mercado de puros premium está liderado por Cohiba, que ostenta un 18.56% de SOV, seguido por Davidoff y Arturo Fuente. Este dominio se refleja en un HHI de 0.0986, indicando una moderada concentración. Sin embargo, la exclusividad que define a estas marcas también actúa como una barrera de crecimiento, especialmente ante desafíos de disponibilidad y accesibilidad. Cohiba, a pesar de su liderazgo, enfrenta problemas de disponibilidad en tiendas físicas, lo cual es una queja recurrente entre los consumidores: "La disponibilidad de Cohiba es limitada en tiendas especializadas". Esta situación se agrava por la falta de comunicación digital innovadora y el desaprovechamiento del e-commerce premium, donde la conservación del producto es una preocupación crítica. El análisis ESG revela que ninguna marca comunica efectivamente sus iniciativas de sostenibilidad, lo que podría ser una oportunidad perdida en un mercado donde los consumidores jóvenes valoran cada vez más la procedencia y prácticas sostenibles. La pregunta clave es cómo transformar la exclusividad tradicional en una más accesible y significativa, comunicando mejor los valores de sostenibilidad y origen antes de que las restricciones regulatorias y el cambio generacional erosionen la base de consumidores.

Hallazgos Clave

- ▶ Cohiba lidera con un 18.56% de SOV, pero enfrenta problemas de disponibilidad, lo que afecta su percepción de exclusividad.
- ▶ Montecristo tiene un sentimiento positivo del 85%, pero carece de campañas activas para reforzar su reputación.

TwoLaps Intelligence Platform | 2025-10 | Confidencial

- ▶ El e-commerce premium es una oportunidad significativa no explotada, con problemas de conservación del producto durante el envío.
- ▶ Ninguna marca comunica bien sus iniciativas ESG, lo que podría ser un riesgo de percepción negativa.
- ▶ La sostenibilidad es un factor secundario, pero creciente, especialmente entre consumidores jóvenes.

Panorama del Mercado

El mercado de puros premium está dominado por marcas cubanas, con una concentración moderada reflejada en un HHI de 0.0986. El crecimiento del mercado es impulsado por la percepción de calidad y exclusividad, aspectos valorados por los consumidores. Sin embargo, el mercado enfrenta amenazas significativas debido a las regulaciones anti-tabaco más estrictas y la reducción de espacios para fumar. En términos de PESTEL, las regulaciones políticas y legales son las más desafiantes, erosionando márgenes y limitando el acceso a nuevos consumidores. Desde la perspectiva de Porter, la rivalidad competitiva es alta debido a la concentración de marcas líderes, mientras que la amenaza de nuevos entrantes es baja debido a las barreras de entrada altas. Para capitalizar el crecimiento, las marcas deben enfocarse en mejorar la accesibilidad a través de canales digitales y comunicar efectivamente sus valores de sostenibilidad.

