



# BRAND FOOTPRINT 2015

LAS MARCAS DE GRAN CONSUMO MÁS ELEGIDAS EN EL MUNDO

BRAND  
FOOTPRINT





A young girl with short black hair, wearing a light blue t-shirt and purple pants, sits on a wooden bench in a small grocery store. She is surrounded by shelves filled with various snacks, including bags of chips, instant noodle cups, and other packaged goods. The store has a rustic feel with wooden shelves and a corrugated metal wall. The lighting is warm and focused on the girl.

# AGENDA

Qué es Brand Footprint

Las marcas más compradas en el mundo

Brand Footprint España 2015

Al detalle: Ranking por sectores, CCAA y Fabricantes

# Brand Footprint el único ranking mundial de marcas de gran consumo basado en compra real



Cada compra es una decisión.

El ranking Brand Footprint revela qué marcas ganan más veces en ese momento de la verdad, a través de los

**CONTACTOS CON EL  
CONSUMIDOR**  
*(Consumer Reach Points o CRP)*

# ¿Qué son los contactos con el consumidor (CRP)?



## CUÁNTOS

### PENETRACIÓN

% Hogares que compran la marca al menos una vez al año



## CADA CUÁNTO

### FRECUENCIA

Número de veces que cada hogar compra la marca anualmente



## POBLACIÓN

### UNIVERSO

Número de hogares del país







250<sup>mil</sup>  
MILLONES



DECISIONES  
REALES  
DE COMPRA



11,000



MARCAS



200



MERCADOS  
DE GRAN  
CONSUMO



35



PAÍSES



4



CONTINENTES

# Perímetro de estudio



Marcas de Fabricante



Definición de marca desde la óptica del consumidor

<http://www.brandfootprint-ranking.com/#/what-is-brand-footprint>



Una marca es global cuando está presente en 2 o más continentes



Sectores:  
- Alimentación (incluye Frescos),  
- Bebidas,  
- Droguería,  
- Perfumería,  
- Productos infantiles.



Novedad 2015  
Incluimos productos sin código de barras (granel y peso variable).

A young girl with short black hair, wearing a light blue t-shirt and purple pants, sits on a wooden bench in a small grocery store. She is surrounded by shelves filled with various snacks, including bags of chips, instant noodle cups, and other packaged goods. The store has a rustic feel with wooden shelves and a corrugated metal wall. The lighting is warm and focused on the girl.

# AGENDA

Qué es Brand Footprint

Las marcas más compradas en el mundo

Brand Footprint España 2015

Al detalle: Ranking por sectores, CCAA y Fabricantes



# Principales resultados globales

#1

Coca-Cola es la marca líder en el mundo

- EEUU
- Brasil
- España
- Mexico
- Venezuela
- Grecia
- Chile
- América Central

#1

Downy es la marca que más crece en contactos:  
+23% CRP's

Atrae 11 millones de nuevos compradores

19

Colgate gana más compradores que ninguna otra marca

19 millones de nuevos de hogares la compran

+3

Dove escala de la posición 12 a la 9.

Entra en el Top10 global por primera vez

50%

La mitad de las 11.000 marcas analizadas crece y la otra mitad decrece



Fuente: Kantar Worldpanel



# Principales resultados globales

5

Sólo 5 marcas en el mundo tienen más de un 99% de penetración\*

- Coca Cola (México)
- Pil (Bolivia)
- Gloria (Perú)
- Indomie (Indonesia)
- Almarai (Arabia Saudi)

3

Entre las que más crecen en el mundo, 3 son de snacks.

- Lay's
- Doritos
- Cheetos

=

La distribución moderna está estable globalmente

32%

de las marcas de Gran Consumo llegan a menos de un 5%\* de los hogares en su país

4X

Los países desarrollados gastan 4 veces más en gran consumo que los países emergentes



Fuente: Kantar Worldpanel \* Penetración en un país

# Las 10 marcas de gran consumo más elegidas en el mundo

| Rank 2014 | Rank Change | Rank Movement | Brand Name  | Manufacturer              | Consumer Reach Points (m) | Penetration % | Frequency | Consumer Reach Points Growth % |
|-----------|-------------|---------------|---|---------------------------|---------------------------|---------------|-----------|--------------------------------|
| 1         | ←           | 0             |    | The Coca-Cola Company     | 5,722                     | 43.3          | 13.4      | -2 ↓                           |
| 2         | ←           | 0             |    | Colgate-Palmolive Company | 3,992                     | 64.6          | 6.3       | 3 ↑                            |
| 3         | ←           | 0             |    | Nestlé                    | 2,755                     | 32.7          | 8.6       | 5 ↑                            |
| 4         | ↑           | 1             |    | Unilever                  | 2,338                     | 26.5          | 8.9       | 7 ↑                            |
| 5         | ↓           | -1            |    | Nestlé                    | 2,137                     | 22.8          | 9.5       | -8 ↓                           |
| 6         | ←           | 0             |    | PepsiCo                   | 1,984                     | 24.6          | 8.2       | 1 ↑                            |
| 7         | ↑           | 2             |    | PepsiCo                   | 1,747                     | 27.2          | 6.5       | 6 ↑                            |
| 8         | ↓           | -1            |   | Unilever                  | 1,647                     | 29.4          | 5.7       | -4 ↓                           |
| 9         | ↑           | 3             |  | Unilever                  | 1,457                     | 34.7          | 4.3       | 6 ↑                            |
| 10        | ←           | 0             |  | Procter & Gamble          | 1,438                     | 29.8          | 4.9       | -1 ↓                           |

Fuente: Kantar Worldpanel

# Ranking Brand Footprint 2015

## Las 50 marcas de gran consumo más elegidas en el mundo

| Rank 2014 | Rank Change | Rank Movement | Brand Name | Manufacturer              | Consumer Reach Points (m) | Penetration % | Frequency | Consumer Reach Points Growth % |
|-----------|-------------|---------------|------------|---------------------------|---------------------------|---------------|-----------|--------------------------------|
| 1         | ↔           | 0             |            | The Coca-Cola Company     | 6,722                     | 42.2          | 12.4      | -1 ⬇️                          |
| 2         | ↔           | 0             |            | Colgate-Palmolive Company | 2,992                     | 64.8          | 6.2       | 2 ⬆️                           |
| 3         | ↔           | 0             |            | Nestle                    | 2,755                     | 22.7          | 2.6       | 5 ⬆️                           |
| 4         | ⬆️          | 1             |            | Unilever                  | 2,229                     | 24.5          | 2.9       | 7 ⬆️                           |
| 5         | ⬆️          | -1            |            | Nestle                    | 2,127                     | 22.8          | 9.8       | -9 ⬆️                          |
| 6         | ↔           | 0             |            | Pepsico                   | 1,996                     | 24.4          | 2.2       | 1 ⬆️                           |
| 7         | ⬆️          | 2             |            | Pepsico                   | 1,747                     | 17.2          | 1.3       | 4 ⬆️                           |
| 8         | ⬆️          | -1            |            | Unilever                  | 1,647                     | 29.4          | 5.7       | -4 ⬆️                          |
| 9         | ⬆️          | 3             |            | Unilever                  | 1,457                     | 24.7          | 4.3       | 4 ⬆️                           |
| 10        | ↔           | 0             |            | P&G                       | 1,429                     | 29.2          | 4.9       | -1 ⬆️                          |
| 11        | ⬆️          | -2            |            | P&G                       | 1,289                     | 24.2          | 5.4       | -17 ⬆️                         |
| 12        | ⬆️          | -1            |            | Nestle                    | 1,275                     | 29.2          | 4.2       | 8 ⬆️                           |
| 13        | ↔           | 0             |            | Unilever                  | 1,214                     | 21.2          | 4.2       | 1 ⬆️                           |
| 14        | ⬆️          | 4             |            | P&G                       | 1,244                     | 14.2          | 9.0       | 22 ⬆️                          |
| 15        | ⬆️          | 0             |            | Unilever                  | 1,212                     | 28.1          | 4.1       | 12 ⬆️                          |
| 16        | ⬆️          | -2            |            | Mondelēz                  | 1,142                     | 15.2          | 7.7       | -11 ⬆️                         |
| 17        | ⬆️          | -1            |            | Colgate-Palmolive Company | 1,859                     | 18.9          | 5.7       | -2 ⬆️                          |
| 18        | ⬆️          | -1            |            | Danone                    | 1,852                     | 14.9          | 7.2       | -1 ⬆️                          |
| 19        | ⬆️          | 2             |            | Unilever                  | 926                       | 12.5          | 7.6       | 2 ⬆️                           |
| 20        | ⬆️          | 1             |            | The Coca-Cola Company     | 629                       | 28.8          | 2.8       | 1 ⬆️                           |
| 21        | ⬆️          | 2             |            | Mondelēz                  | 921                       | 25.8          | 2.7       | 8 ⬆️                           |
| 22        | ⬆️          | -2            |            | Ajinomoto                 | 917                       | 7.8           | 12.2      | -5 ⬆️                          |
| 23        | ⬆️          | -2            |            | Bimbo                     | 912                       | 4.9           | 12.6      | -2 ⬆️                          |
| 24        | ⬆️          | 1             |            | Nestle                    | 893                       | 7.9           | 11.5      | 8 ⬆️                           |
| 25        | ⬆️          | 2             |            | H.J. Heinz Company        | 899                       | 10.4          | 4.9       | 4 ⬆️                           |

