

A person wearing a purple sweater is holding a salmon fillet in a clear plastic tray. The salmon is resting on a dark blue paper liner. In the background, a shopping cart is filled with various groceries, including fresh produce like green apples, red bell peppers, and lemons; packaged items like bread, cheese, and a box of cereal; and beverages like water bottles and orange juice. The scene is set in a brightly lit grocery store aisle.

KANTAR **WORLD**PANEL

Brand Footprint España 2017
Las marcas de Gran Consumo más elegidas

Brand Footprint en cifras



El mayor estudio global de marcas de Gran Consumo



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 Point o CRP)

Contactos con el Consumidor

Cómo se calcula el ranking de marcas más elegidas



POBLACIÓN

Número de hogares
del país



PENETRACIÓN

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



OCASIONES

Número de veces que cada
hogar compra la marca
anualmente

Ficha Técnica

- ✓ **Metodología:** Panel de Hogares de Kantar Worldpanel
- ✓ **Muestra:** 12.000 Hogares representativos de la población
- ✓ **Península y Baleares** (Excepto rankings por CCAA, que incluyen Canarias)
- ✓ **Compras realizadas para el hogar entre Noviembre 2015 y Octubre 2016**
- ✓ **Sectores:**
 - Alimentación
 - Bebidas
 - Droguería
 - Perfumería familiar
 - Productos infantiles
- ✓ **Marcas de fabricante**
- ✓ **Definición de Marca desde la óptica del consumidor**

KANTAR WORLDPANEL

Brand Footprint en el mundo

51%

El gasto en Gran Consumo en países emergentes supera por primera vez el de los desarrollados.

x1,5

Las marcas locales crecen más que las globales.

#1

Coca-Cola sigue siendo la marca más elegida en el mundo, y es la marca número 1 en 9 países.

+13%

Dettol entra en el TOP50 siendo la marca que más crece.

Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

8 de las 10 marcas del ranking global están presentes en el mercado español

Ranking 2016	Ranking 2015	Cambio posición	Marca	Fabricante	CRP (millones)	% Hogares Compradores	Frecuencia de cCompra
1	1	●		The Coca-Cola Company	6.046	41,5	13,2
2	2	●		Colgate-Palmolive	4.174	62,4	6,1
3	3	●		Unilever	2.555	28,2	8,2
4	4	●		Nestlé	2.195	28,7	7,0
5	5	●		PepsiCo	2.177	24,4	8,1
6	6	●		Nestlé	2.144	22,8	8,6
7	7	●		PepsiCo	2.094	27,8	6,8
8	8	●		Indofood	1.824	4,7	35,5
9	9	●		Nestlé	1.806	30,5	5,4
10	12	▲		Unilever	1.790	23,7	6,9

Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

KANTAR WORLDPANEL

Brand Footprint en España

Las 50 marcas de Gran Consumo más elegidas en España...

125

Se compran
125 veces por
segundo

99,9%

Todos los
hogares las
compran al
menos una
vez al año

26

26 de las 50
marcas son de
origen español

Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

Coca-Cola, ElPozo y Campofrío a la cabeza de las marcas más elegidas en España

Ranking 2016	Ranking 2015	Cambio posición	Marca	CRP (millones)	% Hogares Compradores	Frecuencia de Compra
1	1	●		140,1	76,3	10,5
2	2	●		132,3	78,9	9,6
3	3	●		104,7	74,0	8,1
4	5	▲		78,4	51,6	8,7
5	6	▲		68,6	39,2	10,0
6	4	▼		64,6	54,1	6,8
7	7	●		62,6	65,5	5,5
8	8	●		58,4	44,3	7,5
9	10	▲		52,4	51,0	5,9
10	12	▲		52,2	34,9	8,6

Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

Las protagonistas de 2016



Coca-Cola

Coca-Cola sigue siendo la marca más elegida por los hogares españoles.

140M de veces al año



El Pozo

Vuelve a ser la marca que entra en más hogares.

