

KANTAR

Ekos
NEGOCIOS
SOSTENIBLES

BRAND FOOTPRINT 2023

Las marcas más elegidas en
Ecuador

Worldpanel Division Ecuador





¿Brand FootPrint y los Consumer Reach Points?

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 medida **Consumer Reach Points**.

Esto mide la fuerza de una marca en términos de la cantidad de veces que los compradores eligen las marcas.

Ecuador



91

Millones de CRP's



Ecuatorianos están pagando más por menos

Variación MAT1Q23 vs MAT1Q22

-2%

Valor total
Unidades compradas -4%

+2%

Crecimiento del precio
medio

+5%

Mayor frecuencia de
compra
Ticket -9%

2 480 USD

Gasto anual por
Comprador (-4%)



Los consumidores están respondiendo

Variación MAT1Q23 vrs MAT1Q22

32% *val*

Crecimiento de marcas privadas

+120%

Discounters el canal de más rápido crecimiento

102,6

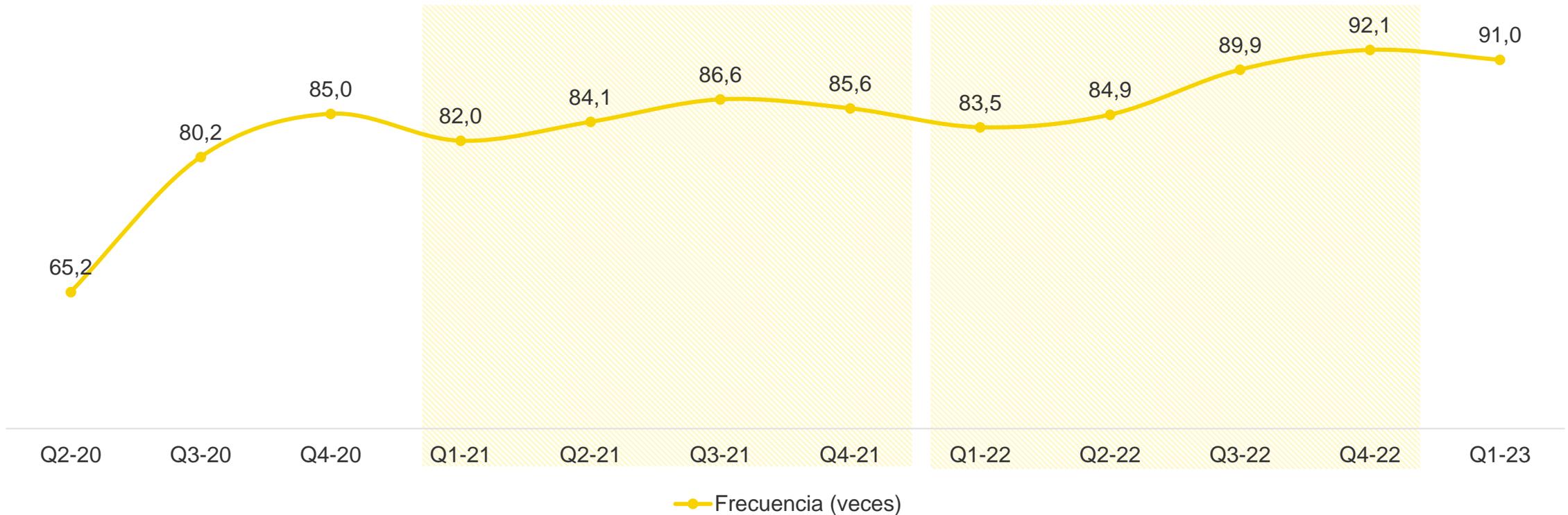
Sube el repertorio de marcas. Lealtad que se desvanece

+6%

de momentos de la verdad a total FMCG (CRPs)