| Rank 2014 | Rank Change | Rank Movement | Brand Name | Manufacturer          | Consumer Reach Points (m) | Penetration % | Frequency | Consumer Reach Points Growth % |
|-----------|-------------|---------------|------------|-----------------------|---------------------------|---------------|-----------|--------------------------------|
| 26        | ↔           | -2            |            | Mondelēz              | 979                       | 11.4          | 7.6       | -4 ⬆️                          |
| 27        | ⬆️          | -1            |            | P&G                   | 969                       | 22.4          | 2.7       | -2 ⬆️                          |
| 28        | ⬆️          | 1             |            | The Coca-Cola Company | 757                       | 21.2          | 2.8       | -8 ⬆️                          |
| 29        | ⬆️          | -1            |            | Danone                | 747                       | 12.9          | 5.9       | -9 ⬆️                          |
| 30        | ⬆️          | 1             |            | Unilever              | 742                       | 4.2           | 17.7      | 2 ⬆️                           |
| 31        | ⬆️          | 2             |            | The Hershey Company   | 728                       | 12.4          | 5.2       | 4 ⬆️                           |
| 32        | ⬆️          | -2            |            | P&G                   | 722                       | 12.7          | 3.4       | -2 ⬆️                          |
| 33        | ⬆️          | -1            |            | Mc Cormick & Company  | 721                       | 14.5          | 5.1       | 1 ⬆️                           |
| 34        | ⬆️          | -2            |            | Pepsico               | 714                       | 14.5          | 5.8       | 7 ⬆️                           |
| 35        | ↔           | 0             |            | Beiersdorf            | 692                       | 22.2          | 2.2       | 2 ⬆️                           |
| 36        | ↔           | 0             |            | Unilever              | 678                       | 15.2          | 4.2       | 1 ⬆️                           |
| 37        | ⬆️          | 2             |            | Ferrero               | 665                       | 12.2          | 5.5       | 5 ⬆️                           |
| 38        | ⬆️          | 4             |            | Pepsico               | 629                       | 15.5          | 4.2       | 4 ⬆️                           |
| 39        | ⬆️          | -1            |            | Unilever              | 629                       | 14.4          | 4.4       | -2 ⬆️                          |
| 40        | ⬆️          | 14            |            | Unilever              | 621                       | 12.4          | 3.8       | 19 ⬆️                          |
| 41        | ⬆️          | -1            |            | Unilever              | 617                       | 15.3          | 4.0       | -2 ⬆️                          |
| 42        | ⬆️          | 2             |            | General Mills         | 618                       | 10.4          | 4.0       | 1 ⬆️                           |
| 43        | ⬆️          | -6            |            | Del Monte Foods, Inc. | 607                       | 12.1          | 4.7       | -11 ⬆️                         |
| 44        | ⬆️          | 4             |            | Pepsico               | 602                       | 11.4          | 5.2       | 9 ⬆️                           |
| 45        | ↔           | 0             |            | P&G                   | 601                       | 22.8          | 2.8       | 4 ⬆️                           |
| 46        | ⬆️          | -2            |            | Yakult                | 597                       | 9.2           | 7.4       | 9 ⬆️                           |
| 47        | ⬆️          | -4            |            | Barilla Group         | 591                       | 12.3          | 4.4       | -2 ⬆️                          |
| 48        | ⬆️          | -7            |            | P&G                   | 589                       | 15.5          | 4.0       | -4 ⬆️                          |
| 49        | ⬆️          | -2            |            | Unilever              | 579                       | 14.4          | 2.5       | 1 ⬆️                           |
| 50        | ⬆️          | 1             |            | Pepsico               | 562                       | 5.2           | 9.9       | 7 ⬆️                           |

Fuente: Kantar Worldpanel



A young girl with short black hair, wearing a light blue t-shirt and purple pants, sits on a wooden bench in a small shop. The shop is filled with shelves of various snacks, including bags of chips, instant noodle cups, and other packaged goods. A sign on the wall reads "HERE AND COLD DRINKS". The background is a dense display of colorful snack packaging.

# AGENDA

Qué es Brand Footprint

Las marcas más compradas en el mundo

Brand Footprint España 2015









Al detalle: Ranking por sectores, CCAA y Fabricantes

# Ranking Brand Footprint España 2015

|    |  |   |    |  |   |    |  |   |    |  |   |    |  |   |
|----|--|---|----|--|---|----|--|---|----|--|---|----|--|---|
| 1  |  | ▶ | 11 |  | ▲ | 21 |  | ▼ | 31 |  | ▼ | 41 |  | ▼ |
| 2  |  | ▶ | 12 |  | ▲ | 22 |  | ▲ | 32 |  | ▼ | 42 |  | ▲ |
| 3  |  | ▶ | 13 |  | ▼ | 23 |  | ▲ | 33 |  | ▼ | 43 |  | ▼ |
| 4  |  | ▲ | 14 |  | ▶ | 24 |  | ▲ | 34 |  | ▲ | 44 |  | N |
| 5  |  | ▼ | 15 |  | ▶ | 25 |  | ▲ | 35 |  | ▶ | 45 |  | N |
| 6  |  | ▲ | 16 |  | ▶ | 26 |  | ▲ | 36 |  | ▼ | 46 |  | ▼ |
| 7  |  | ▼ | 17 |  | ▶ | 27 |  | ▼ | 37 |  | ▶ | 47 |  | N |
| 8  |  | ▼ | 18 |  | ▶ | 28 |  | ▼ | 38 |  | ▲ | 48 |  | ▲ |
| 9  |  | ▼ | 19 |  | ▲ | 29 |  | ▼ | 39 |  | ▼ | 49 |  | ▲ |
| 10 |  | ▲ | 20 |  | ▲ | 30 |  | ▼ | 40 |  | N | 50 |  | ▼ |

Fuente: Kantar Worldpanel





















# Las 10 marcas de gran consumo más elegidas en España

| Posición 2014 |   | Posición 2013 | Marca   | CRP (Millones) | %Penetración | Frecuencia de compra | % Ev. CRP |
|---------------|---|---------------|---|----------------|--------------|----------------------|-----------|
| 1             | ▶ | 1             |    | 151,0          | 80,1         | 10,9                 | -3,5      |
| 2             | ▶ | 2             |    | 116,0          | 78,7         | 8,5                  | -1,1      |
| 3             | ▶ | 3             |    | 108,5          | 74,9         | 8,4                  | -0,4      |
| 4             | ▲ | 9             |    | 80,3           | 61,7         | 7,5                  | 26,7      |
| 5             | ▼ | 4             |    | 70,9           | 42,2         | 9,7                  | -9,1      |
| 6             | ▲ | 7             |    | 70,3           | 51,2         | 8,0                  | 1,2       |
| 7             | ▼ | 6             |    | 68,7           | 50,8         | 7,8                  | -3,2      |
| 8             | ▼ | 5             |   | 68,3           | 72,1         | 5,5                  | -5,6      |
| 9             | ▼ | 8             |  | 65,6           | 67,9         | 5,6                  | -0,9      |
| 10            | ▲ | 11            |  | 55,8           | 53,7         | 6,0                  | -0,4      |