Estado del Mercado

Análisis Competitivo

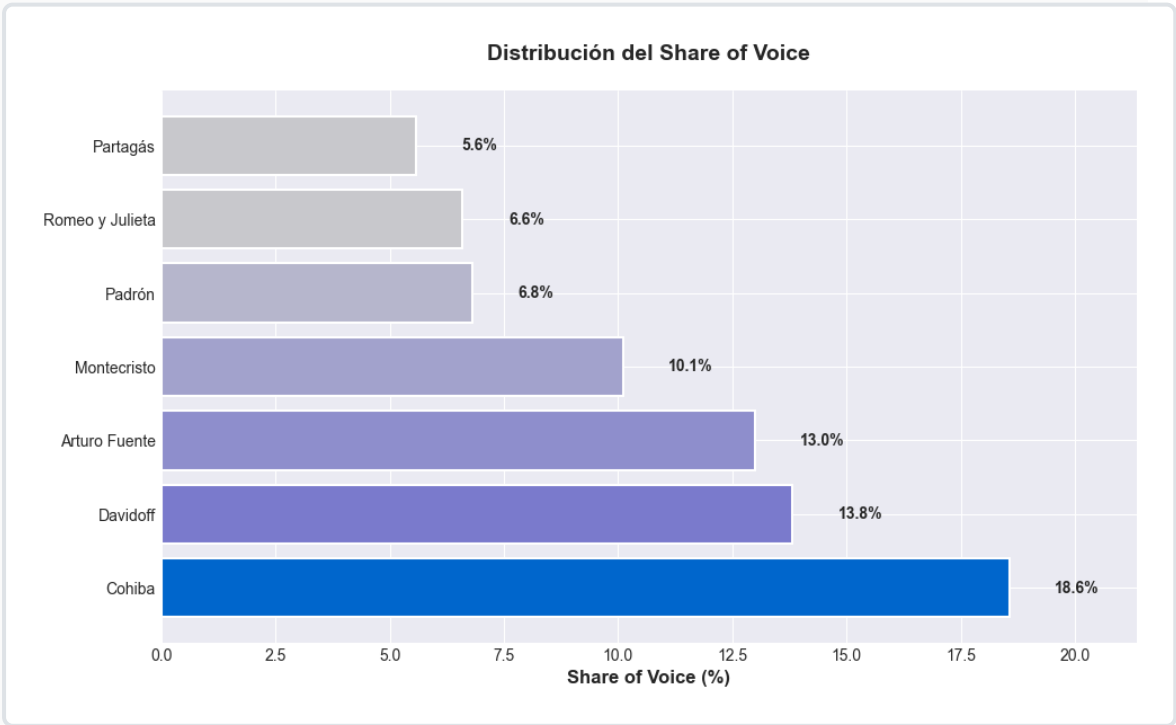


Gráfico 1: Distribución de Share of Voice por marca en el periodo analizado

Distribución del Share of Voice

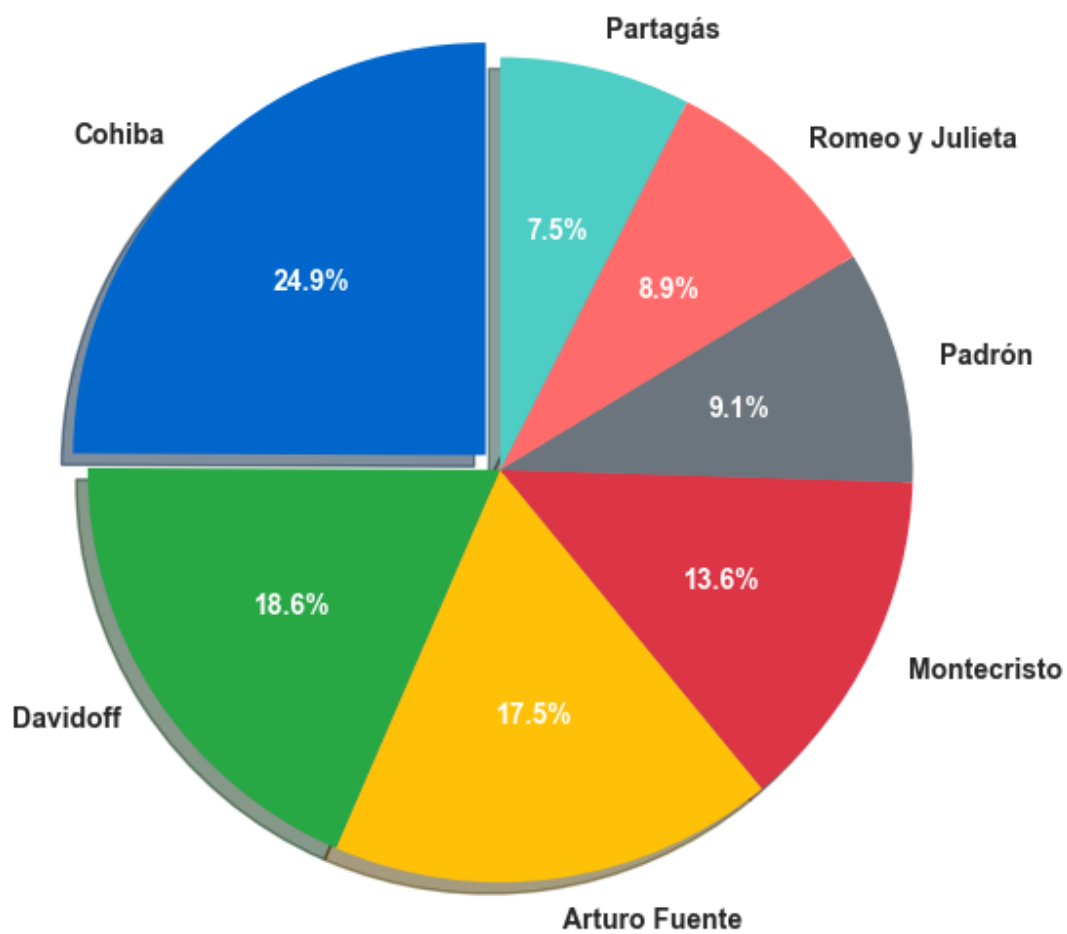


Gráfico 2: Proporción del Share of Voice por marca

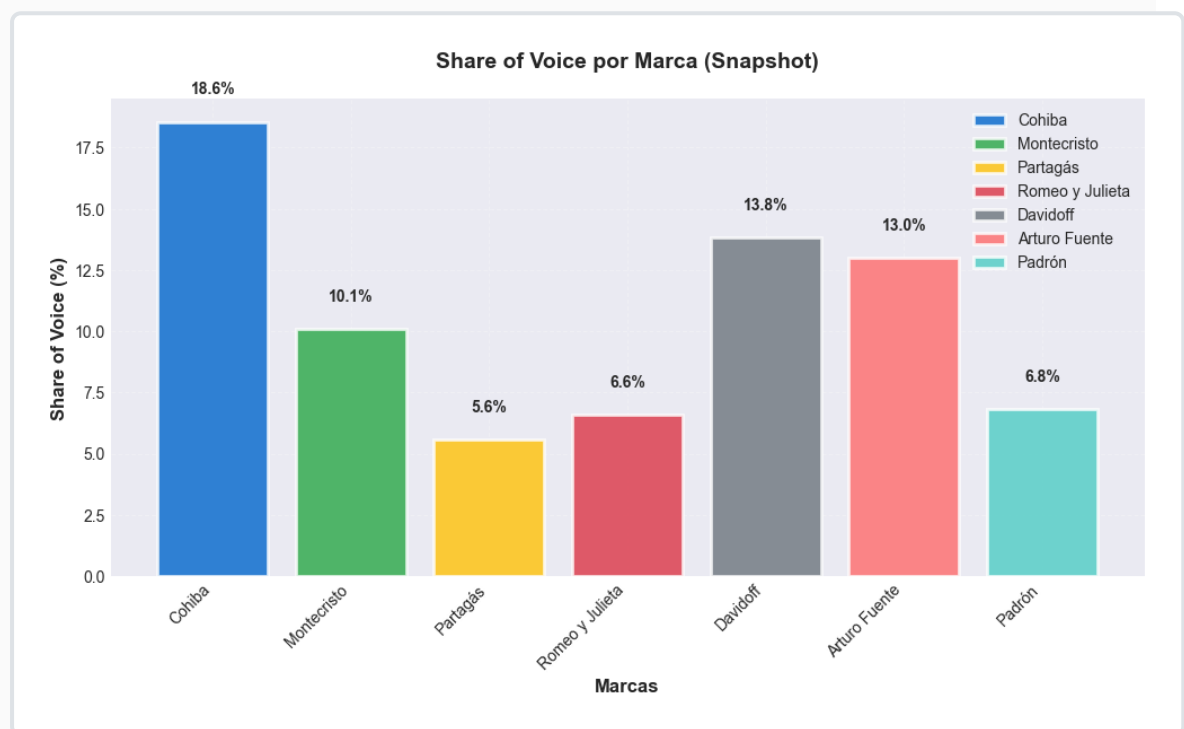


Gráfico 3: Evolución temporal del Share of Voice por marca

Dinámica Competitiva

Cohiba domina el mercado con un 18.56% de SOV, pero enfrenta problemas de disponibilidad que podrían diluir su percepción de exclusividad. Montecristo, con un sentimiento positivo del 85%, tiene potencial para aumentar su cuota de mercado si refuerza su comunicación de marca. Arturo Fuente, conocido por su excelente relación calidad-precio, enfrenta limitaciones de disponibilidad en sus líneas premium. El análisis de pricing power muestra que Cohiba y Davidoff tienen precios altos, lo que refuerza su percepción de lujo, pero también limita su accesibilidad. Las marcas deben equilibrar su estrategia de precios con la disponibilidad para maximizar su impacto en el mercado.

