

KANTAR

BRAND FOOTPRINT 2023

Las marcas más elegidas en
México

Worldpanel Division México



Brand Footprint

Consumer Reach Points

Hay un punto de decisión en cada compra de FMCG; un punto en el que el comprador decide comprar una marca en lugar de otra.

El ranking Brand Footprint revela qué marcas están ganando en ese momento de la verdad, utilizando la métrica **Consumer Reach Points**.

Estos, miden la fortaleza de una marca en términos de la cantidad de veces que los compradores las eligen.



1,181
Millones de CRP's



Hemos modificado nuestra forma de comprar para hacer rendir nuestro dinero

Variación MAT1Q23 vs MAT1Q22

+13.7%

Gasto al alza, pero
unidades por ocasión -6.7%

+9.2%

Crecimiento del precio
medio

+25 veces

Frecuencia de compra
Ticket 3.3%

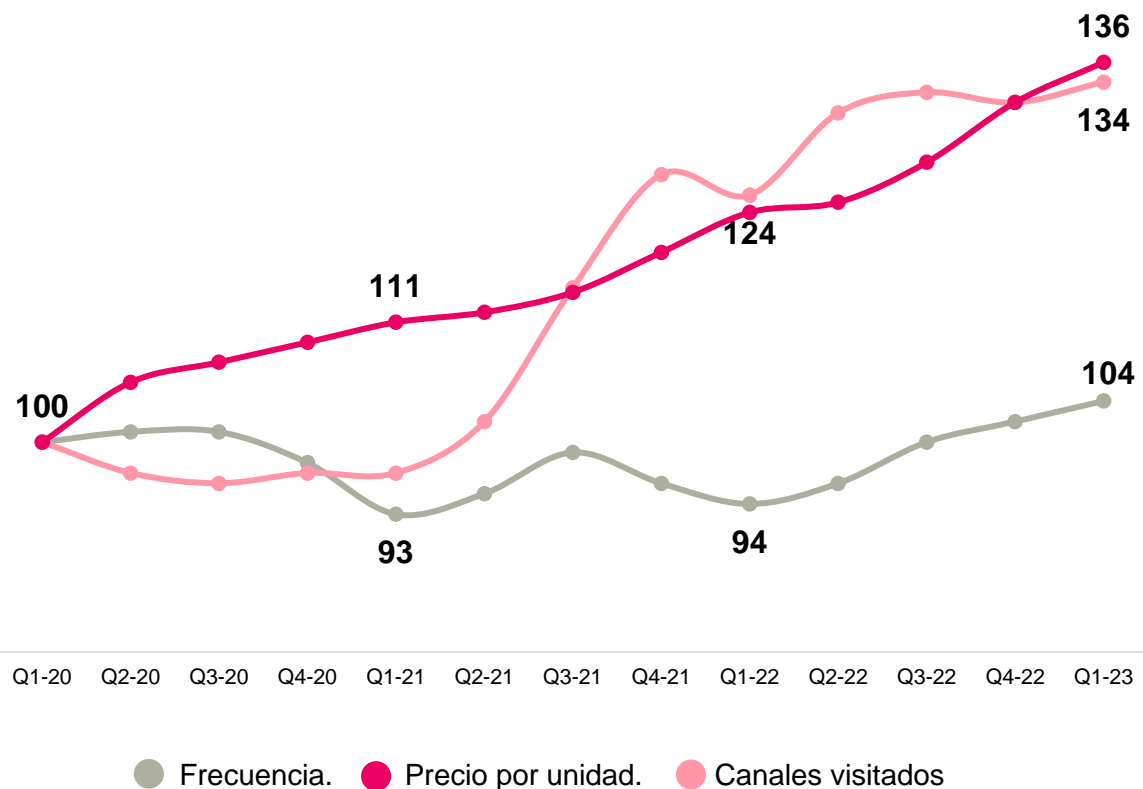
34,195

Pesos gasto anual
por hogar (+11.2%)