Fuente: Kantar Worldpanel














# Ranking Brand Footprint España 2015

| # 2014 | # 2013 | Marca   | CRP (Mill.) | %Pen. | Frec. Compra | % Ev. CRP | # 2014 | # 2013 | Marca   | CRP (Mill.) | %Pen. | Frec. Compra | % Ev. CRP |
|--------|--------|---|-------------|-------|--------------|-----------|--------|--------|---|-------------|-------|--------------|-----------|
| ▲ 11   | 12     |    | 51,4        | 58,8  | 5,1          | -2,9      | ▼ 21   | 19     |    | 31,7        | 45,5  | 4,0          | -10,4     |
| ▲ 12   | 13     |    | 49,8        | 60,7  | 4,8          | -3,1      | ▲ 22   | 26     |    | 28,7        | 37,9  | 4,4          | -0,9      |
| ▼ 13   | 10     |    | 48,2        | 31,6  | 8,8          | -14,5     | ▲ 23   | 28     |    | 28,0        | 41,4  | 3,9          | 1,5       |
| ▶ 14   | 14     |    | 47,6        | 48,1  | 5,7          | 2,7       | ▲ 24   | 31     |    | 27,8        | 42,1  | 3,8          | 7,8       |
| ▶ 15   | 15     |    | 45,0        | 42,2  | 6,2          | -1,1      | ▲ 25   | 36     |    | 27,6        | 26,8  | 6,0          | 12,2      |
| ▶ 16   | 16     |    | 42,0        | 52,3  | 4,7          | -4,5      | ▲ 26   | 29     |    | 27,2        | 54,5  | 2,9          | 2,4       |
| ▶ 17   | 17     |    | 39,0        | 34,5  | 6,6          | -9,1      | ▼ 27   | 22     |    | 27,1        | 23,4  | 6,7          | -11,4     |
| ▶ 18   | 18     |    | 37,0        | 43,2  | 5,0          | -4,4      | ▼ 28   | 24     |    | 26,9        | 36,8  | 4,2          | -7,9      |
| ▲ 19   | 20     |   | 34,8        | 21,7  | 9,3          | 0,9       | ▼ 29   | 27     |  | 26,7        | 44,3  | 3,5          | -5,5      |
| ▲ 20   | 23     |  | 33,0        | 30,4  | 6,3          | 8,4       | ▼ 30   | 25     |  | 26,4        | 44,8  | 3,4          | -9,6      |

Fuente: Kantar Worldpanel

# Ranking Brand Footprint España 2015

| # 2014 | # 2013 | Marca   | CRP (Mill.) | %Pen. | Frec. Compra | % Ev. CRP |
|--------|--------|---|-------------|-------|--------------|-----------|
| ▼ 31   | 21     |    | 25,1        | 42,8  | 3,4          | -21,4     |
| ▼ 32   | 30     |    | 24,7        | 52,9  | 2,7          | -6,2      |
| ▼ 33   | 32     |    | 24,4        | 40,7  | 3,5          | -3,0      |
| ► 34   | 34     |    | 24,4        | 32,7  | 4,3          | -2,4      |
| ▲ 35   | 41     |    | 23,3        | 27,4  | 4,9          | 3,9       |
| ▼ 36   | 35     |    | 23,2        | 36,1  | 3,7          | -6,5      |
| ► 37   | 37     |    | 23,1        | 33,7  | 4,0          | -4,8      |
| ▲ 38   | 42     |    | 23,0        | 45,4  | 2,9          | 2,6       |
| ▼ 39   | 38     |   | 22,4        | 33,8  | 3,8          | -7,1      |
| N 40   | 57     |  | 22,0        | 15,3  | 8,3          | 21,3      |

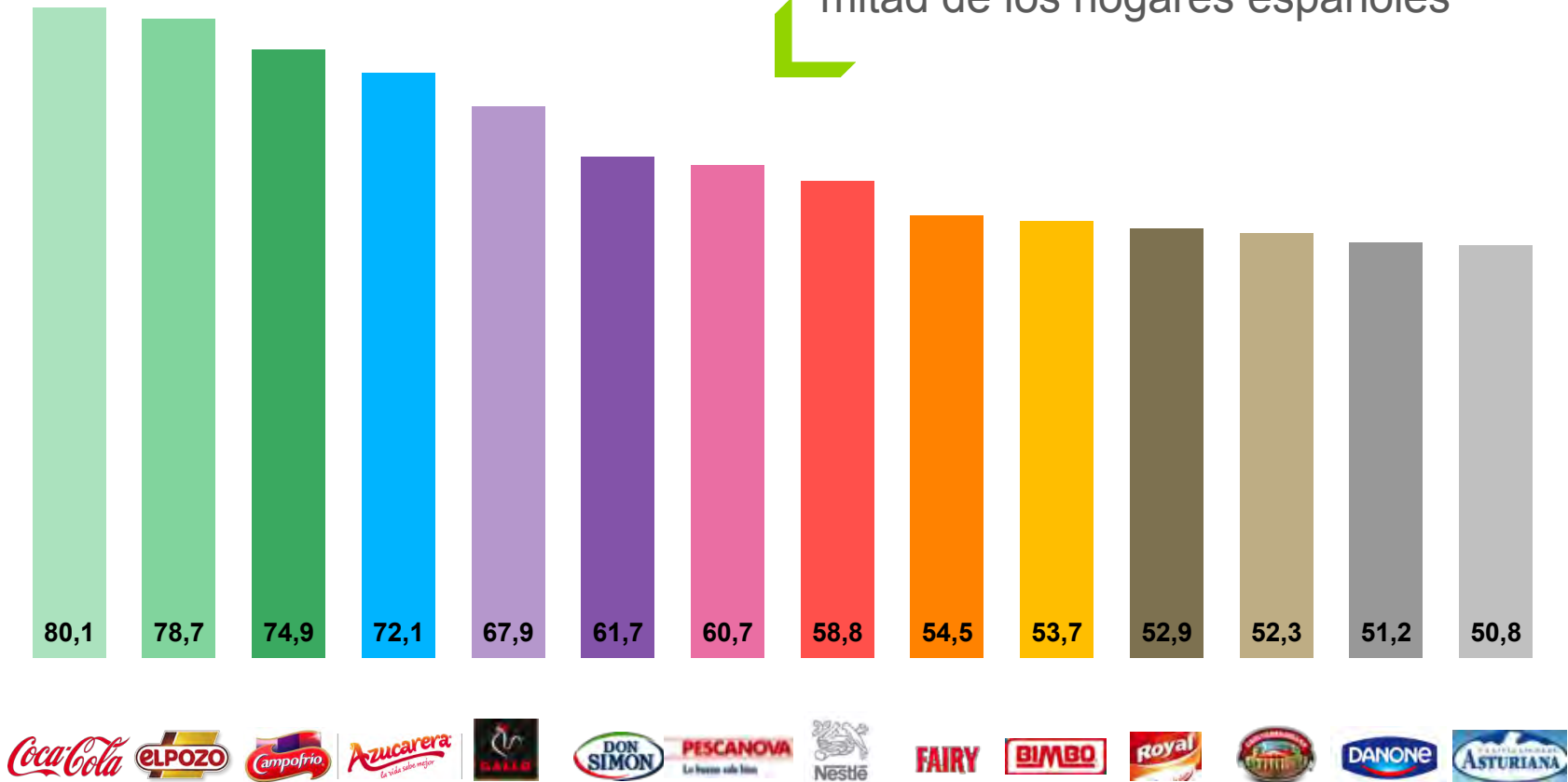
| # 2014 | # 2013 | Marca   | CRP (Mill.) | %Pen. | Frec. Compra | % Ev. CRP |
|--------|--------|---|-------------|-------|--------------|-----------|
| ▼ 41   | 33     |    | 21,9        | 30,1  | 4,2          | -12,8     |
| ▲ 42   | 46     |    | 21,4        | 37,9  | 3,3          | 5,8       |
| ▼ 43   | 40     |    | 21,3        | 26,3  | 4,7          | -5,2      |
| N 44   | 65     |    | 21,3        | 31,9  | 3,9          | 24,2      |
| N 45   | 58     |    | 20,9        | 37,4  | 3,2          | 15,9      |
| ▼ 46   | 39     |    | 20,6        | 34,1  | 3,5          | -8,7      |
| N 47   | 51     |    | 20,0        | 22,6  | 5,1          | 4,4       |
| ▲ 48   | 49     |    | 19,8        | 33,1  | 3,5          | 0,9       |
| ▲ 49   | 50     |   | 19,8        | 26,1  | 4,4          | 0,9       |
| ▼ 50   | 48     |  | 19,7        | 32,2  | 3,5          | -1,9      |

