



Relevancia, vinculación y satisfacción con los “touch points” informativos en el mercado de la puericultura

Estudio 17.100

Chiquinquirá Canosa: Chiquinquirá.canosa@gfk.com

Laura Serrano: Laura.serrano@gfk.com



Universo	Madres con bebés de 0 a 12 meses. <i>La captación del target se ha realizado a través de Netquest, empresa del grupo GfK. Netquest cuenta con 1.455 panelistas del target abordado para este estudio.</i>
Tamaño muestral	N= 501 entrevistas
Tipo de entrevista	Entrevista personal on-line (CAWI), con cuestionario semi-estructurado de una duración máxima de 13'
Error muestral	501 entrevistas supone operar con un error estadístico del +/-4,38% siendo el intervalo de confianza del 95,5% en el caso más desfavorable de p=q=50%
Distribución Muestral	La muestra se ha distribuido proporcionalmente por zonas geográficas, edad y nivel de estudios de las madres.
Fechas entrevistas	Del 23 al 29 de marzo de 2021

Metodología. Significatividad estadística



Para establecer una comparación de los diferentes indicadores analizados y el total muestra, se utiliza la significatividad estadística, un criterio de análisis estadístico que es resultado de la interpretación conjunta de la diferencia entre dos valores y el tamaño muestral de sus bases.

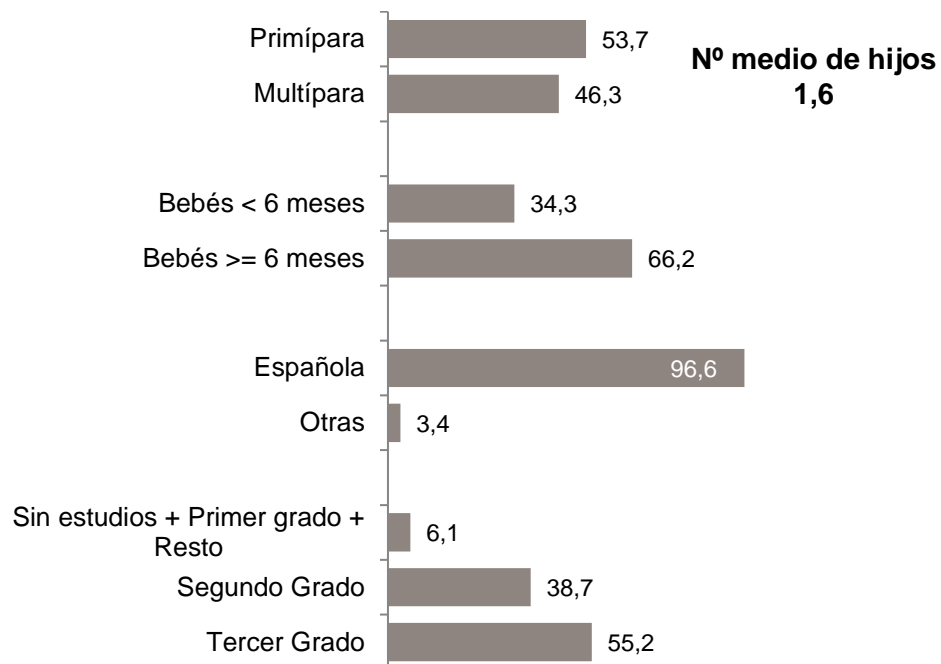
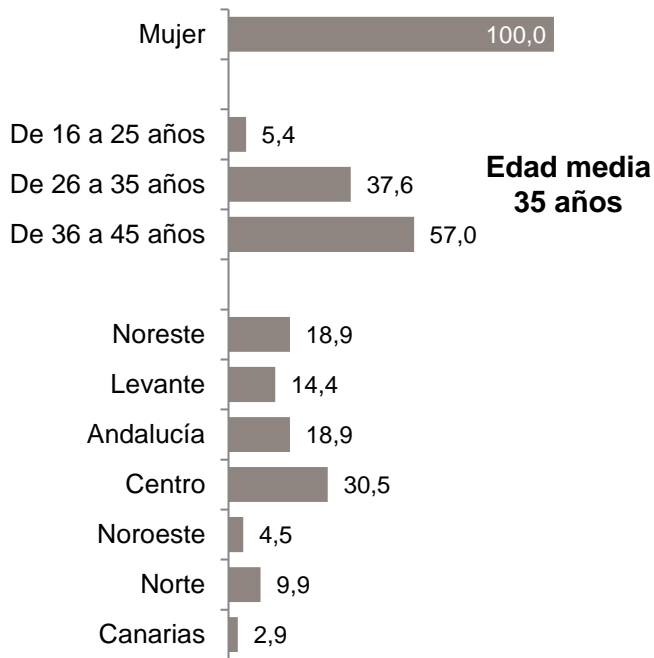
Para este informe de resultados se ha aplicado la significatividad a un nivel de confianza del 95,0%:

Cuando se identifiquen diferencias estadísticamente significativas en cualquiera de los segmentos respecto al resultado total, éstas se señalarán en el informe mediante la siguiente leyenda:

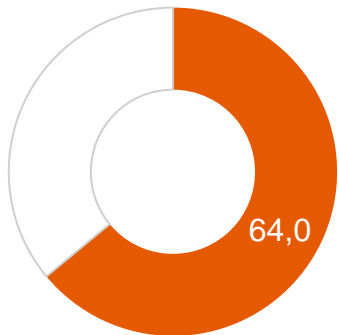
Significativamente superior al Total
Significativamente inferior al Total

