

KANTAR

**BRAND FOOTPRINT
CHILE 2023**

2023



CHILE
LECH
ILECH
CHILE
LECHILE
HILECH

BRAND FOOTPRINT

A hand is holding a green bottle of juice next to a shopping basket. The bottle has a nutrition label with the following text: "NUTRITION INFORMATION", "Energy", "Protein", "Total Fat", "Saturated Fat", "Trans Fat", "Carbohydrates", "Sugars", "Sodium". The background is a blurred grocery store aisle.

¿Qué es?

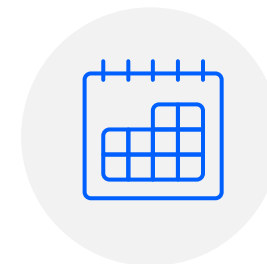
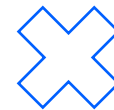
Hay un momento, una fracción de segundo, en realidad, cuando un comprador está rondando entre dos marcas y toma su decisión.

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

Nuestra cobertura más completa hasta ahora



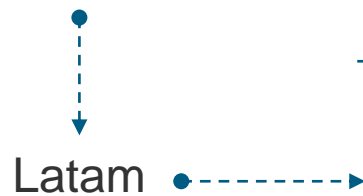
Agradecimientos especiales

 Numerator

 intage 

KANTAR WORLDPANEL
A CTR SERVICE IN CHINA

5
Continentes



Latam

53
Mercados

14
Mercados

73%
población

90%
población

86%
Cobertura del PIB

95%
Cobertura del PIB
(2019)

37,000
Marcas

5,325
Marcas

Muestra Latam



Recolectamos la compra real de los hogares

Nuestro panel en Chile: Más robusto, con mayor granularidad y precisión

Monitoreamos diariamente la compra de 3500 hogares a lo largo de todo Chile



Muestra: 3.500 Hogares

Cobertura: 74% Población

Urbana

Ciudades sobre 20.000 Hbts.

Representamos **más de**
4.600.000 hogares



Cobertura Geográfica:

Región Metropolitana: Aperturas (Zona Oriente, Sur-Oriente, Norponiente, Sur Poniente, Maipú, La Florida, Puente Alto)

Zona Norte (I a IV y XV Región): Apertura Antofagasta/Calama

Zona Valparaíso (V Región): Apertura Viña/Valparaíso

Zona Centro Sur (VI-VII Región)

Zona Bio-Bio (VIII Región): Apertura

Concepción/Talcahuano

Zona Sur (IX, X y XIV Región): Apertura

Temuco

Segmentación Demográfica:

✓ Niveles Socioeconómicos : ABC1, C1a, C1b C2, C3, D, DE (Por ingreso)

✓ Edad Dueña de Casa

✓ Hogares Senior (60 a 69 y 70 +)

✓ Tamaño Familiar

✓ Presencia de Niños hasta 12, 15 y 19 años.

✓ Ciclo de Vida del Hogar

✓ Hogares inmigrantes

Aperturas por Canales y cadenas de Distribución

✓ Hipermercados

✓ Líder Hiper

✓ Jumbo

✓ Tottus

✓ Supermercados

✓ Santa Isabel

✓ Unimarc

✓ Líder Express

✓ Discounters o Super de descuento

✓ Mayorista 10

✓ Acuenta

✓ Drugstores/Perfumerías

✓ Farmacia Salcobrand

✓ Farmacia Cruz Verde

✓ Farmacia Ahumada

✓ Farmacias Independientes

✓ Preunic

✓ Maicao

✓ Pichara

✓ Otras perfumerías

✓ Almacenes

✓ Minimarkets

✓ Botillerías

✓ Carnicerías

✓ Panaderías

✓ Ferias

✓ Distribuidoras / Mayoristas

✓ Grandes Tiendas

✓ Tiendas especializada

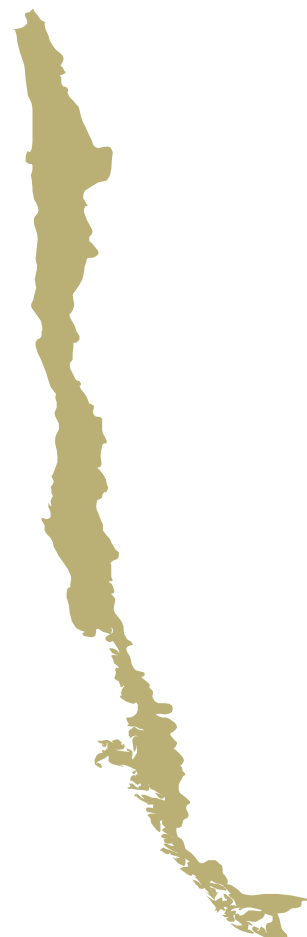
✓ E-commerce Puro

✓ E-commerce Mixto

✓ APP en E-commerce:
Cornershop, Rappi, etc.

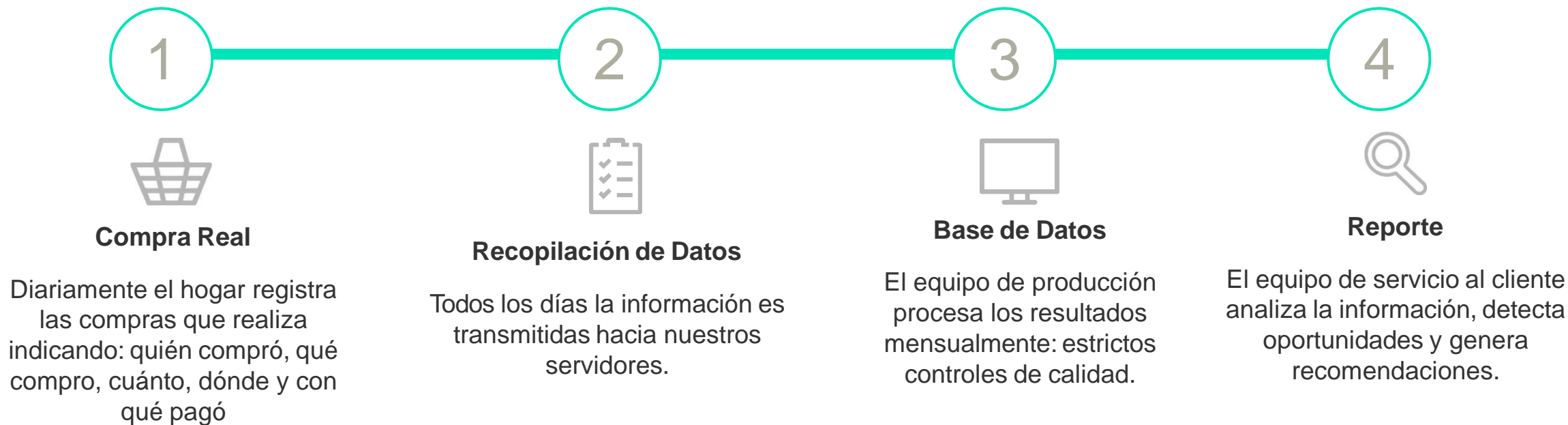
✓ Otros canales (door to door, venta ambulante, ayuda social, regalo, etc.)