Fuente: Kantar Worldpanel

# Las marcas que más gente compra

%Penetración de compra anual

14 marcas entran en más de la mitad de los hogares españoles



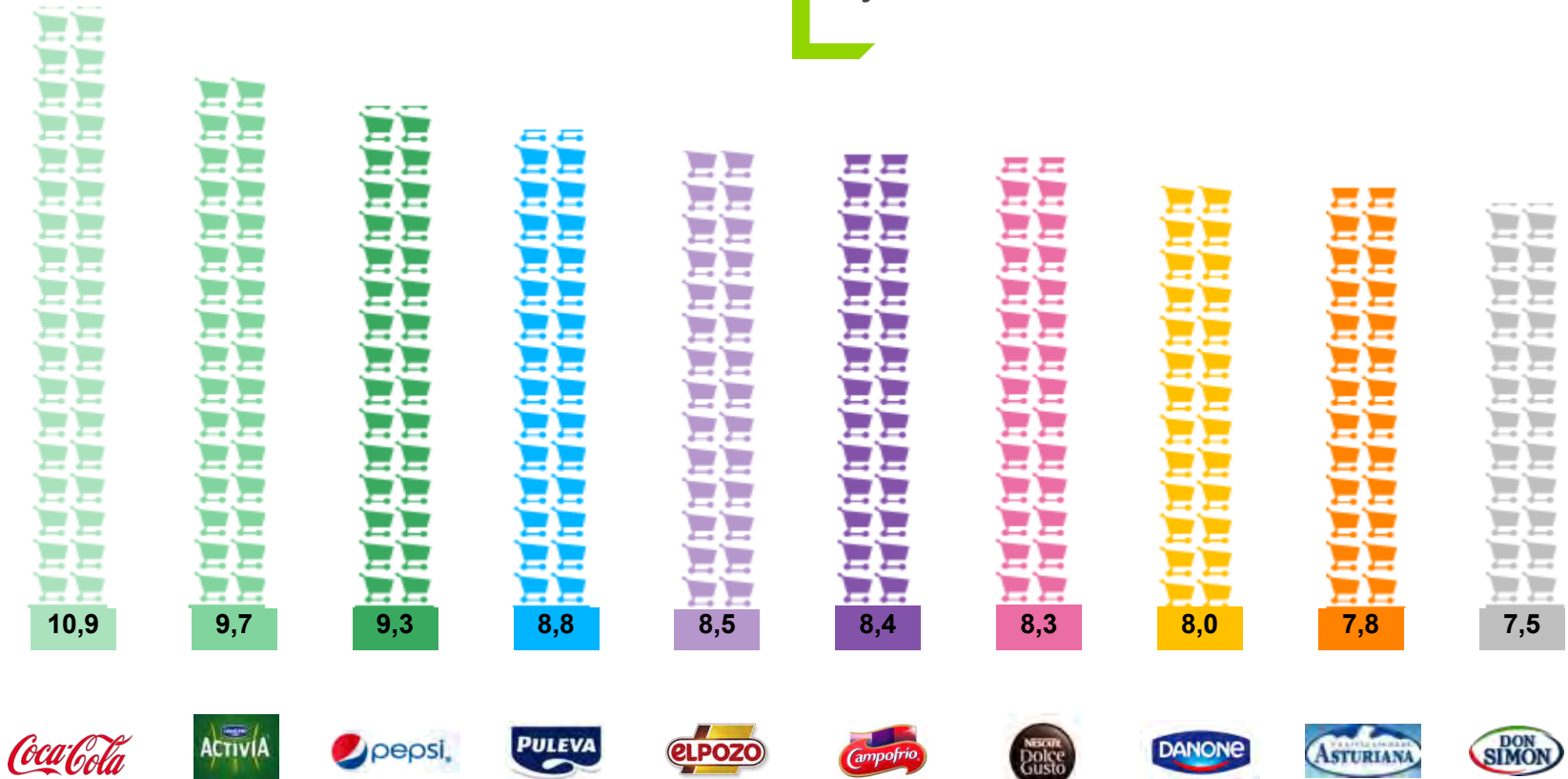
Fuente: Kantar Worldpanel



# Las marcas que se compran más a menudo

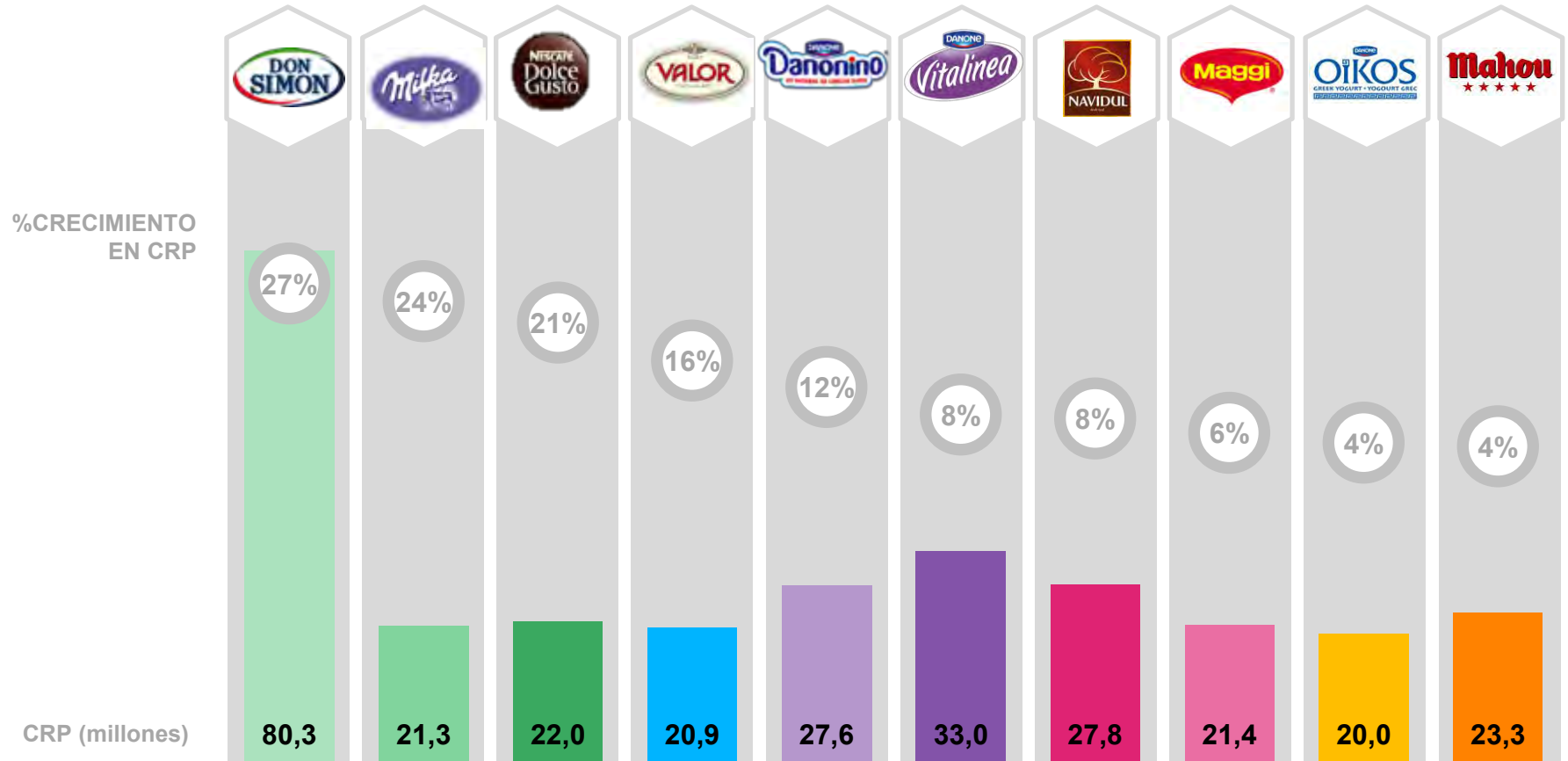
Frecuencia de compra (Nº actos de compra al año)