Metodología

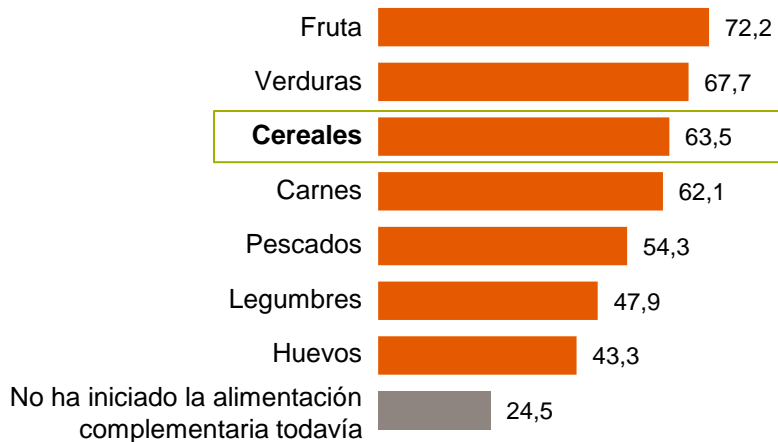
Perfil de madres con bebés de 0 a 12 meses



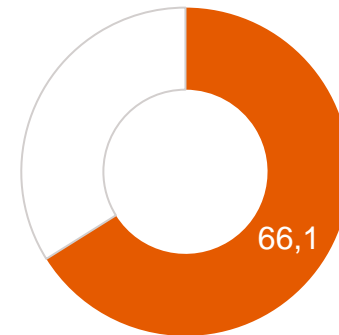
¿Ha comprado un **cochecito** para su hijo/a en el último año?



¿Qué **alimentos** toma su hijo/a de forma habitual?



¿Su hijo/a ha llevado **chupete** en el último año?



Unidad: Porcentaje / Base : Madres con bebés de 0 a 12 meses (n=501)

SCR11 [S] ¿Ha comprado un cochecito para su hijo/a en el último año?

SCR12[M] Actualmente, de la siguiente lista de alimentos, ¿podría indicar cuáles está tomando su hijo/a de forma habitual?

SCR13[S] ¿Su hijo/a ha llevado chupete en el último año?

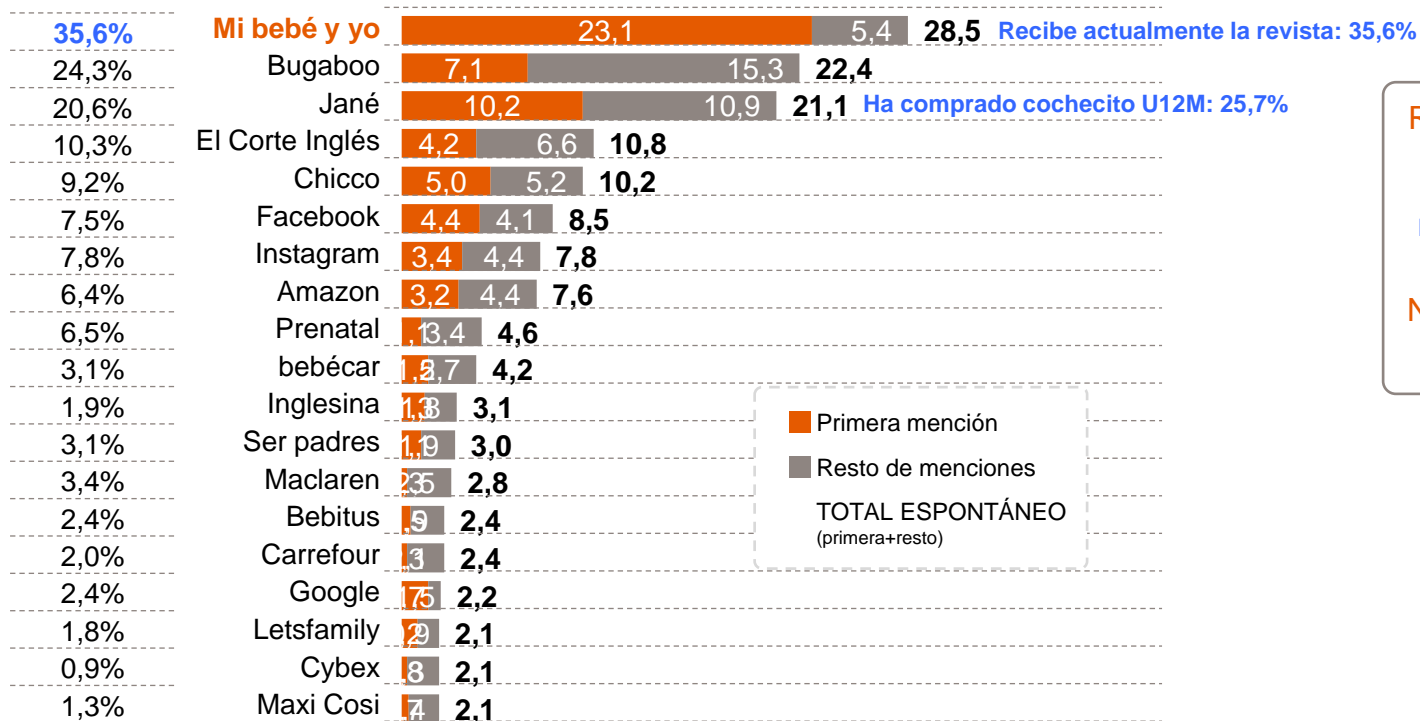
2. Notoriedad de medios

Notoriedad de medios COCHECITOS DE BEBÉ

Espontánea (% espontáneo > 2%)



Recibe actualmente la revista



Recibe actualmente la revista: 35,6%

Ha comprado cochecito U12M: 25,7%

Recuerda medios en espontáneo:

