

KANTAR

**BRAND FOOTPRINT
CHILE 2023**

2023



CHILE
LECH
ILECH
CHILE
LECHILE
HILECH

BRAND FOOTPRINT

A hand is holding a green bottle with a nutrition label next to a shopping basket. The background is blurred, showing a grocery store aisle. The image is overlaid with a white geometric pattern of diagonal lines.

¿Qué es?

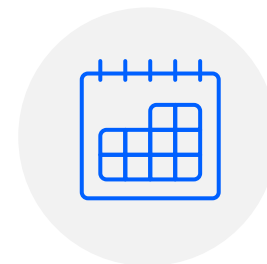
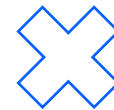
Hay un momento, una fracción de segundo, en realidad, cuando un comprador está rondando entre dos marcas y toma su decisión.

Ese es el momento en que pretendemos capturar utilizando la medida de Consumer Reach Points (CRP). Esto mide la fuerza de una marca en relación al número de veces que las marcas son elegidas por los compradores.

El ranking Brand Footprint revela qué marcas están ganando en ese momento de la verdad.

Consumer Reach Points (CRPs)

El cálculo



Población

Número de hogares en un país

Penetración

% de hogares que compran tu marca

Elección del consumidor

Número de interacciones con tu marca en todas las categorías en un año

Exponiendo el 'Momento de la verdad' - Chile



4M
CRP

4.6M
Población de hogares

38%
Cuántos compradores

2.3
Veces elegidas por año

Productos caros, dimensiones reducidas

GLOBAL



+4.8%

Aumento del gasto global

+1.9%

Crecimiento de la población

+3.4%

Mayor gasto por viaje,
impulsa el crecimiento de
FMCG

1,008 USD

Gasto anual por
comprador

LATAM



+11.1%

Gasto

+1.6%

Crecimiento de la población

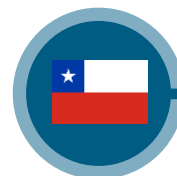
+13.9%

Gasto por viaje

+9.4%

Gasto anual por
comprador

CHILE



MAT May23 vs PY

+14.1%

Gasto

+1.6%

Crecimiento de la población

+7,3%

Gasto por viaje

+12.4%

Gasto anual por
comprador

Consumidores al mando



7,5

Número de canales visitados

67%

Marcas locales aumentan su importancia

56%

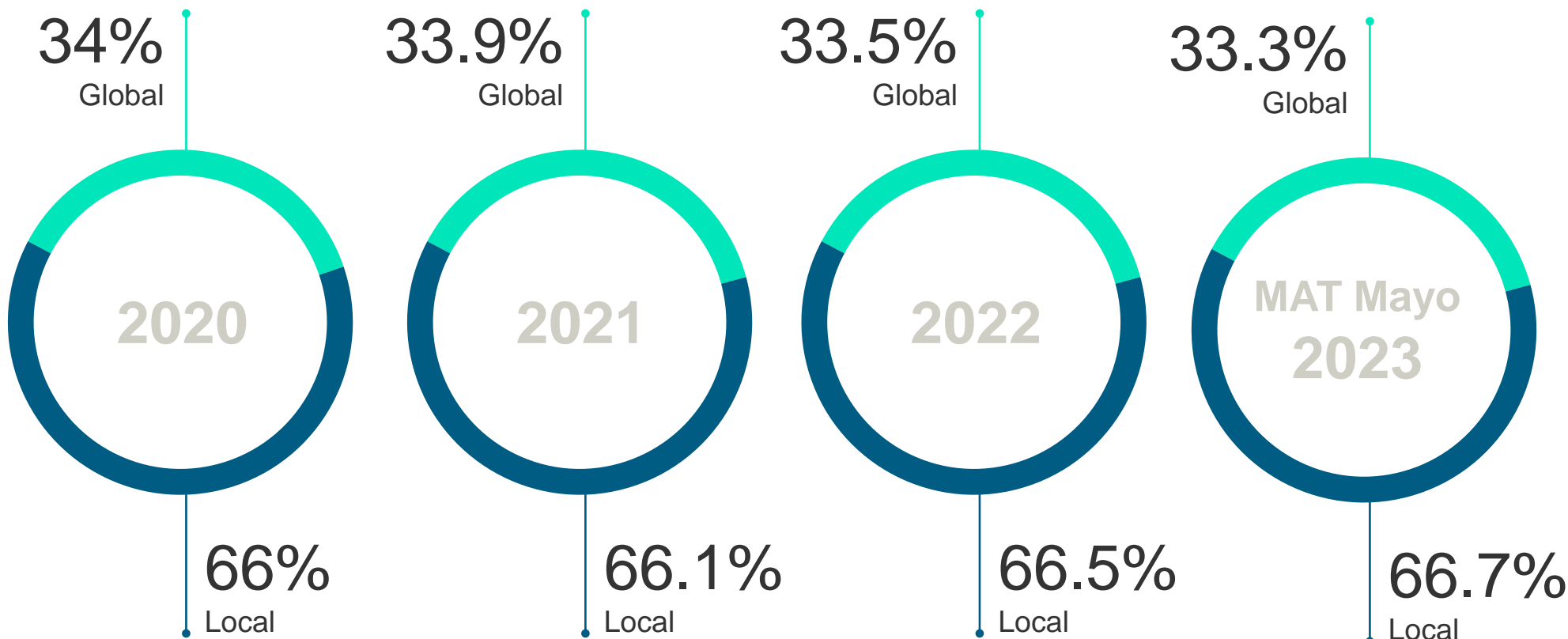
de las marcas son Pequeñas y Medianas (vs 71% Latam)