6% más de CRPs a total FMCG

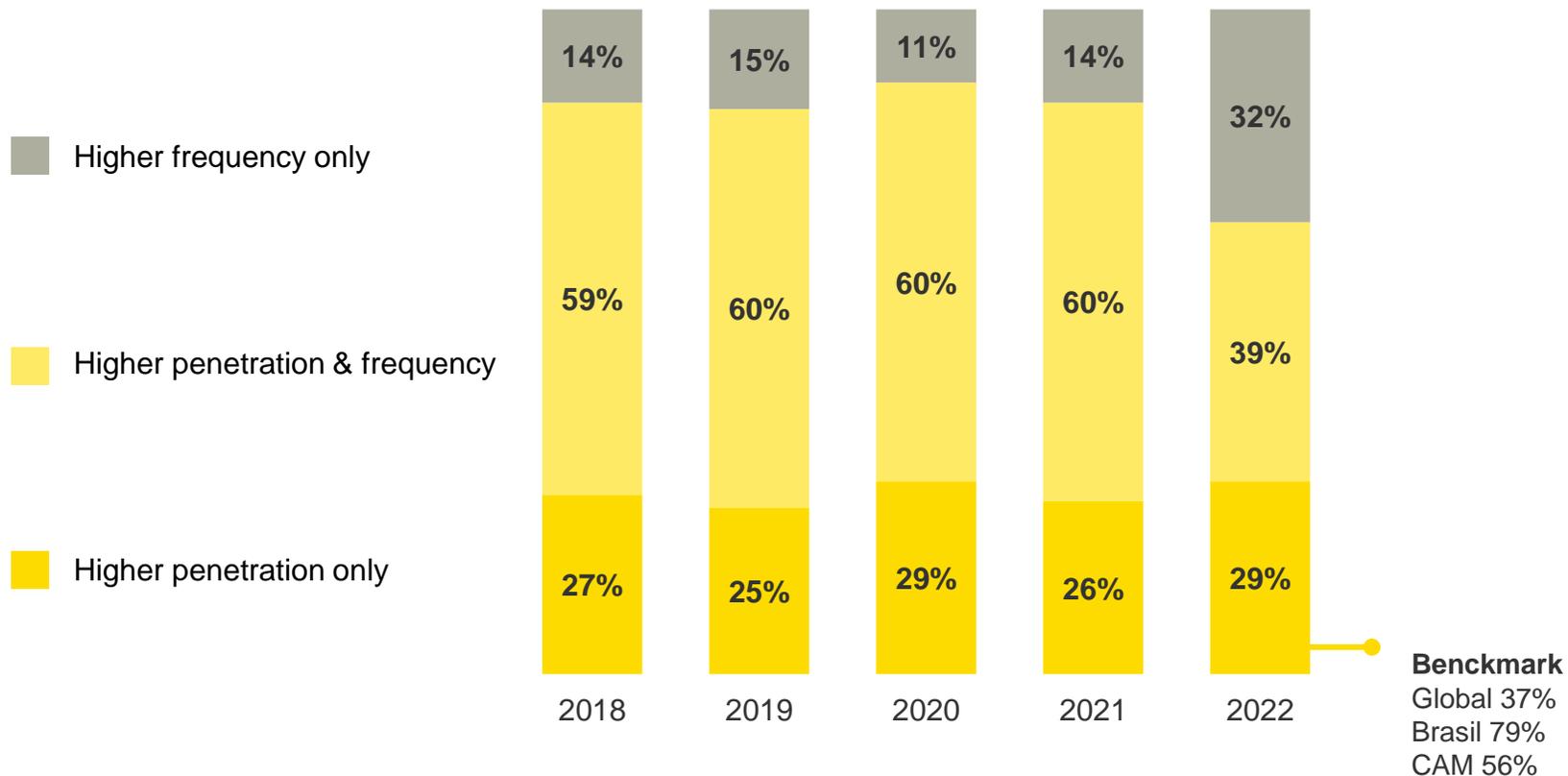
Hogares visitan más veces los lugares de compra, lo que pone en riesgo la lealtad de las marcas al estar expuestos más cantidad de veces a las mismas



¿Cuáles son los drivers de crecimiento de las marcas?

La penetración sigue siendo el principal impulsor, pero la frecuencia toma fuerza