Esto se ve reflejado en el mayor número de canales visitados

México



Google Informe de movilidad*



+45%

supermercados y farmacias



+34%

lugares de trabajo



15 a 23

canales/banderas en 3 años

Edo MX	52%
Puebla	55%
Tabasco	71%
Quintana Roo	72%

Los consumidores están respondiendo



Variación MAT1Q23 vrs MAT1Q22

40.6% *valor*

Crecimiento de marcas privadas

+20.1%

Bodegas el canal donde se deja el mayor gasto

102

Sube el repertorio de marcas. Lealtad que se desvanece

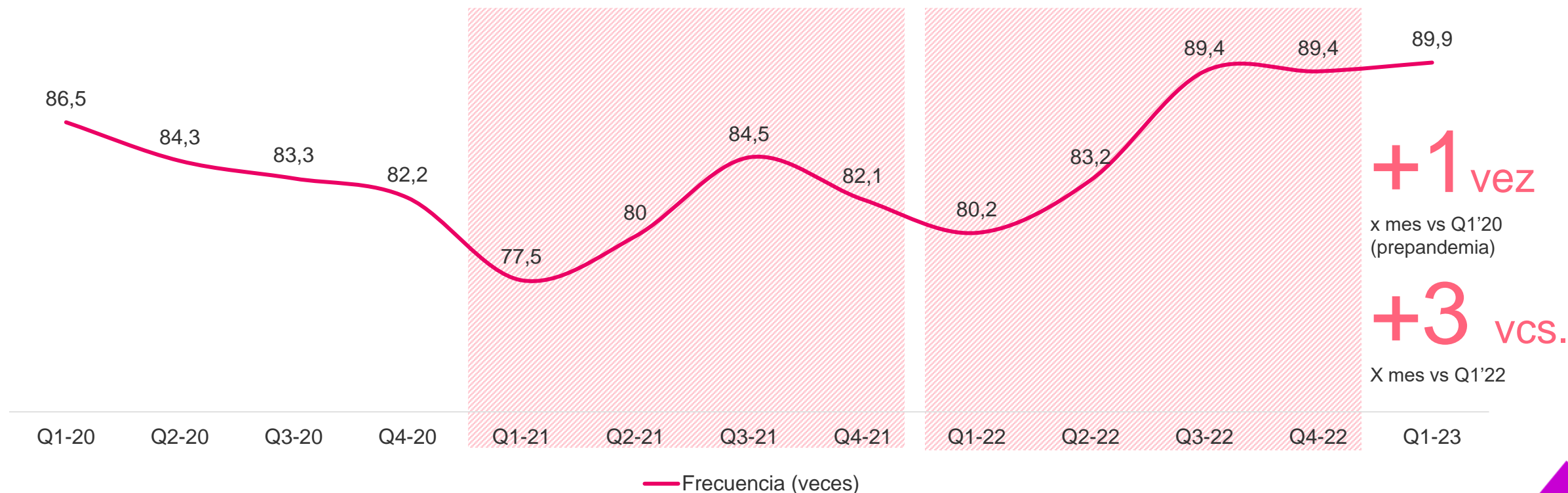
+6%

de momentos de la verdad a total FMCG (CRPs)