89,3%

Ha comprado cochecito U12M: 94,2%

Nº medio de medios: 2,32

Primera mención

Resto de menciones

TOTAL ESPONTÁNEO (primera+resto)

Unidad: Porcentaje y media / Base: Madres con bebés de 0 a 12 meses (n=501)

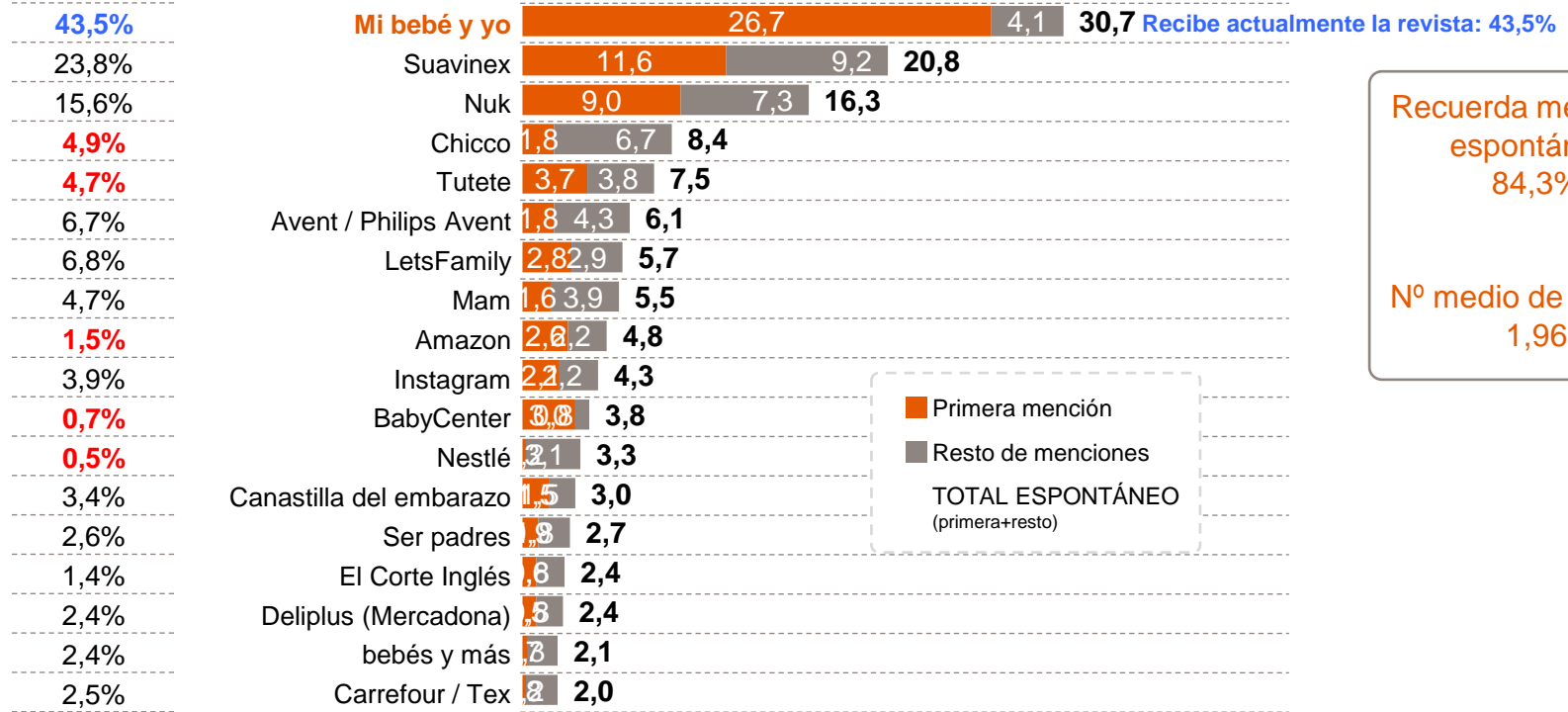
A01[O] Nos gustaría que pensase en medios como revistas, páginas web, APP, Redes Sociales, etc en los que ha recibido o buscado contenidos relacionados con COCHECITOS DE BEBÉ.

Notoriedad de medios CHUPETES

Espontánea (% espontáneo > 2%)



Recibe actualmente la revista



Recuerda medios en espontáneo: 84,3%

Nº medio de medios: 1,96

■ Primera mención
■ Resto de menciones
TOTAL ESPONTÁNEO
 (primera+resto)

Unidad: Porcentaje y media / Base: Madres con bebés de 0 a 12 meses (n=501)

