



# BRAND FOOTPRINT 2015

LAS MARCAS DE GRAN CONSUMO MÁS ELEGIDAS EN EL MUNDO

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)*

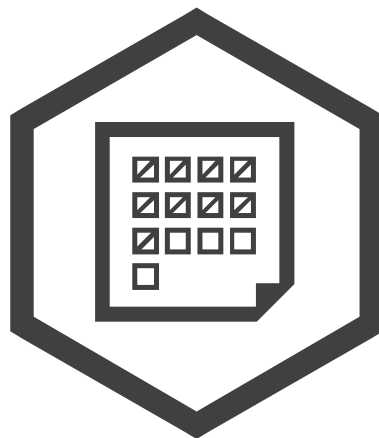
# ¿Qué son los contactos con el consumidor (CRP)?



## 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**<sub>mil</sub>  
**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.brand-footprint-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	42.9	19.4	-2 ↓
2	↔	0		Colgate-Palmolive Company	2,992	64.6	6.2	2 ↑
3	↔	0		Nestlé	2,755	22.7	9.6	5 ↑
4	↑	1		Unilever	2,229	24.5	9.9	7 ↑
5	↓	-1		Nestlé	2,127	22.9	9.5	-9 ↓
6	↔	0		Pepsico	1,996	24.6	9.2	1 ↑
7	↑	2		Pepsico	1,747	27.2	6.5	4 ↑
8	↓	-1		Unilever	1,647	29.4	5.7	-4 ↓
9	↑	3		Unilever	1,457	24.7	4.2	4 ↑
10	↔	0		P&G	1,429	29.9	4.9	-1 ↓
11	↓	-2		P&G	1,289	24.2	5.4	-17 ↓
12	↓	-1		Nestlé	1,275	29.2	4.9	0 ↔
13	↔	0		Unilever	1,219	21.9	4.2	1 ↑
14	↑	4		P&G	1,264	14.2	9.0	22 ↑
15	↑	0		Unilever	1,212	20.1	6.1	12 ↑
16	↓	-2		Mondelēz	1,142	15.2	7.7	-11 ↓
17	↓	-1		Colgate-Palmolive Company	1,059	19.9	5.7	-2 ↓
18	↓	-1		Benetton	1,052	14.9	7.2	-1 ↓
19	↑	2		Unilever	926	12.5	7.6	2 ↑
20	↑	1		The Coca-Cola Company	929	25.0	2.9	1 ↑
21	↑	2		Mondelēz	921	25.0	2.7	0 ↔
22	↓	-2		Ajinomoto	917	7.8	12.2	-5 ↓
23	↓	-2		Kimberly	912	6.9	12.6	-2 ↓
24	↑	1		Nestlé	893	7.9	11.5	0 ↔
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	879	11.6	7.6	-4 ↓
27	↓	-1		P&G	869	22.6	2.7	-2 ↓
28	↑	1		The Coca-Cola Company	757	21.2	2.6	0 ↔
29	↓	-1		Danone	747	12.9	5.9	-9 ↓
30	↑	1		Unilever	742	4.2	17.7	2 ↑
31	↑	2		The Hershey Company	728	12.9	5.2	4 ↑
32	↓	-2		P&G	722	12.7	5.4	-2 ↓
33	↓	-1		McCormick & Co.	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	15.9	4.2	1 ↑
37	↑	2		Ferrero	665	12.2	5.5	5 ↑
38	↑	4		Pepsico	626	15.5	4.2	4 ↑
39	↓	-1		Unilever	629	14.4	4.4	-2 ↓
40	↑	14		Unilever	621	12.6	5.0	19 ↑
41	↓	-1		Unilever	617	15.5	4.0	-2 ↓
42	↑	2		General Mills	618	10.4	6.0	1 ↑
43	↓	-9		Del Monte Foods, Inc.	607	12.1	4.7	-11 ↓
44	↑	4		Pepsico	602	11.6	5.2	9 ↑
45	↔	0		P&G	601	22.8	3.9	4 ↑
46	↑	2		Yakult	597	9.2	7.4	9 ↑
47	↓	-4		Barilla Group	591	12.8	4.6	-2 ↓
48	↓	-7		P&G	589	15.8	4.0	-6 ↓
49	↓	-2		Unilever	578	16.4	2.5	1 ↑
50	↑	5		Pepsico	562	5.9	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, cluttered 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

# 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		
5			15			25			35			45		
6			16			26			36			46		
7			17			27			37			47		
8			18			28			38			48		
9			19			29			39			49		
10			20			30			40			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