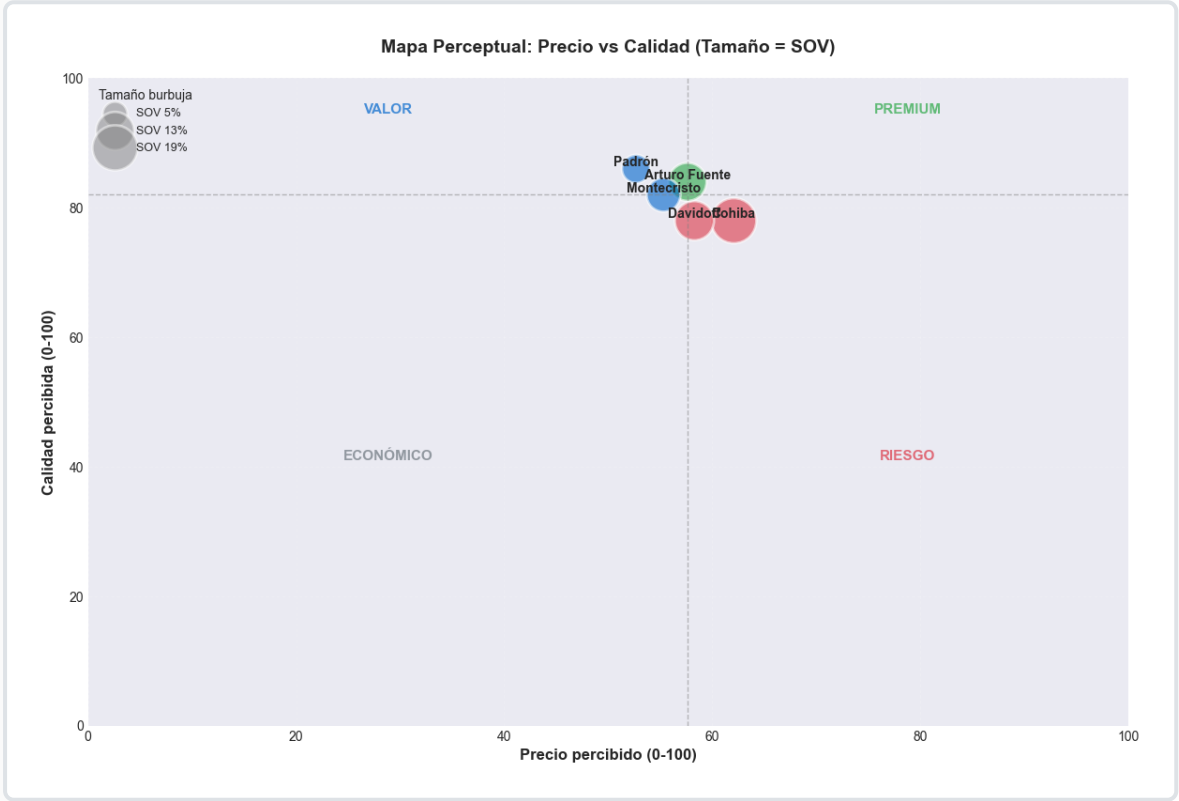


Gráfico 11: Mapa perceptual Precio vs Calidad (tamaño = SOV)

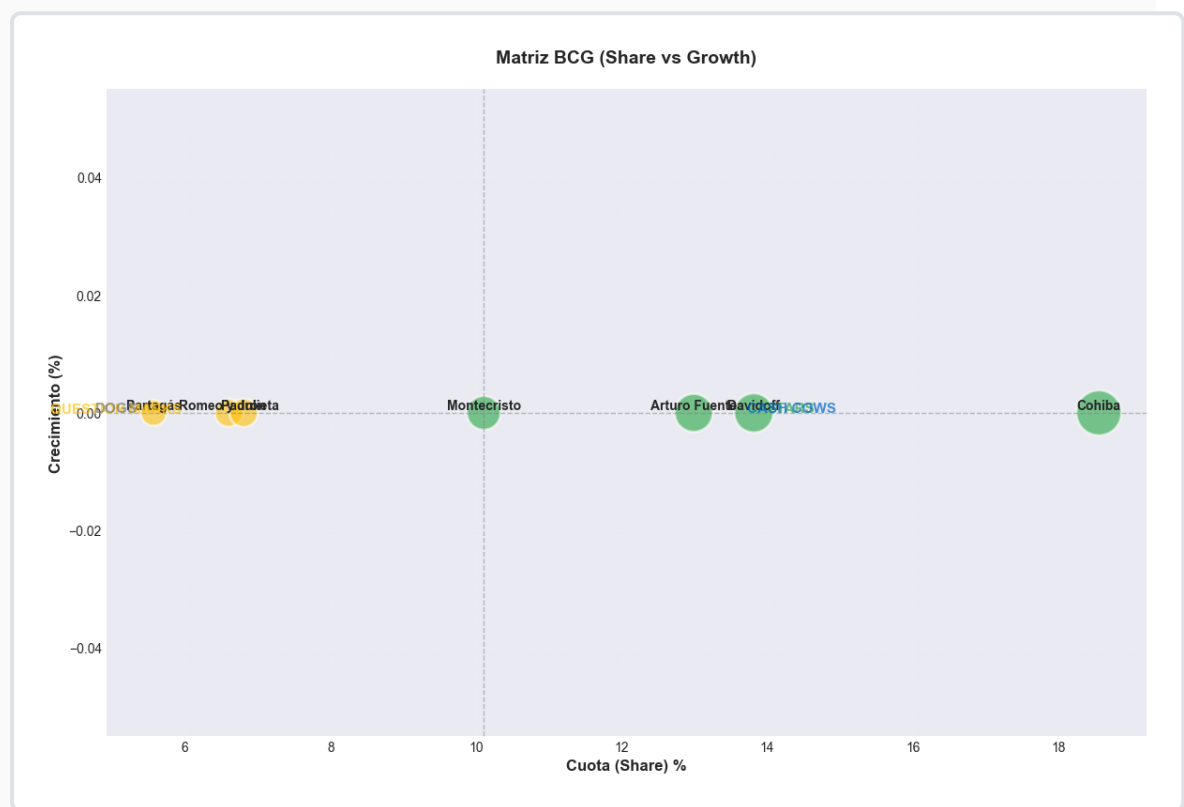


Gráfico 12: Matriz BCG (Share vs Growth)

