

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, MEXICO,
ECUADOR

//////++ +
MÁS ITEMS, MÁS FRECUENCIA
CHILE, COLOMBIA

//////--
MENOS ITEMS, MENOS FRECUENCIA
VENEZUELA

//////- +
MENOS ITEMS, MÁS FRECUENCIA
PERU, 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.

+ DISCOUNTERS/ BODEGAS

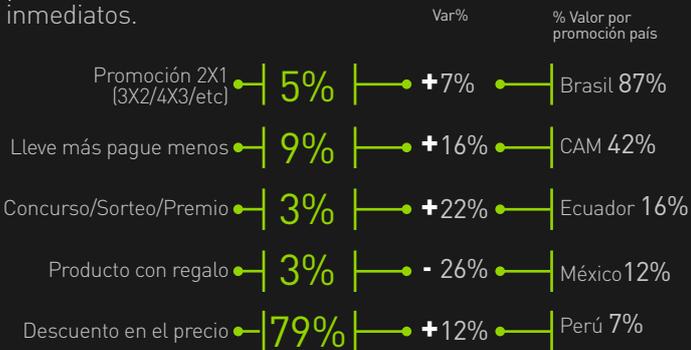
- GLOBAL
- EUROPA
- ARGENTINA
- CHILE
- COLOMBIA
- MEXICO

+++++ MAYORISTAS

- ARGENTINA
- BRASIL
- COLOMBIA

5 PROMOCIONES

➤ Las estrategias de precios son percibidas como beneficios inmediatos.



6 DOWTRADING

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