Listado de Comunas incluidas en cada Zona: Medimos más de 106 comunas de forma continua



Total Región Metropolitana	GStgo Norponiente	Cerro Navia; Conchalí; Huechuraba; Independencia; Lo Prado; Pudahuel; Quilicura; Quinta Normal; Recoleta; Renca
	GStgo Centro-Oriente	Santiago; Estación Central; Pedro Aguirre Cerda; San Miguel; Macul; Peñalolén; San Joaquín
	Stgo Sur	La Granja; San Ramón; San Bernardo; Cerrillos; El Bosque; La Cisterna; La Pintana; Lo Espejo
	GStgo Oriente	La Reina; Las Condes; Lo Barnechea; Ñuñoa; Providencia; Vitacura
	Puente Alto	Puente Alto
	Maipu	Maipu
	La Florida	La Florida
	Resto RM	Colina; Buin; Melipilla; Talagante; El Monte; Padre Hurtado; Peñaflor
Zona Norte	Resto Norte	Arica; Iquique; Alto Hospicio; Tocopilla; Copiapó; Vallenar
	Antofa/Calama	Antofagasta; Calama
	Norte Chico	La Serena; Coquimbo; Ovalle
V Región	Viña/Valpo	Valparaíso; Viña del Mar; Concón
	Centro Norte	Los Andes; Quillota; Calera; San Antonio; San Felipe; Quilpué; Limache; Villa Alemana
Centro Sur	Centro Sur	Rancagua; Graneros; Machalí; Rengo; San Vicente; San Fernando; Talca; Constitución; San Clemente; Cauquenes; Curicó; Molina; Linares; Parral; San Javier
BioBio (VIII+XVI región)	Conce/Talc/SPedro	Concepción; Talcahuano; San Pedro de la Paz
	Resto VIII-XVI	Coronel; Chiguayante; Lota; Penco; Tomé; Hualpén; Curanilahue; Los Ángeles; Chillán; Chillán Viejo; San Carlos
Zona Sur	Tem/PLCasas	Temuco; Padre Las Casas
	Resto Sur	Mulchén; Nueva Imperial; Villarrica; Angol; Victoria; Puerto Montt; Puerto Varas; Osorno; Valdivia; Panguipulli; La Unión; Río Bueno

Metodología estándar en toda la región, nos permite establecer puntos de referencia regionales y locales



Categorías FMCG (Consumo Masivo) incluidas en el ranking

Se incluyen productos envasados con marca visible

Alimentos

Cereales
Mermeladas
Arroz
Tallarines/Spaghetti
Pastas
Fideos Sopa
Aceite
Sopas Y Cremas
Galletas Dulces
Galletas No Dulces
Pan
Embutidos, Cecinas y
Parrilleros
Postres Para Preparar
Azúcar
Endulzantes
Tortillas
Queques
Carnes Crudas
Caldos Concentrados
Salsa De Tomates
Ketchup
Mayonesa
Ayudantes Culinarios
Snacks

Bebidas

Té/Infusión Hierbas
Café Inst./Sucedáneos
Saborizantes
Aguas Minerales
Te Helado
Bebidas Gaseosas
Jugos Líquidos
Jugos Polvo
Jugos Pulpa/Concentrados
Cervezas

Lácteos y sustitutos*

Yoghurt P / Comer
Yoghurt P / Beber
Total Postres Preparados
Leche Liq.Natural
Leche Liq.C / Sabor
Crema De Leche
Margarina
Mantequilla
Leche En Polvo
Manjar
Colados Y Picados
Helados

C. Personal

Pasta Dental
Jabón De Tocador
Shampoo
Bálsamo
Desodorante
Protección Femenina
Pañales Desechables
Cepillos Dentales
Enjuague Bucal
Cremas Manos Cuerpo
Cremas Faciales
Maquillaje
Tintura
Fragancias

C. Del Hogar

Lavalozas para lavar a mano
Cloro
Limpiadores/Desinfec.
Cera para Piso
Desodorantes Ambientales
Detergente Ropa
Bálsamo para Ropa
Toalla Papel
Servilletas Papel
Esponjas De Limpieza
Paños De Limpieza
Guantes para uso doméstico
Papel Higiénico
Insecticidas
Bolsas de Basura