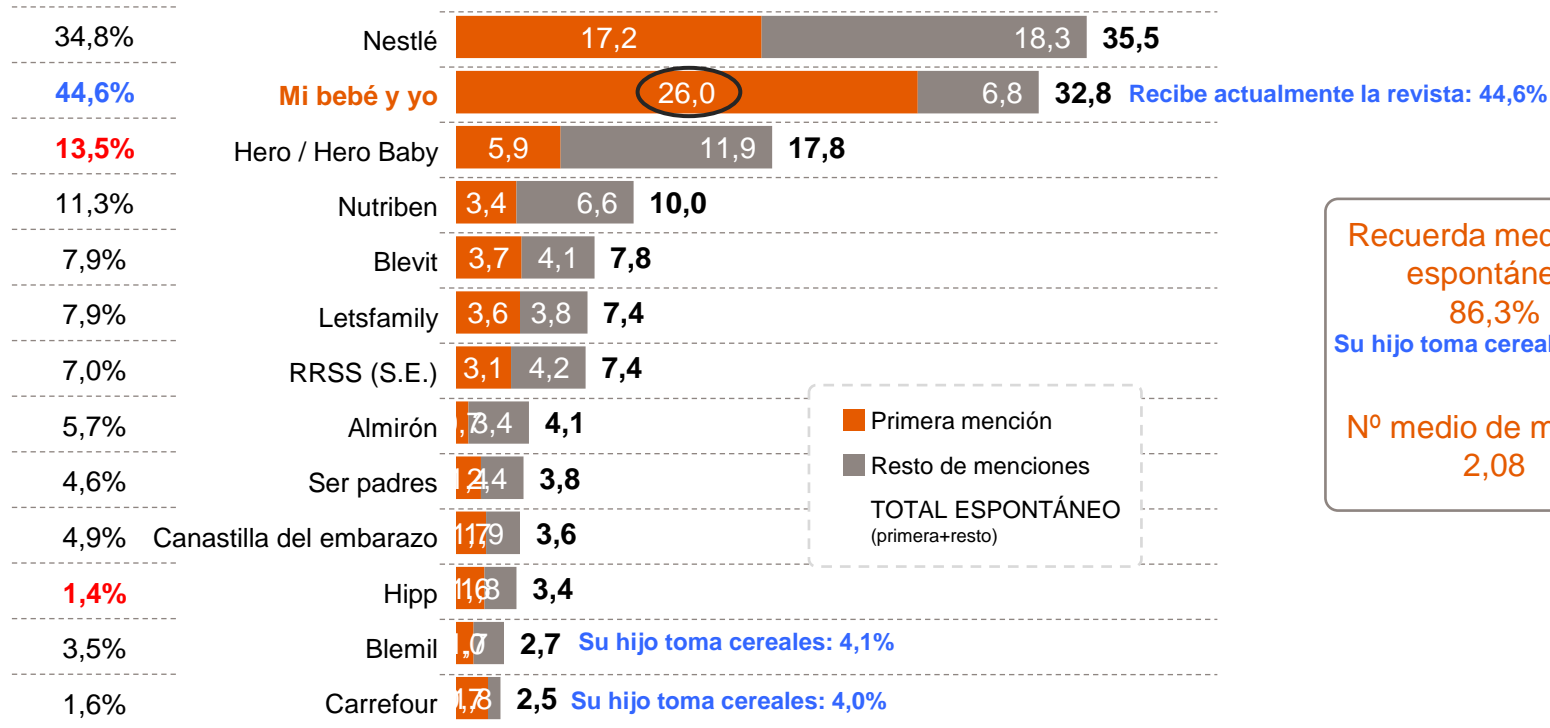
A02[O] Nos gustaría que pensase en medios como revistas, páginas web, APP, canastillas de regalo con muestras de chupetes para el bebé, Redes Sociales, etc en los que ha recibido o buscado contenidos relacionados con **CHUPETES**.

Notoriedad de medios CEREALES / PAPILLAS

Espontánea (% espontáneo > 2%)



Recibe actualmente la revista



Recuerda medios en espontáneo: 86,3%
Su hijo toma cereales: 88,3%

Nº medio de medios: 2,08

Primera mención
Resto de menciones
TOTAL ESPONTÁNEO (primera+resto)

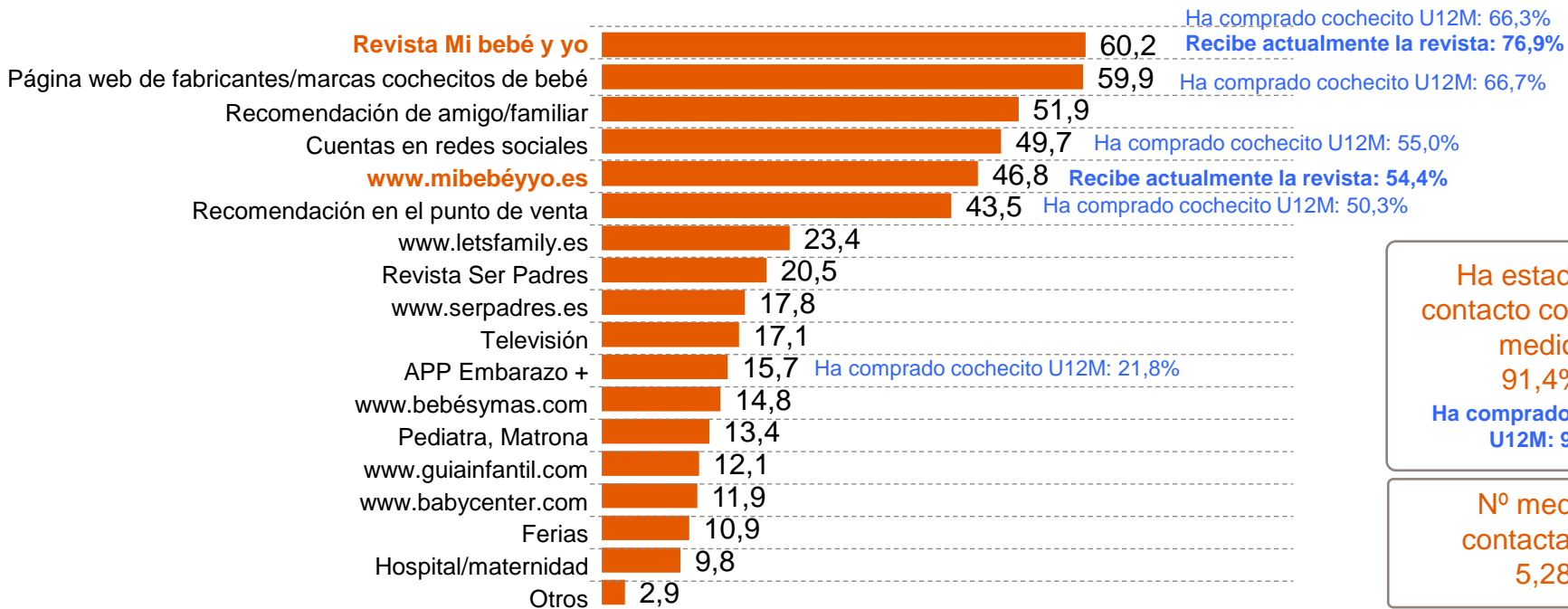
Unidad: Porcentaje y media / Base: Madres con bebés de 0 a 12 meses (n=501)

