

# Análisis Competitivo - Cereales

FMCG / Cereales

PERIODO

**2025-10**

Generado automáticamente

19 de October de 2025

TwoLaps Intelligence Platform | 2025-10 | Confidencial

## Dashboard Ejecutivo



LÍDER DE  
MERCADO

**Corn  
Flakes**



OPORTUNIDADES

**3**



RIESGOS

**3**



INICIATIVAS

**3**

# Resumen Ejecutivo

---

*El mercado de cereales está liderado por Corn Flakes, que posee el mayor Share of Voice (SOV) con un 23.64%, seguido de Muesli y Kellogg's con 18.18% y 16.36% respectivamente. Aunque hay una diversidad de marcas presentes, la percepción general del mercado muestra un sentimiento global positivo moderado de 0.077, con variaciones significativas entre las marcas. A pesar de su posición dominante en términos de visibilidad, varias marcas enfrentan desafíos de percepción. Nestlé y Granola, por ejemplo, tienen SOV competitivos (12.73% cada uno), pero luchan con un sentimiento bajo, lo que podría limitar su capacidad para capturar una mayor cuota de mercado. Además, marcas como Fitness y Chocapic tienen un bajo SOV y un sentimiento neutral, lo que sugiere problemas de relevancia y visibilidad en el mercado.*

## Hallazgos Clave

- ▶ Corn Flakes lidera el mercado con un SOV del 23.64%, pero su dependencia podría ser un riesgo si la percepción cambia negativamente.
- ▶ Nestlé y Granola tienen un SOV del 12.73% cada uno, pero luchan con un sentimiento bajo (0.1 y 0.075 respectivamente), lo que limita su capacidad para aumentar su cuota de mercado.
- ▶ Muesli, con un SOV del 18.18% y un sentimiento moderado de 0.125, tiene potencial para mejorar su percepción y capturar más mercado.

## Estado del Mercado

---

El mercado de cereales está liderado por Corn Flakes, que posee el mayor Share of Voice (SOV) con un 23.64%, seguido de Muesli y Kellogg's con 18.18% y 16.36% respectivamente. Aunque hay una diversidad de marcas presentes, la percepción general del mercado muestra un sentimiento global positivo moderado de 0.077, con variaciones significativas entre las marcas.

### VOLUMEN DE CONVERSACIÓN

104

menciones totales

### Principales Temas

- percepción de marca
- innovación en productos

## Análisis Competitivo

---

### Líder del Mercado: Corn Flakes

Corn Flakes lidera con un SOV de 23.64%, seguido de Muesli con 18.18% y Kellogg's con 16.36%.

### Análisis Comparativo

- Nestlé y Granola tienen un SOV similar (12.73%) pero difieren en sentimiento.
- Chocapic y Fitness tienen un SOV bajo (1.82% y 3.64% respectivamente) y enfrentan desafíos de relevancia.