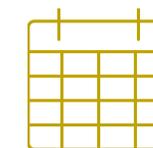
Drivers de crecimiento



Impulsores de crecimiento

68%

de las marcas ganadoras lo hacen con una penetración mejorada

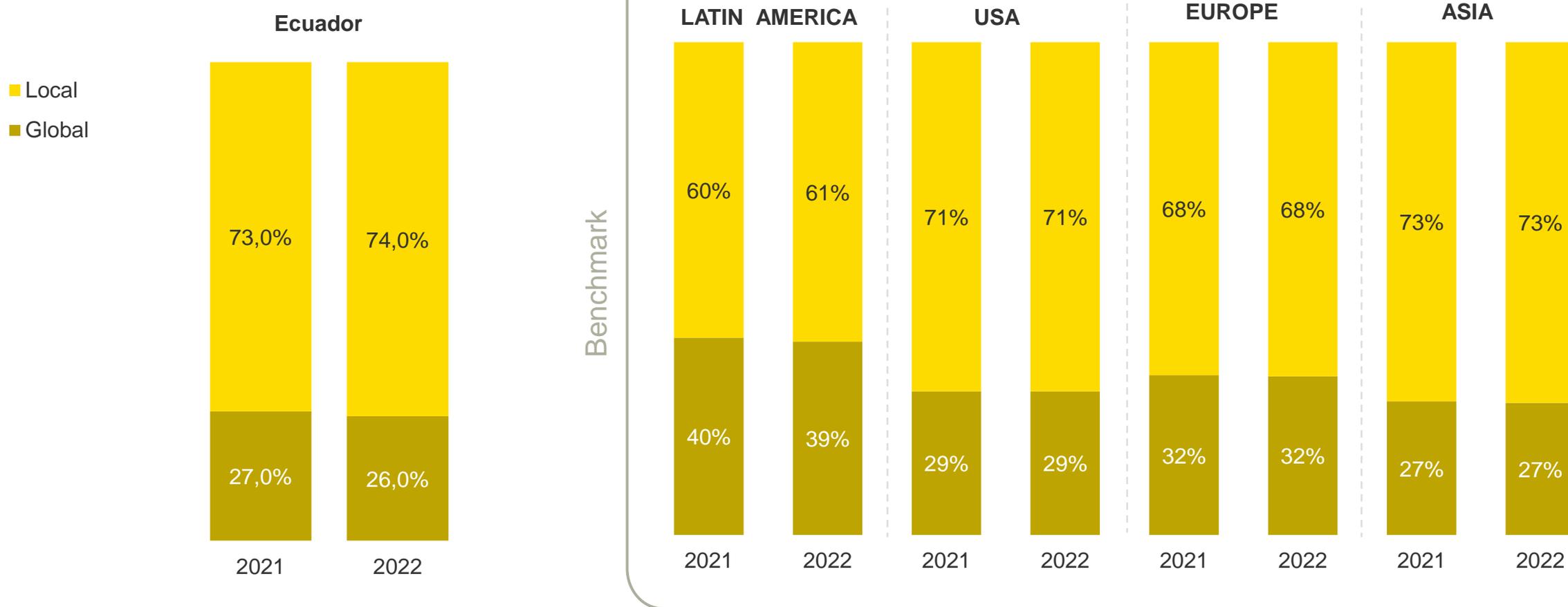


Casi el doble de las marcas logra crecer a través de la frecuencia versus el año pasado

¡Si a lo local!

