

Efeito High-Low dos consumidores latino-americanos

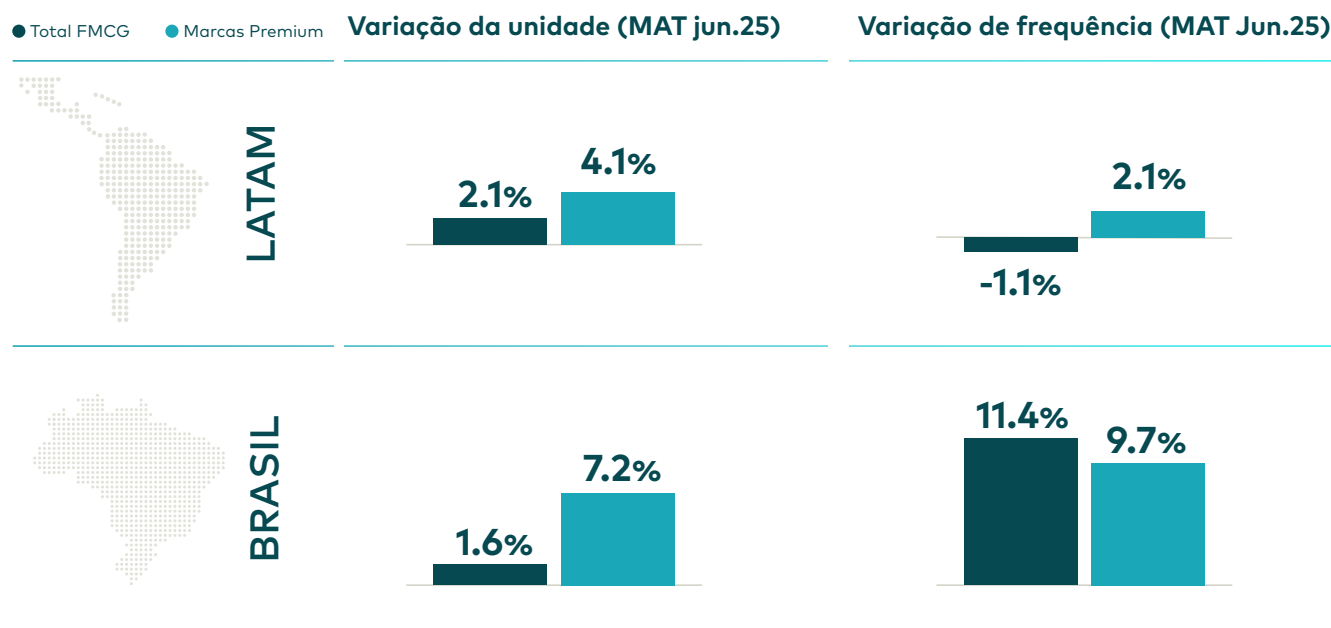
Marcas Premium e Marcas Próprias no mesmo carrinho

Em meio a pressão econômica, a inflação e ao aumento das marcas próprias no cenário de marcas latino-americanas, não são as marcas premium que estão sofrendo o golpe. A tendência **High-Low** na América Latina nos mostra que, junto com as marcas próprias, as marcas premium também estão crescendo em diferentes cestas e categorias em toda a região.

VAMOS ANALISAR O LADO "HIGH" DA TENDÊNCIA

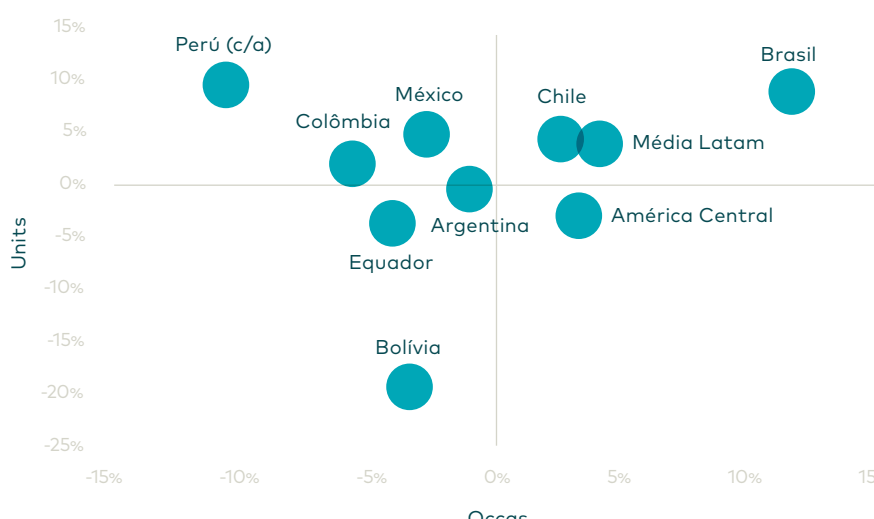
Marcas Premium

No último ano, as marcas premium estão conquistando espaço nos lares latino-americanos, faturando mais de 9 bilhões de dólares, crescendo em volume acima da média do mercado e ganhando frequência. Tudo isso acontece enquanto a média do mercado diminui.



