

# BRAND FOOTPRINT

50 marcas más elegidas en el mundo



# AGENDA

1

¿Qué es Brand Footprint?



2

Ranking mundial y principales conclusiones



3

Ranking del mercado español



# AGENDA

1

¿Qué es Brand Footprint?



# CADA RANKING ES IMPERFECTO Y SUBJETIVO



RANKING SEGÚN  
**VOLUMEN**  
Dosis



RANKING SEGÚN  
**FACTURACIÓN**  
Precio Medio



RANKING SEGÚN  
**IMAGEN DE MARCA**  
Intención

# EL PRIMER RANKING MUNDIAL QUE MIDE EL GRADO DE CONEXIÓN REAL ENTRE UNA MARCA Y SUS CONSUMIDORES

Análisis de  
**200 categorías**  
de Gran consumo  
(Alimentación, Bebidas,  
Droguería y Perfumería)

En **32 países** que  
suponen el 60% del  
PIB mundial

una variable que mide  
el **grado real de  
conexión** de una marca  
con sus consumidores,  
Consumer Reach  
Points

**CUÁNTOS** Penetración: %  
hogares que compran la marca

X

**POBLACIÓN** : Universo: Número  
de hogares de un país

X

**CADA CUÁNTO:** Frecuencia:  
Número de veces que cada hogar  
compra la marca al año

Fuente: Kantar Worldpanel

# AGENDA

## 2

### Ranking mundial y principales conclusiones



# COCA-COLA, COLGATE Y NESCAFÉ LIDERAN EL RANKING DE LAS MARCAS MÁS ELEGIDAS EN EL MUNDO

Posición 2012	Posición 2011	Cambio de posición	Nombre de la marca	Fabricante	Consumer Reach Points (Millones)	Penetración %	Frecuencia de compra	Consumer Reach Points % ev.
1	1	◀▶		The Coca-Cola Company	5.295	43,9	14,7	0%
2	2	◀▶		Colgate-Palmolive Company	3.330	65,4	6,2	5%
3	3	◀▶		Nestlé	2.270	26,0	10,6	-2%

Fuente: Kantar Worldpanel

# 13 MARCAS SUPERAN LOS MIL MILLONES DE CONTACTOS ANUALES



## THE BRAND FOOTPRINT GLOBAL RANKING TOP 50

Rank 2012	Rank 2011	Rank change	Brand name	Manufacturer	Consumer Reach Points (m)	Penetration%	Frequency	Consumer Reach Points growth %
1	1	↔	 Coca-Cola	The Coca-Cola Company	5,295	43.9	14.7	0%
2	2	↔	 Colgate	Colgate-Palmolive Company	3,330	65.4	6.2	5%
3	3	↔	 NESCAFÉ	Nestlé	2,270	26.0	10.6	-1.5%
4	4	↔	 Pepsi	PepsiCo	1,797	27.9	7.9	2%
5	5	↔	 Lifbuoy	Unilever	1,751	32.0	7.8	1%
6	7	1 ▲	 MAGGI	Nestlé	1,580	26.7	7.2	4%
7	6	1 ▼	 PANTENE	Procter & Gamble	1,456	31.9	5.6	-2%
8	8	↔	 Knorr	Unilever	1,290	27.6	5.7	1%
9	9	↔	 Lays	Pepsico	1,142	26.1	5.3	3%
10	11	1 ▲	 Dove	Unilever	1,117	33.7	4.0	18%
11	15	4 ▲	 LUX	Unilever	1,068	40.2	3.8	-10%
12	10	2 ▼	 Palmolive	Colgate-Palmolive Company	1,062	18.6	7.0	4%
13	12	1 ▼	 Tide	Procter & Gamble	1,052	28.8	4.4	11%

Fuente: Kantar Worldpanel

# UNILEVER ES EL FABRICANTE CON MÁS MARCAS (15) EN EL RANKING GLOBAL, SEGUIDO DE P&G (8) Y PEPSICO (5)

- Unilever
- P&G
- PepsiCo

Rank 2012	Manufacturer	Brand name
1	The Coca-Cola Company	Coca-Cola
2	Colgate-Palmolive Company	Colgate
3	Nestlé	NESCAFÉ
4	PepsiCo	PEPSI
5	Unilever	LIFEBUOY
6	Nestlé	MAGGI
7	Procter & Gamble	PANTENE
8	Unilever	KINGS
9	PepsiCo	LAYS
10	Unilever	Dove
11	Unilever	LUX
12	Colgate-Palmolive Company	PRIMORIVE
13	Procter & Gamble	Tide
14	Unilever	Surf
15	Mondelz International	TANG
16	Unilever	SUNSILK