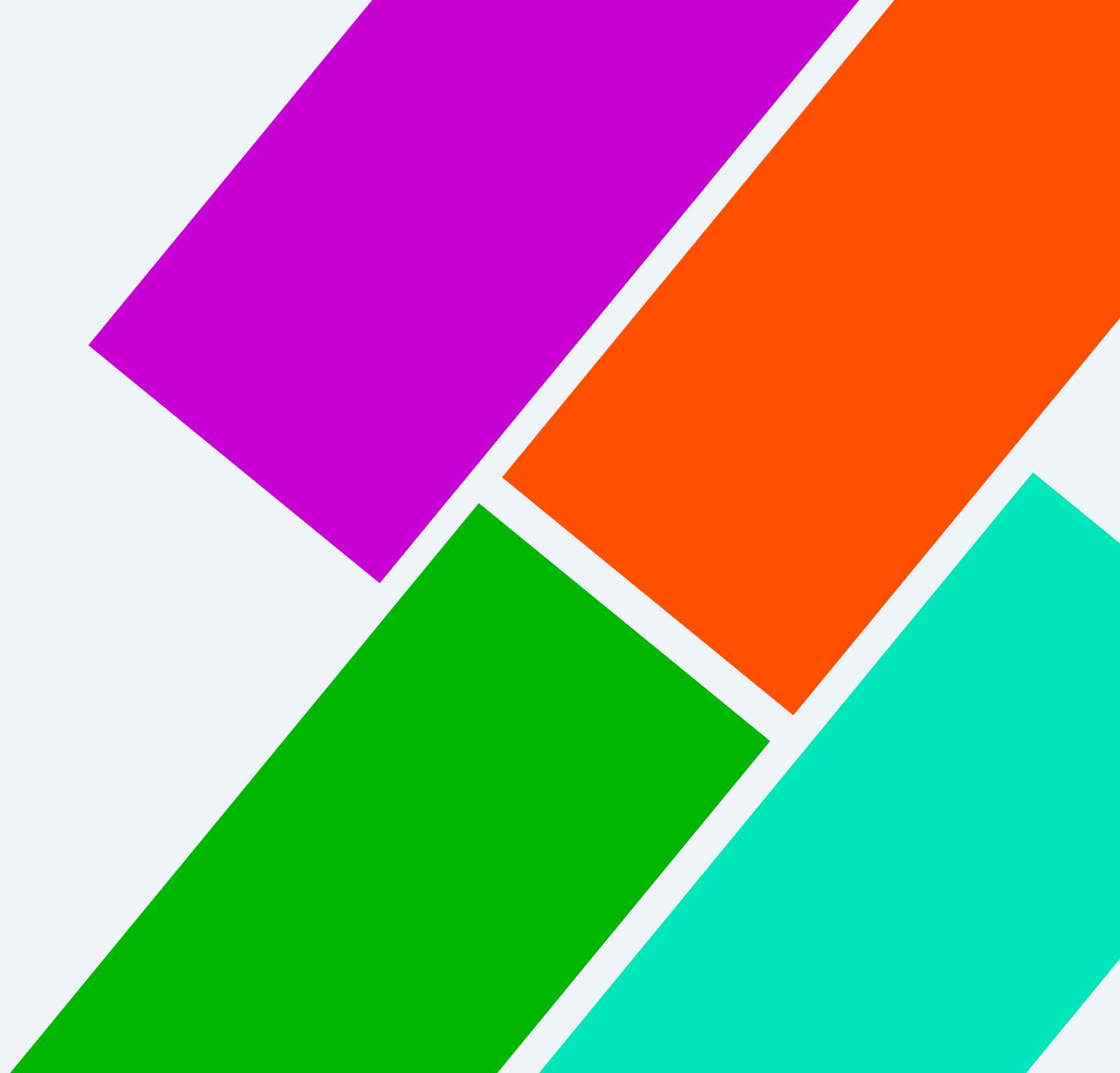
Marcas locales en crecimiento y no solo en Ecuador

Value Share%



El momento de la
verdad está aquí...

BRAND FOOTPRINT 2023



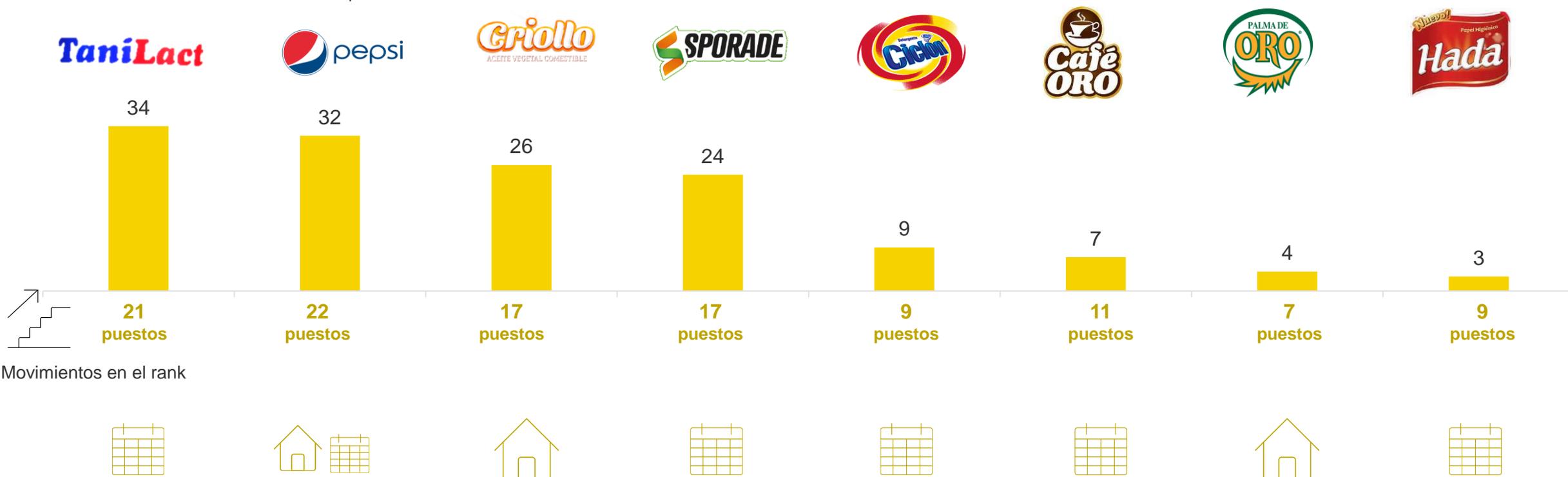
Las 10 marcas más elegidas a total canasta en Ecuador