TwoLaps Intelligence Platform | 2025-10 | Confidencial

# Sentimiento y Reputación

---

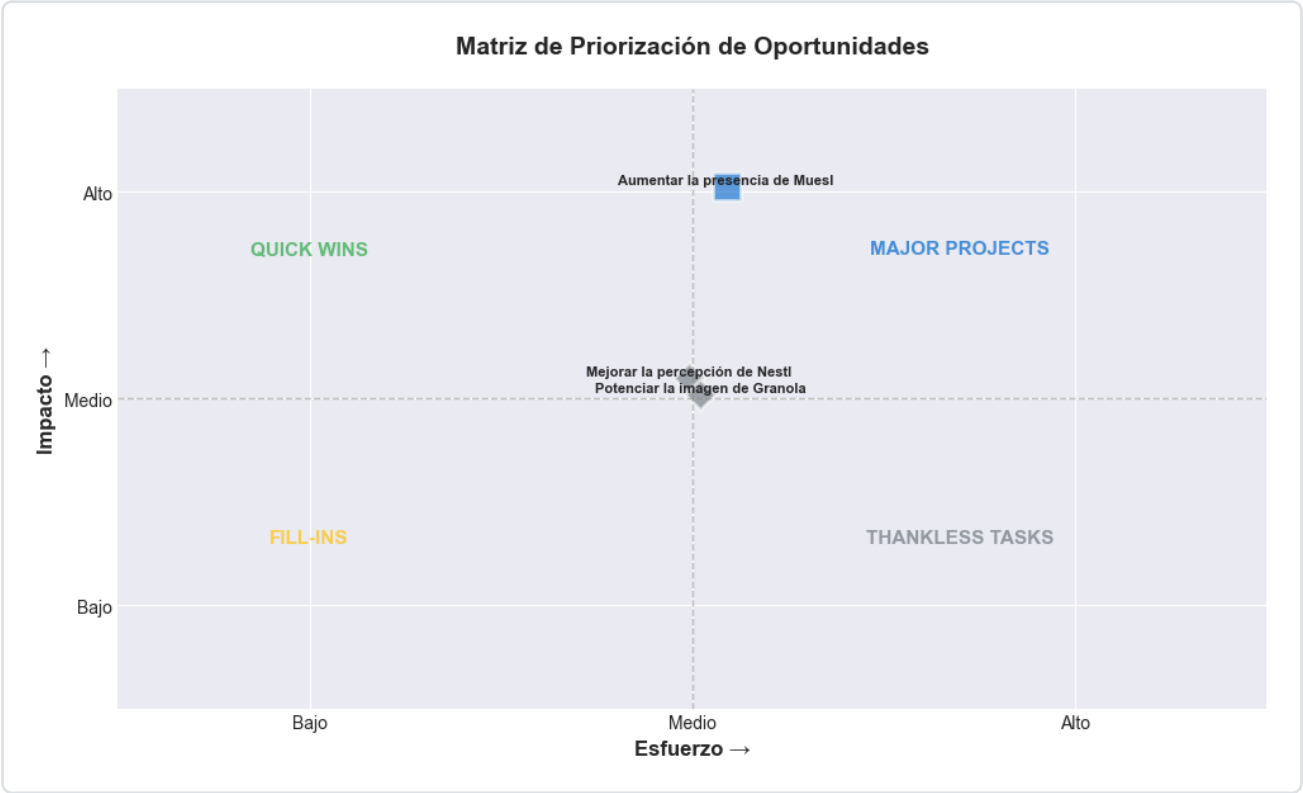
El sentimiento general del mercado es moderado con un score de 0.077. Las marcas líderes varían en percepción, con Corn Flakes en un 0.4 y Chocapic en 0.6.

## Análisis por Marca

- Nestlé: Sentimiento bajo de 0.1 con SOV de 12.73%
- Granola: Sentimiento bajo de 0.075 con SOV de 12.73%

# Oportunidades y Riesgos

## Matriz de Oportunidades



## Detalle de Oportunidades

### Aumentar la presencia de Muesli

Muesli tiene un SOV alto pero un sentimiento moderado, lo que sugiere potencial para mejorar su percepción y capturar más mercado.

**PRIORIDAD: ALTA**

Impacto: alto

### Mejorar la percepción de Nestlé

Nestlé tiene un SOV competitivo pero un sentimiento bajo, lo que indica una oportunidad para mejorar la percepción de marca.