Más decisiones

= 2 Bln

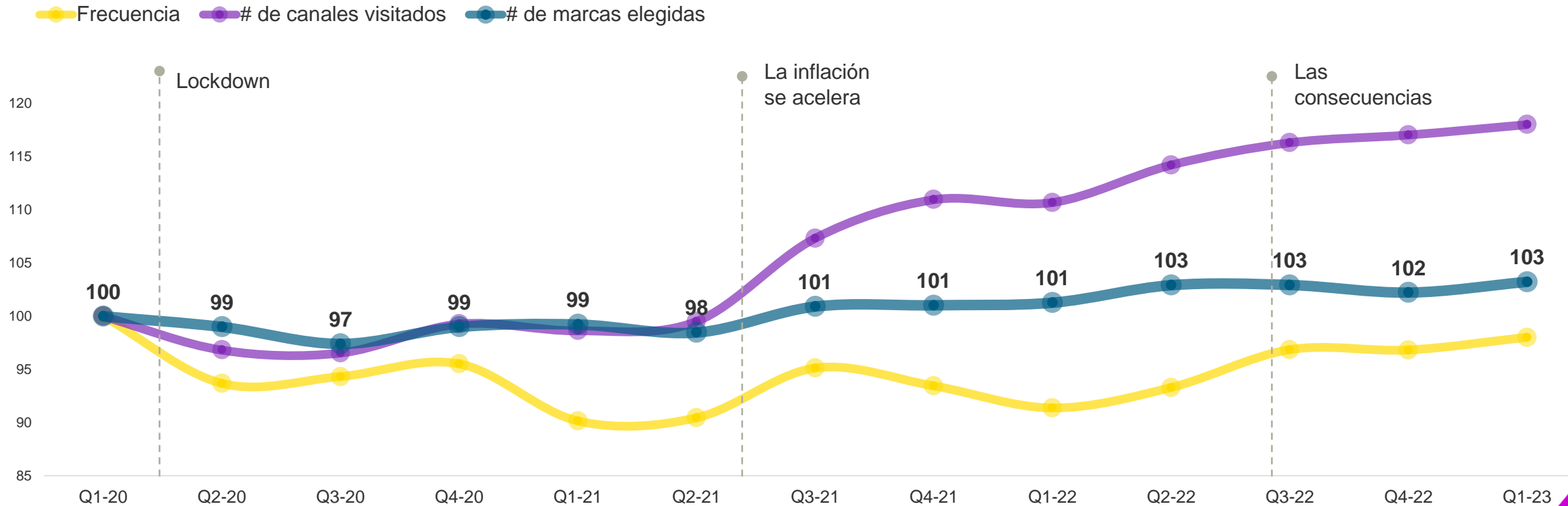
Elecciones de marca hechas en Chile

“+10.3 millones de opciones de marca: +0.5% ”

Proliferación postpandemia: la inflación influye en las elecciones de marca y canal

Latam FMCG

Q1 '20 Index = 100



Consumidores al mando



7,5

Número de canales visitados (vs 7,0 en 2020 (+7%))

67%

Marcas locales aumentan su importancia

56%

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

Fuente: Kantar Worldpanel, Numerator, GfK. 5.325 FMCG brands. 2022 v 2021

KANTAR

Súper Marcas: Más de 70% de penetración
Marcas Grandes entre 30 y 70% de penetración
Marcas Medianas: entre 10% a 30% de penetración
Marcas Pequeñas entre 1 a 10% de penetración

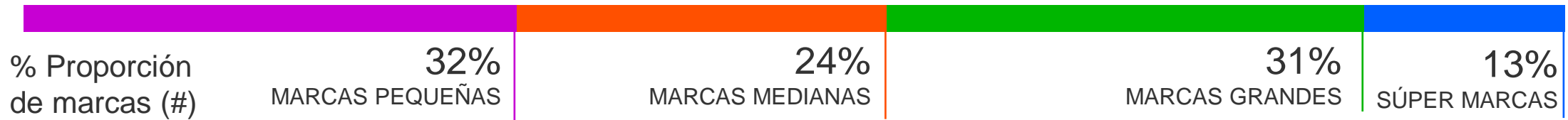
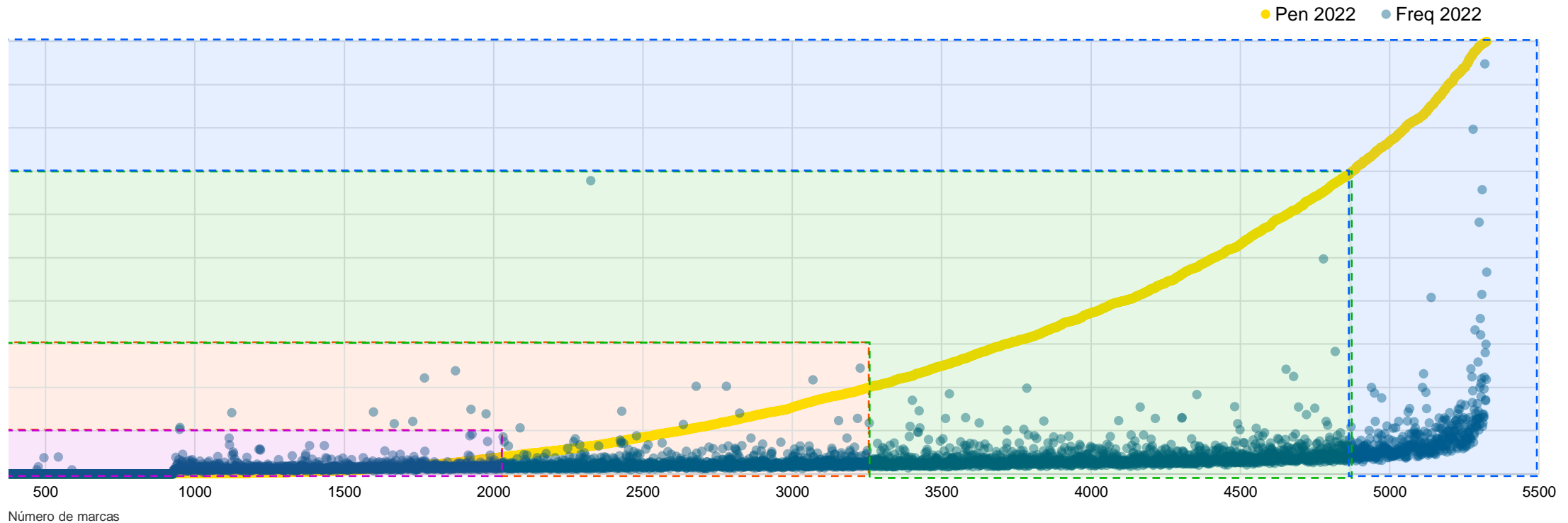
BRAND FOOTPRINT 2023





Paradoja de la penetración

El 56% de las marcas tienen como máximo un 30% de penetración



¿Crecimiento o pesimismo para tus marcas?