Este año el primer puesto lo toma Vita



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

Marcas en crecimiento de CRP's | Var% CRPs

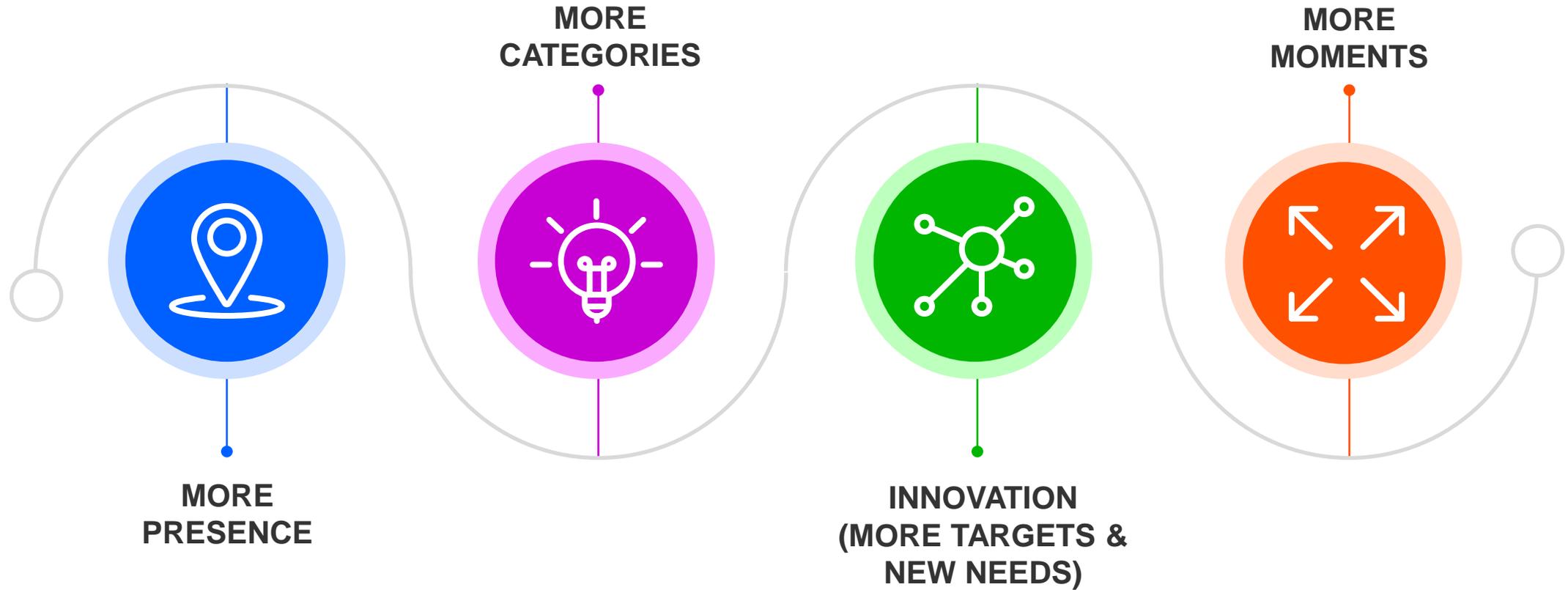


Movimientos en el rank

KPI que impulsa Frecuencia o Penetración

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

Palancas de crecimiento



Palma de Oro, gana compradores



99%

Penetración

+3,8pp

de penetración, #11 en el rank de marcas con más crecimientos en penetración

+4%

CRPs

+28

más de buyers,
+138 K nuevos compradores



Palma de Oro se fortalece desde sus propios hogares que incrementan consumo con foco en R. Costa donde incrementa su convivencia.



MORE PRESENCE

Campañas enfocadas en recordar el sabor del Ecuador y enfocar a los atributos del producto



BRAND FOOTPRINT 2023

Las marcas más elegidas en
Ecuador

BRAND FOOTPRINT 2023

