

Canastas NIQ *Colombia*

RMS – SCN

Q4 2023

NIQ



Contenido

3. Resumen Ejecutivo

5. Entorno Macroeconómico

8. Generalidades Canastas NIQ

14. Subcanastas

25. Canales

Tradicionales	Superetes	Consumo Local
Sup. Cadenas	Droguerías	

63. Industrias

Alo. & Tabaco	Confitería	Aseo	Tocador	Miscelánea
Bebidas RTD	Alimentos	Bebidas	Bebés	OTC

85. Áreas

Atlántico	Santanderes	Cundi Boy	Centro
Antio Choco	Llanos	Eje Cafetero	Pacífico

Resumen Ejecutivo

Q4 2023 – Diciembre

- La economía colombiana se mantiene por debajo del crecimiento estimado a nivel global y vs Latam, con incrementos en precio a doble dígito, sin embargo, se espera que se presente recuperación en el desarrollo ante un pronóstico de desaceleración de la inflación, manteniendo en alza las tasas de cambio.
- Canasta Nielsen presenta crecimiento en facturación de +12% en lo corrido del año, por su lado, el consumo es de -0.3%. Dónde **la contracción del consumo disminuye en el UTM** , debido a menores incrementos en precio. Alimentos con contracción, mientras HPC presenta el mejor desempeño entre las industrias
 - Tocador como la canasta con mayor incremento en gasto, mediante las categorías de mayor penetración, siendo jalonado por NSE Alto y Medio en Medellín Principalmente
- Cadenas y Consumo Local, son los únicos canales que se logran mantener positivos a YTD'23, mientras que, los demás canales presentan contracción, Droguerías y superetes son quienes presentan mayor pérdida al contar con los incrementales de precio por encima del mercado.
 - Cadenas con la mayor cantidad de tickets para pocos Items (1-5) , manteniendo o espaciando frecuencias de compra, ante los incrementos en gasto
 - Discounters es el principal contribuyente al crecimiento, ganando relevancia al incrementar la penetración en los hogares, cerrando la brecha vs canal tradicional, que es el de mayor presencia dentro de los hogares colombianos

Resumen Ejecutivo

CANALES:

- **Discounters** ganando relevancia de manera transversal en las canastas, posicionándose incluso como el canal más importante para la mayoría; en el último trimestre incrementando penetración. Es una de las principales palancas de crecimiento, **aportando el 46% al incremento en gasto** a T. Colombia.
- **Tradicional** se mantiene como el canal más relevante para bebidas y es el canal más visitado, con el menor gasto por ocasión, donde el 50% del gasto se realiza por el NSE Bajo
 - El 73% de categorías decrecimiento en la canasta tanto en el largo como en el corto plazo

Entorno Macroeconómico

Crecimiento de tanto Latam como Global desacelerado en el 2.023

Argentina el país con mayor contracción de la región al tener los mayores incrementos en precio. Mientras Mex y Brasil mantienen proyección por encima del promedio de Latam



País	GDP, annual variation in %		Consumer prices, variation in %	
	2022	2023*	2022	2023*
	(Var. %)	(Latinfocus)	(Var. %)	(Latinfocus)
GLOBAL	3.0	2.8	8.0	6.1
LATAM	3.8	2.1	15.5	17.3
BRASIL	2.9	2.9	9.3	4.7
CHILE	2.4	-0.2	11.6	7.7
MÉXICO	3.9	3.2	7.9	5.6
COLOMBIA	7.3	1.2	10.2	11.6
PERÚ	2.7	0.3	7.9	6.4
ARGENTINA	5.0	-2.1	72.4	129.1
URUGUAY	4.9	0.9	9.1	6.0

Fuente: Latin Focus Diciembre 2023

Se espera mantener la desaceleración en el crecimiento económico

Donde disminuirá la inflación tendencialmente, llevando a leve recuperación en el desarrollo, manteniendo alza las tasas de cambio.