79% hogares



Puleva

Sube 2 posiciones y entra en el TOP10

#10

4 marcas crecen a doble dígito

Nueva en Top50

 **44%**

 **21%**

 **12%**

 **11%**

%Evolución CRP's

Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

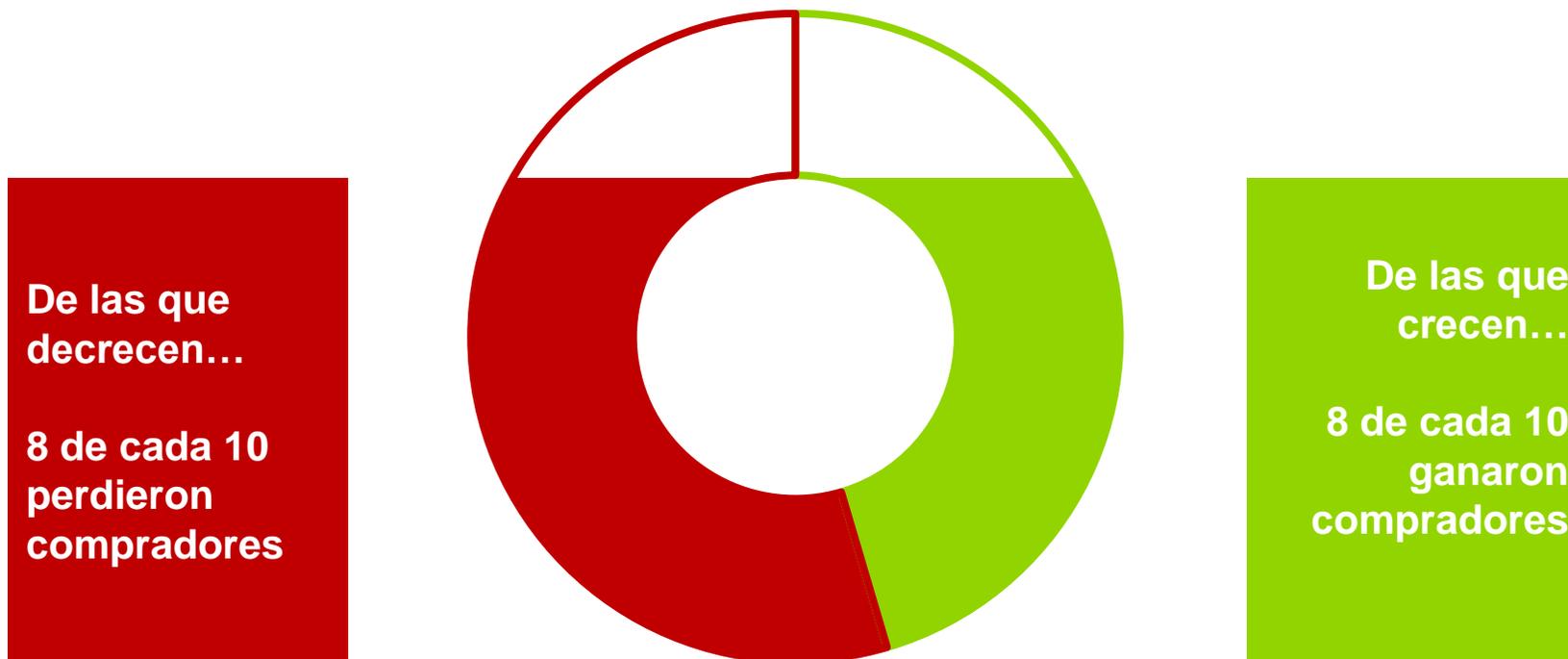
El 80% de las marcas cambian de posición

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: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

Lo que determina el crecimiento: ganar o perder compradores

El 45%
de las marcas de Gran Consumo
creció en valor en 2016



822 marcas analizadas
Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

Las marcas mantienen sus feudos, con ElPozo como líder en más comunidades



Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

Fairy y Colgate vuelven a ser las marcas de No Alimentación más elegidas.
KH7 se cuelga en el top5 de Droguería.

Top5 marcas por sectores

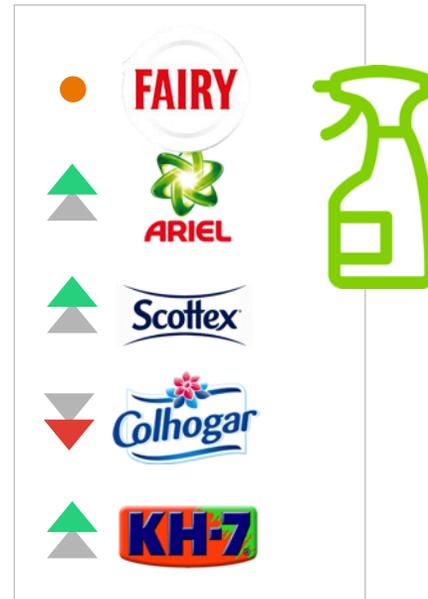
Alimentación



Bebidas



Droguería



Perfumería



Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

Danone se mantiene el fabricante con más marcas en el ranking

Henkel destaca en el top20 de droguería, P&G en el de perfumería, y Coca-Cola y Nestlé en el de bebidas