6% más de CRPs a total FMCG

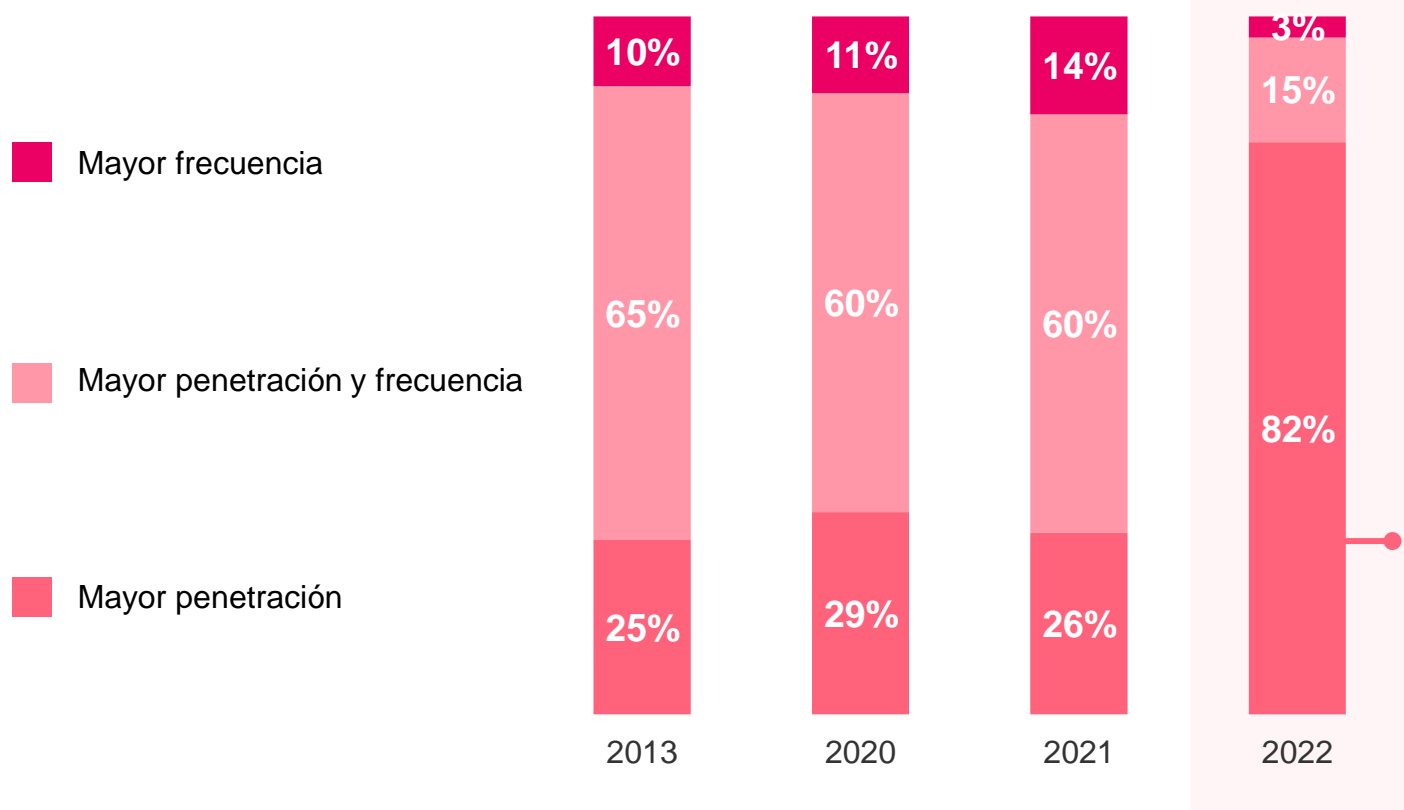
Hogares visitan más veces los lugares de compra, poniendo en riesgo no solo la lealtad hacia los canales, sino a las marcas, al estar expuestos a más opciones



¿Cuáles son los drivers de crecimiento de las marcas?

Aunque la frecuencia venga en recuperación, la penetración sigue siendo el “Rey”