Productos de impulso, lácteos y cárnicos los más frecuentes



Fuente: Kantar Worldpanel

# Las 10 marcas que más crecen en CRP



Fuente: Kantar Worldpanel

A young girl with short black hair, wearing a light blue t-shirt and purple pants, sits on a wooden bench in a small grocery store. She is surrounded by shelves filled with various snacks, including bags of chips, instant noodle cups, and other packaged goods. The store has a rustic feel with wooden shelves and a corrugated metal wall. The lighting is warm and focused on the girl.

# AGENDA

Qué es Brand Footprint

Las marcas más compradas en el mundo

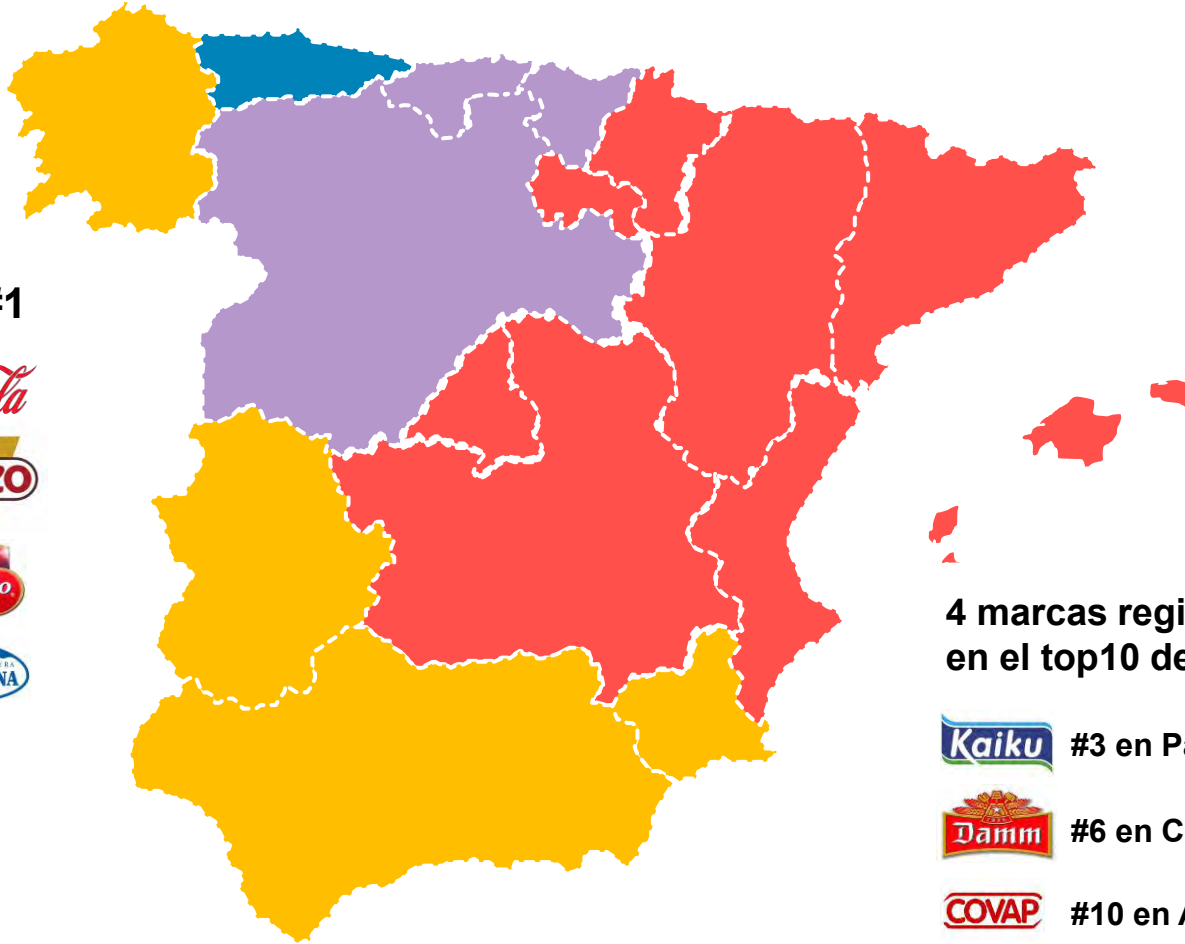
Brand Footprint España 2015

Al detalle: Ranking por sectores, CCAA y Fabricantes



# En el ámbito regional, el liderazgo está más repartido

## Marca #1



4 marcas regionales en el top10 de CCAA\*

 #3 en País Vasco y #6 en Navarra

 #6 en Cataluña

 #10 en Andalucía

 #2 en Galicia

*\*marcas que aparecen en el top10 de CCAA pero no en el ranking general*

Fuente: Kantar Worldpanel

# Top 10 marcas por CCAA

| ANDALUCÍA |   |             |
|-----------|---|-------------|
| # 2014    | Marca   | CRP (Mill.) |
| 1         |    | 28,0        |
| 2         |    | 24,8        |
| 3         |    | 20,5        |
| 4         |    | 19,3        |
| 5         |    | 18,4        |
| 6         |    | 16,6        |
| 7         |    | 12,0        |
| 8         |    | 12,0        |
| 9         |   | 11,5        |
| 10        |  | 11,5        |

| ARAGÓN |   |             |
|--------|---|-------------|
| # 2014 | Marca   | CRP (Mill.) |
| 1      |    | 4,7         |
| 2      |    | 3,3         |
| 3      |    | 2,7         |
| 4      |    | 2,4         |
| 5      |    | 2,2         |
| 6      |    | 2,1         |
| 7      |    | 2,0         |
| 8      |    | 2,0         |
| 9      |   | 2,0         |
| 10     |  | 1,9         |

| ASTURIAS |   |             |
|----------|---|-------------|
| # 2014   | Marca   | CRP (Mill.) |
| 1        |    | 9,0         |
| 2        |    | 5,1         |
| 3        |    | 2,9         |
| 4        |    | 2,9         |
| 5        |    | 2,8         |
| 6        |    | 2,2         |
| 7        |    | 2,0         |
| 8        |    | 1,7         |
| 9        |   | 1,7         |
| 10       |  | 1,6         |

| CANTABRIA |   |             |
|-----------|---|-------------|
| # 2014    | Marca   | CRP (Mill.) |
| 1         |    | 1,8         |
| 2         |    | 1,5         |
| 3         |    | 1,4         |
| 4         |    | 1,2         |
| 5         |    | 1,2         |
| 6         |    | 1,1         |
| 7         |    | 1,1         |
| 8         |    | 1,0         |
| 9         |  | 0,9         |
| 10        |  | 0,9         |

Fuente: Kantar Worldpanel

# Top 10 marcas por CCAA

## CASTILLA LA MANCHA

| # 2014 | Marca   | CRP (Mill.) |
|--------|---|-------------|
| 1      |    | 7,5         |
| 2      |    | 7,2         |
| 3      |    | 4,7         |
| 4      |    | 4,7         |
| 5      |    | 2,8         |
| 6      |    | 2,7         |
| 7      |    | 2,7         |
| 8      |    | 2,7         |
| 9      |   | 2,6         |
| 10     |  | 2,6         |