Danone
líder en el top50 con
7 marcas



Danone en top 20 Alimentación



Coca Cola y Nestlé en top 20 Bebidas



Henkel en top 20 Droguería



P&G en top 20 Perfumería

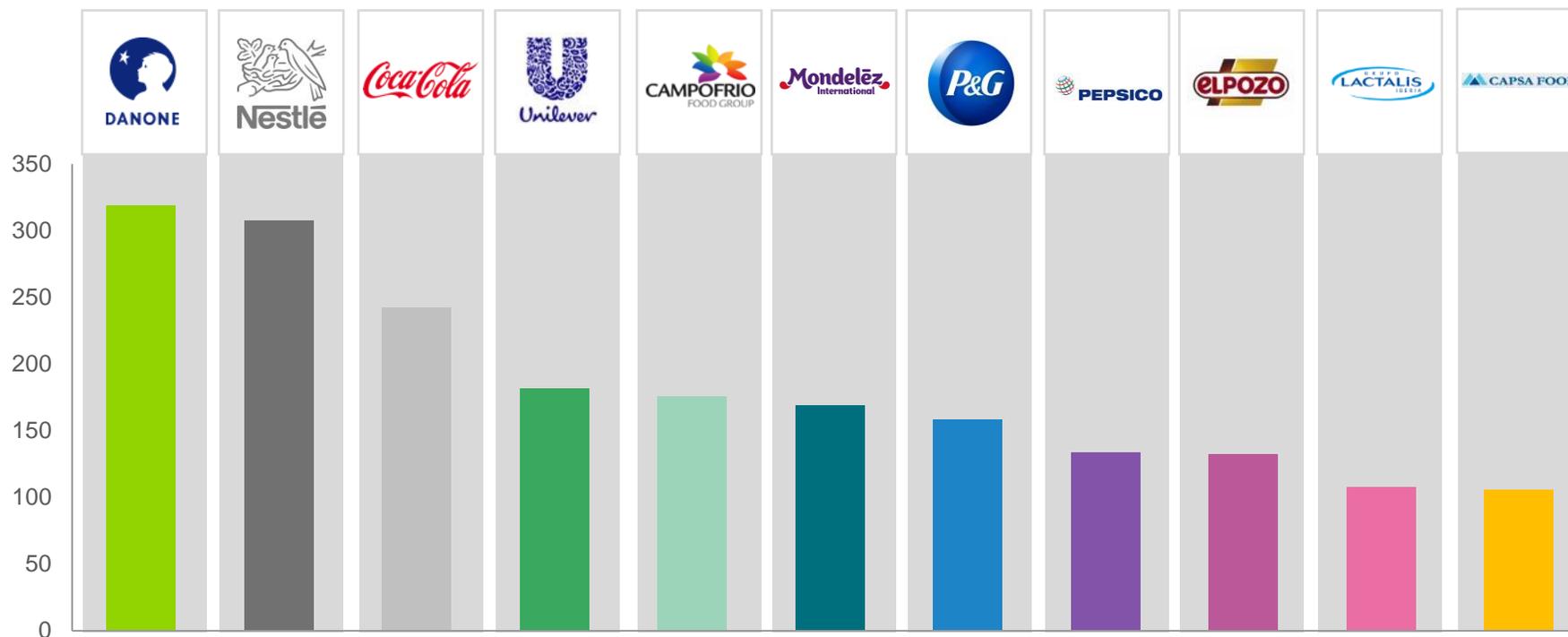


Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

11 fabricantes superan los 100 millones de contactos anuales con sus consumidores

Danone y Nestlé encabezan el ranking de fabricantes con más contactos con el consumidor

Ranking Fabricantes (en millones CRP)



Suma de marcas comercializadas
Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

**Qué han hecho las marcas
que más crecen**

¿Qué palancas utilizan las marcas que crecen?

71%

Han incrementado su inversión publicitaria

58%

Han utilizado más activamente las promociones

37%

Han lanzado innovaciones
(un 90% fueron exitosas)

Fuente: Kantar Media, Kantar Worldpanel

Algunos ejemplos:

**EQUITY E
INNOVACIÓN**

OIKOS

**+411mil
Compradores**

2M hogares
han probado las
nuevas variedades
de 2016

**DISPONIBLE
EN TIENDA**

Serrano

**+629mil
Compradores**

51%
del gasto se realiza
en top3 retailers
+6,5pp

**ACTIVACIÓN EN
PUNTO DE VENTA**

gullón

**+325mil
Compradores**

+8,9%
de ventas en
promoción
vs 2015

**NUEVOS
PÚBLICOS**

**CHOCOLATES
VALOR
1881**

**+585mil
Compradores**

2 de cada 3
nuevos
compradores tienen
entre 35 y 64 años

Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

Conclusiones

- Coca Cola es, por quinto año, la marca más elegida en España y en el mundo.
- ElPozo, Campofrío, Asturiana y Activia completan el top5. Puleva entra en el top10.
- Buitoni, Oikos, Serrano y Valor, las marcas que ganan más contactos con el consumidor. Buitoni es la única nueva en el Top50.
- Las marcas mantienen sus feudos regionales, con ElPozo como líder en más CCAA.
- Fairy vuelve a ser la marca de droguería más elegida, y Colgate la de cuidado personal.
- Danone, Nestlé, Coca Cola, Unilever y Campofrío, los fabricantes con más contactos con el consumidor.
- Henkel es el fabricante con más marcas en el ranking de droguería; P&G, en el de perfumería.
- Ganar clientes es clave para crecer: 8 de cada 10 lo hacen a través de ganar compradores
- Las marcas que más crecen invierten en marca, ganan en el punto de venta e innovan.