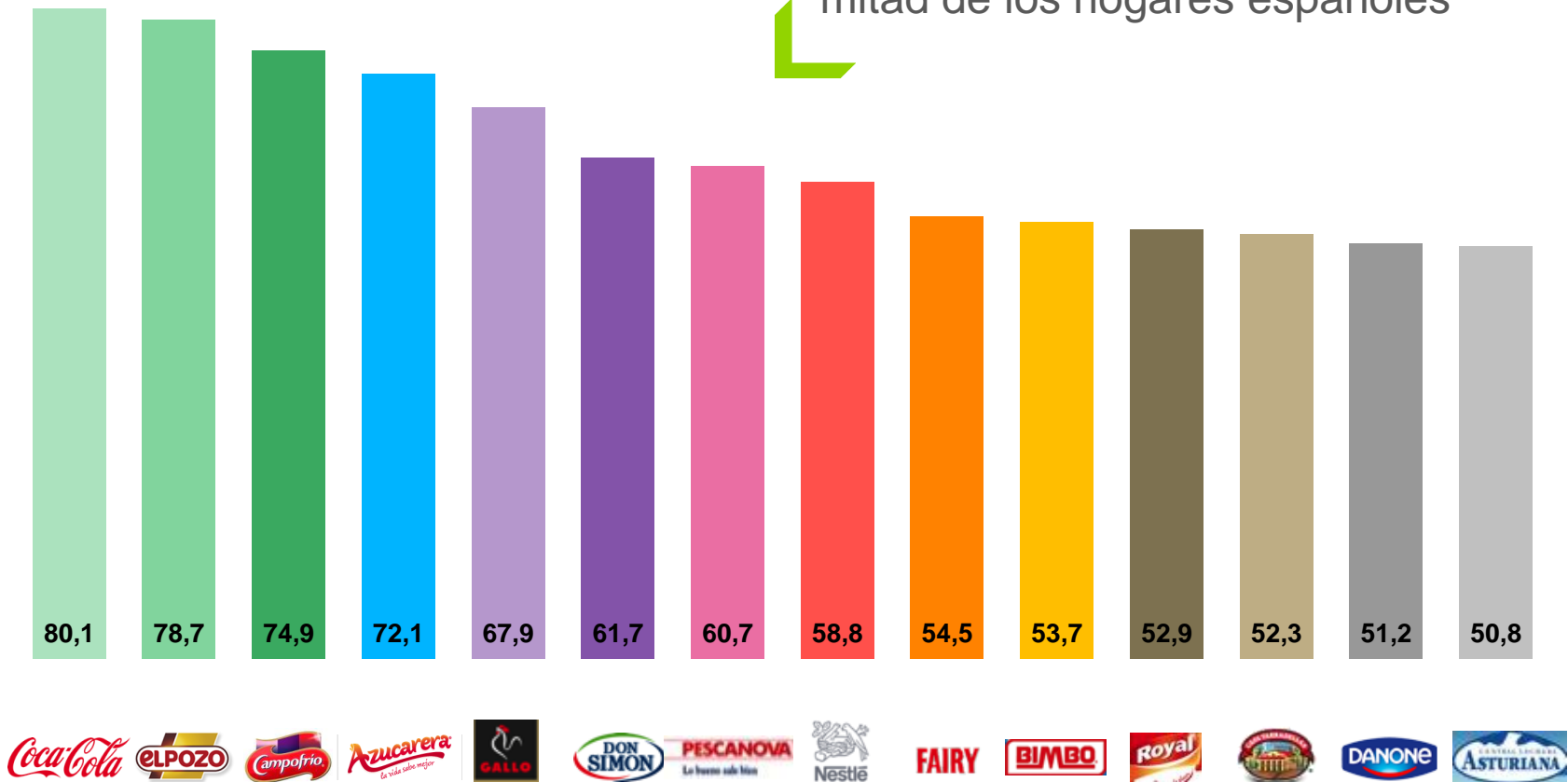
Fuente: Kantar Worldpanel



# 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