## CASTILLA-LEÓN

| # 2014 | Marca   | CRP (Mill.) |
|--------|---|-------------|
| 1      |    | 8,4         |
| 2      |    | 7,0         |
| 3      |    | 5,0         |
| 4      |    | 4,2         |
| 5      |    | 4,1         |
| 6      |    | 4,1         |
| 7      |    | 3,7         |
| 8      |    | 3,5         |
| 9      |   | 3,3         |
| 10     |  | 3,2         |

## CATALUÑA

| # 2014 | Marca   | CRP (Mill.) |
|--------|---|-------------|
| 1      |    | 31,3        |
| 2      |    | 15,7        |
| 3      |    | 14,5        |
| 4      |    | 13,5        |
| 5      |    | 13,3        |
| 6      |    | 12,4        |
| 7      |    | 11,7        |
| 8      |    | 10,9        |
| 9      |  | 9,5         |
| 10     |  | 9,5         |

## COM . MADRID

| # 2014 | Marca   | CRP (Mill.) |
|--------|---|-------------|
| 1      |    | 24,4        |
| 2      |    | 16,5        |
| 3      |    | 14,0        |
| 4      |    | 13,2        |
| 5      |    | 11,3        |
| 6      |    | 10,2        |
| 7      |    | 9,2         |
| 8      |    | 9,1         |
| 9      |  | 8,5         |
| 10     |  | 8,1         |

Fuente: Kantar Worldpanel



# Top 10 marcas por CCAA

| C. VALENCIANA |   |             |
|---------------|---|-------------|
| # 2014        | Marca   | CRP (Mill.) |
| 1             |    | 16,9        |
| 2             |    | 15,3        |
| 3             |    | 11,1        |
| 4             |    | 8,6         |
| 5             |    | 8,6         |
| 6             |    | 7,9         |
| 7             |    | 7,5         |
| 8             |    | 7,4         |
| 9             |  | 7,4         |
| 10            |  | 7,2         |

| EXTREMADURA |   |             |
|-------------|---|-------------|
| # 2014      | Marca   | CRP (Mill.) |
| 1           |    | 4,2         |
| 2           |    | 3,6         |
| 3           |    | 2,1         |
| 4           |    | 1,8         |
| 5           |    | 1,7         |
| 6           |    | 1,6         |
| 7           |    | 1,6         |
| 8           |    | 1,6         |
| 9           |  | 1,5         |
| 10          |  | 1,4         |

| GALICIA |   |             |
|---------|---|-------------|
| # 2014  | Marca   | CRP (Mill.) |
| 1       |    | 10,4        |
| 2       |    | 9,3         |
| 3       |    | 8,7         |
| 4       |    | 8,0         |
| 5       |    | 7,4         |
| 6       |    | 6,2         |
| 7       |    | 5,6         |
| 8       |    | 5,0         |
| 9       |  | 4,6         |
| 10      |  | 4,5         |

| ISLAS BALEARES |   |             |
|----------------|---|-------------|
| # 2014         | Marca   | CRP (Mill.) |
| 1              |    | 3,9         |
| 2              |    | 3,0         |
| 3              |    | 2,8         |
| 4              |    | 2,4         |
| 5              |    | 2,0         |
| 6              |    | 1,9         |
| 7              |    | 1,7         |
| 8              |    | 1,7         |
| 9              |  | 1,6         |
| 10             |  | 1,5         |











Fuente: Kantar Worldpanel

# Top 10 marcas por CCAA

| LA RIOJA |   |             |
|----------|---|-------------|
| # 2014   | Marca   | CRP (Mill.) |
| 1        |    | 1,0         |
| 2        |    | 0,9         |
| 3        |    | 0,8         |
| 4        |    | 0,8         |
| 5        |    | 0,6         |
| 6        |    | 0,6         |
| 7        |    | 0,6         |
| 8        |    | 0,4         |
| 9        |   | 0,4         |
| 10       |  | 0,4         |

| MURCIA |   |             |
|--------|---|-------------|
| # 2014 | Marca   | CRP (Mill.) |
| 1      |    | 6,7         |
| 2      |    | 4,8         |
| 3      |    | 3,9         |
| 4      |    | 2,8         |
| 5      |    | 2,8         |
| 6      |    | 2,6         |
| 7      |    | 2,5         |
| 8      |    | 2,5         |
| 9      |   | 2,3         |
| 10     |  | 2,0         |

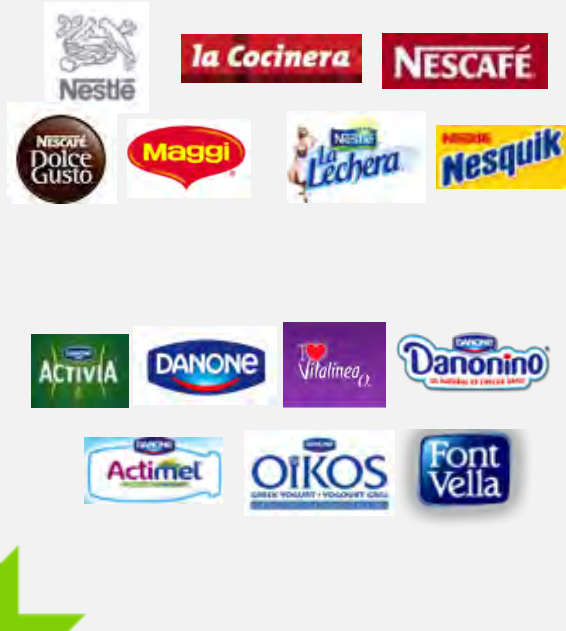
| NAVARRA |   |             |
|---------|---|-------------|
| # 2014  | Marca   | CRP (Mill.) |
| 1       |    | 1,8         |
| 2       |    | 1,7         |
| 3       |    | 1,2         |
| 4       |    | 1,1         |
| 5       |    | 1,1         |
| 6       |    | 0,9         |
| 7       |    | 0,9         |
| 8       |    | 0,9         |
| 9       |   | 0,9         |
| 10      |  | 0,8         |

| PAÍS VASCO |   |             |
|------------|---|-------------|
| # 2014     | Marca   | CRP (Mill.) |
| 1          |    | 8,3         |
| 2          |    | 6,4         |
| 3          |    | 5,9         |
| 4          |    | 5,1         |
| 5          |    | 5,0         |
| 6          |    | 4,5         |
| 7          |    | 4,1         |
| 8          |    | 3,9         |
| 9          |   | 3,8         |
| 10         |  | 3,5         |

Fuente: Kantar Worldpanel

# Los fabricantes mejor representados

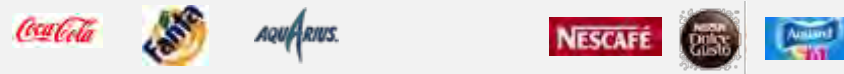
**Danone y Nestlé**  
empatan con 7  
marcas en el Top50