Drivers de crecimiento



Impulsores de crecimiento

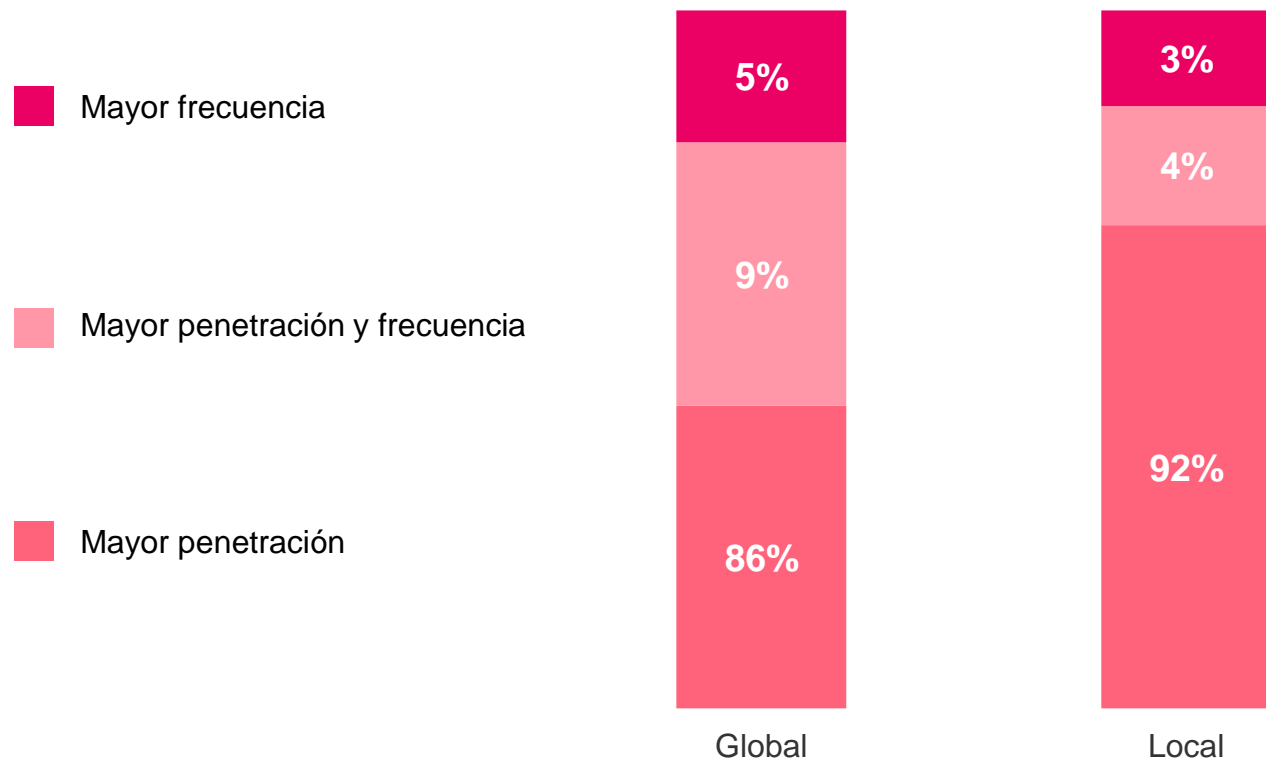
97%

de las marcas ganadoras lo hacen con una penetración mejorada

Benchmark
Global 37%
Brasil 79%
CAM 56%
ECU 29%

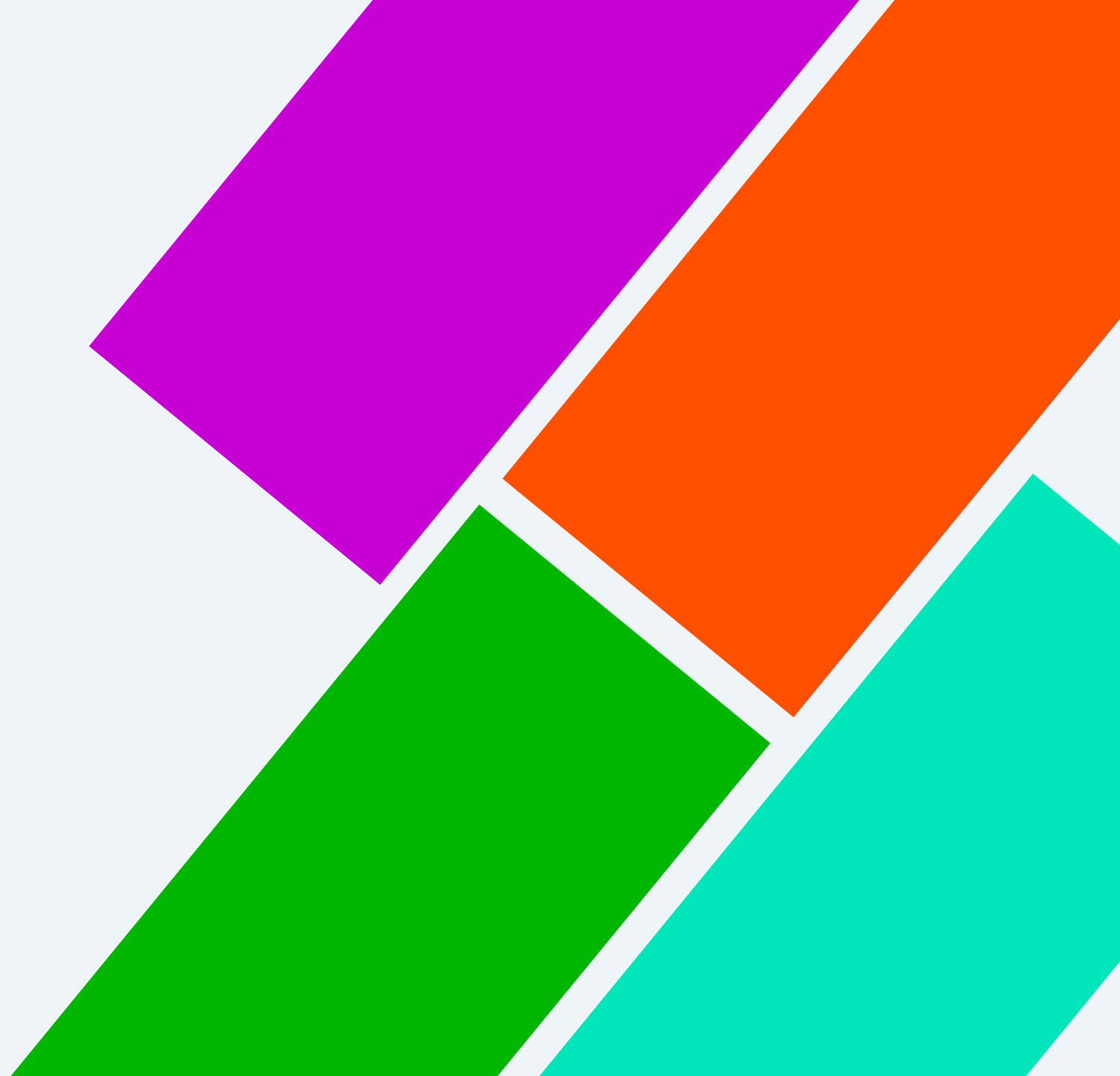
La penetración es el Rey para el crecimiento de las marcas especialmente las locales