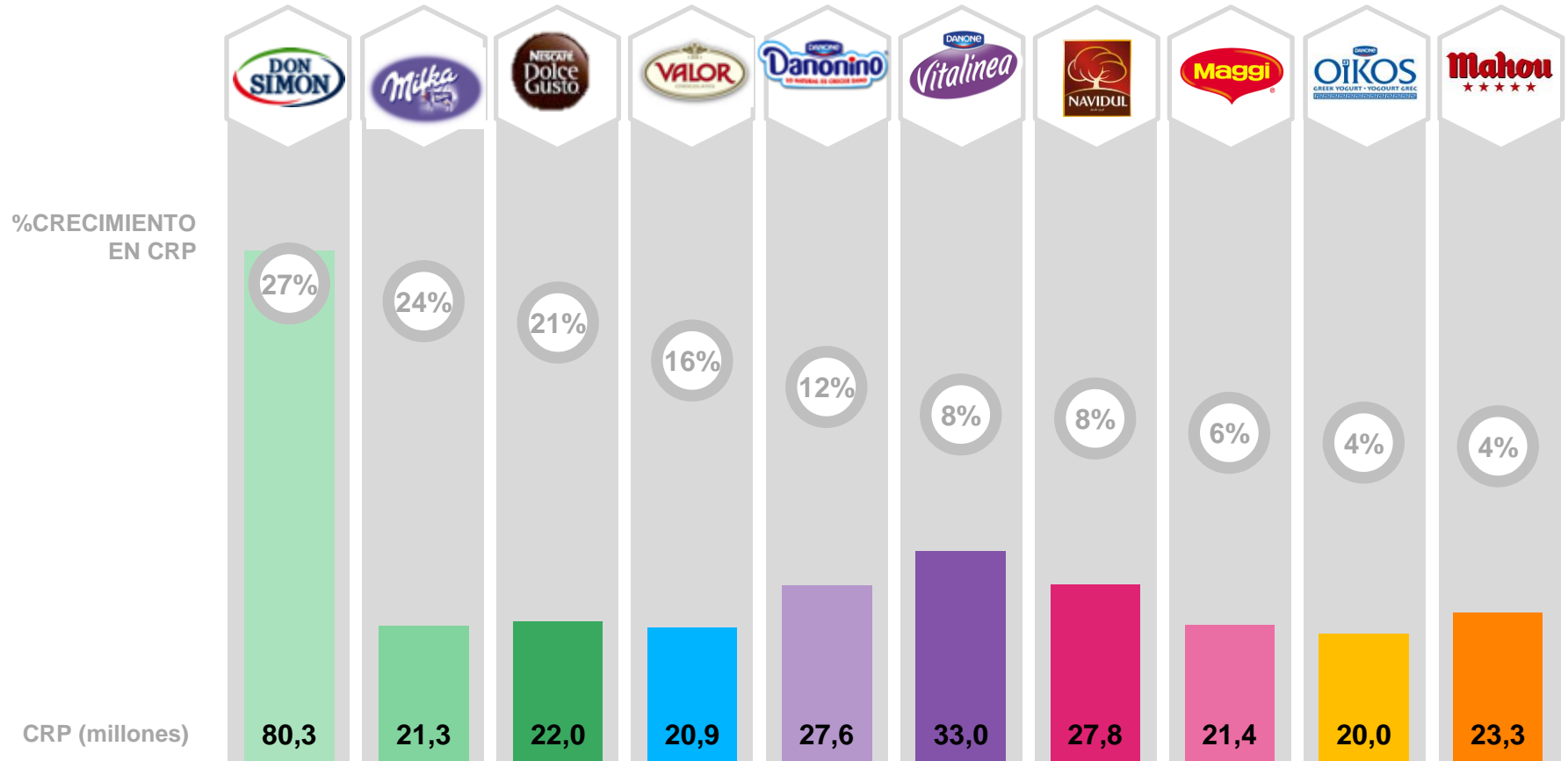
Frecuencia de compra (Nº actos de compra al año)

