

# Impulsa el crecimiento de tu marca en 2025

## 5 insights clave sobre cómo los consumidores perciben el precio

En un mercado dinámico, donde el 69% de los consumidores consideraron que el precio en 2024 fue más importante que el año anterior, entender sus percepciones sobre los precios y promociones es más importante que nunca

Esta infografía revela cinco insights clave de nuestra investigación sobre el impacto de precios y promociones con consumidores de diversas regiones del mundo. Cada uno incluye recomendaciones de expertos para ayudar a las marcas a enfrentarse a este desafiante panorama y lograr crecer en 2025



Nuestra investigación muestra que, en todas las regiones del mundo estudiadas\*, la sensibilidad al precio sigue aumentando

El precio es un factor relevante para todas las generaciones. Sin embargo, dentro de las distintas categorías de productos, "Cuidado Personal" muestra una sensibilidad ligeramente menor en comparación con las demás



### 1 El precio es importante, pero la calidad y la experiencia no pueden ignorarse

Si bien el precio ha ganado importancia en las decisiones de compra, los consumidores continúan valorando la calidad y la experiencia, especialmente en la categoría de cuidado personal

En las categorías de alimentos y cuidado del hogar, el precio desempeña un papel más relevante, reflejando una mayor sensibilidad en productos esenciales

#### 3 Principales Atributos a Nivel Global

- Beneficios / calidad del producto
- Precio total
- Experiencia previa

Categoría	Atributos Principales
Alimentos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Precio por volumen</li> <li>Precio total</li> <li>Disponibilidad de promociones</li> </ul>
Cuidado Personal	<ul style="list-style-type: none"> <li>Recomendaciones de amigos / especialistas</li> <li>Diseño / Apariencia</li> <li>Reputación de la marca</li> </ul>
Cuidado del Hogar	<ul style="list-style-type: none"> <li>Eco-amigable / Sostenibilidad</li> <li>Disponibilidad de promociones</li> <li>Precio por volumen</li> </ul>

#### RECOMENDACIÓN

Destaca tu propuesta de valor única y la calidad de tus productos o servicios. Usa calificaciones y reseñas de clientes para respaldar tu mensaje y apoyar la percepción de valor más allá del precio

### 2 La preferencia por productos de marca está aumentando

La preferencia por marcas conocidas y premium está en aumento, liderada por la Gen Z y los Millennials. Los Boomers, aunque más consistentes, son más propensos a elegir marcas económicas



#### RECOMENDACIÓN

Crema mensajes personalizados que conecten con las preferencias específicas de cada generación para minimizar el riesgo de que opten por alternativas de menor precio

### 3 La comparación de precios es frecuente entre los consumidores

Aunque los consumidores valoran las marcas de confianza, siguen siendo muy conscientes del precio, lo que los lleva a comparar costos entre distintas marcas y puntos de venta

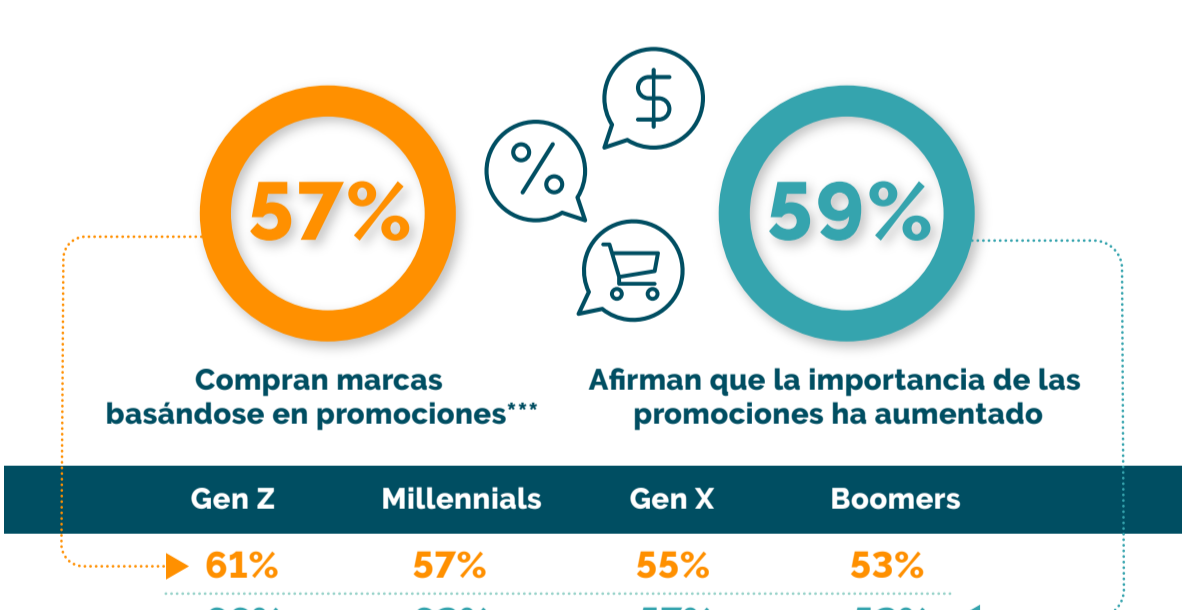


#### RECOMENDACIÓN

Revise la segmentación de minoristas y comprenda el impacto en su negocio. Esto le permitirá priorizar de manera eficaz y tomar decisiones estratégicas fundamentadas

### 4 Las promociones son influyentes y su importancia percibida está aumentando

Las promociones juegan un papel clave en las decisiones de compra, especialmente entre los consumidores más jóvenes, quienes son más susceptibles a su impacto



#### RECOMENDACIÓN

Diseña una estrategia de promociones inteligente y basada en datos que tenga en cuenta las preferencias de cada generación y se mantenga alineada con la identidad de tu marca

\*\*\*Consideración de promoción =  
 ^ Generalmente compro la marca más barata que ofrece una promoción para obtener una buena oferta en un producto premium.  
 ^ Generalmente compro la marca más barata que ofrece una promoción para gastar la menor cantidad de dinero.  
 ^ Calcularé los ahorros de costos en cada una de las promociones y elegiré la que ofrezca el mayor ahorro.

### 5 Las preferencias promocionales varían según la demografía

La atracción por muestra o regalo disminuye con la edad. La Generación Z las prefiere, mientras que las generaciones mayores, especialmente los Boomers, se inclinan más por las promociones de reducción de precio



^ Atracción - evalúa el poder de atracción individual de una promoción, reflejando una elección más emocional.  
 ^^ Conversión - mide la capacidad de la promoción para convertir al consumidor en un escenario comparativo, reflejando un proceso de decisión más racional.

#### RECOMENDACIÓN

Maximiza la efectividad de tus promociones alineando tus objetivos con las preferencias y comportamientos de compra de tu público objetivo. Profundiza en el conocimiento de la demografía de tus consumidores, sus hábitos de compra y sus canales preferidos para garantizar que tus promociones resuenen y generen resultados

**¿Quieres garantizar que tu estrategia de promoción conecte con tu público objetivo y maximice las conversiones?**

**Agenda una consulta hoy**

**ACERCA DE ESTA INVESTIGACIÓN DE SKIM**

Con el objetivo de entender cómo las cambiantes condiciones económicas están afectando el comportamiento de compra y las percepciones sobre precios y promociones, encuestamos a más de 5,000 personas en las regiones de EE. UU., LATAM, UE y APAC. Nuestra investigación se enfocó en analizar las preferencias de los consumidores en relación con marcas, precios y promociones dentro de las categorías de Hogar, Cuidado Personal y Alimentos