17	Mondelz International	OREO
18	Bimbo	BIMBO
19	Ajinomoto	AJINOMOTO
20	The Coca-Cola Company	Sprite
21	Unilever	PEPPERMINT
22	Procter & Gamble	Downy
23	Nestlé	MILK
24	Procter & Gamble	head & shoulders
25	Procter & Gamble	AXITOL
26	H.J. Heinz Company	Heinz
27	Procter & Gamble	Crest
28	The Coca-Cola Company	Fanta
29	General Mills	Koppar
30	Danone	ACTIVIA
31	Unilever	Rexona
32	PepsiCo	Cheetos
33	PepsiCo	QUAKER

34	Johnson & Johnson	Johnson's
35	Unilever	CLEAR
36	Unilever	WOGGUP
37	Unilever	HILLMARK
38	Unilever	POND'S
39	L'Oréal	L'ORÉAL
40	Procter & Gamble	AXITOL
41	Unilever	WOGGUP
42	Unilever	OMO
43	The Coca-Cola Company	Minute Maid
44	Beiersdorf	NIVEA
45	Unilever	Dipter
46	Yakult	Yakult
47	PepsiCo	TU
48	Reckitt Benckiser	Dental
49	Procter & Gamble	OLAY
50	Kimberly-Clark	Kleenex