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

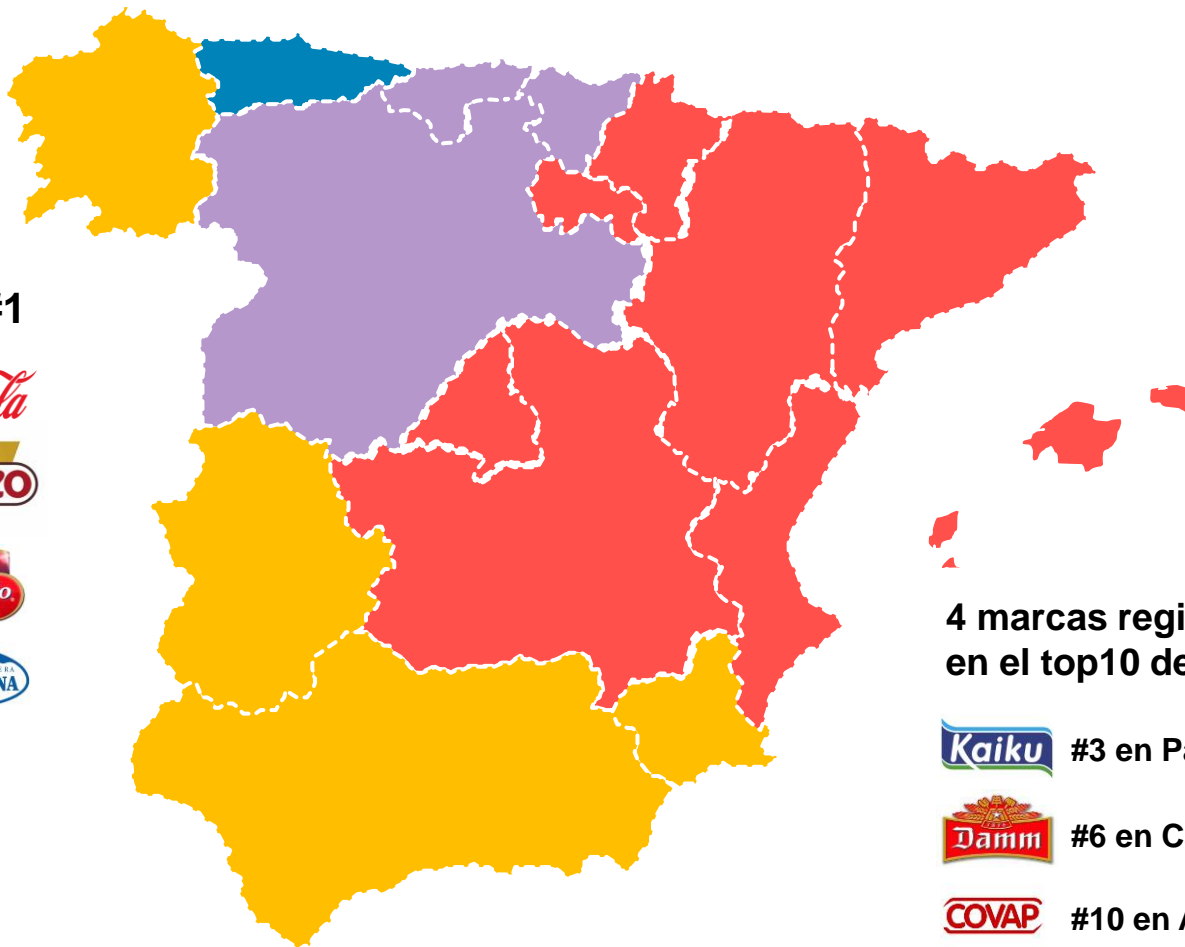
Las marcas más compradas en el mundo

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

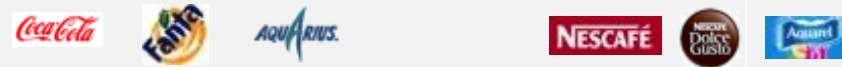
**Danone y Nestlé**  
empatan con 7  
marcas en el Top50