Marcas locales aumentan su importancia



Las marcas utilizarán todas las herramientas disponibles para destacar y ser elegidas



2022



-1.2%

Marcas globales

0.6%

Marcas locales

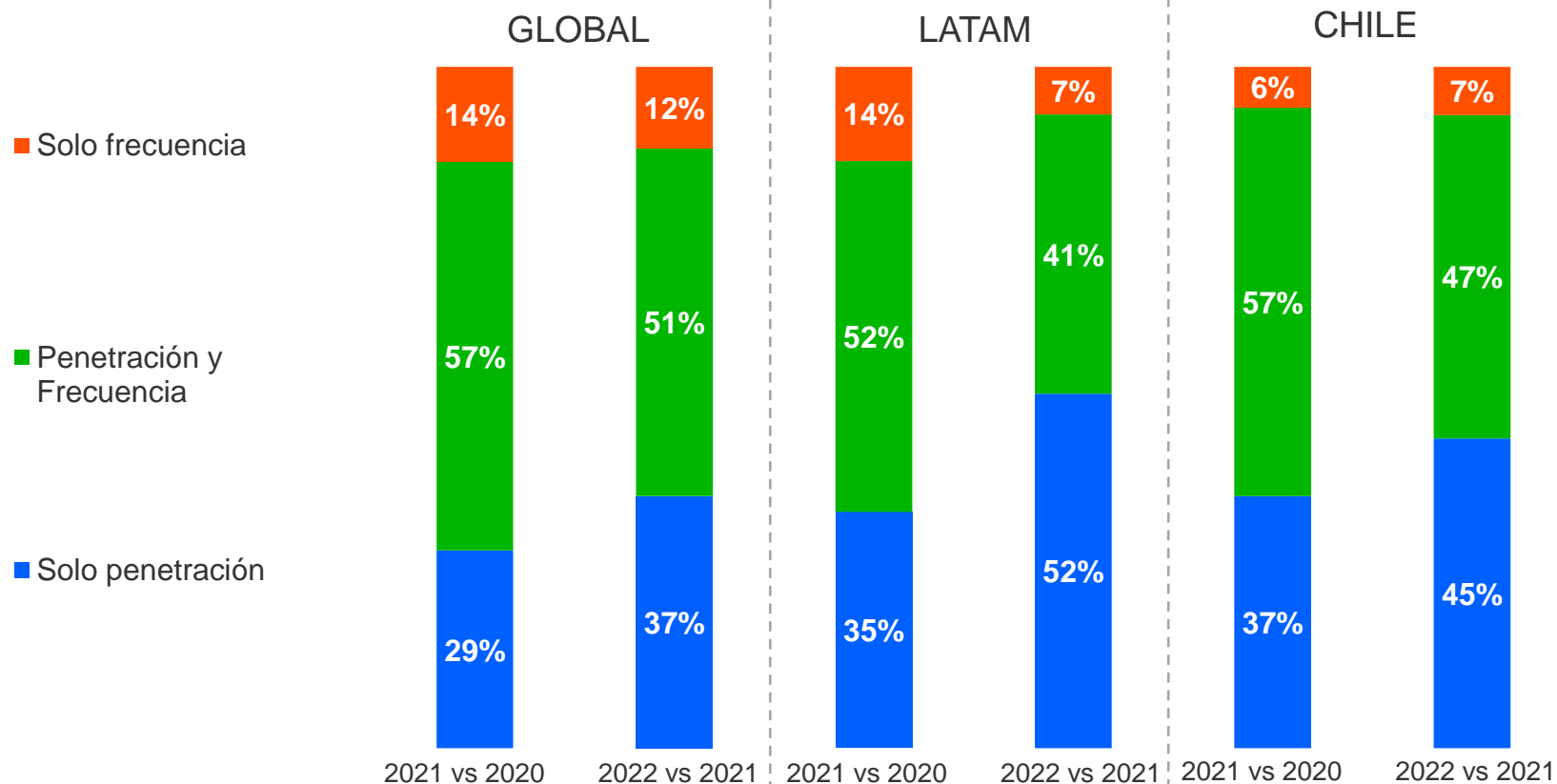


El CRP cambia año tras año



Poder de penetración: el camino hacia el crecimiento de la marca

Impacto en el hogar