Análisis de Campañas y Marketing

El análisis de campañas revela una falta de actividad significativa en el marketing de puros premium. No se detectaron campañas activas ni mensajes clave que refuercen la percepción de marca. Esto representa un gap crítico, especialmente para marcas como Montecristo, que tienen una alta reputación pero no la están capitalizando a través de comunicación activa. Las marcas deben lanzar campañas que refuercen sus atributos positivos y comuniquen sus valores de sostenibilidad y origen para atraer a nuevas audiencias.

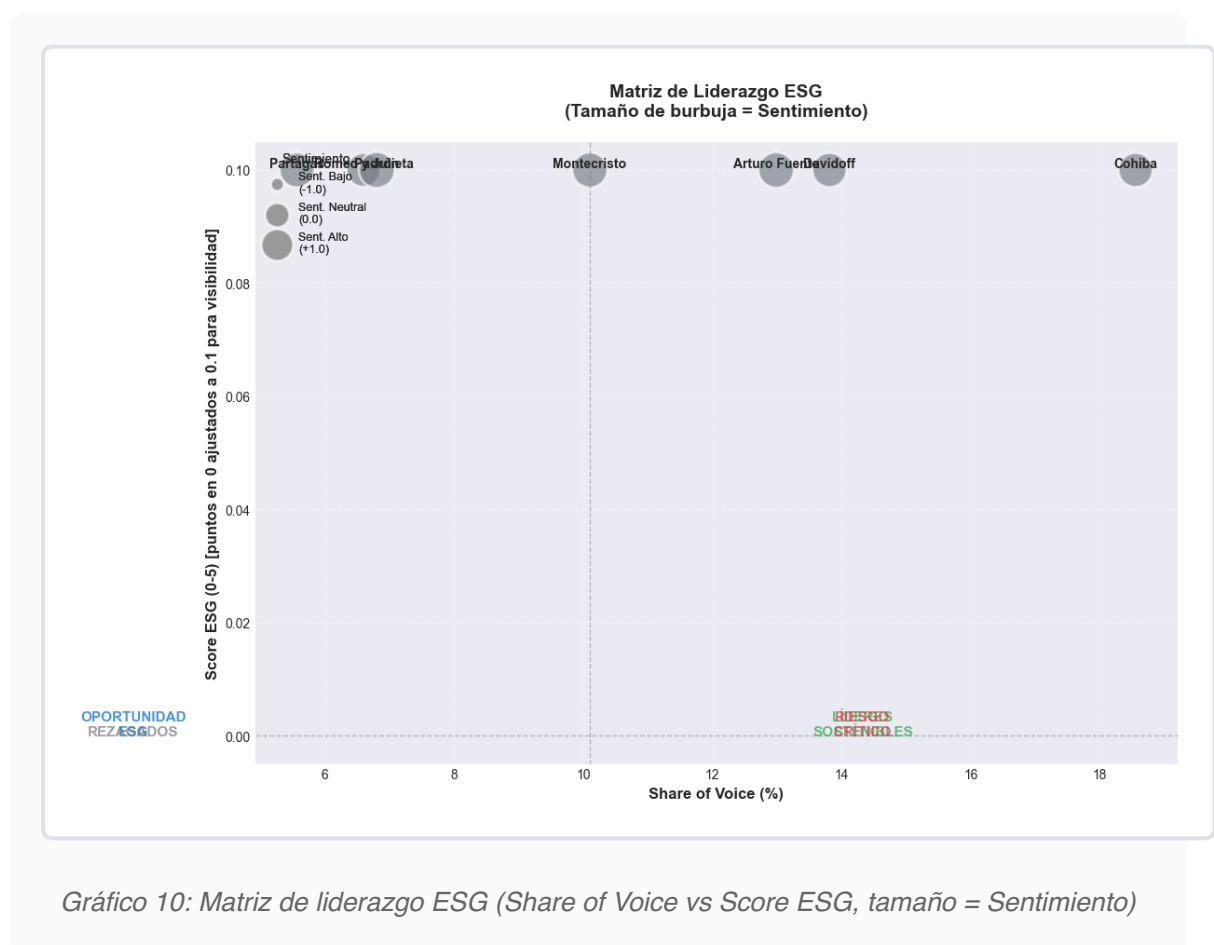


Análisis de Canales y Distribución

La distribución de puros premium se realiza tanto online como en estancos especializados, con una preferencia por la compra en cavas debido al asesoramiento y conservación. Sin embargo, el canal online ofrece mayor variedad y comodidad, pero enfrenta problemas de conservación del producto durante el envío. Davidoff es la marca mejor distribuida, presente en canales digitales innovadores y tiendas físicas especializadas. Las marcas deben mejorar la experiencia de compra online, implementando sistemas de conservación garantizados para asegurar la calidad del producto.