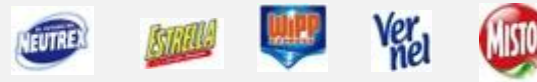
**Danone en Alimentación**



**Coca Cola y Nestlé en Bebidas**



**Henkel en Droguería**



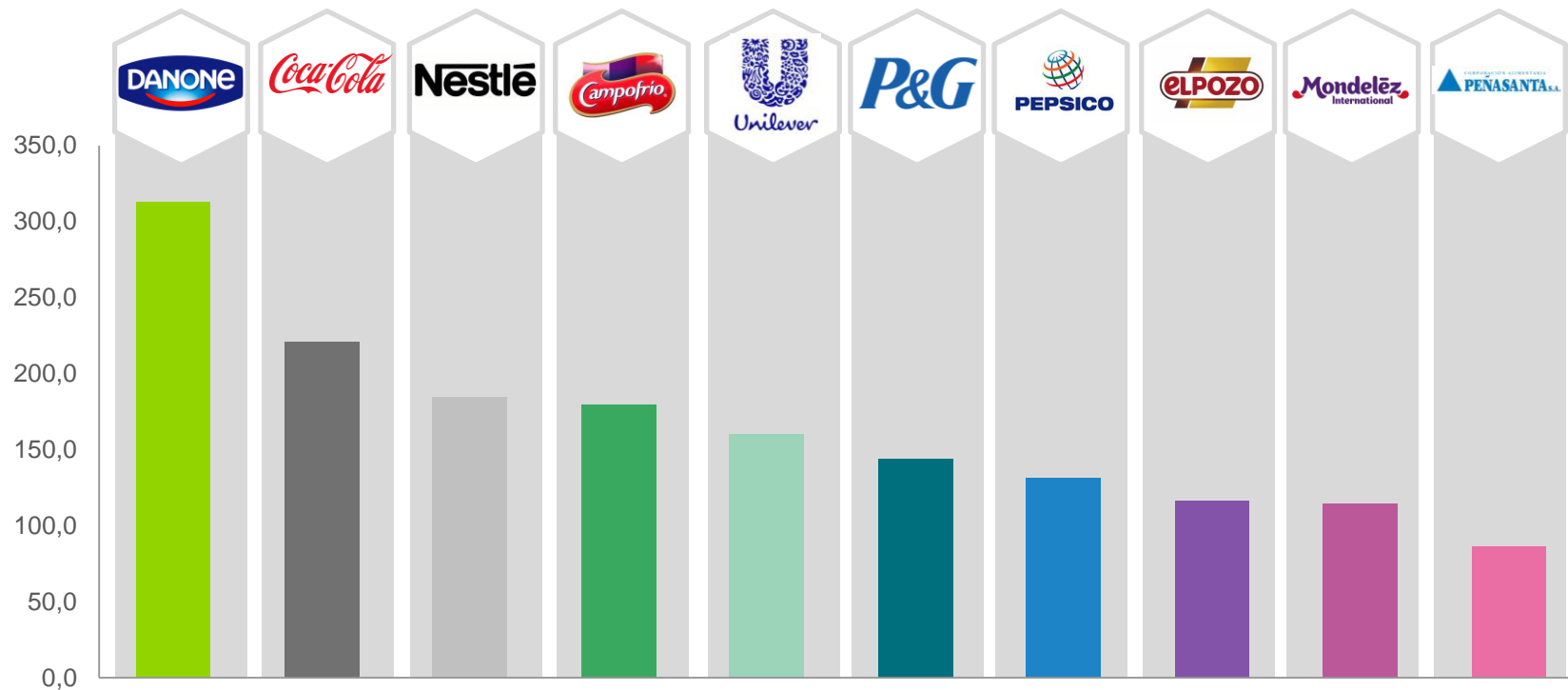
**P&G en Perfumería**



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

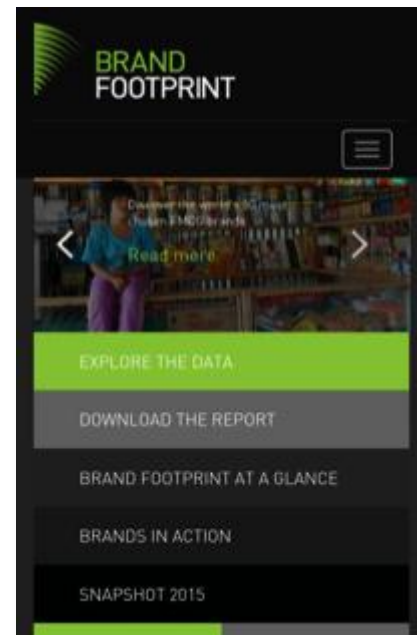
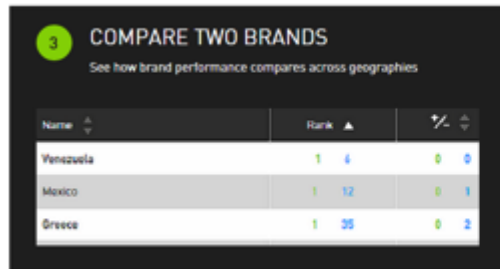
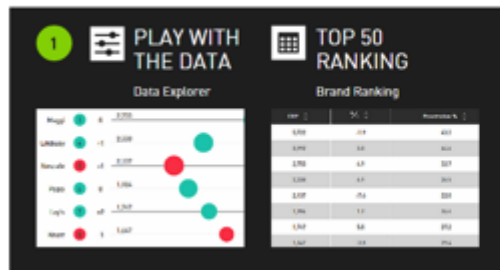
Danone es el fabricante líder, y empata en número de marcas con Nestlé



# Material adicional sobre Brand Footprint:

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

## INTERACTIVE DATA SNAPSHOT





# BRAND FOOTPRINT 2015

LAS MARCAS DE GRAN CONSUMO MÁS ELEGIDAS EN EL MUNDO