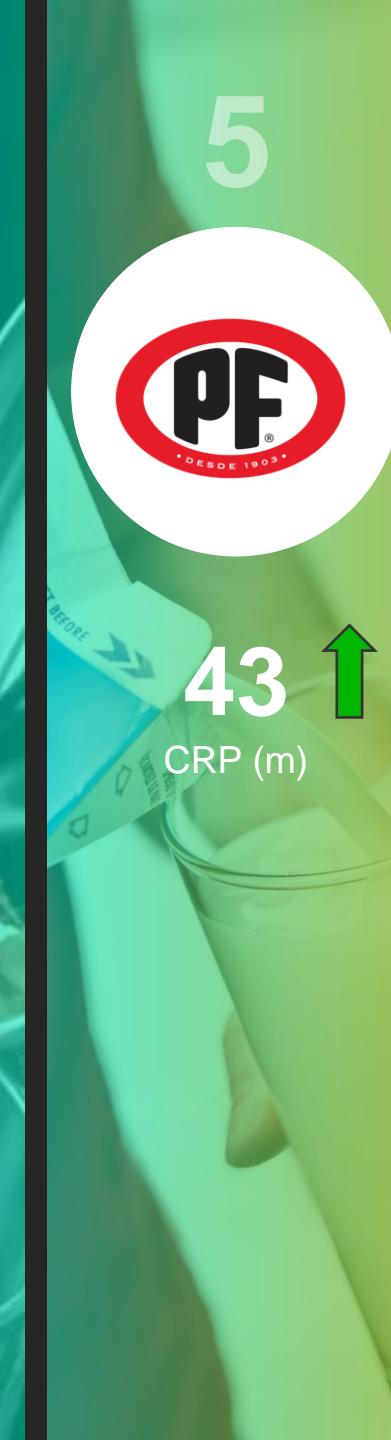
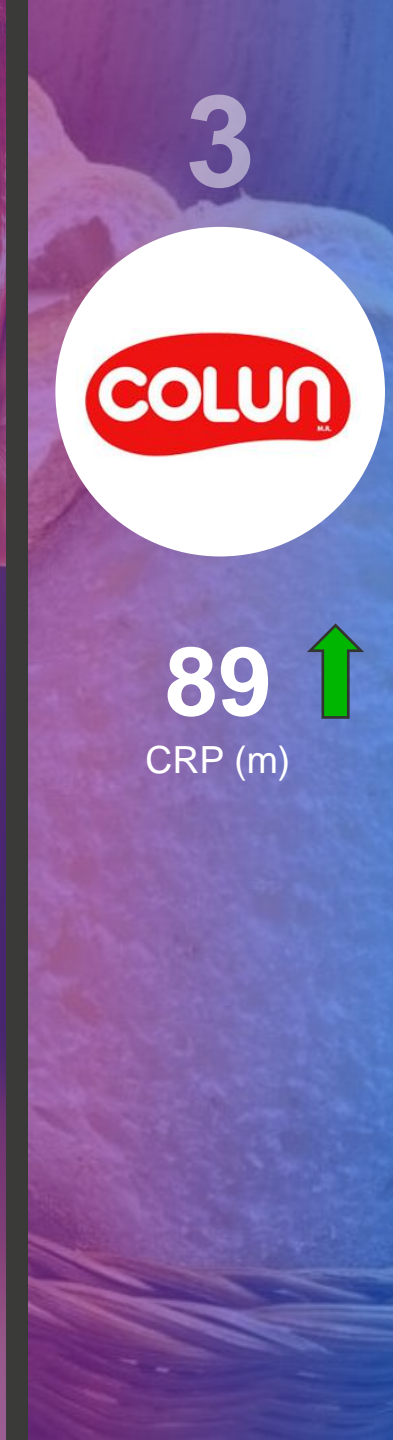
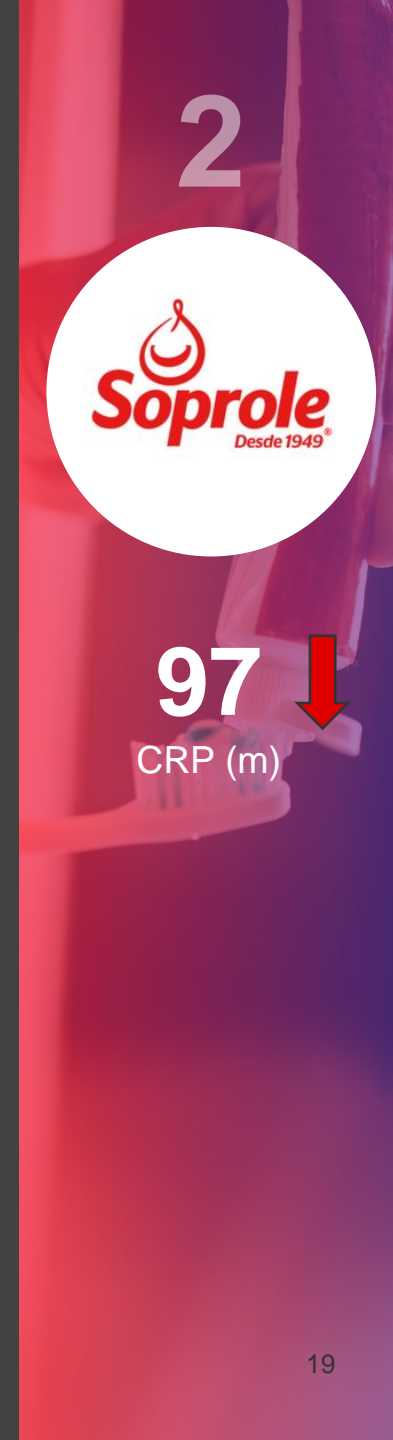
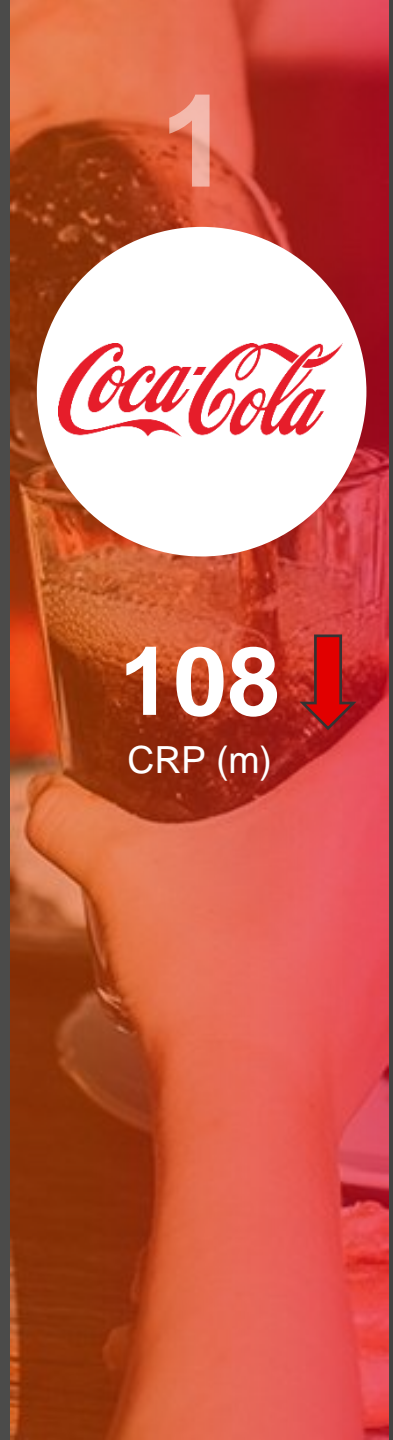