A pesar de que el 55% de todas las marcas están aumentando en gasto, solo el 50% logran aumentar los CRP

Crecimiento de CRP vs 2021

LATAM

Crecimiento de CRP vs 2021



55%

Marcas en declive

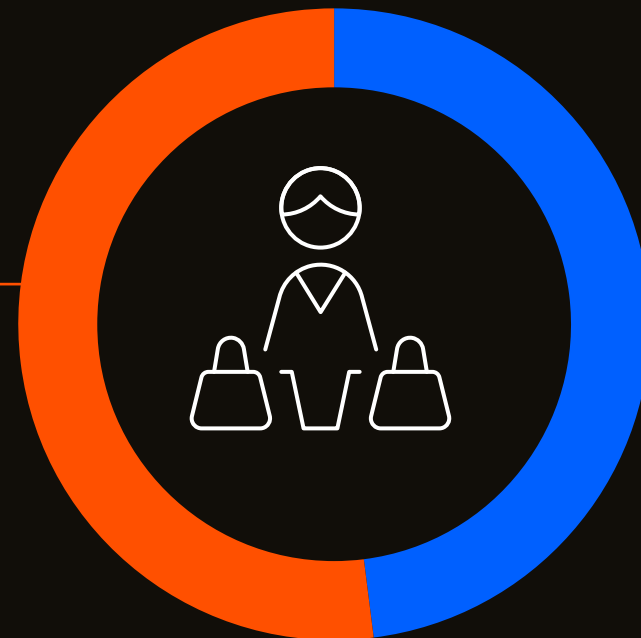


45%

Marcas en crecimiento

50%

Marcas en declive

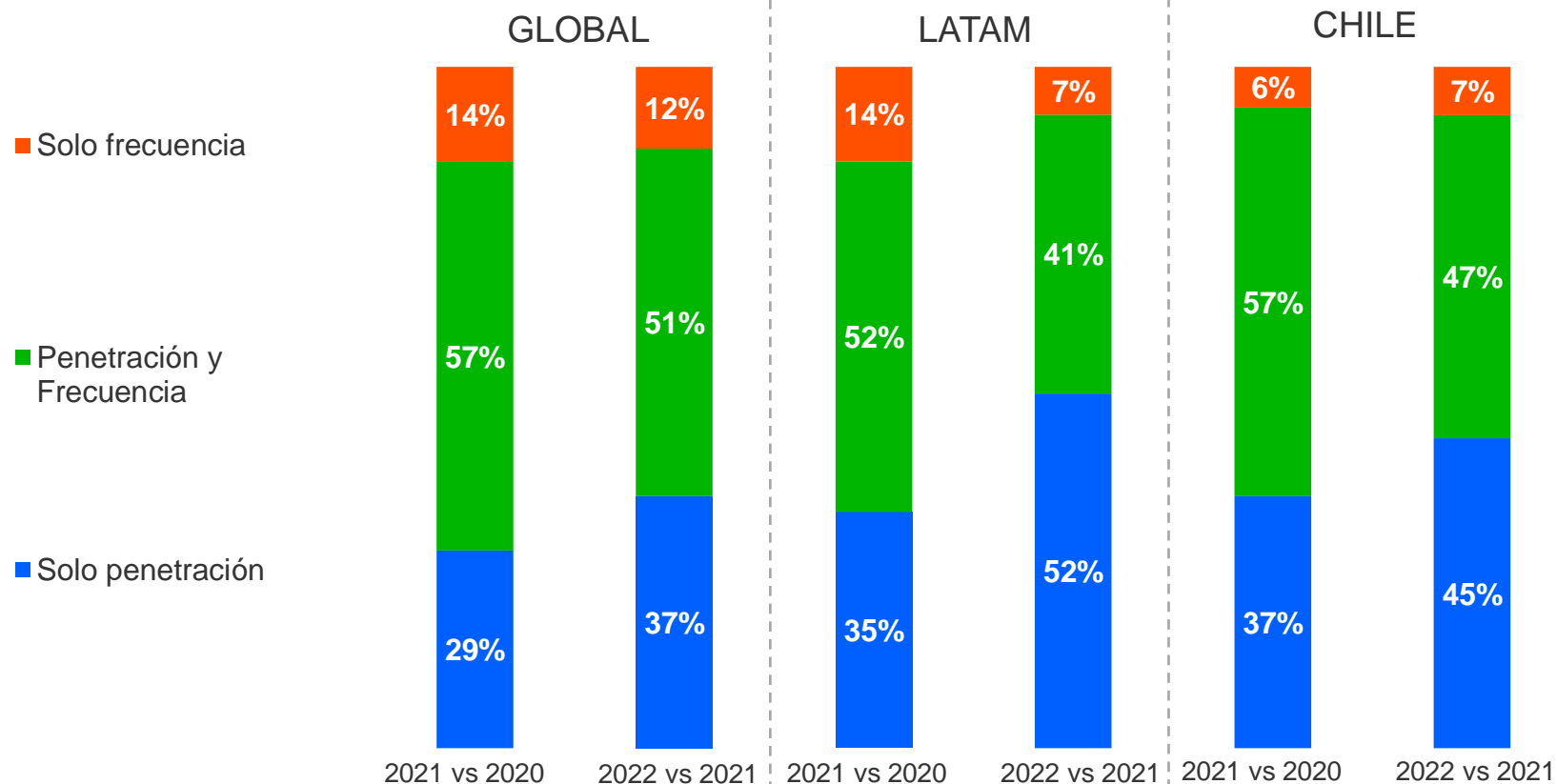


50%

Marcas en crecimiento

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

Impacto en el hogar



Impulsores del crecimiento de la marca

93%

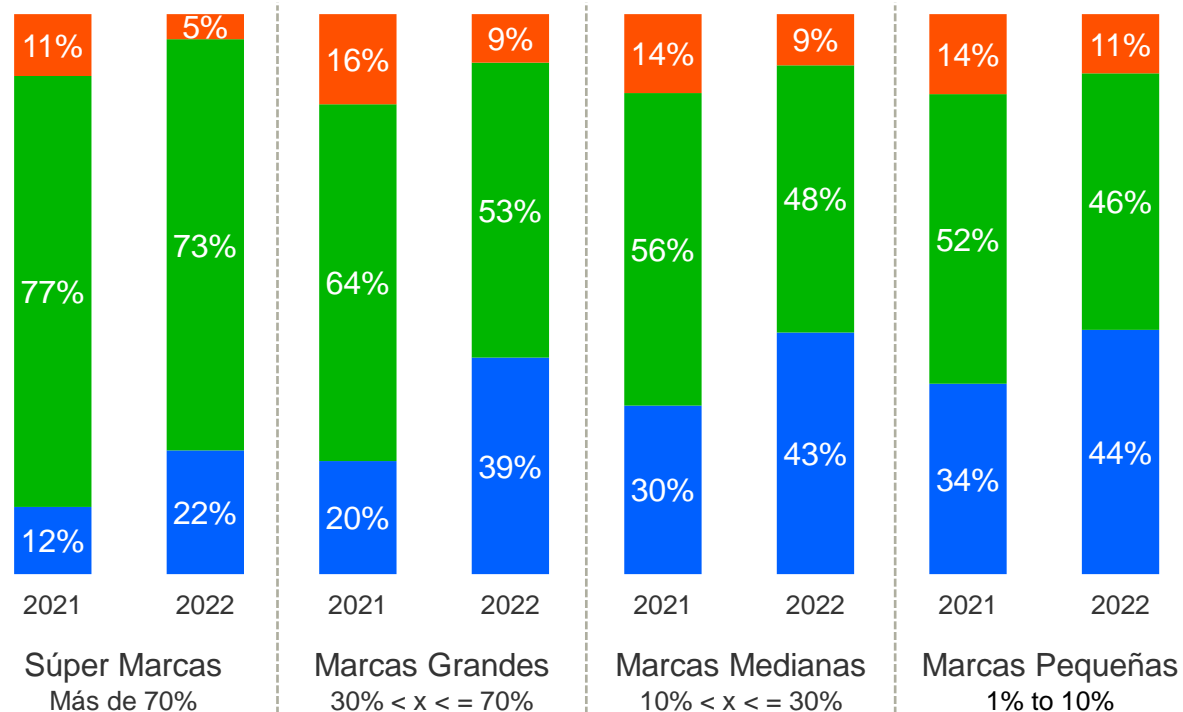
de las marcas ganadoras lo hacen mejorando la penetración

De pequeña a súper: la penetración es la clave

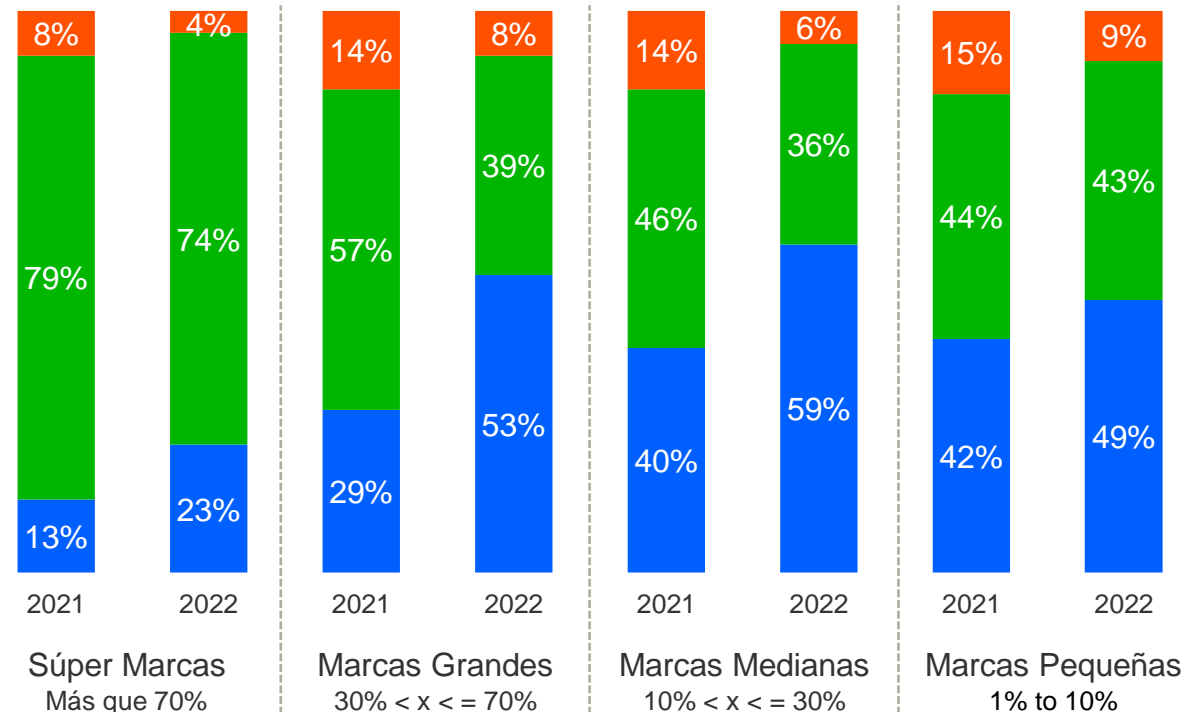
Impulsores del crecimiento de CRP de la marca