# LAS MARCAS MÁS ELEGIDAS TIENEN TODAVIA MUCHAS OPORTUNIDADES DE CRECER

## COCA-COLA 2012 BRAND FOOTPRINT



### GLOBAL

Penetración: 44%  
Frecuencia: 15  
Consumer Reach Points 5.300 Mio



### LATAM

Penetración: 91%  
Frecuencia: 32  
Consumer Reach Points: 3.000 Mio



### EUROPA

Penetración: 69%  
Frecuencia: 10  
Consumer Reach Points: 520 Mio



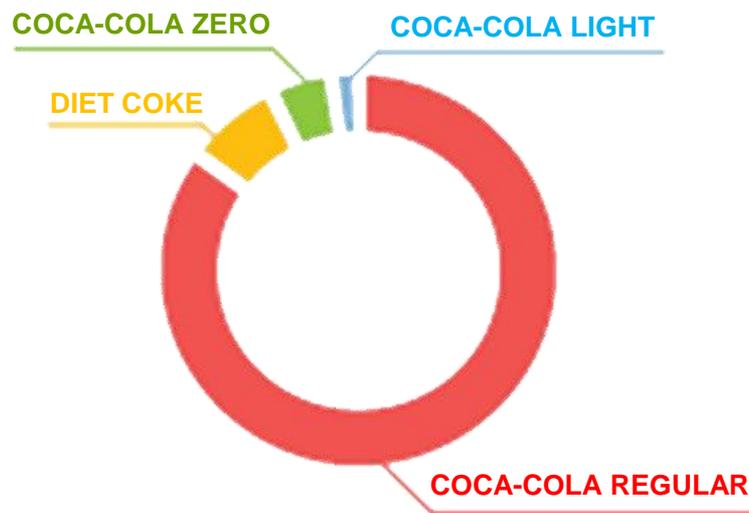
### USA

Penetración: 67%  
Frecuencia: 14  
Consumer Reach Points: 1.000 Mio