A03[O] Nos gustaría que pensase en medios como revistas, páginas web, APP, canastillas de regalo con muestras de cereales para el bebé, Redes Sociales, etc en los que ha recibido o buscado contenidos relacionados con CEREALES / PAPILLAS.

3. Contacto con los medios

Contacto con los medios

COCHECITOS DE BEBÉ



Ha estado en contacto con algún medio: 91,4%

Ha comprado cochecito U12M: 97,7%

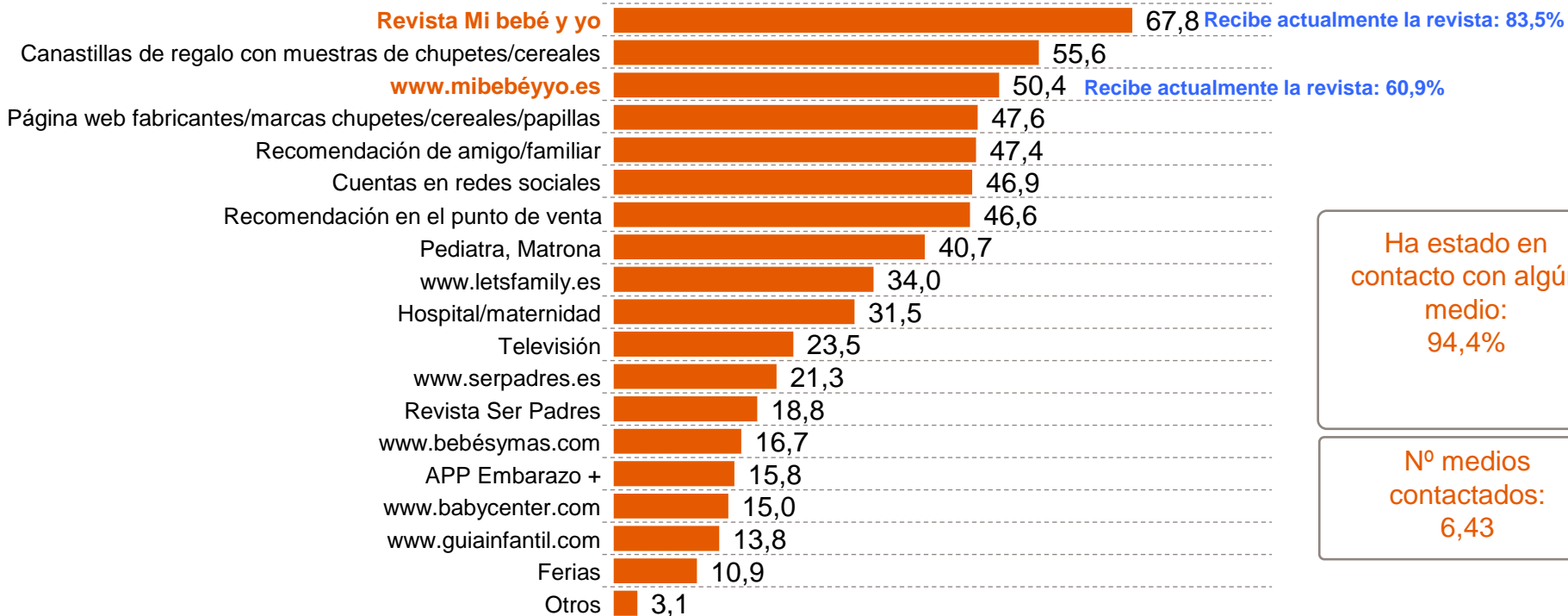
Nº medios contactados: 5,28

Unidad: Porcentaje y media / Base: Madres con bebés de 0 a 12 meses (n=501)

A04[M] ¿En cuáles de los siguientes medios como revistas, páginas web, APP, Redes Sociales, etc ha recibido o buscado contenidos relacionados con **COCHECITOS DE BEBÉ** en alguna ocasión?

Contacto con los medios

CHUPETES / CEREALES-PAPILLAS



Ha estado en contacto con algún medio: 94,4%

Nº medios contactados: 6,43

Unidad: Porcentaje y media / Base: Madres con bebés de 0 a 12 meses (n=501)

A05[M] ¿En cuáles de los siguientes medios como revistas, páginas web, APP, canastillas de regalo con muestras de productos para el bebé, Redes Sociales, etc ha recibido o buscado contenidos relacionados con **CHUPETES o PAPILLAS / CEREALES** en alguna ocasión?