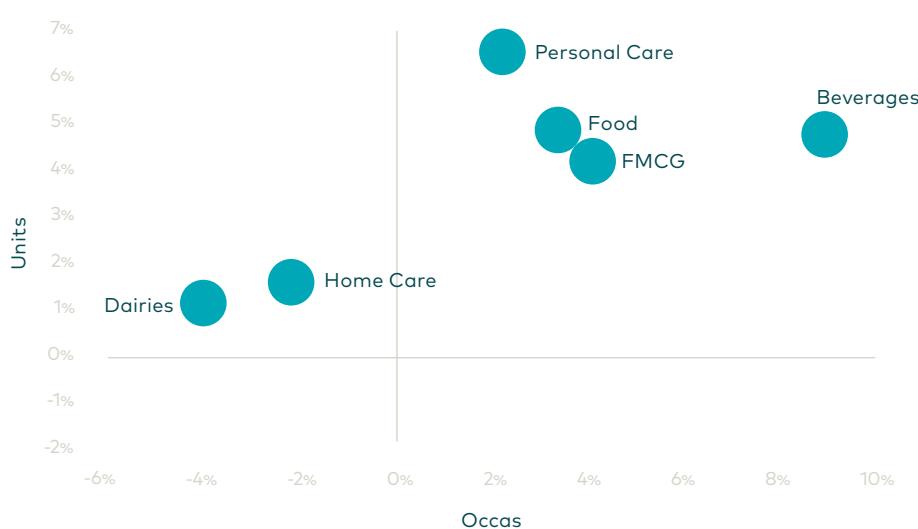
Perspectiva geográfica

Apenas Chile e Brasil são os países que acompanham o crescimento de marcas premium na região em ambos, ocasiões de compra e unidades. Já Equador e Bolívia são os únicos países onde as Marcas Premium não crescem nem volume, nem ocasiões.



Perspectiva por categorias

Mesmo sob pressões econômicas e com a diminuição da frequência de compra de bens de consumo massivo, as famílias latino-americanas continuam buscando valor agregado em todas as categorias. Seja para manter a indulgência ou para contar com melhor qualidade/desempenho.

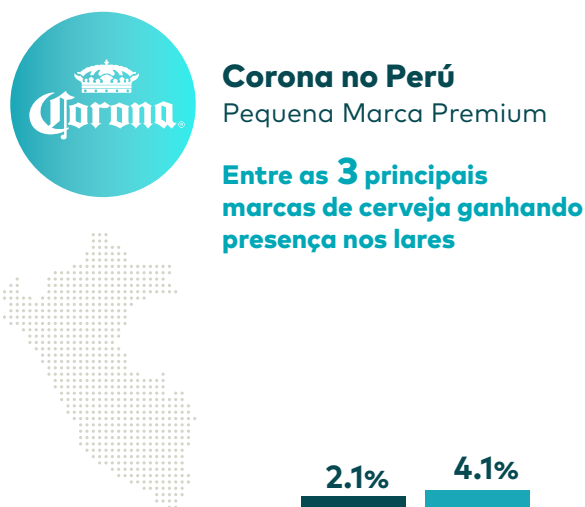


REGRA DE OURO PARA O CRESCIMENTO

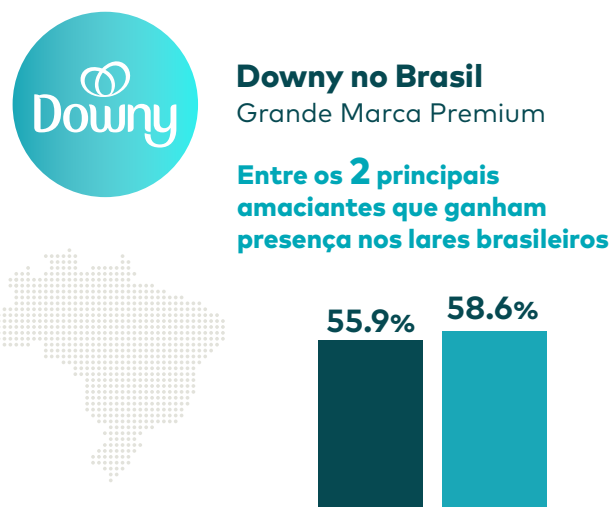
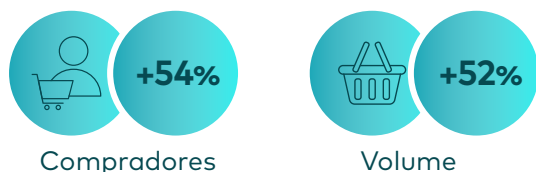
Presença nos lares

Voltamos à nossa regra de ouro: a presença nos lares é a chave para encontrar crescimento.

Para decodificar a regra transversal de crescimento em bens de consumo massivo, que não discrimina por tamanho de marca, analisamos dois exemplos de marcas Premium que crescem em presença nos lares e volume:



Ganha 2,0 pontos de presença nos lares após perder no ano anterior, o que significa:



Ganha 2,7 pontos de presença nos lares que levaram a marca a:



Em meio a situação econômica da região e a inclinação dos consumidores em estocar marcas próprias, as marcas premium encontraram espaços na maioria dos países da região e em todas as categorias da cesta de bens de consumo massivo.



Para fortalecer o crescimento de uma marca, é fundamental entender como o valor desempenha um papel importante na decisão do consumidor. Com a experiência da Worldpanel by Numerator, você pode transformar essas oportunidades em crescimento real.

O **crescimento liderado pela penetração** é uma estratégia comprovada e baseada em dados para expandir sua marca, trazendo mais compradores verificados. Atrair novos compradores é o fio condutor que conecta o seu negócio. Aproveitando os dados da Worldpanel e os padrões de crescimento das marcas, ajudamos você a identificar os públicos certos, definir o conjunto competitivo correto e a executar esta estratégia com precisão, garantindo que cada investimento gere um impacto mensurável.

Entre em contato com nossos especialistas.

