

# Estas son las marcas de consumo masivo más elegidas por los peruanos

38 segundos ago en Marketing



Marcas peruanas. Como en todas las ediciones anteriores del ranking, Gloria se posiciona en el top, seguida este año por Doña Gusta en la segunda posición y San Jorge en el tercer lugar.

En un contexto cambiante, las marcas peruanas compiten por mantenerse en el favoritismo y la elección de los hogares. Por ello, por onceavo año consecutivo Kantar División Worldpanel presenta su ranking Brand Footprint 2023, donde revela cuáles fueron las marcas de consumo masivo más elegidas en nuestro país, tanto de forma general como por sectores.

## Top 10, según Brand Footprint

Como en todas las ediciones anteriores del ranking, Gloria continúa como la marca más elegida por los peruanos, seguida este año por Doña Gusta en la segunda posición; San Jorge en el tercer lugar; Ajino moto en cuarta ubicación; e Inca Kola cerrando la primera parte del ranking. Siguen en la lista general marcas como Coca Cola; Sapolio; Bolívar; San Fernando; y Molitalia en el Top 10.

“En una coyuntura donde el gasto en consumo y la frecuencia de compra crecen +10%, el Brand Footprint 2023 nos presenta cambios muy interesantes, como el ingreso de San Jorge al Top 5 por primera vez, y la incursión de marcas ligadas a la cocina en el Top 10, como San Fernando y Molitalia”, comenta Mauricio Cheng Matsuno, Country Manager de Kantar División Worldpanel Perú.

### LEE TAMBIÉN

- ▶ [Del campo a la cocina: Lionel Messi se convierte en chef en la nueva campaña de Hard Rock Café](#)
- ▶ [Restaurante de Burger King se transforma en la Casa de Barbie](#)
- ▶ [Comercio electrónico: ¿cómo lograr que el usuario realice la compra?](#)

[CARGAR MÁS](#)


## Las marcas con mayor crecimiento en CRPs

Como se recuerda, mediante la métrica de contactos con el consumidor o CRPs (Consumer Reach Points, por sus siglas en inglés), el Brand Footprint calcula la fortaleza de una marca en términos del número de veces que los compradores la eligen en el momento de la verdad.

En ese sentido, dentro de las marcas que más crecieron en CRPs dentro del Top 50, tenemos a Patito liderando la lista (+35%); seguido de Bonlé (+25%), GN (+20%), Cielo (+19%); Nicolini (+13%); Ajinomoto (+12%); Victoria (+7%); San Jorge (+5%); Maggi (+4%); y Nova (+4%).

“Cabe mencionar que 4 de cada 10 marcas lograron aumentar sus puntos de contacto con el consumidor, y el 77% considera como principal driver de crecimiento solo a la penetración. En tanto, solo un 3% de marcas se enfoca en la frecuencia de compra, y un 19% combina los indicadores de penetración + frecuencia para crecer”, explica el ejecutivo de Kantar.

A propósito de ello, dentro del Top 50 del ranking, las marcas de cuidado del hogar son las que consiguieron atraer más hogares compradores. Lidera este crecimiento Poett, sumando 16.9 puntos porcentuales de penetración; seguido de Patito (14.7 p.p.), Jumbo (10.5 p.p.), Suave (9.7 p.p.), Scott (9.3 p.p.), Ace (9.2 p.p.), Nova (7.5 p.p.), Vanish (6.0 p.p.), Ariel (5.4 p.p.), y Paracas (5.1 p.p.).

## Las marcas más elegidas por sector

Brand Footprint 2023 también considera rankings específicos por sectores. Así tenemos que las marcas de Alimentos más elegidas por los peruanos son: Doña Gusta, San Jorge, Ajino moto, San Fernando y Molitalia.

En cuanto a Lácteos y sustitutos, tenemos en el Top 5 a Gloria, Laive, Ideal, Bonlé y Manty.

La categoría Bebidas está liderada por Inca Kola, Coca Cola, Cielo, Altomayo y Nescafé.

En Cuidado Personal, las marcas más elegidas son Head & Shoulders, Colgate, Sedal, Dento y Pantene.

Finalmente, las 5 marcas más seleccionadas de la categoría Cuidado del Hogar son Sapolio, Bolívar, Clorox, Patito y Marsella.


**Redacción Mercado Negro**