Análisis de Sostenibilidad y Packaging

La percepción ESG en el mercado de puros premium está en una etapa inicial, con un enfoque creciente en la sostenibilidad. Sin embargo, la comunicación de estas iniciativas es deficiente. Las marcas tienen la oportunidad de diferenciarse mediante innovaciones en packaging sostenible, lo que podría ser especialmente pertinente para Cohiba y Arturo Fuente, que enfrentan problemas de disponibilidad. La sostenibilidad es más un discurso que una práctica común en la industria, lo que genera escepticismo entre los consumidores.



Análisis del Consumidor

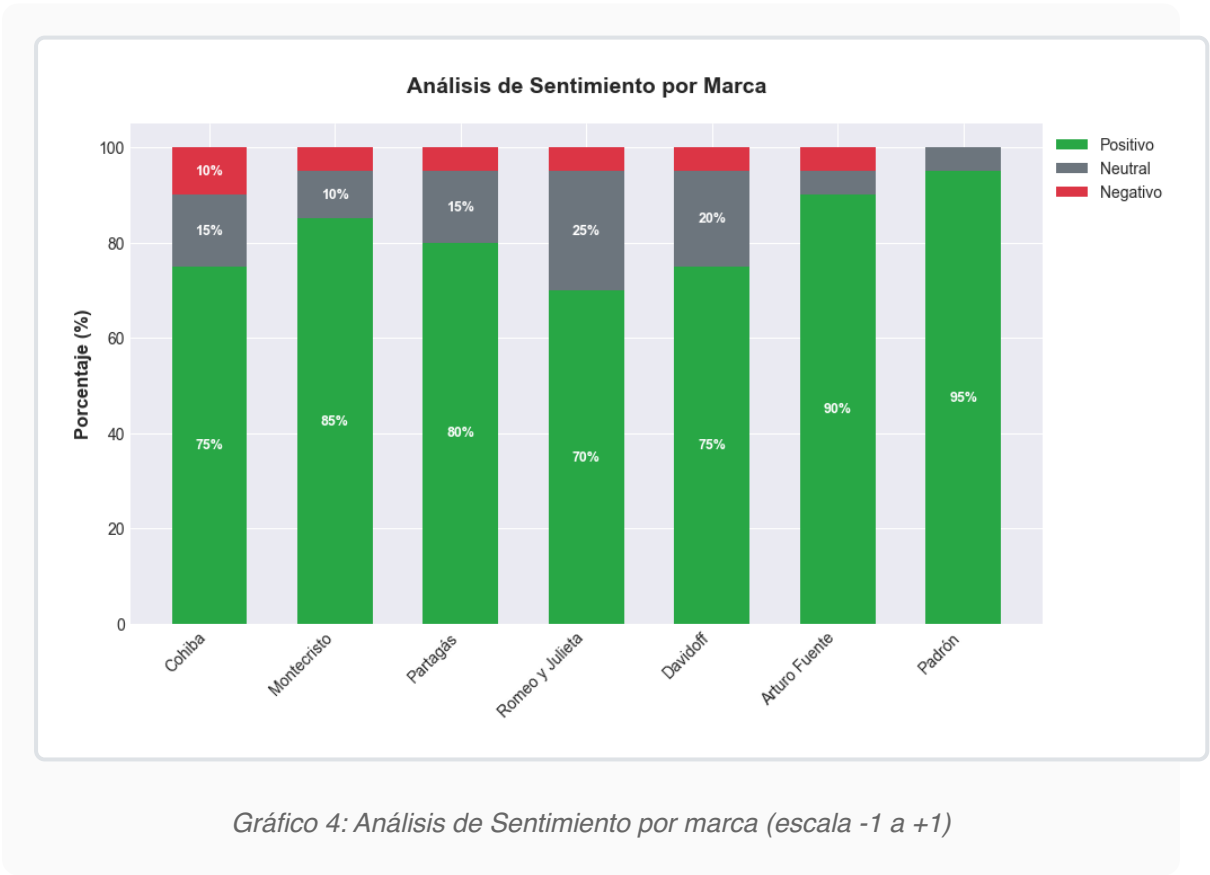
Los consumidores valoran la calidad y la exclusividad de los puros premium, pero enfrentan barreras significativas en términos de disponibilidad y precio. Como menciona un consumidor: "La disponibilidad de Cohiba es limitada en tiendas especializadas". Otro señala: "Los puros premium son conocidos por su alta calidad y la artesanía involucrada en su producción". Sin embargo, la falta de comunicación sobre prácticas sostenibles y el origen del tabaco son barreras que las marcas deben superar para atraer a nuevas audiencias.