**Danone en Alimentación**



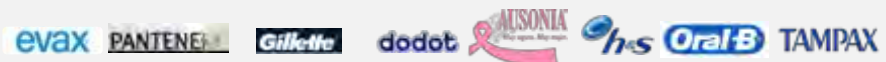
**Coca Cola y Nestlé en Bebidas**



**Henkel en Droguería**



**P&G en Perfumería**

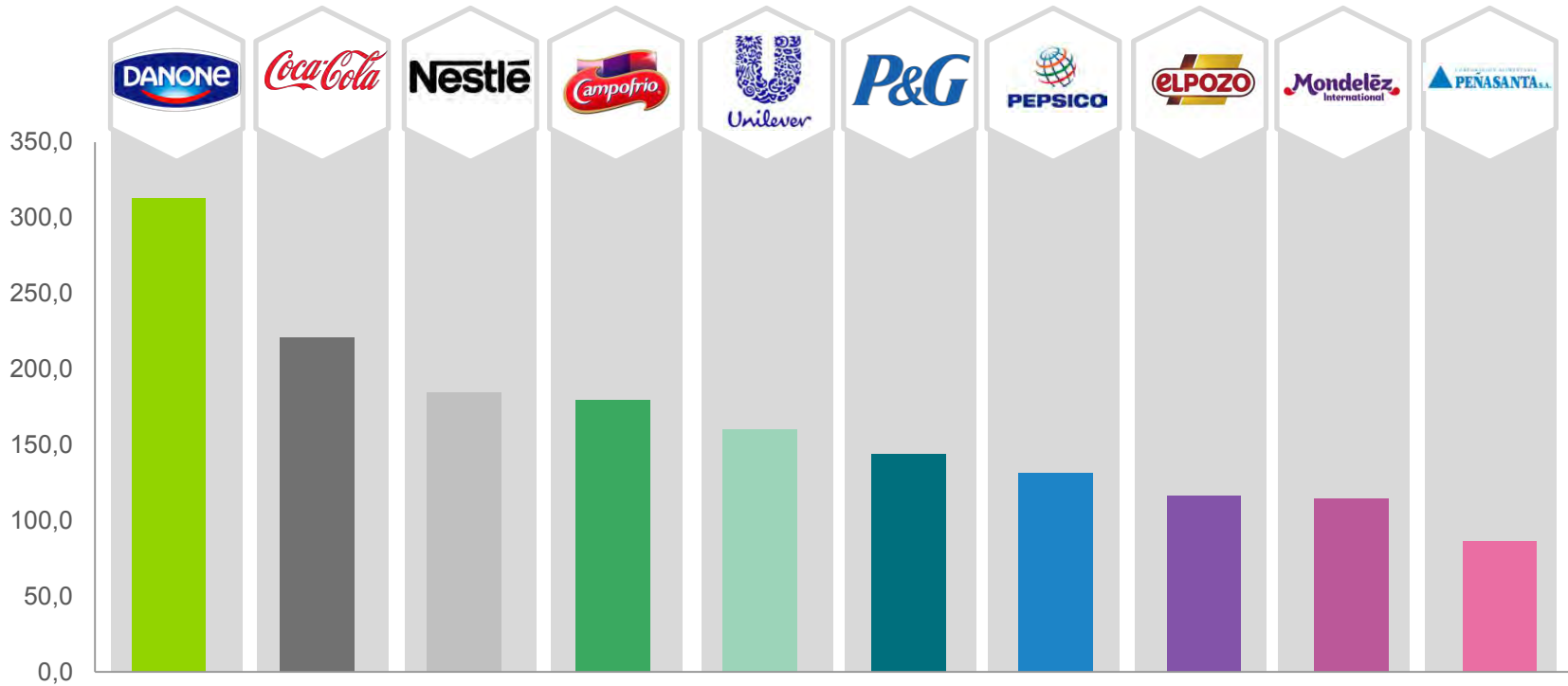


Fuente: Kantar Worldpanel



# Danone es el fabricante líder en CRP en España

Ranking Fabricantes (en millones CRP)



Fuente: Kantar Worldpanel

# Alimentación: El Pozo, Campofrío y Activia a la cabeza en alimentación

## Top 20 Marcas Alimentación

| # 2014 | # 2013 | Marca   | CRP (Mill.) | %Pen. | Frec. Compra | % Ev. CRP |
|--------|--------|---|-------------|-------|--------------|-----------|
| 1      | 1      |    | 116,0       | 78,7  | 8,5          | -1,1      |
| 2      | 2      |    | 108,5       | 74,9  | 8,4          | -0,4      |
| 3      | 3      |    | 70,8        | 42,2  | 9,7          | -9,1      |
| 4      | 5      |    | 70,3        | 51,2  | 8,0          | 1,2       |
| 5      | 4      |    | 68,3        | 72,1  | 5,5          | -5,6      |
| 6      | 6      |    | 65,6        | 67,9  | 5,6          | -0,9      |
| 7      | 7      |    | 55,8        | 53,7  | 6,0          | -0,4      |
| 8      | 8      |   | 49,8        | 60,7  | 4,8          | -3,1      |
| 9      | 9      |  | 48,8        | 57,7  | 4,8          | -2,2      |
| 10     | 10     |  | 47,6        | 48,1  | 5,7          | 2,7       |

| # 2014 | # 2013 | Marca   | CRP (Mill.) | %Pen. | Frec. Compra | % Ev. CRP |
|--------|--------|---|-------------|-------|--------------|-----------|
| 11     | 11     |    | 44,0        | 42,0  | 6,1          | -1,0      |
| 12     | 12     |    | 42,0        | 52,3  | 4,7          | -4,5      |
| 13     | 16     |    | 33,0        | 30,4  | 6,3          | 8,4       |
| 14     | 13     |    | 31,7        | 45,5  | 4,0          | -10,4     |
| 15     | 19     |    | 28,7        | 37,9  | 4,4          | -0,9      |
| 16     | 21     |    | 28,0        | 41,4  | 3,9          | 1,5       |
| 17     | 23     |    | 27,8        | 42,1  | 3,8          | 7,8       |
| 18     | 27     |   | 27,6        | 26,8  | 6,0          | 12,2      |
| 19     | 15     |  | 27,1        | 23,4  | 6,7          | -11,4     |
| 20     | 17     |  | 26,9        | 36,8  | 4,2          | -7,9      |

Fuente: Kantar Worldpanel

# Bebidas: Asturiana se coloca 3ª marca en bebidas y Amstel entra en el Top20

## Top 20 Marcas Bebidas

| # 2014 | # 2013 | Marca   | CRP (Mill.) | %Pen. | Frec. Compra | % Ev. CRP |
|--------|--------|---|-------------|-------|--------------|-----------|
| 1      | 1      |    | 151,0       | 80,1  | 10,9         | -3,5      |
| 2      | 2      |    | 78,5        | 60,7  | 7,5          | 27,0      |
| 3      | 4      |    | 49,0        | 33,1  | 8,6          | -3,8      |
| 4      | 3      |    | 47,0        | 29,8  | 9,1          | -13,7     |
| 5      | 5      |    | 37,0        | 43,2  | 5,0          | -4,4      |
| 6      | 7      |    | 34,8        | 21,7  | 9,3          | 0,9       |
| 7      | 6      |    | 32,8        | 24,9  | 7,6          | -6,9      |
| 8      | 11     |   | 23,3        | 27,4  | 4,9          | 3,9       |
| 9      | 9      |  | 23,1        | 33,7  | 4,0          | -4,8      |
| 10     | 10     |  | 22,4        | 33,8  | 3,8          | -7,1      |

| # 2014 | # 2013 | Marca   | CRP (Mill.) | %Pen. | Frec. Compra | % Ev. CRP |
|--------|--------|---|-------------|-------|--------------|-----------|
| 11     | 8      |    | 21,9        | 30,1  | 4,2          | -12,8     |
| 12     | 15     |    | 21,0        | 15,0  | 8,1          | 21,2      |
| 13     | 14     |    | 19,8        | 26,1  | 4,4          | 0,9       |
| 14     | 13     |    | 19,5        | 22,9  | 4,9          | -3,4      |
| 15     | 12     |    | 18,8        | 25,0  | 4,4          | -11,6     |
| 16     | 17     |    | 16,5        | 16,6  | 5,8          | -0,6      |
| 17     | 16     |    | 16,5        | 24,8  | 3,9          | -4,0      |
| 18     | 18     |   | 14,8        | 20,2  | 4,3          | -5,0      |
| 19     | 31     |  | 13,3        | 19,6  | 3,9          | 26,6      |
| 20     | 19     |  | 13,2        | 20,4  | 3,8          | -4,7      |