**PRIORIDAD: MEDIA**

Impacto: medio

TwoLaps Intelligence Platform | 2025-10 | Confidencial

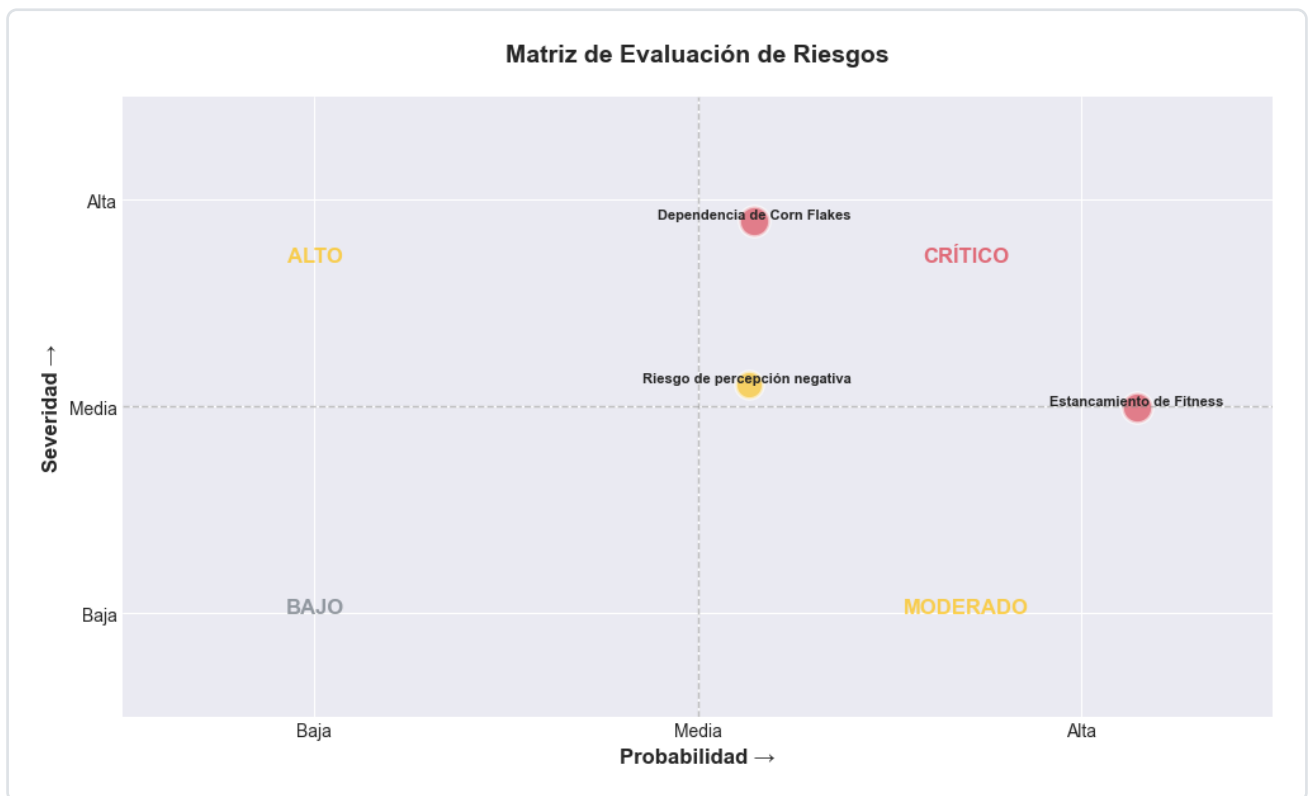
## Potenciar la imagen de Granola

Granola tiene un SOV decente pero un sentimiento bajo, lo que sugiere que mejorar la percepción podría aumentar su cuota de mercado.

**PRIORIDAD: MEDIA**

Impacto: medio

## ⚠ Matriz de Riesgos



## Detalle de Riesgos

### Estancamiento de Fitness

Fitness tiene un SOV bajo y un sentimiento neutral, lo que podría indicar una falta de relevancia en el mercado.

Probabilidad: alta Severidad: media

**Mitigación:** Revisar la estrategia de marketing y producto para aumentar relevancia.

### Riesgo de percepción negativa de Chocapic

Chocapic tiene un SOV muy bajo y un sentimiento neutral, lo que podría llevar a una percepción negativa si no se aborda.