Impulsores del crecimiento de la marca

93%

de las marcas ganadoras lo hacen mejorando la penetración

Las cinco marcas de FMCG más elegidas en Chile



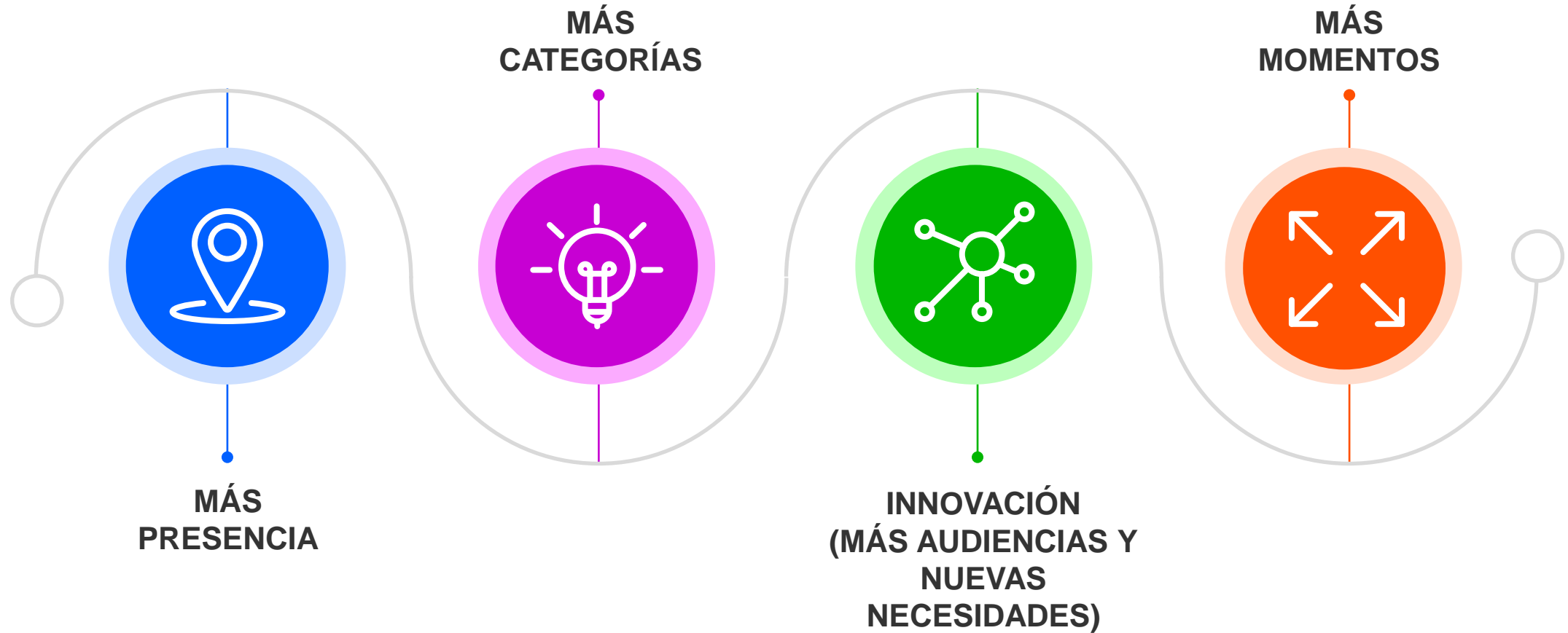
Crecimiento de CRP
2022 vs 2021

Fuente: Worldpanel
Division, Kantar, Numerator,
GfK, Brand Footprint 2023

Top 10 Marcas locales del Ranking con la mayor ganancia de penetración



Palancas para el crecimiento



Casos de éxito en Chile



BRAND FOOTPRINT 2023



Soprole Yoghito – Destacando con nuevos formatos



26%

Presencia en hogares de Chile

+474mil

Nuevos compradores vs. 2021

+16%

Frecuencia de compra

+35 pt vs PY

Posición en el Ranking Chile



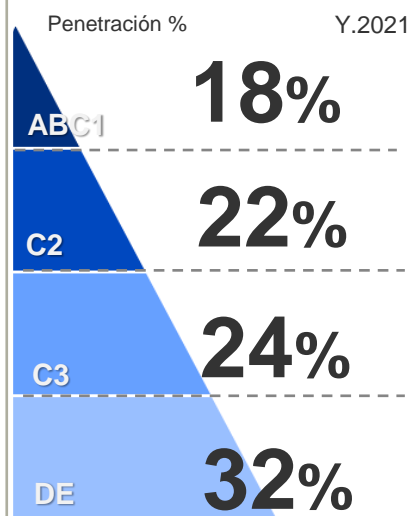
“INNOVACIÓN RELEVANTE” Y RELANZAMIENTO

Soprole relanza sus yoghurt batido bajo el nombre “Yoguito” y además lanzan el **formato tetra**, que impulsa el crecimiento de la marca este último año.

Esta innovación en el formato de yogurt batido es un éxito al ser ideal para enviar como colación para los niños por ser más resistente.

La practicidad del formato hace que su crecimiento sea transversal en todos los grupos socioeconómicos

La marca tiene una mayor presencia en los hogares DE, pero su crecimiento es mayor en los estratos altos



KANTAR

**BRAND FOOTPRINT
CHILE 2023**

2023



CHILE
LECH
ILECH
CHILE
LECHILE
HILECH