Fuente: Kantar Worldpanel



# Droguería: Ariel se cuele en el Top3 de droguería y Mistol entra en el top20

## Top 20 Marcas Droguería

| # 2014 | # 2013 | Marca   | CRP (Mill.) | %Pen. | Frec. Compra | % Ev. CRP |
|--------|--------|---|-------------|-------|--------------|-----------|
| 1      | 1      |    | 27,2        | 54,5  | 2,9          | 2,4       |
| 2      | 2      |    | 13,6        | 28,0  | 2,8          | -0,8      |
| 3      | 5      |    | 13,0        | 29,7  | 2,5          | 11,5      |
| 4      | 3      |    | 12,9        | 25,9  | 2,9          | -0,5      |
| 5      | 4      |    | 12,0        | 22,2  | 3,1          | -4,2      |
| 6      | 8      |    | 10,9        | 26,6  | 2,4          | 3,2       |
| 7      | 7      |    | 10,9        | 32,6  | 1,9          | 0,5       |
| 8      | 6      |   | 10,7        | 25,1  | 2,5          | -6,0      |
| 9      | 9      |  | 9,5         | 21,6  | 2,6          | -4,3      |
| 10     | 10     |  | 9,4         | 17,0  | 3,2          | 1,3       |

| # 2014 | # 2013 | Marca   | CRP (Mill.) | %Pen. | Frec. Compra | % Ev. CRP |
|--------|--------|---|-------------|-------|--------------|-----------|
| 11     | 12     |    | 7,2         | 14,2  | 2,9          | 5,7       |
| 12     | 11     |    | 7,0         | 25,5  | 1,6          | -4,7      |
| 13     | 16     |    | 6,7         | 17,0  | 2,3          | 13,0      |
| 14     | 18     |    | 6,6         | 20,6  | 1,8          | 12,5      |
| 15     | 15     |    | 6,5         | 16,7  | 2,3          | 6,8       |
| 16     | 13     |    | 6,5         | 17,5  | 2,2          | -3,2      |
| 17     | 19     |    | 5,9         | 17,2  | 2,0          | 2,4       |
| 18     | 21     |   | 5,6         | 12,8  | 2,6          | -0,7      |
| 19     | 17     |  | 5,6         | 16,1  | 2,0          | -6,3      |
| 20     | 20     |  | 5,4         | 22,1  | 1,4          | -5,7      |

Fuente: Kantar Worldpanel

# Perfumería: Nivea se coloca en el Top3 y OralB entra en el ranking de perfumería

## Top 20 Marcas Perfumería

| # 2014 | # 2013 | Marca   | CRP (Mill.) | %Pen. | Frec. Compra | % Ev. CRP |
|--------|--------|---|-------------|-------|--------------|-----------|
| 1      | 1      |    | 22,9        | 45,4  | 2,9          | 2,6       |
| 2      | 2      |    | 18,5        | 30,3  | 3,5          | -9,0      |
| 3      | 4      |    | 17,4        | 40,3  | 2,5          | 10,2      |
| 4      | 7      |    | 13,9        | 26,9  | 3,0          | 2,8       |
| 5      | 6      |    | 13,5        | 36,0  | 2,2          | -2,2      |
| 6      | 3      |    | 13,4        | 15,7  | 4,9          | 16,2      |
| 7      | 5      |    | 13,1        | 29,1  | 2,6          | -5,7      |
| 8      | 8      |   | 12,1        | 19,7  | 3,5          | -4,6      |
| 9      | 9      |  | 11,5        | 27,9  | 2,4          | -1,7      |
| 10     | 10     |  | 9,9         | 24,8  | 2,3          | 1,2       |

| # 2014 | # 2013 | Marca   | CRP (Mill.) | %Pen. | Frec. Compra | % Ev. CRP |
|--------|--------|---|-------------|-------|--------------|-----------|
| 11     | 11     |    | 9,3         | 25,2  | 2,1          | -0,3      |
| 12     | 13     |    | 8,9         | 24,4  | 2,1          | 11,3      |
| 13     | 12     |    | 8,4         | 21,4  | 2,3          | -0,8      |
| 14     | 15     |    | 7,6         | 18,3  | 2,4          | -1,5      |
| 15     | 17     |    | 7,6         | 16,8  | 2,6          | 15,5      |
| 16     | 18     |    | 7,3         | 20,7  | 2,0          | 11,3      |
| 17     | 14     |    | 6,6         | 16,0  | 2,4          | -14,4     |
| 18     | 19     |   | 6,3         | 19,5  | 1,9          | 3,8       |
| 19     | 35     |  | 6,0         | 16,9  | 2,1          | 68,7      |
| 20     | 16     |  | 6,0         | 15,3  | 2,3          | -9,1      |

Fuente: Kantar Worldpanel



# CONCLUSIONES

Coca Cola vuelve a ser la marca más elegida en el mundo

También lo es en España, junto con El Pozo y Campofrío

El 70% de las marcas del Top 10 de España son españolas

Por Comunidades Autónomas liderazgo repartido entre Coca Cola, El Pozo, Campofrío y Asturiana

En sectores “No Alimentación”, Fairy lidera el ranking de droguería y Colgate el de perfumería

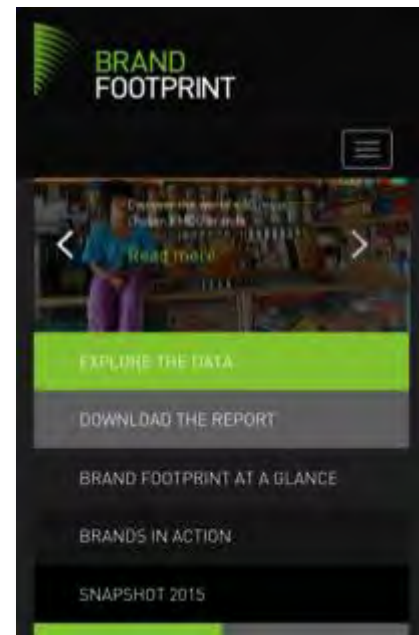
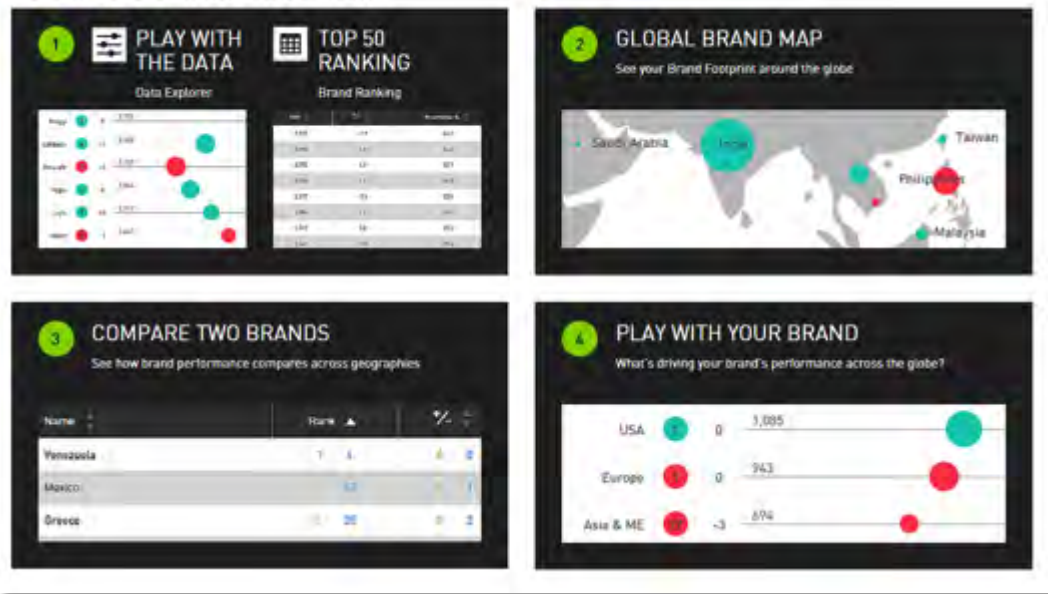
Danone es el fabricante líder, y empata en número de marcas con Nestlé



# Material adicional sobre Brand Footprint:

[www.brandfootprint-ranking.com](http://www.brandfootprint-ranking.com)

## INTERACTIVE DATA SNAPSHOT





BRAND  
FOOTPRINT



## BRAND FOOTPRINT 2015

LAS MARCAS DE GRAN CONSUMO MÁS  
ELEGIDAS EN EL MUNDO