4. Bloque

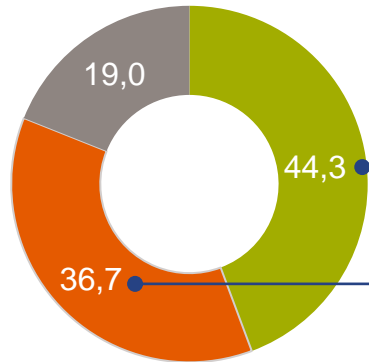
Revista “Mi bebé y yo”

Revista Mi bebé y yo

Reciben o han recibido la revista en casa



No recibe / ha recibido la revista



Actualmente está recibiendo la revista

El 81% recibe / ha recibido la revista

Ha recibido la revista en alguna ocasión

Unidad: Porcentaje / Base : Madres con bebés de 0 a 12 meses (n=501)

A07[S] Actualmente, ¿está recibiendo la revista Mi bebé y yo en su casa?

A08[S] ¿Recuerda haber recibido en alguna ocasión la revista Mi bebé y yo en su casa?

Revista Mi bebé y yo

Reciben



	TOTAL	EDAD DE LA MADRE		EDAD DEL BEBÉ		NÚMERO DE HIJOS	
		De 16 a 35 años	Más de 35 años	Menos de 6 meses	6 meses o más	Primípara	Múltipara
Base	501	215	286	171	330	269	232
Recibe la revista actualmente	44,3	47,0	42,3	54,4	39,1	50,6	36,6
Ha recibido la revista en alguna ocasión	36,7	37,2	36,4	28,7	40,9	24,2	51,3
RECIBE / HA RECIBIDO LA REVISTA	81,0	83,9	78,9	83,4	79,8	75,1	87,9

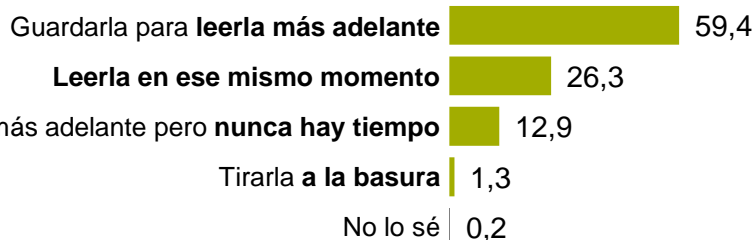
Unidad: Porcentaje / Base : Madres con bebés de 0 a 12 meses (n=501)
A07[S] Actualmente, ¿está recibiendo la revista Mi bebé y yo en su casa?

Revista Mi bebé y yo

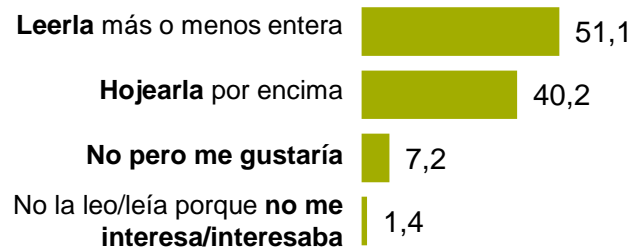
¿Qué hacen cuando la reciben?



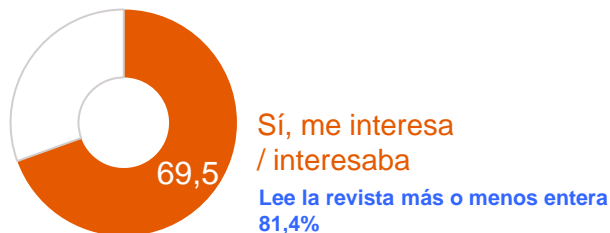
Cuando recibe/recibía la revista Mi bebé y yo, ¿qué hace/hacía?



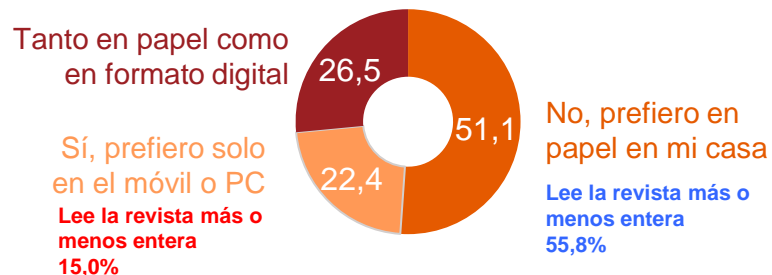
Generalmente, ¿diría que lee/leía la revista Mi bebé y yo?



Generalmente, ¿se fija/fijaba en la publicidad de la revista?



¿Preferiría/hubiera preferido recibir la revista digital en su móvil o pc ?



Unidad: Porcentaje / Base : Reciben o han recibido la revista Mi bebé y yo (n=406)