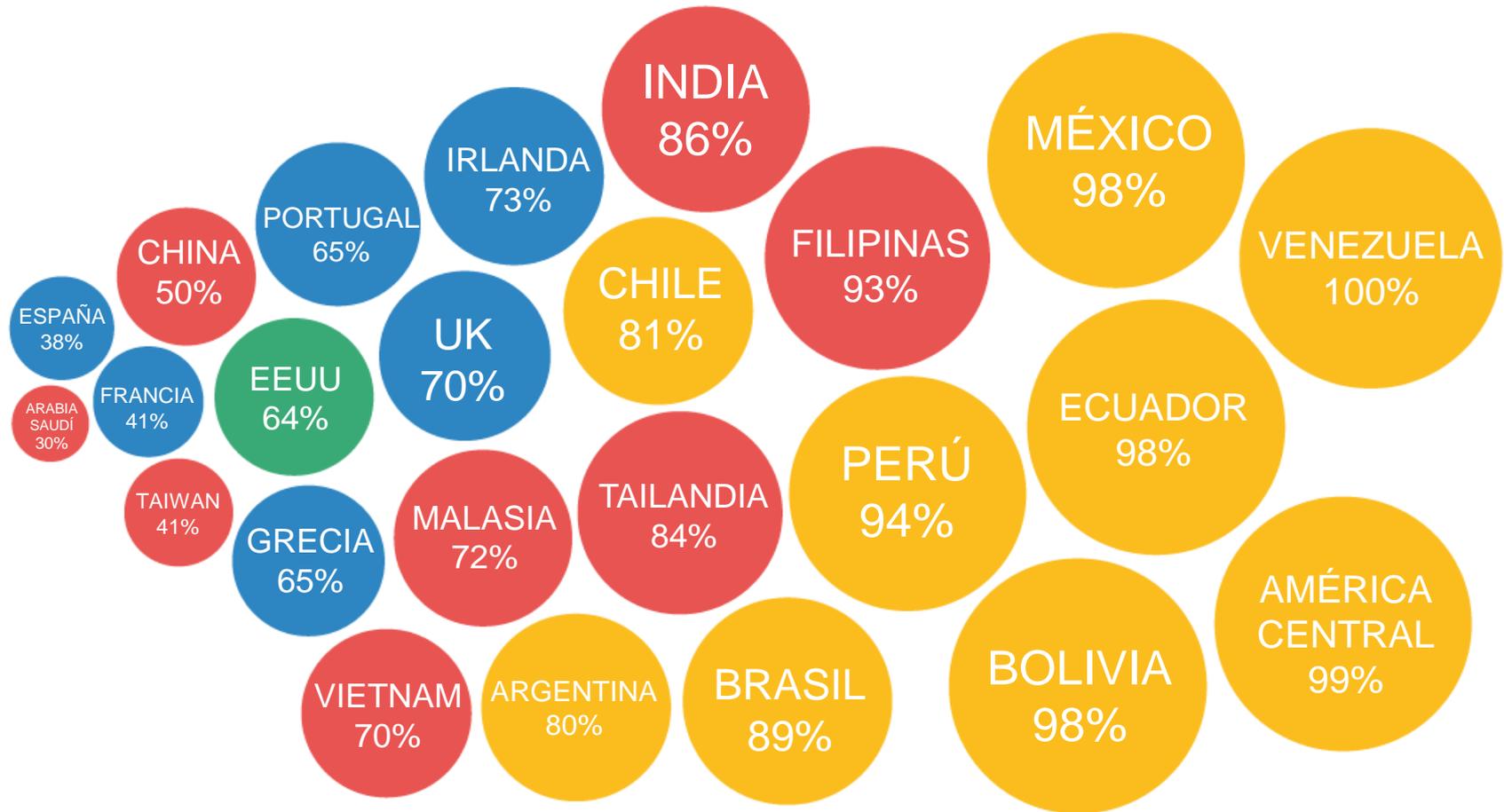
### ASIA & ME

Penetración: 26%  
Frecuencia: 5  
Consumer Reach Points: 712Mio



Fuente: Kantar Worldpanel

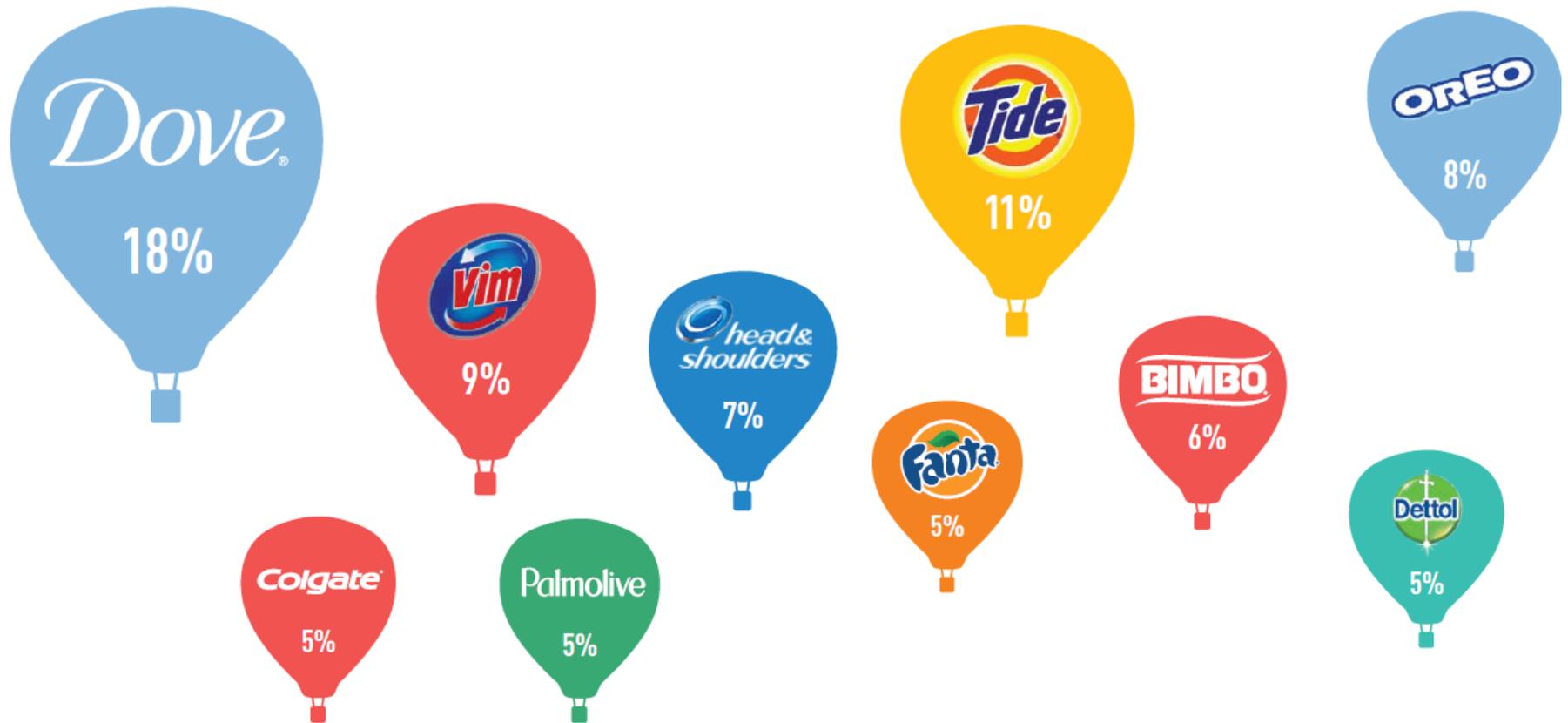
# COLGATE ES LA ÚNICA MARCA QUE COMPRAN MÁS DE LA MITAD DE LOS HOGARES GRACIAS A SU POSICIÓN EN SUDAMÉRICA Y ASIA



%Penetración Colgate 2012

Fuente: Kantar Worldpanel

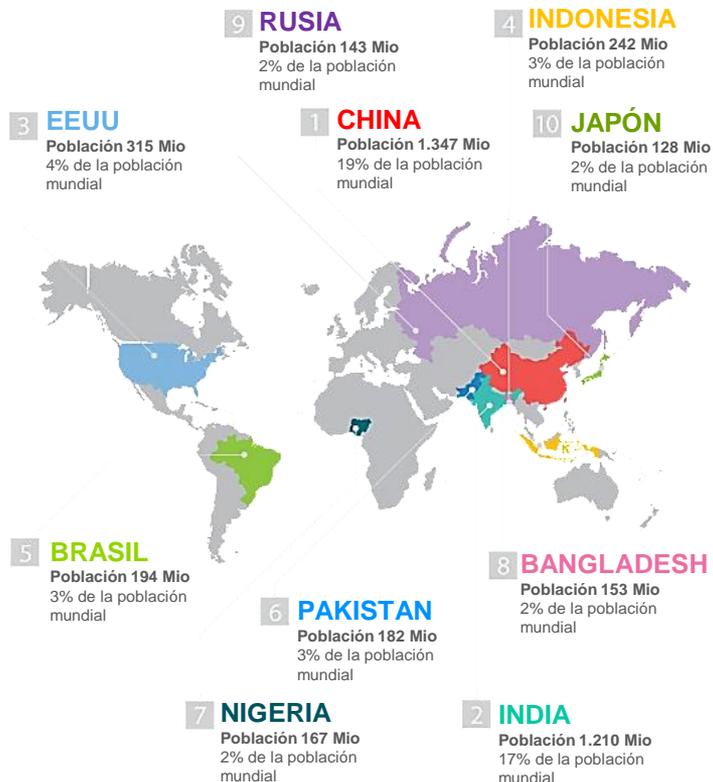
# DOVE ES LA MARCA CON MÁS CRECIMIENTO DE CONTACTOS ANUAL



