



COMERCIO

# Marcas colombianas se quedan con 74% del ranking de las más consumidas

Miércoles, 22 de mayo de 2019

GUARDAR



LA REPÚBLICA +

Agregue a sus temas de interés

- Marcas +
- Kantar +
- Consumo de los hogares +

El gasto total de los colombianos al año tuvo una disminución de US\$100.000 debido a la irrupción de marcas propias de jugadores como D1 o Ara

Sebastián Montes - smontes@larepublica.com.co

## Agencia de Marketing Digital

Posicionamos tu marca

Agencia de Marketing Digital, estrategias de Publicidad online, Posicionamiento en Google,













La consultora británica **Kantar** entrega hoy el ranking de las 50 marcas preferidas por los colombianos para 2018 con base en sus elecciones de consumo, y destacó que de ese total, 74% de los nombres son nacionales. No obstante, dicha cifra tuvo una caída de dos puntos porcentuales frente a 2017, cuando la muestra ascendía a 76%.

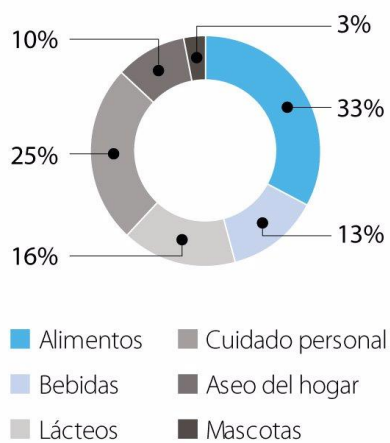
Con respecto a las marcas líderes, el top cinco de 2017 se mantiene para 2018, siendo Colanta, Alquería, Coca Cola, Arroz Diana y Colgate las que lideran las elecciones. En el caso de la primera, lleva cuatro años a la cabeza de este listado.

Para el experto en empresas, Raúl Ávila, estas “son marcas que inyectan mucho en temas de mercadeo y recordación y tratan de meterse en varios canales de recordación, además de innovar mucho con su oferta y sus productos”.

## LAS MARCAS MÁS CONSUMIDAS EN COLOMBIA

TOP 10	CRP (\$ millones)	Penetración (%)	Frecuencia de compra
1 	132	71,3	24
2 	132	86,2	19,9
3 	116	87,2	17,7
4 	80	78,5	13,5
5 	68	94,8	9,5
6 	62	77,2	10,2
7 	62	77,8	10,1
8 	55	83,4	7,8
9 	54	83,7	8,5
10 	50	84,6	7,8

### SECTORES



### DATOS RELEVANTES

- El top 50 de las marcas más consumidas en Colombia representa **58%** del gasto en consumo masivo del país
- Del total del top 50, **74%** de las marcas son locales
- El valor de las 50 más elegidas es **US\$2,6 millones** al año

Fuente: Kantar / Gráfico: LR-AL

Otro de los factores que Ávila resaltó tiene que ver con el valor de los productos, pues estas marcas siempre buscan mantener los precios relativamente estables y no golpear al consumidor para evitar el riesgo de que busquen un sustituto.

Según explica Kantar en su reporte, estos datos se obtienen de un panel de unos 6.000 hogares ubicados en 56 ciudades que comparten semana a semana todas sus compras. Dicho total impacta a 64% de la población, aunque se espera que para 2018 sea proyectado a 80% de los ciudadanos colombianos gracias a un proyecto de expansión en el que viene trabajando la compañía, según comentó a LR su country manager de consumo masivo, Andrés Simón.

Frente a los ítems que mide el estudio, el ejecutivo comentó que los resultados son obtenidos de la combinación del universo de hogares del país, la penetración de las marcas en los hogares y la frecuencia con la que es comprada. El resultado es medido en el índice CRP (Consumer Reach Point), que evidencia cuántas veces una marca fue elegida por los consumidores en el transcurso de un año.

En el primer caso, la penetración más alta en los hogares de Colombia es para Colgate, que se encuentra en 94,8% del total. En lo referente a las veces en las que se compra el producto, Colanta tiene presencia al menos dos veces cada mes.

Para Simón, esto se debe a que Colombia es “un país de consumos lácteos muy fuertes frente a otros países del ranking donde eso no pasa. Eso provoca que en el ranking predominen marcas de ese sector”.

Además de los lácteos, los grandes sectores analizados por el ranking de Kantar incluyen alimentos, bebidas, cuidado personal, aseo del hogar y mascotas como novedad. A su vez, estos se dividen en 83 categorías de consumo. De los seis grupos, el de más peso es alimentos, con 33% del gasto de los colombianos, seguido de cuidado personal con 25% y lácteos con 16%.

En cuanto al gasto total de los colombianos en el top 50 de las marcas más consumidas, la suma anual asciende a US\$2,6 millones, aunque ese total registra US\$100.000 menos que en 2017. Para explicar esta anomalía, Simón mencionó que existe una caída de los precios netos por la irrupción de marcas de discounters como Justo y Bueno, D1 y Ara.

### **¿Cómo se maneja el peso de las regiones?**

Mientras que Colanta lidera en el país, no sucede lo mismo en la capital, donde Alquería manda en las preferencias del público. Frente a esta anomalía, Simón explica que “la medición se constituye demográficamente, entonces Bogotá es

más fuerte por el tema de población, pero no necesariamente el peso de la población tiene una correlación con el consumo". En el caso de Antioquia, donde Colanta también es líder, el ejecutivo destaca que es la región con el consumo de lácteos más fuerte de todo el país en términos de cuantas veces se compra el producto.

## LOS CONTRASTES



**RAÚL ÁVILA**  
EXPERTO EN EMPRESAS

*"Estas marcas también cuentan con un portafolio amplio que satisface los gustos de los clientes al tener en cuenta las tendencias de sus competidores".*



**ANDRÉS SIMÓN**  
COUNTRY MANAGER DE  
CONSUMO MASIVO DE KANTAR

*"Las marcas líderes tienen un peso importante en el consumo y se mantienen muy vigentes, lo que muestra el nivel de solidez que tienen en el mercado colombiano".*