5 años de Brand Footprint

Una retrospectiva del gran consumo en España

Las marcas principales mantienen su fortaleza

9 de las 10 marcas más elegidas ya estaban presentes en el 1er ranking



Las nuevas marcas, las que más crecen

Las nuevas incorporaciones han crecido un 30%, el doble que el resto que crecen



Las marcas locales se defienden

Más de la mitad de las marcas siguen siendo locales



La Penetración: clave para crecer

La ganancia o pérdida de consumidores explica el 85% de las evoluciones de las marcas



Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

KANTAR **WORLD**PANEL

Anexo. Los Rankings



Ranking Top50 Global

Ranking Top50 España

Ranking Top20 por Sectores

Ranking Top10 por CCAA

Marcas con más penetración (%hogares compradores)

Marcas con más frecuencia de compra

Marcas que más crecen en CRP

Las 50 marcas de Gran Consumo más elegidas en el mundo

2016 rank	2016 change	Brand name	Manufacturer	CRP growth %	Penetration %	Frequency	CRP (m)	
1	0		The Coca-Cola Company	-2	41.5	13.2	6046	▲
2	0		Colgate-Palmolive	1	62.4	6.1	4174	▲
3	0		Unilever	-1	28.2	8.2	2555	▲
4	0		Nestlé	-9	28.7	7	2195	▲
5	0		PepsiCo	0	24.4	8.1	2177	●
6	0		Nestlé	0	22.8	8.6	2144	●
7	0		PepsiCo	-2	27.8	6.8	2094	▲
8	0		Indofood	-1	4.7	35.5	1824	▲
9	0		Nestlé	1	30.5	5.4	1806	▲
10	2		Unilever	12	23.7	6.9	1790	▲
11	-1		Unilever	-2	27.7	5.7	1728	▲
12	-1		Unilever	2	36.3	4.2	1665	▲
13	0		Unilever	1	32.9	4.3	1543	▲
14	2		Unilever	6	10.7	11.2	1319	▲
15	-1		Procter & Gamble	-9	13.7	8.5	1284	▲
16	1		Danone	3	15.6	7.1	1219	▲
17	1		Colgate-Palmolive	0	13.5	7.5	1115	●
18	2		Unilever	4	13.2	7.5	1092	▲
19	-4		Procter & Gamble	-15	21.9	4.4	1071	▲
20	1		The Coca-Cola Company	0	24.3	3.8	1009	●
21	-3		Procter & Gamble	-13	21.5	4.2	988	▲
22	1		The Kraft-Heinz Company	2	18.2	4.8	954	▲
23	-1		The Kraft-Heinz Company	-1	14.5	6	953	▲
24	1		Procter & Gamble	2	23	3.7	931	▲
25	1		Mandellz International	-2	24	3.4	913	▲

2016 rank	2016 change	Brand name	Manufacturer	CRP growth %	Penetration %	Frequency	CRP (m)	
26	-2		Ajinomoto	-3	6.4	12.7	902	▲
27	2		Unilever	3	6.6	12.3	894	▲
28	4		Unilever	6	20.2	4	888	▲
29	5		Unilever	10	15	5.4	884	▲
30	-2		Nestlé	0	7.3	10.8	866	●
31	0		Mandellz International	2	10.5	7.4	854	▲
32	-5		Grupo Bimbo	-2	5.9	13.2	854	▲
33	-3		The Coca-Cola Company	0	20.7	3.7	851	●
34	4		Unilever	7	9.6	7.8	823	▲
35	0		Beiersdorf	2	22.5	3.3	812	▲
36	-3		PepsiCo	0	14.8	4.9	806	●
37	-1		PepsiCo	-2	15.4	4.6	771	▲
38	2		McCormick & Company	2	13.4	5.2	769	▲
39	0		Ferrero	1	13.2	5.3	762	▲
40	1		PepsiCo	-2	12.2	5.6	756	▲
41	-4		Danone	-3	12	5.6	746	▲
42	0		Unilever	1	18.6	3.5	707	▲
43	-1		Procter & Gamble	-2	12.1	5.2	688	▲
44	0		The Hershey Company	22	10.7	5.7	678	▲
45	1		Yakult	3	8.4	7.2	663	▲
46	2		Barilla Group	5	13.4	4.5	656	▲
47	3		Reckitt Benckiser Group	13	18.1	3.3	653	▲
48	-3		Unilever	0	14.8	4	649	●
49	-2		Del Monte Foods	2	12.3	4.8	648	▲
50	-1		Dr. Oetker	0	10.7	5.2	613	●

Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

Las 50 marcas de Gran Consumo más elegidas en España

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: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

Las 50 marcas de Gran Consumo más elegidas en España (1-10)

Ranking 2016	Ranking 2015	Cambio posición	Marca	CRP (millones)	% Hogares Compradores	Frecuencia de Compra
1	1	●		140,1	76,3	10,5
2	2	●		132,3	78,9	9,6
3	3	●		104,7	74,0	8,1
4	5	▲		78,4	51,6	8,7
5	6	▲		68,6	39,2	10,0
6	4	▼		64,6	54,1	6,8
7	7	●		62,6	65,5	5,5
8	8	●		58,4	44,3	7,5
9	10	▲		52,4	51,0	5,9
10	12	▲		52,2	34,9	8,6

Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

Las 50 marcas de Gran Consumo más elegidas en España (11-30)

Ranking 2016	Ranking 2015	Marca	CRP (millones)	% Hogares Compradores	Frecuencia de Compra
11	11		50,5	60,1	4,8
12	9		49,2	62,7	4,5
13	13		46,8	55,3	4,8
14	14		42,6	45,8	5,3
15	15		42,3	39,8	6,1
16	16		40,8	48,7	4,8
17	18		39,7	33,4	6,8
18	17		37,8	42,4	5,1
19	21		34,8	47,0	4,2
20	22		34,7	48,5	4,1