Probabilidad: media Severidad: media

**Mitigación:** Implementar campañas de marketing para mejorar la visibilidad y percepción.

### Dependencia de Corn Flakes

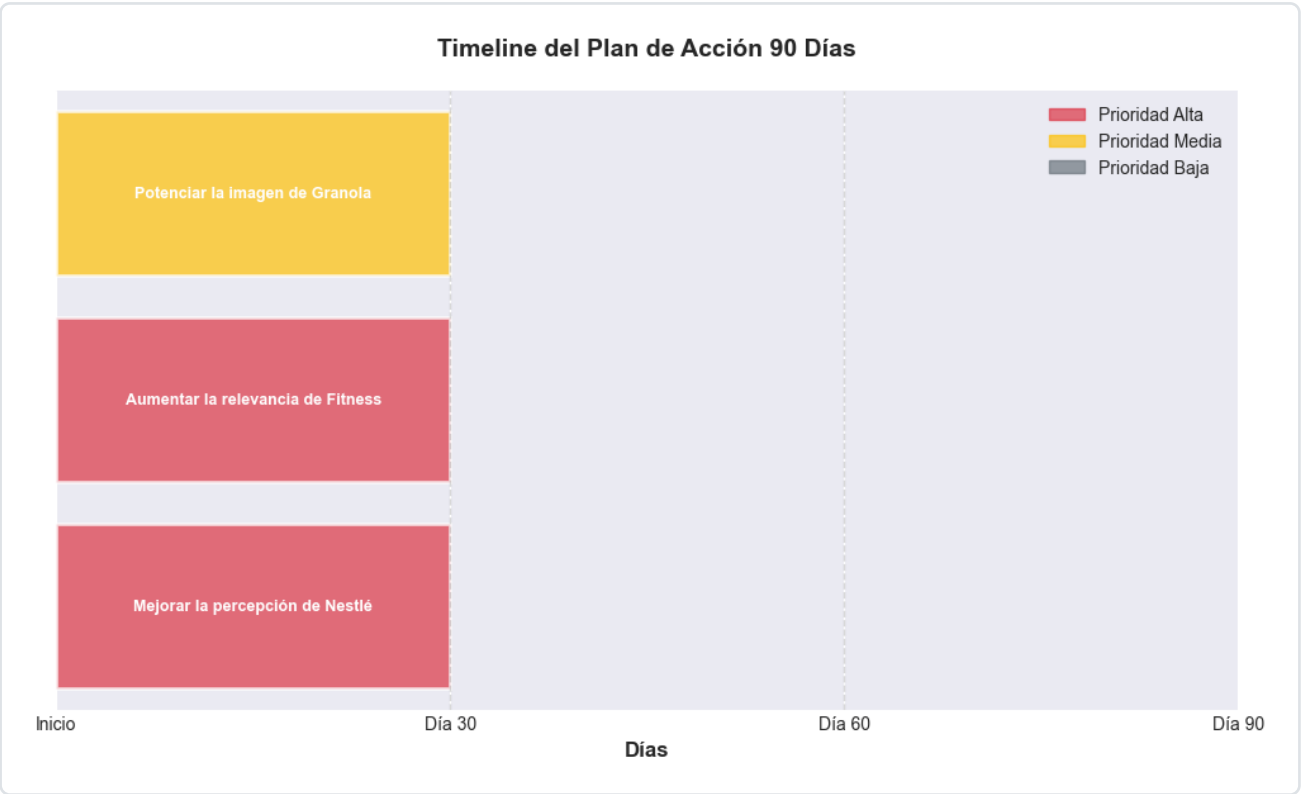
Corn Flakes es el líder del mercado, pero cualquier cambio negativo en su percepción podría impactar significativamente.

Probabilidad: media Severidad: alta

**Mitigación:** Diversificar la oferta de productos para reducir la dependencia.



# Plan de Acción 90 Días



## Detalle de Iniciativas

### Mejorar la percepción de Nestlé

ALTA

#### QUÉ:

Implementar campañas de marketing enfocadas en los beneficios nutricionales y la reformulación para reducir azúcar.

#### POR QUÉ:

Para resolver la complicación de sentimiento bajo en Nestlé, que afecta su capacidad de capturar cuota de mercado.

#### CÓMO:

['Desarrollar contenido promocional que destaque las mejoras nutricionales.', 'Colaborar con influencers del ámbito de la salud para mejorar la percepción.', 'Lanzar promociones que incentiven la prueba del producto.']

CUÁNDO: Mes 1-2

### Aumentar la relevancia de Fitness

ALTA

#### QUÉ:

Revisar y renovar la estrategia de producto y marketing para mejorar la visibilidad y relevancia.

#### POR QUÉ:

Para resolver la complicación de falta de relevancia en el mercado de Fitness.

#### CÓMO:

['Realizar un análisis de mercado para identificar nuevas tendencias y necesidades.', 'Rediseñar el empaque para destacar beneficios únicos.', 'Implementar una campaña digital dirigida a consumidores preocupados por la salud.']

CUÁNDO: Mes 1-2

## Potenciar la imagen de Granola

MEDIA

### QUÉ:

Focalizar esfuerzos en comunicar los beneficios de Granola y mejorar su percepción en el mercado.

### POR QUÉ:

Para resolver la complicación de sentimiento bajo en Granola, que limita su crecimiento.

### CÓMO:

['Desarrollar una narrativa de marca que resalte los ingredientes naturales y beneficios saludables.', 'Organizar eventos de degustación en supermercados y tiendas especializadas.', 'Lanzar una campaña en redes sociales que involucre a consumidores en la creación de recetas con Granola.']

**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:	3
Oportunidades detectadas:	3
Riesgos identificados:	3
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.