Fuente: Kantar Worldpanel

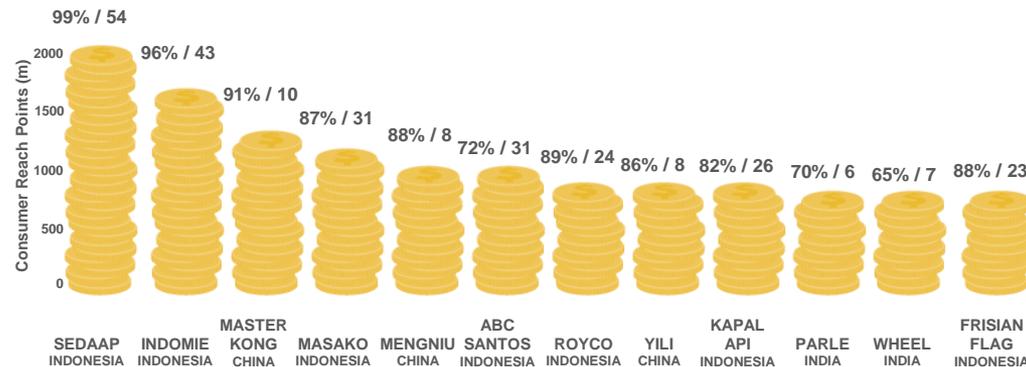
# LOS PAÍSES EMERGENTES SON VITALES PARA TENER UNA POSICIÓN GLOBAL Y PARA CRECER

El top 10 de los países más poblados

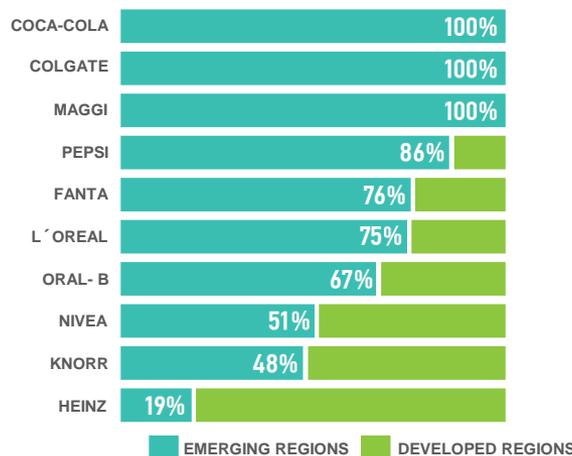


Marcas mil millonarias locales en Asia

% Penetración / Frecuencia (2012)



Contribución al crecimiento



Fuente: IMF / Kantar Worldpanel

# MARCAS GLOBALES Y PREFERENCIAS LOCALES

## Primeras marcas por país

Consumer Reach Points (m)



Fuente: Kantar Worldpanel

# AGENDA

## 3

### Ranking del mercado español



# COCA-COLA, ACTIVIA Y ASTURIANA LIDERAN EL RANKING DE LAS MARCAS MÁS ELEGIDAS EN ESPAÑA EN 2012

		Consumer Reach Points (Millones)	% Penetración	Frecuencia	% Ev. Consumer Reach Points
1		127,5	80	10	-1%
2		61,7	41	9	-12%
3		58,5	52	7	-13%

Fuente: Kantar Worldpanel

# 6 DE LAS 10 MARCAS MÁS ELEGIDAS EN ESPAÑA SON DE FABRICANTES LOCALES

			Consumer Reach Points	% Penetración	Frecuencia	CRP Growth%
1	Coca Cola		127.347.680	80	10	-1%
2	Activia		61.745.156	41	9	-12%
3	Central Lechera Asturiana		58.482.499	52	7	-13%
4	Don Simon		52.243.474	53	6	0%
5	Gallo		51.005.977	65	5	0%
6	Bimbo		39.738.000	55	5	3%
7	Pascual		34.480.910	44	6	-1%
8	Fanta		33.449.911	45	5	-3%
9	Gallina Blanca		33.387.797	49	4	-8%
10	Reina		32.799.528	40	5	5%