Ranking 2016	Ranking 2015	Marca	CRP (millones)	% Hogares Compradores	Frecuencia de Compra
21	20		32,6	43,3	4,3
22	24		31,4	43,5	4,1
23	19		31,1	28,1	6,3
24	25		30,2	37,7	4,6
25	27		26,5	55,2	2,7
26	31		26,4	43,9	3,4
27	37		26,3	45,3	3,3
28	34		26,1	37,7	4,0
29	41		26,1	43,5	3,4
30	33		26,0	31,7	4,7

Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

Las 50 marcas de Gran Consumo más elegidas en España (31-50)

Ranking 2016	Ranking 2015	Marca	CRP (millones)	% Hogares Compradores	Frecuencia de Compra
31	23		25,9	17,0	8,7
32	29		25,7	25,3	5,8
33	26		25,6	20,5	7,1
34	35		25,6	28,3	5,2
35	30		25,3	35,6	4,1
36	38		24,4	17,9	7,8
37	50		24,2	25,9	5,4
38	32		23,9	37,2	3,7
39	40		23,8	34,7	3,9
40	39		23,6	32,3	4,2

Ranking 2016	Ranking 2015	Marca	CRP (millones)	% Hogares Compradores	Frecuencia de Compra
41	49		23,0	35,5	3,7
42	47		22,4	37,9	3,4
43	-		21,8	36,0	3,5
44	43		21,4	31,3	3,9
45	46		21,1	28,0	4,3
46	42		21,0	48,4	2,5
47	48		20,7	29,7	4,0
48	44		20,4	35,8	3,3
49	36		20,2	31,7	3,6
50	45		20,2	16,9	6,8

Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

Top 20 Marcas Alimentación

Ranking 2016	Ranking 2015	Marca	CRP (millones)	% Hogares Compradores	Frecuencia de Compra
1	1		132,3	78,9	9,6
2	2		104,7	74,0	8,1
3	3		68,6	39,2	10,0
4	4		62,6	65,5	5,5
5	5		58,4	44,3	7,5
6	7		52,4	51,0	5,9
7	8		50,5	60,1	4,8
8	6		49,2	62,7	4,5
9	9		44,4	54,9	4,6
10	10		42,6	45,8	5,3

Ranking 2016	Ranking 2015	Marca	CRP (millones)	% Hogares Compradores	Frecuencia de Compra
11	11		41,9	39,8	6,0
12	12		40,8	48,7	4,8
13	15		34,8	47,0	4,2
14	16		34,7	48,5	4,1
15	14		32,6	43,3	4,3
16	17		31,4	43,5	4,1
17	13		31,1	28,1	6,3
18	18		30,2	37,7	4,6
19	-		26,4	43,9	3,4
20	-		26,1	43,5	3,4

Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

Top 20 Marcas Bebidas

Ranking 2016	Ranking 2015	Marca	CRP (millones)	% Hogares Compradores	Frecuencia de Compra
1	1		140,1	76,3	10,5
2	2		63,0	52,7	6,8
3	3		59,1	36,6	9,2
4	4		50,9	33,3	8,7
5	5		37,8	42,4	5,1
6	6		34,5	25,4	7,7
7	9		26,1	37,7	4,0
8	8		26,0	31,7	4,7
9	7		25,9	17,0	8,7
10	10		25,6	28,3	5,2

Ranking 2016	Ranking 2015	Marca	CRP (millones)	% Hogares Compradores	Frecuencia de Compra
11	11		23,8	34,7	3,9
12	12		23,3	17,5	7,6
13	13		20,7	29,7	4,0
14	14		19,4	22,7	4,9
15	15		18,6	18,0	5,9
16	16		16,7	22,4	4,3
17	18		16,6	18,2	5,2
18	19		15,1	22,2	3,9
19	17		14,4	20,5	4,0
20	20		14,2	12,6	6,4

Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

Top 20 Marcas Droguería

Ranking 2016	Ranking 2015	Marca	CRP (millones)	% Hogares Compradores	Frecuencia de Compra
1	1		26,5	55,2	2,7
2	3		13,9	31,1	2,6
3	4		12,4	27,9	2,5
4	2		12,3	25,0	2,8
5	6		12,1	32,9	2,1
6	5		11,9	22,1	3,1
7	7		11,5	26,0	2,5
8	9		10,6	15,9	3,8
9	8		10,4	23,9	2,5
10	10		9,3	20,7	2,6

Ranking 2016	Ranking 2015	Marca	CRP (millones)	% Hogares Compradores	Frecuencia de Compra
11	11		7,9	25,8	1,7
12	13		7,8	19,9	2,3
13	12		7,4	16,1	2,6
14	14		6,5	16,1	2,3
15	-		6,5	11,8	3,1
16	16		6,2	16,8	2,1
17	15		5,5	16,9	1,9
18	-		5,4	17,3	1,8
19	20		5,3	19,0	1,6
20	-		5,1	16,8	1,7

Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

Top 20 Marcas Perfumería

Ranking 2016	Ranking 2015	Marca	CRP (millones)	% Hogares Compradores	Frecuencia de Compra
1	1		26,3	45,3	3,3
2	2		21,4	31,3	3,9
3	3		18,3	40,0	2,6
4	4		14,5	31,4	2,6
5	5	PANTENE	13,7	26,1	3,0
6	6		13,3	33,9	2,2
7	8		13,2	22,1	3,4
8	7	dodot	12,0	15,1	4,6
9	9		10,8	25,5	2,4
10	10		9,2	23,5	2,2

Ranking 2016	Ranking 2015	Marca	CRP (millones)	% Hogares Compradores	Frecuencia de Compra
11	11		8,6	24,3	2,0
12	12		8,6	20,3	2,4
13	13		8,3	19,4	2,4
14	14		8,1	21,6	2,1
15	19		8,0	22,1	2,1
16	16		7,8	18,6	2,4
17	15		7,6	19,6	2,2
18	18		7,1	18,4	2,2
19	17		6,9	17,1	2,3
20	20	TAMPAX	6,4	16,2	2,3

Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

Top 10 marcas por CCAA

ANDALUCÍA		
# 2016	Marca	CRP (Mill.)
1		30,3
2		21,8
3		21,5
4		20,2
5		14,7
6		11,5
7		10,7
8		10,6
9		10,6
10		9,8

ARAGÓN		
# 2016	Marca	CRP (Mill.)
1		4,8
2		3,5
3		3,1
4		3,0
5		2,3
6		2,2
7		2,2
8		1,8
9		1,8
10		1,7

ASTURIAS		
# 2016	Marca	CRP (Mill.)
1		8,9
2		5,1
3		3,2
4		3,2
5		2,4
6		2,3
7		2,3
8		2,1
9		1,9
10		1,6

CANARIAS		
# 2016	Marca	CRP (Mill.)
1		8,3
2		5,0
3		4,9
4		4,7
5		4,6
6		4,6
7		3,5
8		3,3
9		2,8
10		2,8

CANTABRIA		
# 2016	Marca	CRP (Mill.)
1		1,6
2		1,5
3		1,1
4		1,1
5		1,0
6		0,8
7		0,8
8		0,7
9		0,6
10		0,6

Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

Top 10 marcas por CCAA

CASTILLA LA MANCHA

# 2016	Marca	CRP (Mill.)
1		8,4
2		7,7
3		4,7
4		4,4
5		3,4
6		3,0
7		2,5
8		2,4
9		2,4
10		2,3

CASTILLA-LEÓN

# 2016	Marca	CRP (Mill.)
1		7,5
2		6,5
3		6,5
4		5,2
5		4,4
6		3,5
7		3,1
8		3,1
9		2,9
10		2,6

CATALUÑA

# 2016	Marca	CRP (Mill.)
1		29,5
2		13,9
3		13,7
4		13,7
5		13,1
6		12,1
7		12,1
8		10,9
9		9,3
10		9,2

COM. MADRID

# 2016	Marca	CRP (Mill.)
1		22,2
2		17,2
3		16,1
4		12,4
5		11,7
6		11,3
7		9,9
8		7,9
9		7,8
10		7,6

Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

Top 10 marcas por CCAA

C. VALENCIANA

# 2016	Marca	CRP (Mill.)
1		16,4
2		16,0
3		9,8
4		9,1
5		7,9
6		7,4
7		7,0
8		7,0
9		6,6
10		6,4

EXTREMADURA

# 2016	Marca	CRP (Mill.)
1		5,0
2		3,2
3		2,3
4		2,2
5		1,5
6		1,3
7		1,3
8		1,2
9		1,2
10		1,2

GALICIA

# 2016	Marca	CRP (Mill.)
1		11,2
2		10,7
3		7,9
4		7,9
5		6,9
6		6,8
7		6,2
8		4,7
9		4,3
10		4,3

ISLAS BALEARES

# 2016	Marca	CRP (Mill.)
1		3,6
2		2,6
3		2,4
4		2,2
5		2,1
6		2,0
7		1,8
8		1,8
9		1,4
10		1,2

Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

Top 10 marcas por CCAA

LA RIOJA		
# 2016	Marca	CRP (Mill.)
1		1,1
2		0,9
3		0,7
4		0,7
5		0,6
6		0,5
7		0,5
8		0,4
9		0,4
10		0,4

MURCIA		
# 2016	Marca	CRP (Mill.)
1		6,9
2		3,8
3		3,2
4		2,8
5		2,6
6		2,5
7		2,3
8		2,3
9		2,1
10		2,1