■ Solo frecuencia
 ■ Penetración y Frecuencia
 ■ Solo penetración

Global

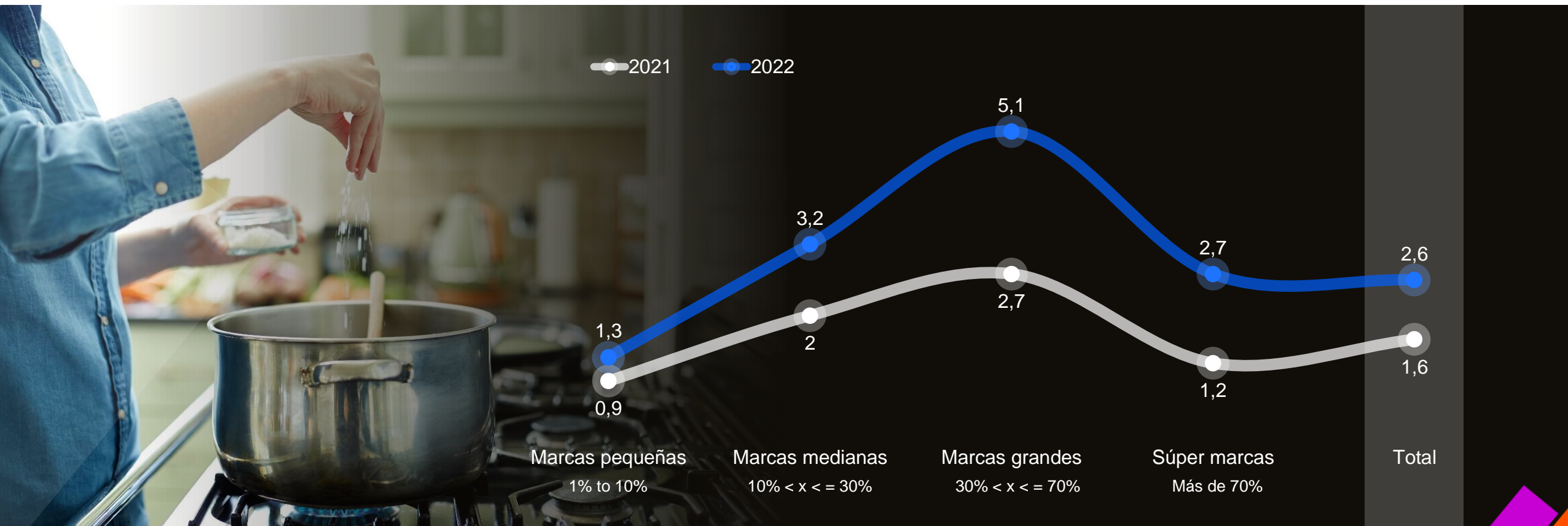


Latam

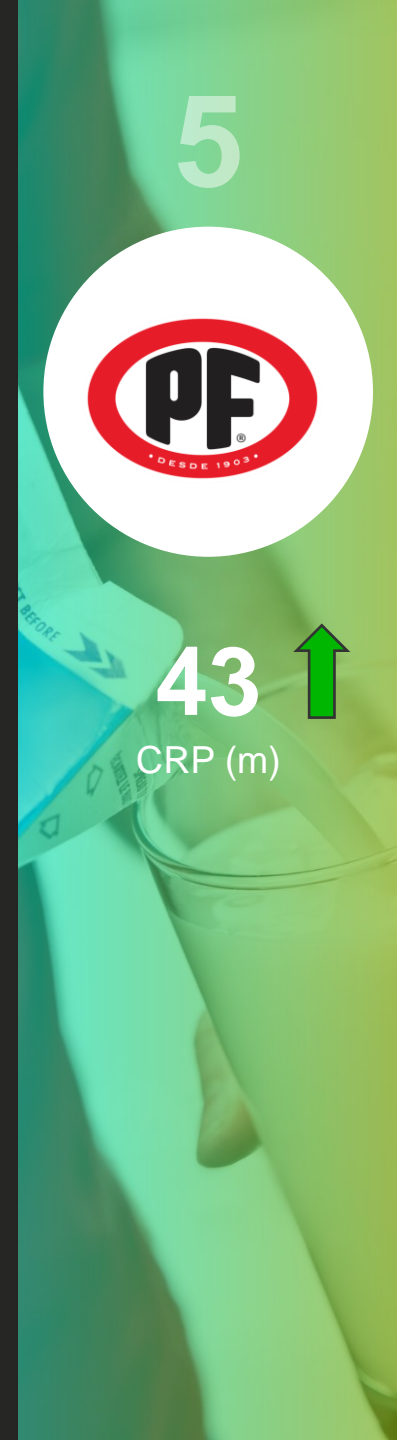