Drivers de crecimiento 2022



El momento de la
verdad está aquí...

BRAND FOOTPRINT 2023



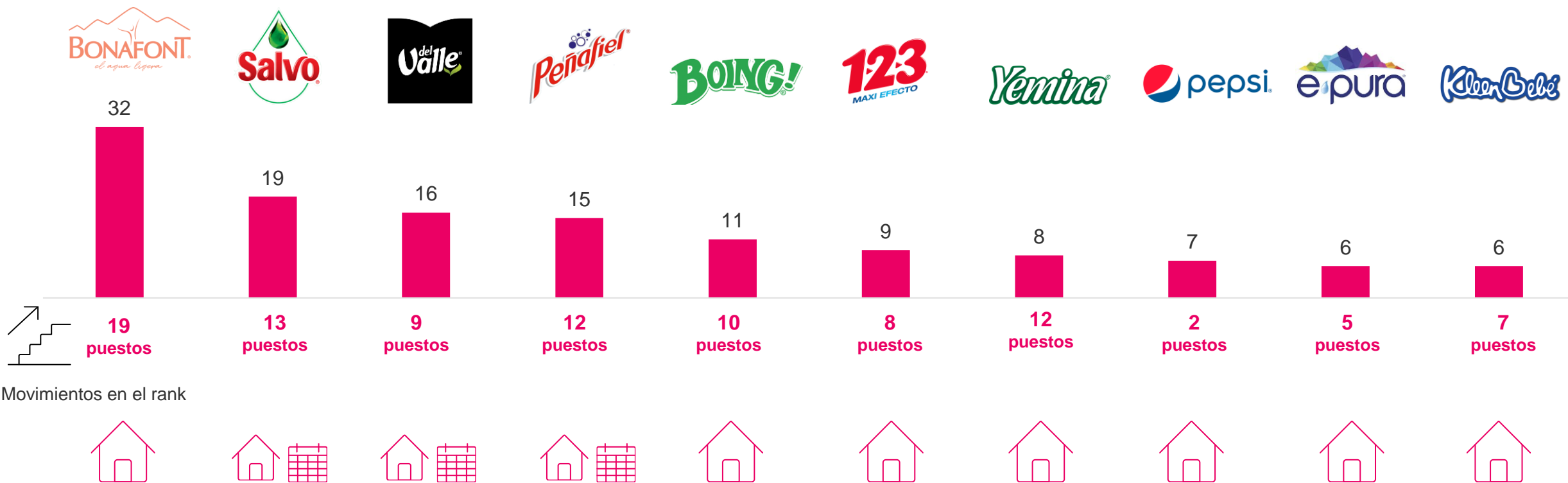
Las 10 marcas más elegidas a Total FMCG México

4 marcas del ranking mantienen su posición



En top 10 de las marcas en crecimiento, 6 de cada 10 lo hace ganando compradores

Marcas en crecimiento de CRP's | Var% CRPs



Movimientos en el rank

KPI que impulsa Frecuencia o Penetración

Menciones especiales



Takis, marca que más posiciones gana dentro del Top 100, con **29** lugares



Tía Rosa, la marca con el mayor crecimiento en % CRPs dentro del Top 100, con **+38%**