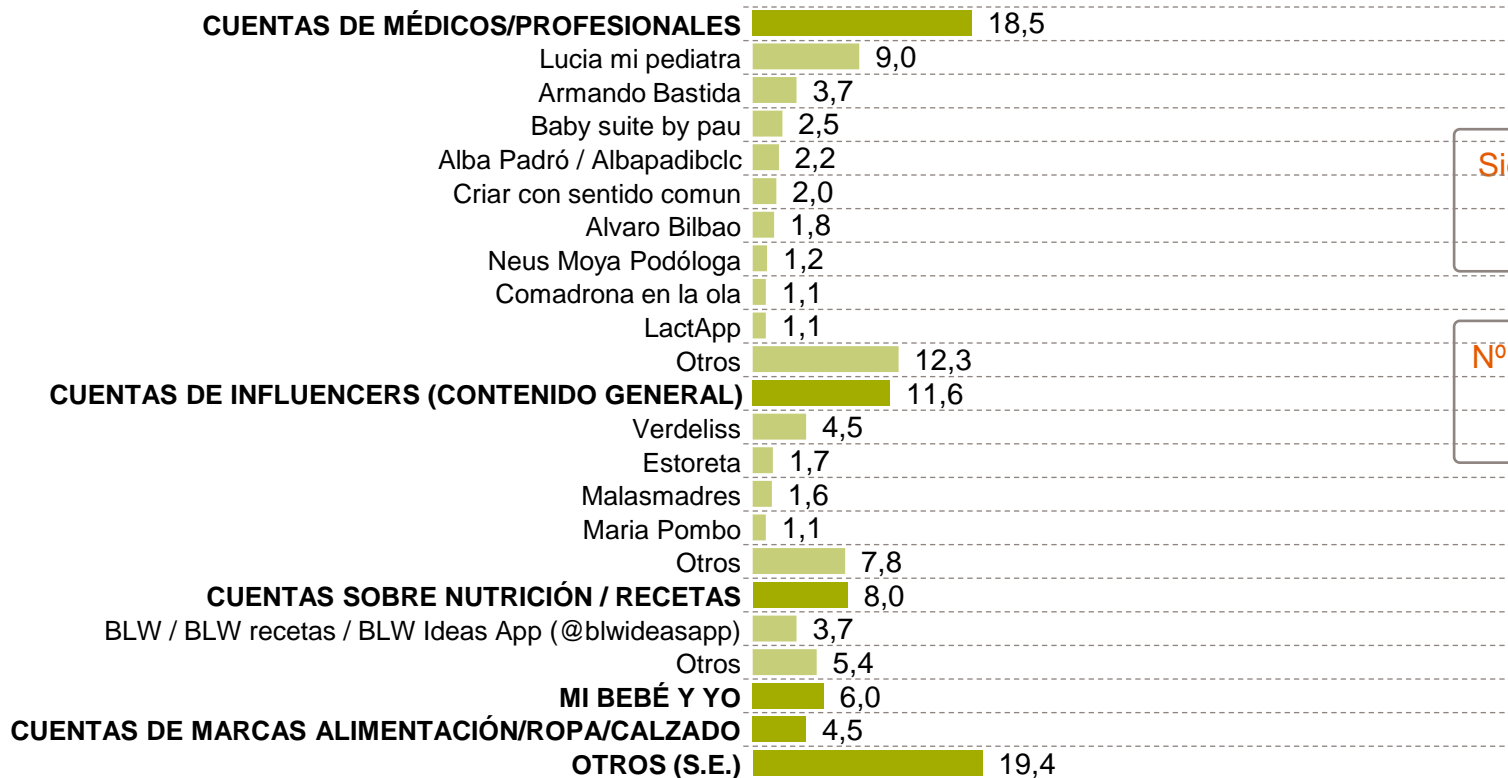
A10[S] Cuando recibe la revista Mi bebé y yo, ¿qué hace? / A11[S] Generalmente, ¿diría que lee la revista "Mi bebé y yo"? / A12[S] Generalmente, ¿se fija en la publicidad de la revista? /

A13[S] ¿Preferiría recibir la revista digital en su móvil o PC en lugar de recibirla físicamente en casa?

5. Notoriedad de *Influencers*

Notoriedad de *Influencers*

Espontánea



Siguen a *Influencers*
36,7%

Nº medio *influencers*:
2,55

Unidad: Porcentaje y media / Base: Madres con bebés de 0 a 12 meses (n=501)

C09[O] ¿Sigue a alguna persona o *influencer*, perfil o cuenta relacionada con **LA FAMILIA Y EL BEBÉ** en redes sociales? Por favor, escriba el nombre de aquellas personas o *influencers*, perfiles o cuentas que usted siga en redes sociales.

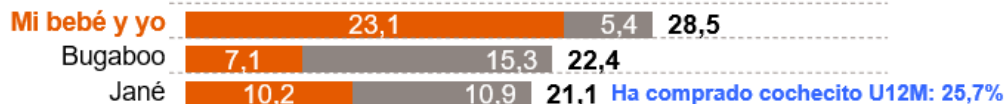
6. Diagnóstico

Diagnóstico

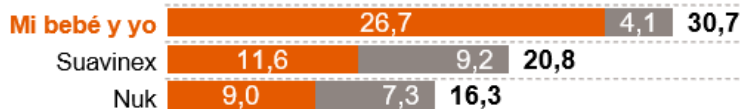
Notoriedad espontánea de medios



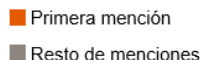
COCHECITOS



CHUPETES



PAPILLAS/CEREALES



La revista *“Mi bebé y yo”* lidera el ranking de *notoriedad espontánea* de medios de contacto para búsqueda de información en las categorías de *COCHECITOS* y *CHUPETES*, no solo a nivel total, sino en los niveles de *Top of Mind*.

Para *PAPILLAS/CEREALES*, la revista consigue *el mejor porcentaje* de *Top of Mind*.

En todas las categorías, las *marcas propias de fabricantes* alcanzan unos valores de *notoriedad espontánea* elevados.

HA ESTADO EN CONTACTO CON ALGÚN MEDIO:

- Cochecitos → 91,4%
- Chupetes - Papillas / Cereales → 94,4%

La **práctica totalidad** de las madres entrevistadas **está en contacto con algún medio** relacionado con cochecitos y chupetes – papillas / cereales.

Nº MEDIOS CONTACTADOS:

- Cochecitos → 5,28
- Chupetes - Papillas / Cereales → 6,43

Por término medio entra en contacto con **hasta 5-6 medios distintos**.