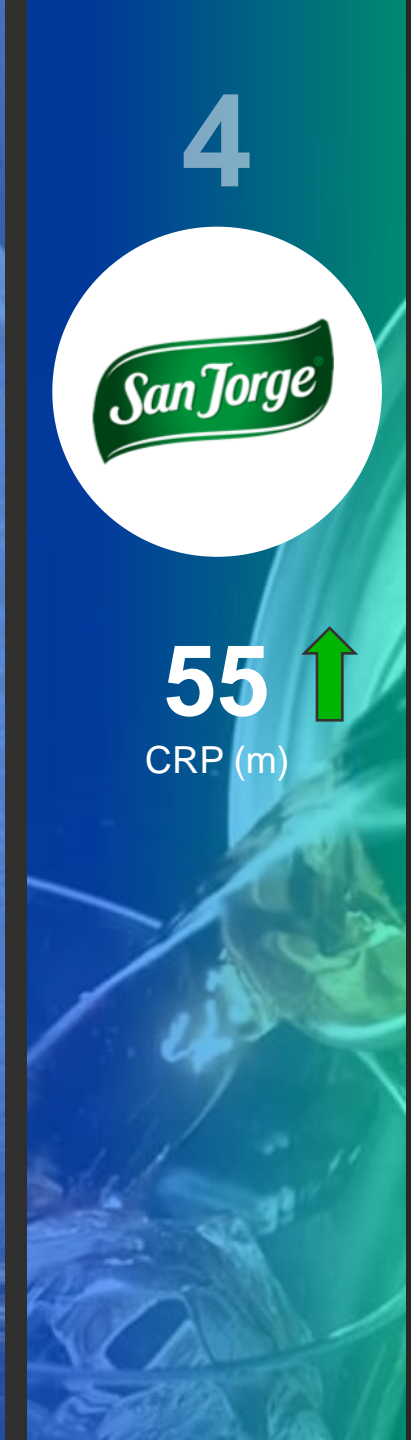
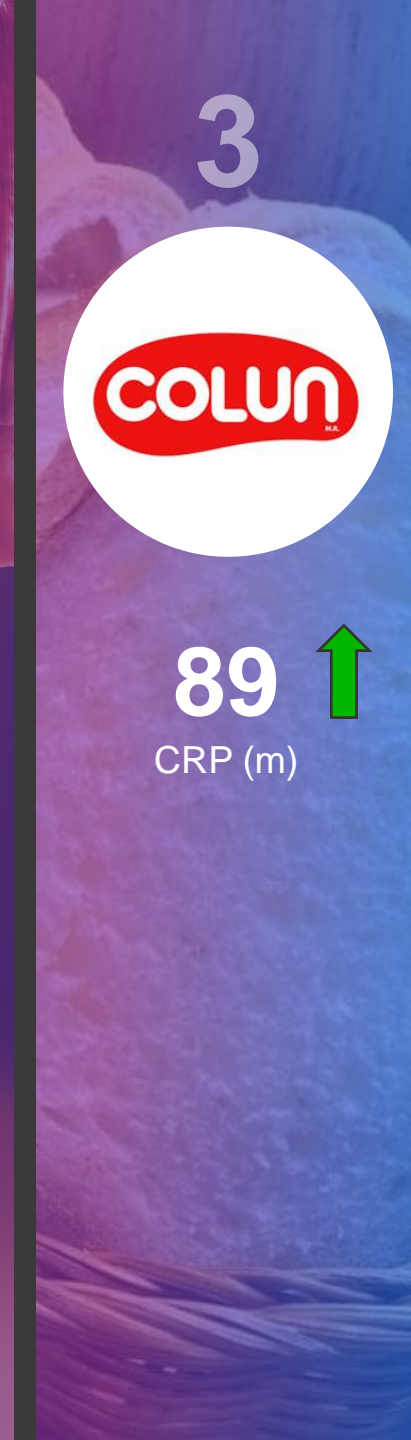
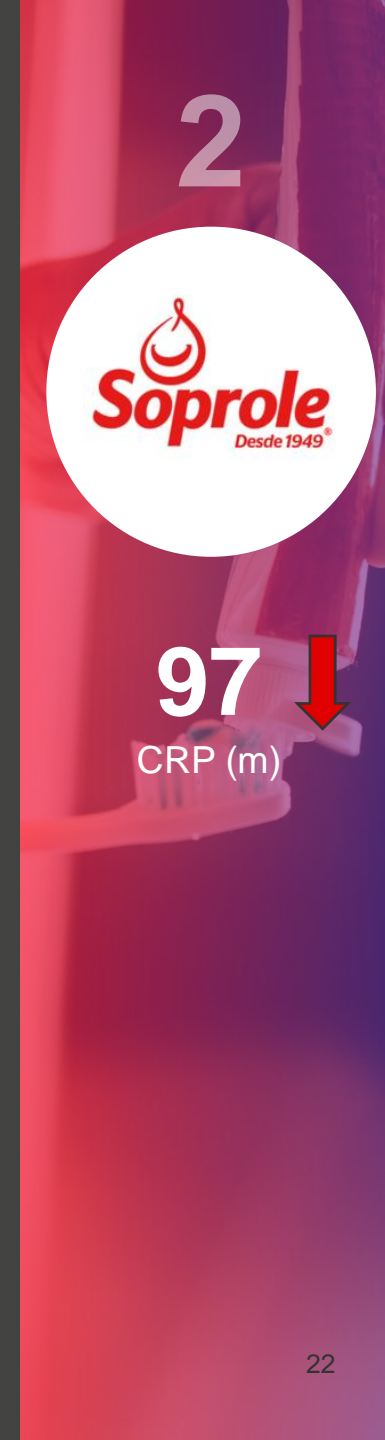
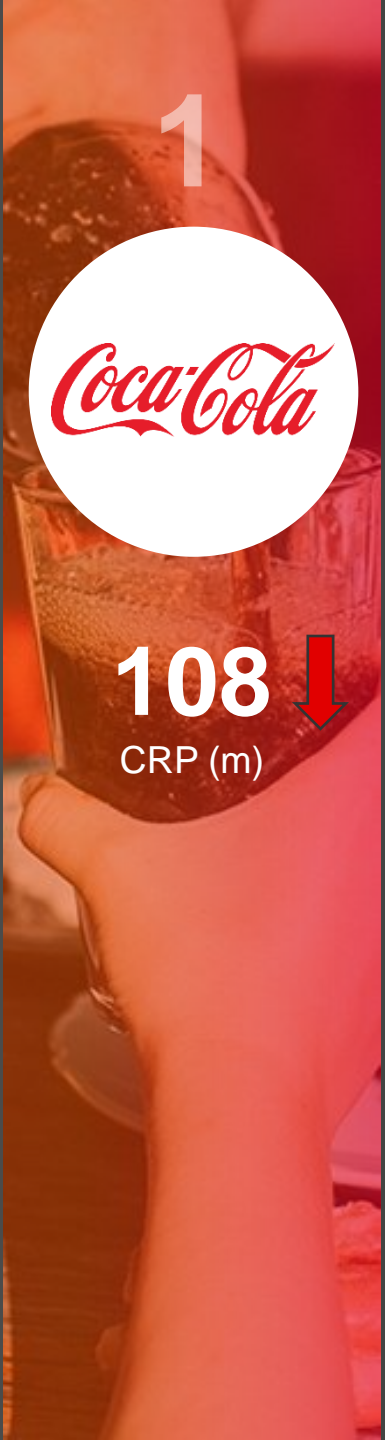