Fuente: Kantar Worldpanel

# DANONE ES EL FABRICANTE MEJOR REPRESENTADO EN EL RANKING ESPAÑOL CON 4 MARCAS

1	Coca Cola		11	Nescafe		21	Danonino		31	Panrico		41	Cola Cao	
2	Activia		12	Actimel		22	San Miguel		32	Font Vella		42	La Casera	
3	Central Lechera Asturiana		13	Pepsi		23	Fairy		33	Maggi		43	Scottex	
4	Don Simon		14	Casa Tarradellas		24	Cruzcampo		34	Donuts		44	Isabel	
5	Gallo		15	Knorr		25	Mahou		35	Evax		45	Damm	
6	Bimbo		16	Royal		26	Orlando		36	El Caserio		46	Valor	
7	Pascual		17	Lay's		27	President		37	Colhogar		47	Aquarel	
8	Fanta		18	Aquarius		28	Flora		38	Philadelphia		48	Cheetos	
9	Gallina Blanca		19	Marcilla		29	Colgate		39	Danet		49	Principe	
10	Reina		20	Gullón		30	Montesinos		40	Calvo		50	Tostarica	

Fuente: Kantar Worldpanel



## CONCLUSIONES

Las marcas más exitosas se distinguen por su disponibilidad (cobertura) y agilidad (innovación)

La penetración explica la posición y la evolución de las marcas.

El Gran Consumo es un sector de costumbres en el que las principales marcas llevan muchos años construyendo la relación con sus consumidores

PARA SABER MÁS VISITE: [www.brandfootprint-ranking.com](http://www.brandfootprint-ranking.com)