COHECITOS



CHUPETES-PAPILLAS/CEREALES



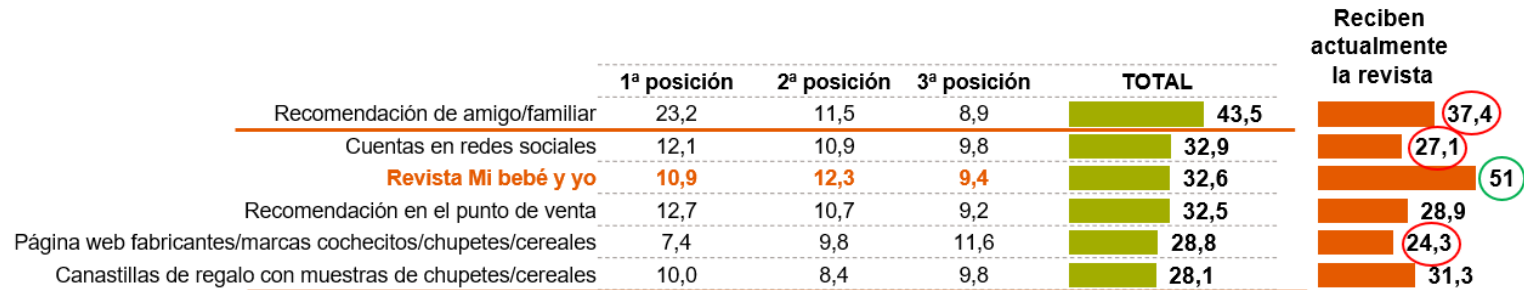
La **revista “Mi bebé y yo”** es el medio que **más contacto genera** en todas las categorías analizadas.

La **página web**, aunque consigue un posicionamiento inferior, siempre **se sitúa por encima de otras páginas webs** con contenido sobre familia y bebés.

Destacar el **elevado porcentaje de contacto** que genera las **canastillas de regalo** en chupetes – papillas/cereales, a pesar que no esta interiorizada como un medio de información por las madres.

Diagnóstico

Medio de contacto favorito

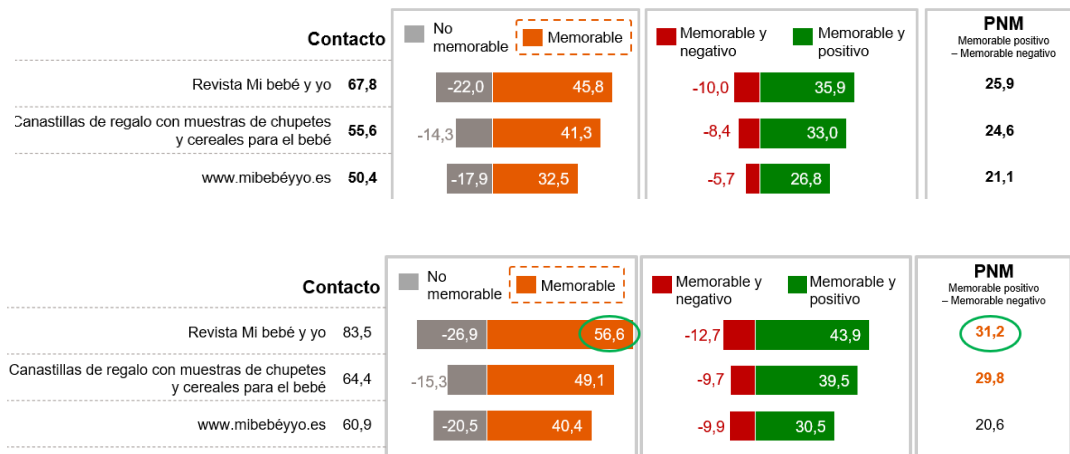


La **recomendación de amigos y familiares** es el medio de contacto que **prefieren** casi la mitad de las madres entrevistadas cuando buscan **información relacionada con la familia y el bebé**.

En un **segundo** nivel se encuentran las **RRSS**, la revista “**Mi bebé y yo**” y las **recomendaciones en el punto de venta**.

Entre las **madres que tienen contacto con la revista actualmente**, la revista “**Mi bebé y yo**” **se posiciona en primera lugar con un 51%**.

Chupetes-Papillas/cereales



En la categoría de Chupetes-Papillas/cereales, los **medios que más contacto generan** son los puntos que más **experiencias memorables y positivas consiguen**, siendo la revista “**Mi bebé y yo**” quien lidera el ranking.

Si analizamos el target de madres impactadas, los valores de **PNM** y **memorabilidad aumentan** significativamente entre el colectivo de **madres que reciben la revista actualmente**.

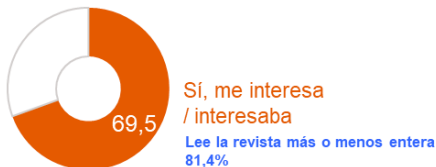
No recibe / ha recibido la revista



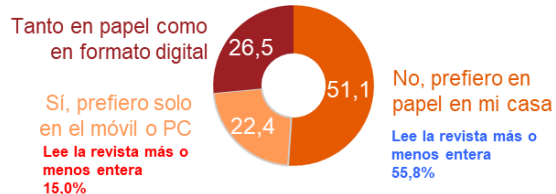
Actualmente está recibiendo la revista

El 81% de las madres entrevistadas afirma haber recibido la revista. Este dato es superior entre las madres que tienen más de 1 hijo.

Generalmente, ¿se fija/fijaba en la publicidad de la revista?



¿Preferiría/hubiera preferido recibir la revista digital en su móvil o pc ?



El 69,5% de las madres afirma interesarse por la publicidad que se muestra en la revista, aumentando hasta el 81,4% si la leen en su totalidad. En cuanto al formato, el 77,6% prefiere el formato actual, ya sea por las que declaran su preferencia por ese formato (51,1%) o por las madres que no muestran una preferencia por un formato específico (26,4%). Además, este dato es más elevado entre aquellas que la leen íntegramente.