El tamaño importa: solo un 1% de crecimiento de penetración vale millones

Ganancias de penetración media por tamaño de marca



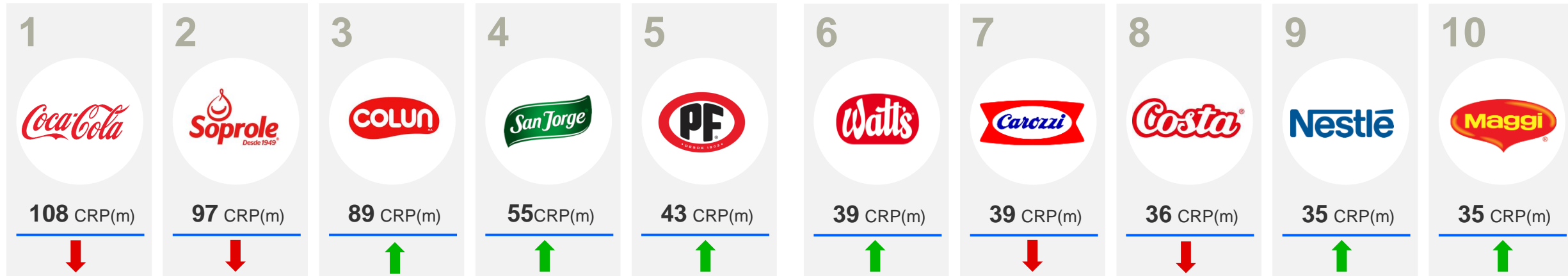
Las cinco marcas de FMCG más elegidas en Chile