Customer Journey & Buyer Personas

El recorrido del consumidor de puros premium comienza con el descubrimiento de marcas a través de redes sociales y eventos de cata. La consideración se centra en la comparación de calidad entre marcas, con un enfoque en el origen del tabaco. Durante la compra, la disponibilidad limitada y los precios elevados son barreras significativas. La retención depende de la consistencia en la calidad del producto y la oferta de experiencias exclusivas. Las marcas deben mejorar su presencia digital y comunicación para facilitar este recorrido y atraer a nuevos consumidores.

Customer Journey Map

Sentimiento y Reputación



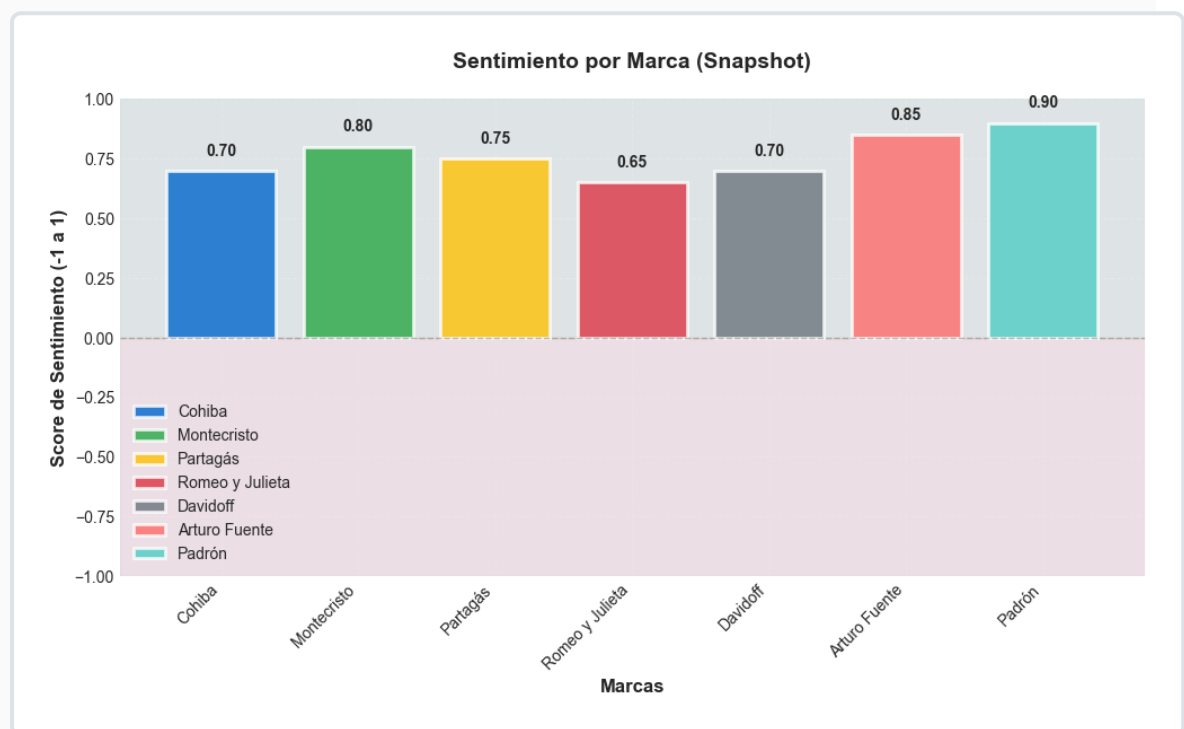


Gráfico 5: Evolución temporal del sentimiento por marca

Cohiba y Davidoff lideran en SOV, pero enfrentan desafíos de disponibilidad que afectan su percepción de exclusividad. Montecristo tiene un sentimiento positivo alto, lo que podría ser aprovechado para aumentar su cuota de mercado. Las marcas deben mejorar su comunicación de valores de sostenibilidad para reforzar su reputación y diferenciarse en un mercado cada vez más consciente de la sostenibilidad.

Oportunidades y Riesgos

Análisis de Oportunidades

El e-commerce premium presenta una oportunidad significativa para las marcas de puros premium. Mejorar la conservación del producto durante el envío podría aumentar la confianza y la experiencia de compra online. Montecristo puede aumentar su SOV lanzando campañas que refuercen su reputación positiva. Cohiba debe mejorar su percepción de marca mediante campañas ESG, lo que podría mitigar la percepción negativa de escasez y reforzar su imagen de lujo.

