

CONTEXTO MACRO

Los indicadores más importantes que se resaltan es el **IMACEC** que **noviembre 2023 creció 1,2%** en comparación con igual mes del 2022 y el **IPC anotó una variación mensual de -0,5%**.

En cuanto a al desempleo la estimación de la tasa de desocupación nacional en el 4T2024 fue 8,5%, incrementándose 0,6 puntos porcentuales.



EVOLUCIÓN CONSUMO MASIVO

Se mantiene la **contracción de la canasta de productos de consumo masivo** que se venden rápidamente y tienen una vida útil corta, la cual a **nivel de volumen se ve impulsada principalmente por bebestibles y lácteos**.

Se mantiene **preferencia hacia formatos de menor tamaño** en los hogares, mientras que los **bebestibles pierde terreno dentro del mix de compra**.



PREFERENCIAS EN CANALES

Mientras el **shopper disminuye la cantidad de canales visitados**, el **canal tradicional sigue ganando terreno** alcanzando un 37,2%.


Distribuidoras captan mayor número de nuevos shoppers y logran mantener una alta frecuencia de compra.

Los **grupos medios bajos impulsan** el share de Super Dscto, Super Regionales y Distribuidoras.



E-COMMERCE

Baja el 3% de importancia en gasto en el último trimestre

Canastas en E-Commerce						
	Share	Alimentos	Lácteos	Bebestibles	Cuidado del Hogar	Cuidado Personal
	¿Se llegaron a más hogares este año? (%)	26,1 -2,3%	20,4 -0,0%	20,4 -2,3%	21,6 -0,0%	20,6 +1,3%
	¿El carrito de compra crece? (unidades)	7,6 +13,5%	9,3 +11,8%	7,7 +3,0%	3,6 +2,9%	3,1 +19,7%
	¿Cómo varió el ticket de compra?	\$13.498 +29,7%	\$8.923 +19,5%	\$8.820 +14,5%	\$8.876 +12,3%	\$13.306 +33,9%
	¿Se está comprando más veces a través del e-commerce?	7 x año -12,0%	5 x año -17,6%	6 x año -18,4%	5 x año -7,8%	4 x año -13,2%



PROYECCIONES 2024

Para el 2024 se espera que el **crecimiento de la canasta sea de un 4%**, mientras que el **shopper espera un año similar al 2023** en cuanto a su situación financiera.

El **resurgimiento del poder adquisitivo impulsará las compras de productos**. Ante una **disminución en la inflación**, la frecuencia disminuye y **aumentan las unidades compradas** por acto.