Crecimiento de CRP
2022 vs 2021

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

Top 10 Chile ranking total FMCG



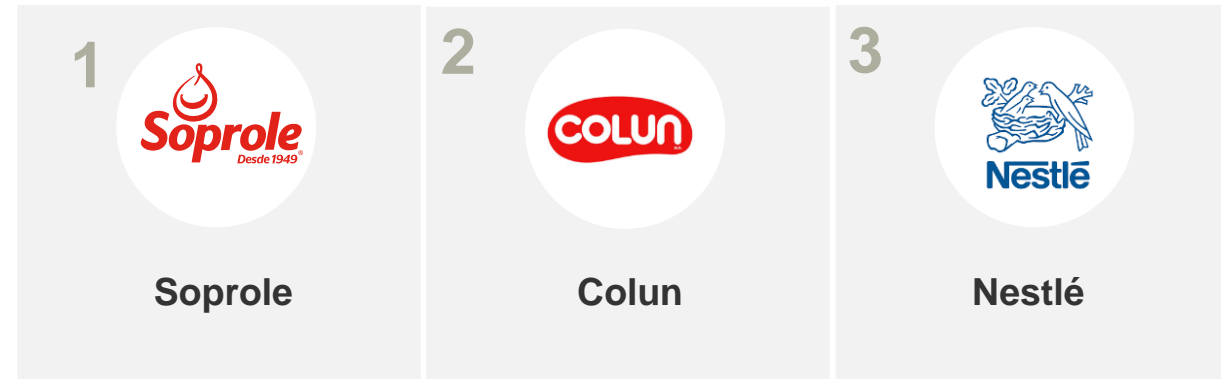
Top 3 Marcas Beverage



Top 3 Marcas Food



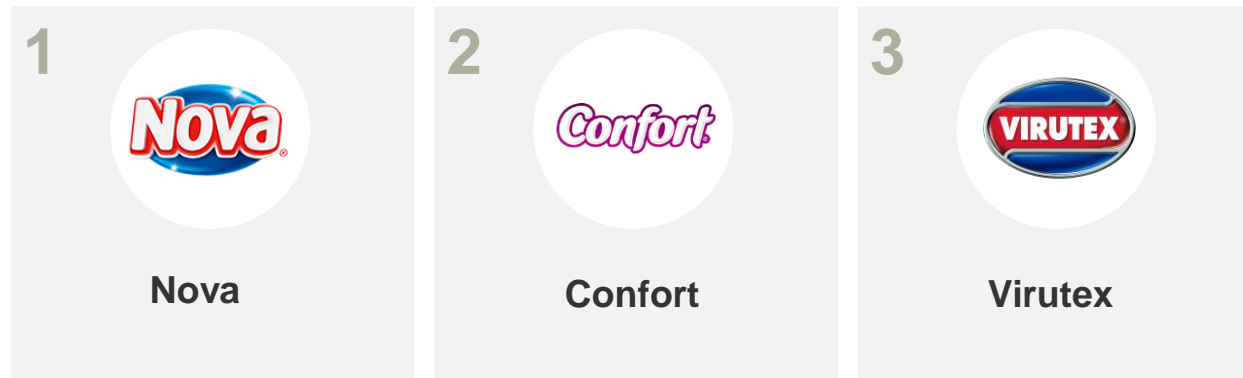
Top 3 Marcas Dairy and Dairy Substitutes



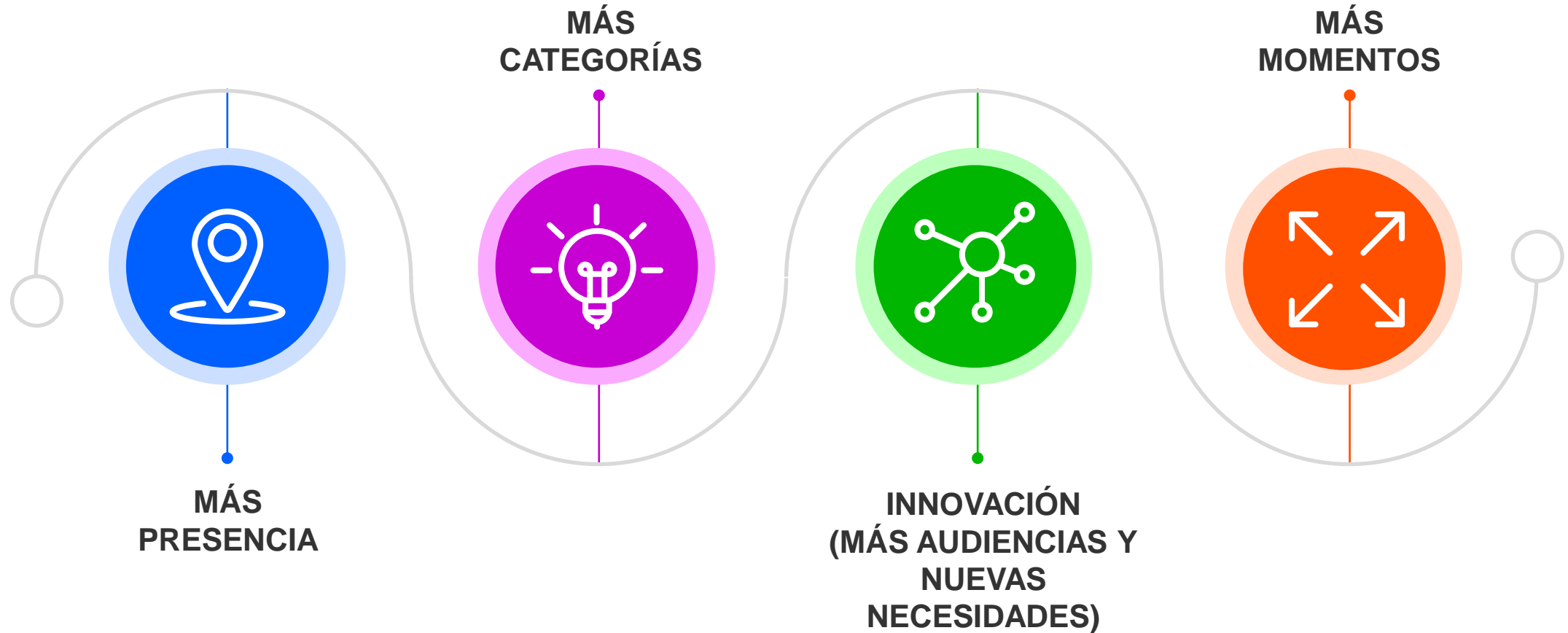
Top 3 Marcas Health & Beauty



Top 3 Marcas Home Care



Palancas para el crecimiento



Conclusiones

TAKEAWAYS

- 1 Mercado **chileno desafiante**
- restringido y con alta inflación
- 2 Menor lealtad del shopper y visitando más número de formatos de canales
- 3 Aumenta el repertorio de marcas y la importancia de las marcas locales
- 4 Penetración es la clave – atraer shoppers es vital para el éxito de las marcas

KANTAR

**BRAND FOOTPRINT
CHILE 2023**

2023



CHILE
LECH
ILECH
ECHILE
LECHILE
HILECH