Análisis de Riesgos

Cohiba enfrenta el riesgo de diluir su percepción de exclusividad si aumenta su disponibilidad sin una estrategia adecuada. Arturo Fuente enfrenta limitaciones de disponibilidad en sus líneas premium, lo que podría restringir su crecimiento. La falta de comunicación ESG es un riesgo de percepción negativa en un mercado cada vez más consciente de la sostenibilidad. Las marcas deben implementar estrategias de mitigación, como mejorar la cadena de suministro y lanzar campañas ESG para mejorar su percepción de sostenibilidad.

Análisis DAFO

Escenarios Futuros (12-24 meses)

🌟 Best Case (25%)

Drivers: Aumento en la demanda de productos premium, Mejora en la percepción de marca, Expansión en nuevos mercados

Descripción: El mercado de cigarros premium experimenta un crecimiento significativo, impulsado por un aumento en la demanda y una percepción positiva de las marcas líderes.

Impacto Esperado: Incremento en la cuota de mercado y en los márgenes de beneficio para las marcas líderes.

Acciones Recomendadas:

- Invertir en marketing para fortalecer la percepción de marca
- Expandir la distribución en mercados emergentes
- Desarrollar nuevos productos premium

➡ Base Case (50%)

Drivers: Estabilidad en las tendencias de consumo, Mantenimiento de la cuota de mercado actual

Descripción: El mercado de cigarros premium se mantiene estable, sin cambios significativos en la cuota de mercado o en la percepción de las marcas.

Impacto Esperado: Las marcas mantienen su posición actual en el mercado, con crecimiento moderado.

Acciones Recomendadas:

- Mantener las estrategias de marketing actuales
- Optimizar la cadena de suministro para reducir costos
- Monitorear tendencias de consumo para ajustar estrategias

⚠ **Worst Case (25%)**

Drivers: Disminución en la demanda debido a regulaciones más estrictas, Cambios en las preferencias de los consumidores hacia productos alternativos

Descripción: El mercado de cigarros premium enfrenta desafíos debido a una disminución en la demanda y cambios en las preferencias de los consumidores.

Impacto Esperado: Reducción en la cuota de mercado y en los márgenes de beneficio, afectando la rentabilidad de las marcas.

Acciones Recomendadas:

- Diversificar la cartera de productos para incluir alternativas
- Ajustar estrategias de precios para mantener la competitividad
- Fortalecer las relaciones con los distribuidores para asegurar la presencia en el mercado

Plan de Acción 90 Días



Detalle de Iniciativas

Expandir presencia en e-commerce premium con sistemas de conservación garantizados

ALTA

QUÉ:

El análisis de canales revela una oportunidad significativa en el e-commerce premium, ya que algunos estancos online tienen un catálogo más amplio que los físicos. Implementar sistemas de conservación y envío garantizados podría mejorar la confianza y la experiencia de compra online, aumentando las ventas en este canal. Esto es crucial dado el alto SOV de Cohiba y su percepción de lujo.

CUÁNDO: Mes 1-3

Lanzar campañas de marketing reforzando la reputación de Montecristo

MEDIA

QUÉ:

Montecristo tiene un sentimiento positivo del 85% y es reconocida por su alta reputación y calidad consistente. Lanzar campañas de marketing que refuercen estos atributos puede aumentar su SOV en un 5%. Sin embargo, el análisis de Campañas no muestra esfuerzos actuales en esta dirección.

CUÁNDO: Mes 1-3

Aumentar la disponibilidad de líneas premium de Arturo Fuente

ALTA

QUÉ:

Arturo Fuente es conocida por su excelente relación calidad-precio pero enfrenta limitaciones de disponibilidad en sus líneas premium. Expandiendo la producción y distribución de estas líneas podría capitalizar su SOV del 12.99% y mejorar el sentimiento de marca.

CUÁNDO: Mes 1-3

Anexos

Metodología

Este informe ha sido generado automáticamente mediante un sistema de inteligencia competitiva multi-agente que analiza respuestas de 4 modelos de IA líderes (GPT-4, Claude, Gemini, Perplexity) a preguntas estructuradas sobre el mercado y marcas.

El sistema procesa las respuestas mediante 7 agentes especializados:

- **Quantitative Agent:** Análisis cuantitativo y SOV
- **Sentiment Agent:** Análisis de sentimiento y reputación
- **Attributes Agent:** Atributos y percepciones de marca
- **Competitive Agent:** Análisis competitivo
- **Trends Agent:** Identificación de tendencias
- **Strategic Agent:** Análisis estratégico
- **Executive Agent:** Síntesis y recomendaciones

Métricas de Calidad

Hallazgos identificados:	5
Oportunidades detectadas:	N/A
Riesgos identificados:	N/A
Iniciativas en plan 90 días:	3

Nota: Este informe es una herramienta de inteligencia competitiva basada en análisis automatizado. Las recomendaciones deben ser validadas por expertos del sector antes de implementarse.