

## Globoeconomía

## NOTICIAS A UN CLIC

Muerte de diputada Laborista puso en jaque futuro del 'Brexit'

Chile, el que menos crecerá de la Alianza del Pacífico

Banano y flores, entre los productos que pierden con 'Brexit'

Facebook

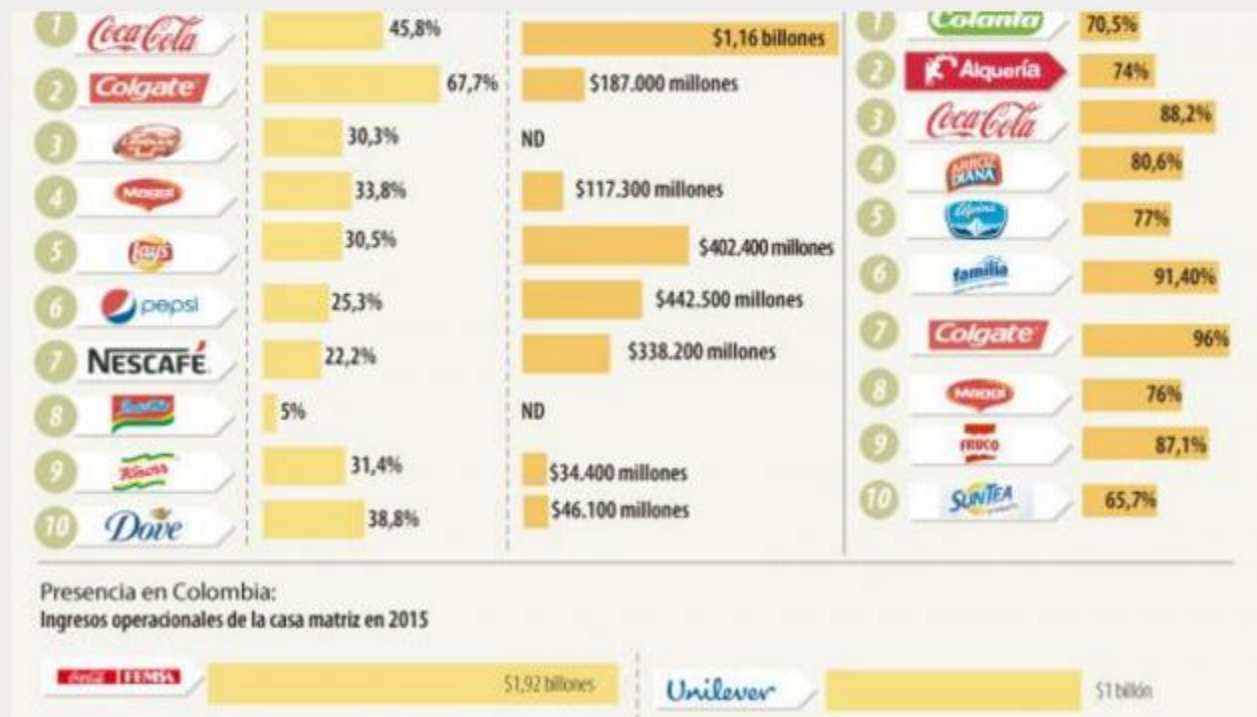
Twitter

Google +

LinkedIn

Sábado, Junio 18, 2016

## Marcas mundiales más consumidas mueven \$2,72 billones en Colombia



**Bogotá\_¿** Cuáles son sus marcas preferidas a la hora de comprar? En Colombia, los productos más consumidos en los hogares mundiales mueven un total de \$2,72 billones, según el recuento de las ventas al consumidor final con base en datos de Euromonitor International.

De acuerdo con el reciente estudio Brand Footprint 2016 de Kantar Worldpanel, las marcas con mayor presencia en los domicilios del mundo son la tradicional Coca-Cola (Coca-Cola Company), seguida de la pasta de dientes Colgate (Colgate-Palmolive Company), el detergente Lifebuoy (Unilever), las sopas Maggi (Nestlé), las papas Lays o Margarita (PepsiCo), la gaseosa Pepsi (PepsiCo), Nescafé (Nestlé), los noodles Indomie (Indofood), las recetas de Knorr (Unilever), y los productos de aseo personal Dove (Unilever).

De este ranking global, Coca-Cola es la reina de las ventas en las familias colombianas con \$1,16 billones en 2015, seguida de su rival Pepsi, que movió \$442.500 millones el año pasado y de Margarita, que facturó \$402.400 millones.

“Estas marcas hacen parte de la tradición colombiana y se encuentran en la lonchera del día a día de las personas. Mientras que las clases más favorecidas se decantan por marcas como Coca-Cola, las desfavorecidas optan por Big Cola”, indicó Carlos Rodríguez, experto en empresas de la Universidad Nacional.

Para Luis Fernando Martín, consultor empresarial, estos grandes grupos deberán ampliar su portafolio si quieren seguir siendo los líderes del mercado. “Con la nueva tendencia de consumo orientada al bienestar saludable, las estrategias de posicionamiento tendrán que apuntarle a otro tipo de clientes”, apuntó.

Las familias colombianas también incluyen en su mercado el café de la marca Nescafé, que generó US\$338.200 millones, Colgate con US\$187.000 millones, y Maggi con US\$117.300 millones. Cabe destacar que aunque el jabón de manos Lifebuoy y los noodles Indomie son famosos en Asia, los colombianos no los tienen en mente pues las referencias no están en el mercado.

En general, estos grandes grupos están bien posicionados en Colombia. Con \$1,92 billones en ventas en 2015, Industria Nacional de Gaseosas, subsidiaria de Coca-Cola Femsa, es la mejor parada. Le sigue el Grupo Nestlé con \$1,3 billones y Colgate-Palmolive Company con \$1,20 billones. También está Unilever Andina Colombia con \$1 billón; PepsiCo Alimentos \$806.455 millones y Pepsi Cola Colombia con \$298.006 millones.

Los hábitos de los colombianos distan de las rutinas globales. De este modo, solo tres marcas, Coca-Cola, Colgate y Maggi, aparecen en el Top 10 de ambos.

De acuerdo con Andrés Simón, country manager de Kantar Worldpanel, “a pesar de vivir en un mundo con mercados más abiertos, las preferencias son distintas. Compiten localmente con marcas fuertes como Colanta, Alquería y Arroz Diana que han tenido muy buenos resultados. En general, las marcas locales crecen a mayor ritmo que las internacionales”.

### Nestlé, presente en ocho de cada 10 hogares

En Colombia, Nestlé está presente desde 1944. Su primera sede para la fabricación local de productos se radicó en Bugalagrande, en Valle del Cauca. Actualmente el grupo opera cinco plantas ubicadas en Valledupar, Florencia, Dosquebradas, Bugalagrande y Mosquera. Además, las principales marcas de la multinacional suiza en el país son Klim, Nescafé, Milo, Nestea, La Lechera, Fitness y Maggi, las cuales, según la compañía, están presentes en ocho de cada 10 hogares colombianos.

### Las opiniones

**Javier Texidó**

*Presidente de Nestlé Colombia*

“Estamos comprometidos en seguir innovando cada día, desarrollando marcas y productos que ayuden a mejorar la calidad de vida de las personas”.

**Andrés Simón**

*Country manager de Kantar Worldpanel Colombia*

“A pesar de la globalización, hemos detectado que las costumbres, la idiosincrasia y la preferencias de los consumidores en cada país siguen siendo distintas”.