

Crece la compra de productos de marca propia durante 2020.

- **Marca propia en Soriana crece en 22.3% en comparación del año anterior**

Monterrey, NL. a 14 de abril de 2021- Durante el 2020 el impacto para México y el mundo de la pandemia de COVID-19 modificó algunos criterios y hábitos de consumo en las familias mexicanas. Muchas familias modificaron sus compras para buscar calidad y precio por encima de las marcas top comerciales.

Organización Soriana comprometida desde hace más de 52 años con las familias mexicanas, ha llevado a sus anaqueles miles de productos de gran calidad, al mejor precio; adicional a la vasta oferta de artículos a lo largo de los años ha buscado acercar productos de marcas propias ofreciendo las necesidades del consumidor pero con el beneficio de representar un ahorro en su ticket de compra.

Los productos de marca propia en Soriana, tuvieron un crecimiento en ventas del 22.3% del cual el 50% representa la venta de productos básicos en alimentación, limpieza y desinfección, respecto al año anterior, lo que significó en términos de consumo que miles de hogares encontraran una gran alternativa en estos productos sin sacrificar calidad, sabor, cantidad y variedad al mejor precio. Otras categorías como pinturas también representaron un importante crecimiento, ya que el confinamiento propició que nuestros clientes realizaran mejoras en sus hogares.

“Durante esta pandemia nuestros clientes se han dado la oportunidad de conocer la variedad y calidad de los productos de Marca Propia que ofrecemos dentro de las diferentes categorías, y comprobar el valor calidad/precio al seguirlos adoptando dentro de sus compras mensuales. Este comportamiento nos ha llevado a seguir buscando e introduciendo nuevos productos y modificar otros de nuestras marcas para seguir siendo la mejor opción de compra y que nos permite tener una proyección de crecimiento de 20% para este año” comentó Susana Espinosa Rocha, Directora de Marca Propia en Organización Soriana.

Soriana en seguimiento al apoyo económico de las familias mexicanas cuenta con una estrategia comercial llamada **“Orgullos de casa”**, que se llevará a cabo del 15 de abril al 13 de mayo en todas las tiendas Soriana Híper y Súper del país y en la cual invita a sus clientes a adquirir productos de Marca Propia de categorías como Abarrotes Comestibles, No Comestibles, Bebés, Mascotas, Vinos y licores, Limpieza, Ropa, etc. a un precio especial ahorrando desde un 10% hasta un 30%.

“Actualmente el cliente encuentra más de 1,800 productos y puede identificarlos bajo los nombres de Valley Foods, Precíssimo, Quality Day, Baby Essentials, Trainers Choice, Pro Selection, Autovit, Vios, entre otros que podrá conocer en los folletos digitales de este evento disponibles en soriana.com”, adicionó Susana.

Con estas acciones, Organización Soriana reafirma una vez más su compromiso de servir y deleitar cada año a más familias, y continúa su evolución conforme a las exigencias del consumidor, trabajando hacia el futuro a fin de consolidar su posición en el mercado del autoservicio en México.

Contacto**Mireya Reyes G. /Gerente de Relaciones Públicas**

T. (52-81) 83.29.90.00 Ext.3830

mireyareg@soriana.com**Contacto de agencia****Vanessa De la Vega / Estrategia Total**

T. 04455

vdelavega@estrategiatotal.org**Mariana Grajales / Estrategia Total**

T. 044777 190 8391

mgrajales@estrategiatotal.org