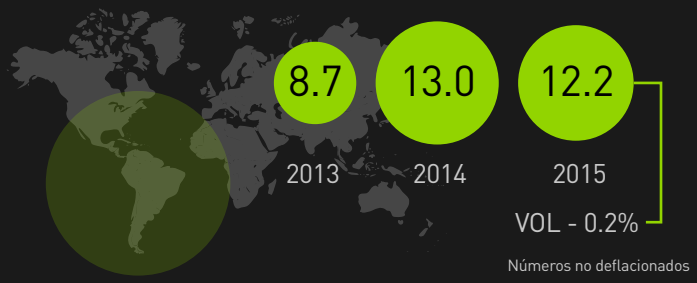
EVOLUCIÓN DE LA DINÁMICA DE COMPRA
6 TENDENCIAS CLAVE

1 CRECIMIENTO SELECTIVO

No existe uniformidad por país, hay diferencias entre regiones, categorías, canales, entre otros factores, que aportan al colectivo de la región.



2 TRANSFORMACIÓN DE COMPRA

La dinámica de compra ha evolucionado hacia menos viajes de compra y más unidades por ocasión.
Esta tendencia existe desde hace 5 años.

+ -
MÁS ITEMS, MENOS FRECUENCIA
BRASIL,BOLIVIA, ARGENTINA, MÉXICO, ECUADOR

+ +
MÁS ITEMS, MÁS FRECUENCIA
CHILE, COLOMBIA

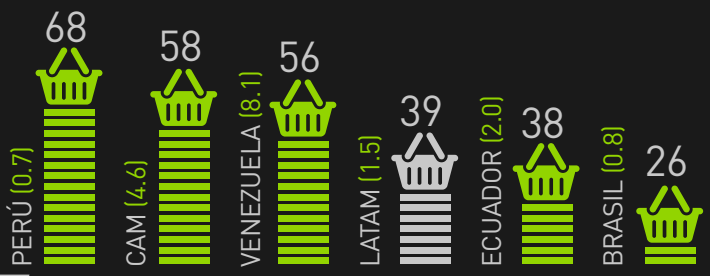
- -
MENOS ITEMS, MENOS FRECUENCIA
VENEZUELA

- +
MENOS ITEMS, MÁS FRECUENCIA
PERÚ, CAM

3 PROXIMIDAD Y CONVENIENCIA

El canal tradicional gana share en 5 de los 10 países de LatAm. Aunque este canal no crece en Colombia y México, lo hacen los mini mercados.

SHARE VALOR TRADICIONAL Y %VAR



4 COSTO BENEFICIO

Canales como Discounters/ Bodegas y Mayoristas han sabido aprovechar esta ecuación y les ha resultado en un importante crecimiento.

%VAR EN VALOR POSITIVA

+ DISCOUNTERS/ BODEGAS
- GLOBAL
- COLOMBIA
- EUROPA
- MÉXICO
- ARGENTINA
- CHILE

+ MAYORISTAS
- ARGENTINA
- BRASIL
- COLOMBIA

5 PROMOCIONES

Las estrategias de precios son percibidas como beneficios inmediatos.

	Share Valor LatAm	% Var LatAm	Share Valor promoción por país
Descuento en el precio	79%	+12%	Brasil 87%
Promoción 2X1 (3X2/4X3/etc)	5%	+7%	CAM 42%
Lleve más pague menos	9%	+16%	Ecuador 16%
Concurso/Sorteo/Premio	3%	+22%	México 12%
Producto con regalo	3%	- 26%	Perú 7%

6 DOWNTRADING

Búsqueda de marcas propias para hacer rendir el presupuesto. Al menos en 5 países la búsqueda de alternativas de precio más bajo incrementa.

KANTAR WORLDPANEL

SHOPPER&RETAIL DYNAMICS LATAM