KANTAR WORLD PANEL

BRAND FOOTPRINT

Home Brand Footprint 2013 Brand Stories What is Brand Footprint News Centre



KANTAR WORLD PANEL

A Global Ranking of the Most Chosen Consumer Brands

ING OF THE MOST ER BRANDS

BRAND FOOTPRINT

ds

st households,



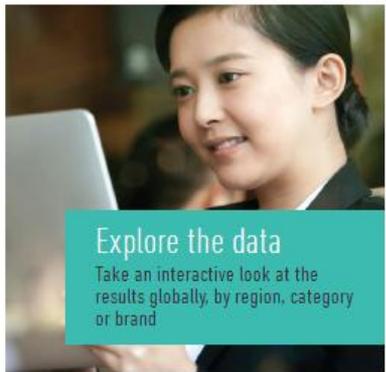
Brand Stories

Read the highlights, trends and insights behind some of the brands



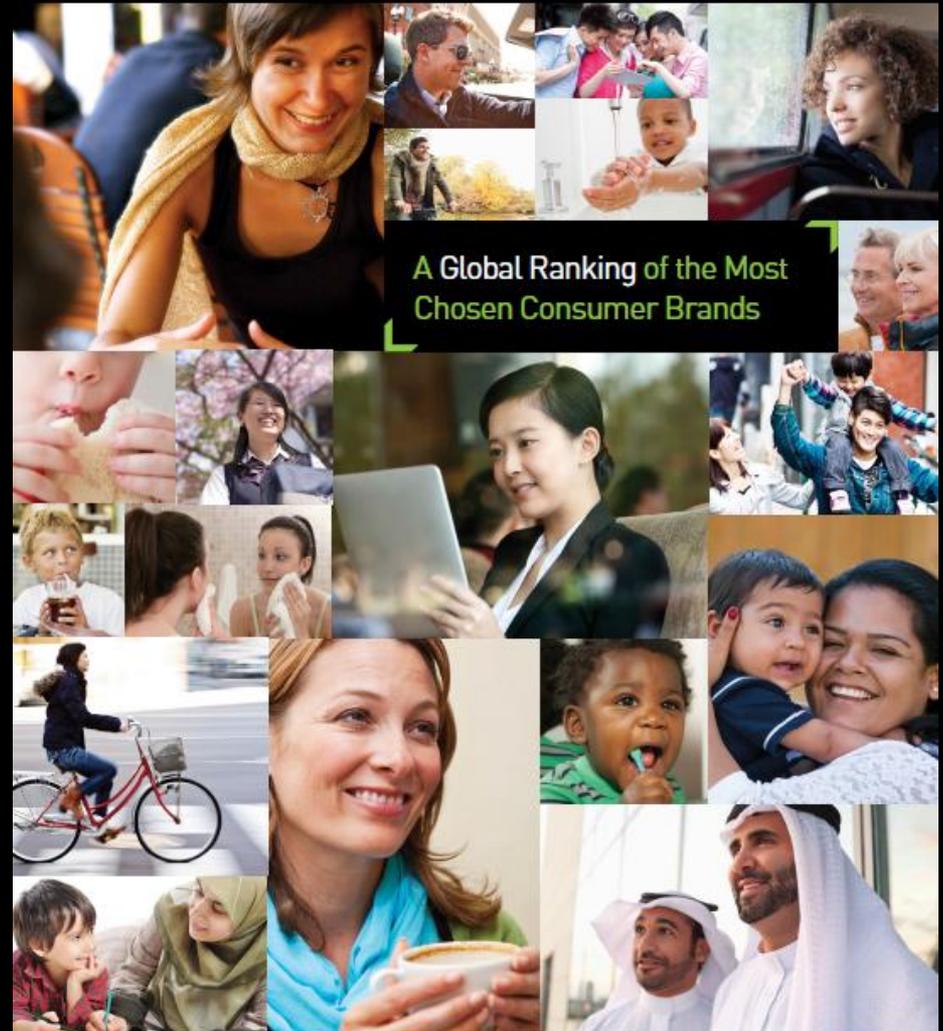
Latest Tweets

loading tweets...

Explore the data

Take an interactive look at the results globally, by region, category or brand



# ANEXO: METODOLOGÍA Y DEFINICIONES

## MARCAS INCLUIDAS EN EL ESTUDIO

- > Todas las marcas de Alimentación, Bebidas, Droguería y Perfumería
- > No incluimos Marcas propias o exclusivas del Distribuidor
- > Consideramos como Marcas Mundiales las que son vendidas en al menos 2 continentes.
- > Periodo de análisis: anual móvil Octubre 2012 (comparado con el mismo periodo de 2011)



# CÓMO DEFINIMOS MARCA

> En caso de productos con marca paraguas, consideraremos aquella que es más prominente en el pack:

- Danone >> **Activia**
- Campofrío >> **Finissimas**
- Colgate >> **Plax**



> Si la marca tiene nombres diferentes en distintos países, las consideramos marcas individuales (Walkers ≠ Lay's)



> Si son traducciones directas, las consideramos la misma marca



Fuente: Kantar Worldpanel

# EL ESTUDIO ESTÁ BASADO EN 400.000 HOGARES DE LA MUESTRA DE KANTAR WORLDPANEL EN TODO EL MUNDO

## Tamaño del Panel de Kantar Worldpanel por país

### **Argentina**

3.500 hogares  
(Excl. Patagonia)

### **Bolivia**

950 hogares en las 4 ciudades principales

### **América Central**

3.300 hogares en las 6 ciudades principales  
(ciudad y medio rural de más de 20.000 habitantes)

- Costa Rica
- El Salvador
- Honduras
- Guatemala
- Nicaragua
- Panamá

### **Chile**

2.000 hogares  
(ciudades de más de 20.000 habitantes)

**China:** 40.000 hogares (ciudades)

**Colombia:** 4.127 hogares en 27 ciudades

### **Ecuador**

1.500 hogares en 2 ciudades principales y  
2 áreas rurales

**Francia:** 20.000 hogares

**Grecia:** 1.250 hogares

### **India**

70.000 (diary) + bin + pantry check  
(from IMRB International)

### **Indonesia**

5.000 hogares representantes de ciudad  
Sumatra, Urban Java and Makassar

**Irlanda:** 3.000 hogares

### **Korea**

3.000 households nationwide

**Malasia:** 25.000 Malasia Peninsular

### **México**

8,500 households  
(ciudades de más de 20.000 habitantes)

### **Perú**

3.800 hogares  
(Lima y otras 13 ciudades principales)

**Filipinas:** 3.000 hogares

**Portugal:** 4,000 hogares

**Arabia Saudí:** 2.000 hogares

**España:** 12.000 hogares

**Taiwan:** 2.500 hogares

**Tailandia:** 4.000 hogares

**Reino Unido:** 30.000 hogares

**EEUU:** 85.000 hogares activos (IRI)

**Venezuela:** 2.300 hogares en 4 ciudades principales

**Vietnam:** 2.150 hogares representativos  
(centro de ciudades)