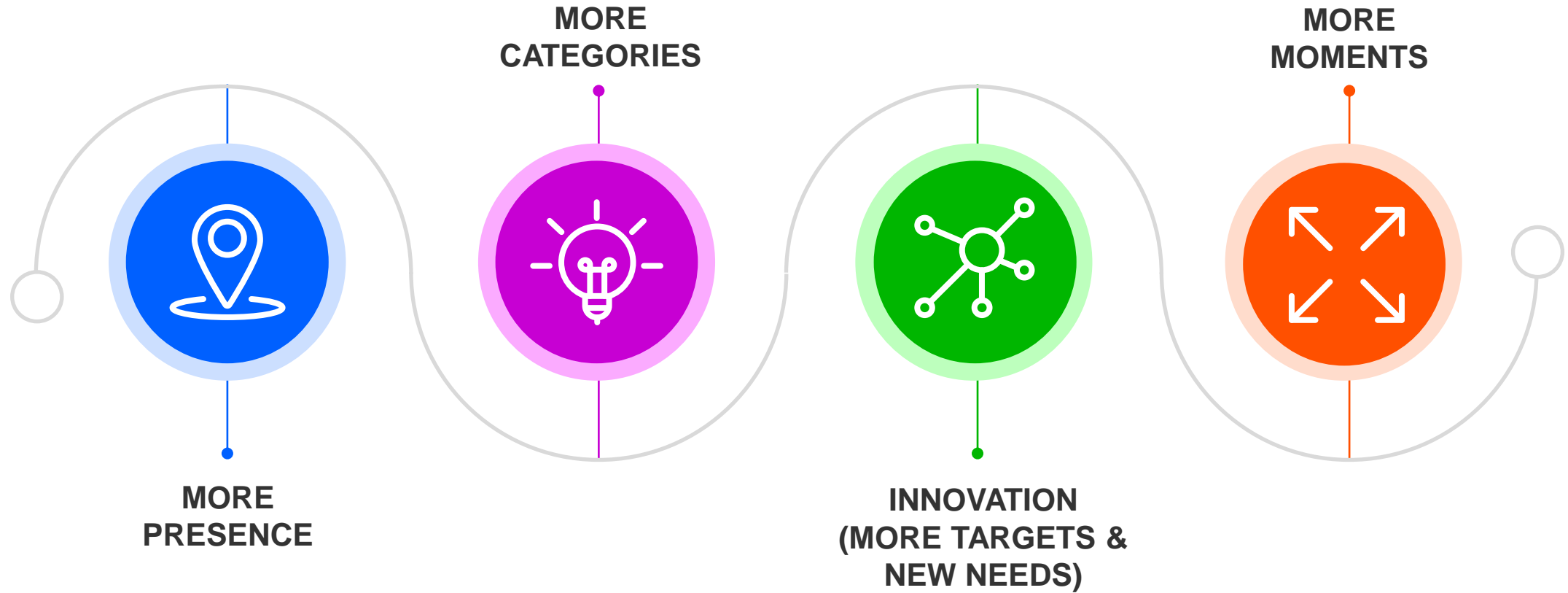
P&G, fabricante de Cuidado Personal y Uso Doméstico con **más** marcas con crecimiento de CRP's



Pepsi, fabricante de Bebidas y Alimentos con **más** marcas con crecimiento de CRP's

Veamos las marcas más
elegidas por sector y
algunas historias de éxito

Palancas de crecimiento



Doritos



87M
CRPs

+1%
Crecimiento en
CRPs

+5%
Crecimiento en Penetración

+2
Posiciones en el ranking para llegar al
lugar 10 del sector de Alimentos



**NEW
NEEDS**

Ampliación del portafolio hacia nuevas tendencias de sabor, sumando Doritos a la plataforma Flamin hot

Doritos Flamin Hot: +11.4 pp

Impulso del canal autoservicios a través de Hot Price points

Autoservicios +4 pp vs Tradicional +1.7 pp



**MORE
TARGETS**

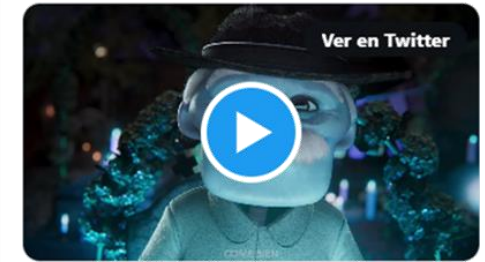
Una marca que impulsa la diversidad e inclusión.

Cómo Doritos cambió la historia de su marca eliminando por completo su logotipo en sus acciones de marketing y publicidad

La eliminación del logotipo fue una forma de centrarse en la calidad del producto y la experiencia del consumidor, en lugar de depender de la imagen de la marca para vender productos



¡Nunca es tarde para ser quien eres!
#DoritosRainbow #OrgulloTodoElAño #LGBT+
Descubre la historia completa aquí:
youtu.be/KJ_RSP_EK0E



4:25 p. m. · 22 oct. 2021

18,2 mil Responder Compa...

¡Gracias!



Escanea el QR y ponte en contacto con nosotros

BRAND FOOTPRINT 2023

