Marcas próprias movimentam R$ 2,8 bilhões

Considerados coadjuvantes nas prateleiras de grandes redes supermercadistas do Brasil, como o Grupo Pão de Açúcar (GPA), Carrefour, o Dia, os produtos de marca própria representam apenas 3% do faturamento desses players.

Mas de 2008 para cá, as vendas de marcas próprias passaram de R$ 1,8 bilhão para R$ 2,8 bilhões, o que corresponde a um crescimento de 56% do setor.

Pesquisa realizada pela consultoria Kantar Worldpanel identificou que, neste ano, 52% - de uma base de 1.200 respostas - das famílias brasileiras compraram, ao menos uma vez, esse tipo de produto.

Segundo Patrícia Menezes, gerente de Comunicação e Marketing da Kantar Worldpanel no Brasil, o paradigma de que produtos de marca própria são inferiores em qualidade já não existe mais para os consumidores brasileiros.