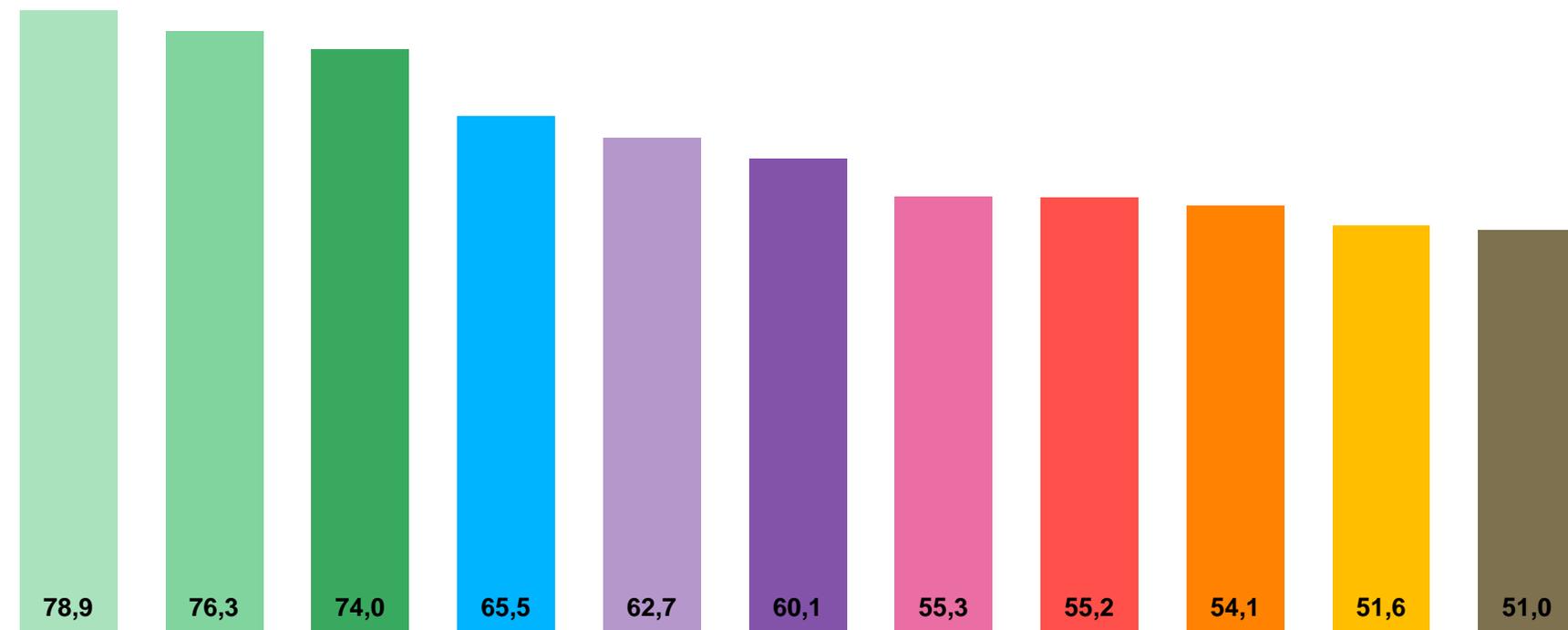
NAVARRA		
# 2016	Marca	CRP (Mill.)
1		1,7
2		1,6
3		1,4
4		1,1
5		1,0
6		0,8
7		0,8
8		0,7
9		0,7
10		0,6

PAÍS VASCO		
# 2016	Marca	CRP (Mill.)
1		7,6
2		6,1
3		5,8
4		5,4
5		4,6
6		4,6
7		4,3
8		3,5
9		3,3
10		2,9

Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

Las marcas que más gente compra

%Penetración de compra anual



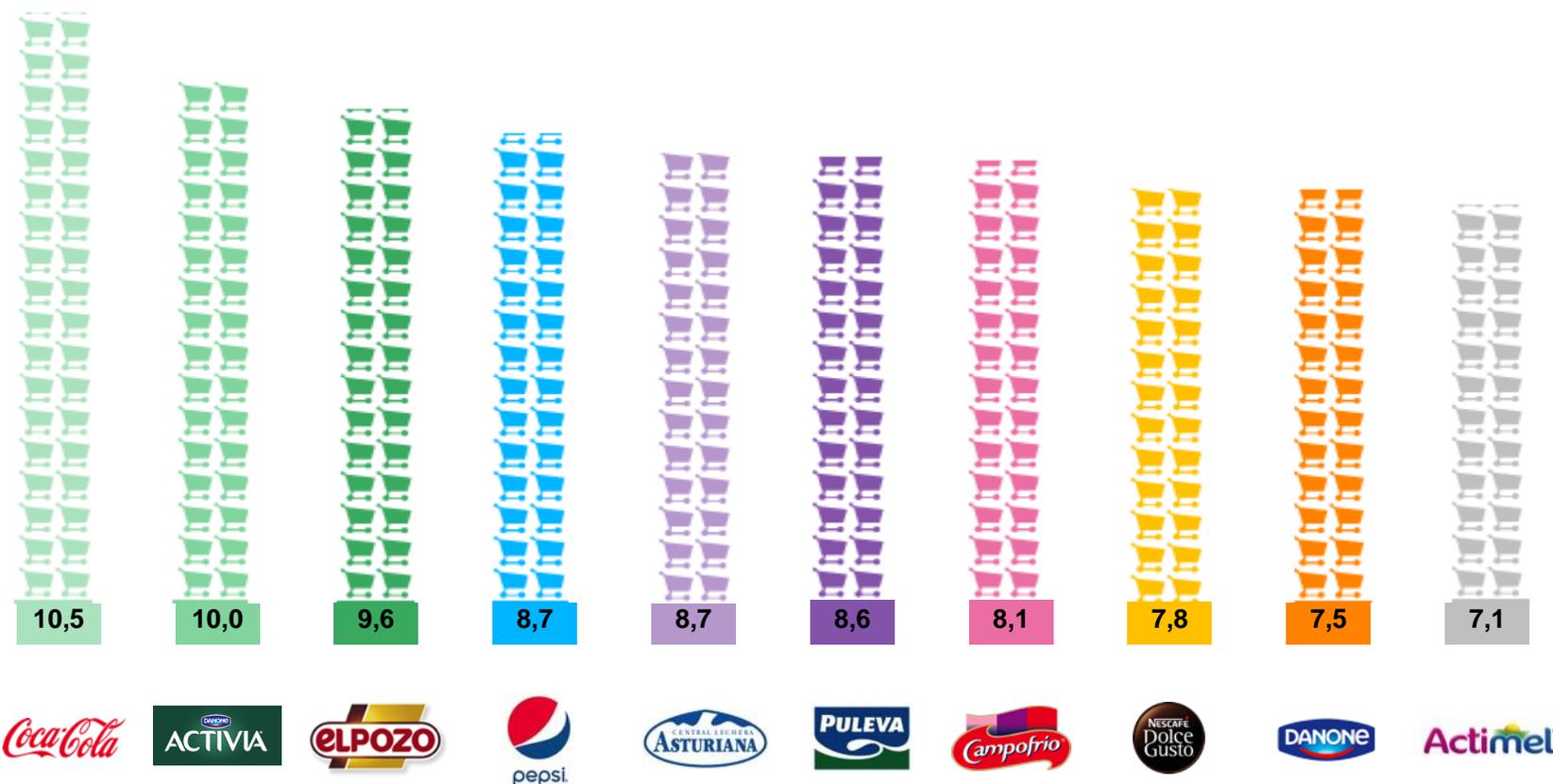
11 marcas entran en más de la mitad de los hogares españoles



Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

Las marcas que se compran más a menudo

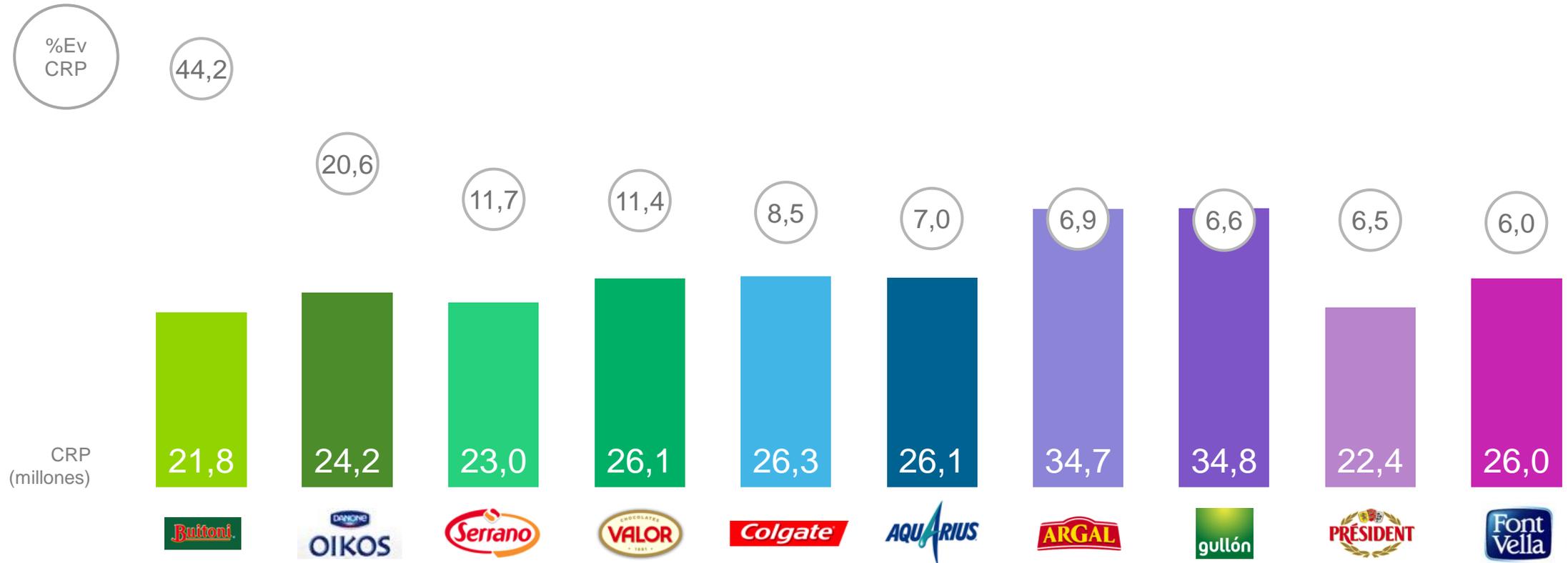
Frecuencia de compra (Nº actos de compra al año)



Coca Cola sigue siendo la que se compra con más frecuencia

Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel

Las marcas que más crecen



Fuente: 'Brand Footprint 2017', Kantar Worldpanel