Inflación Anual
9.28%

Diciembre 2023



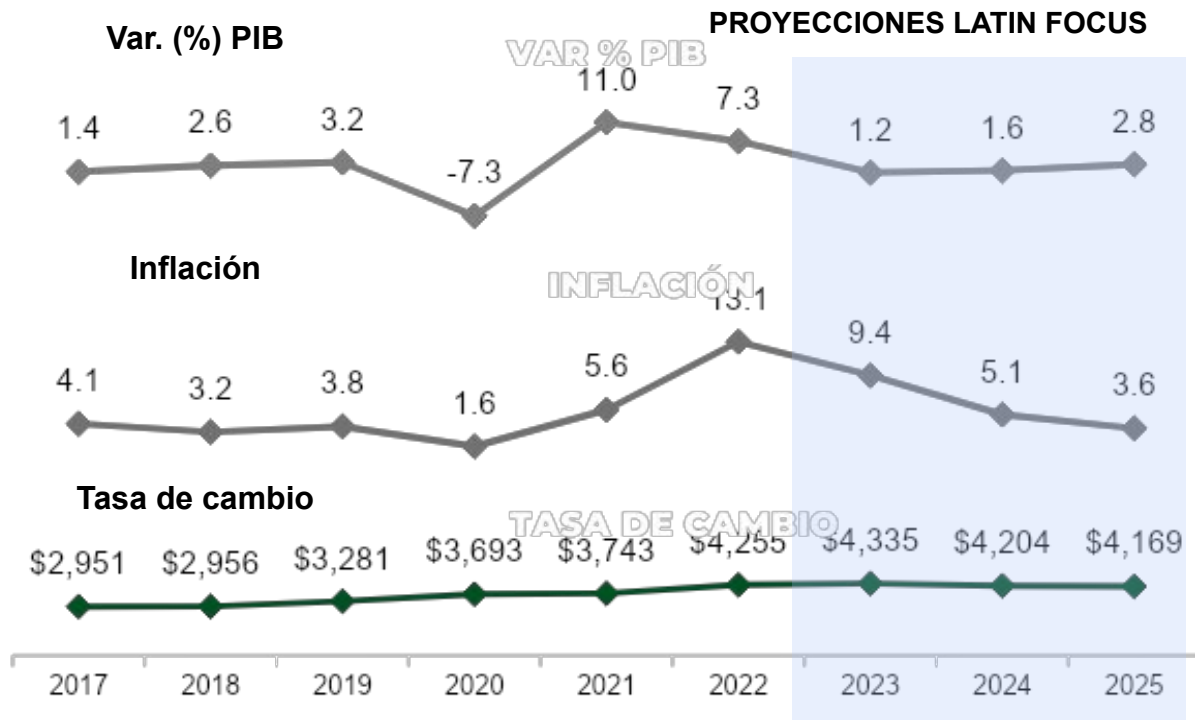
**La tasa de desempleo
nacional mantiene su
tendencia descendente**

9.5%

Nov
2022

9.0%

Nov
2023



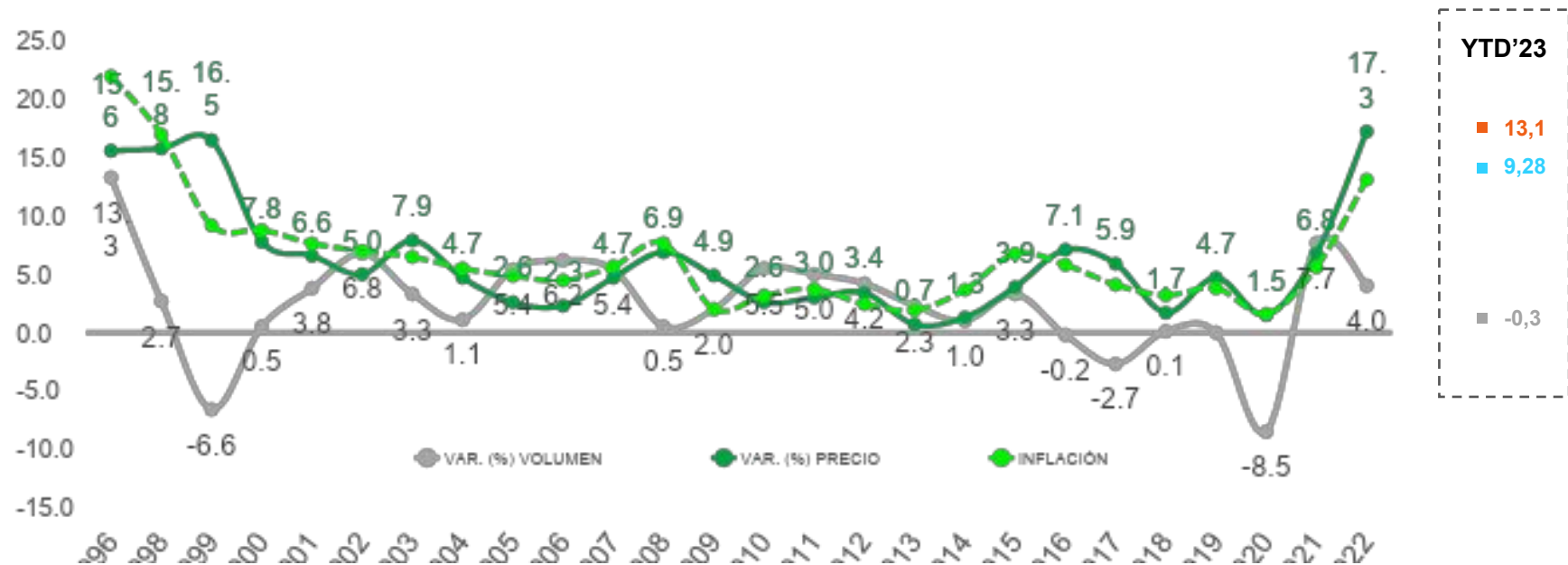
Fuente: Latin Focus Diciembre 2023, Dane Dic 2023

Generalidades

Dinámica de consumo de la Canasta NIQ sigue contrayéndose en YTD 23

Mientras los incrementales en precio disminuyen junto a la inflación durante los últimos periodos.

T. Colombia | T. Canasta NIQ

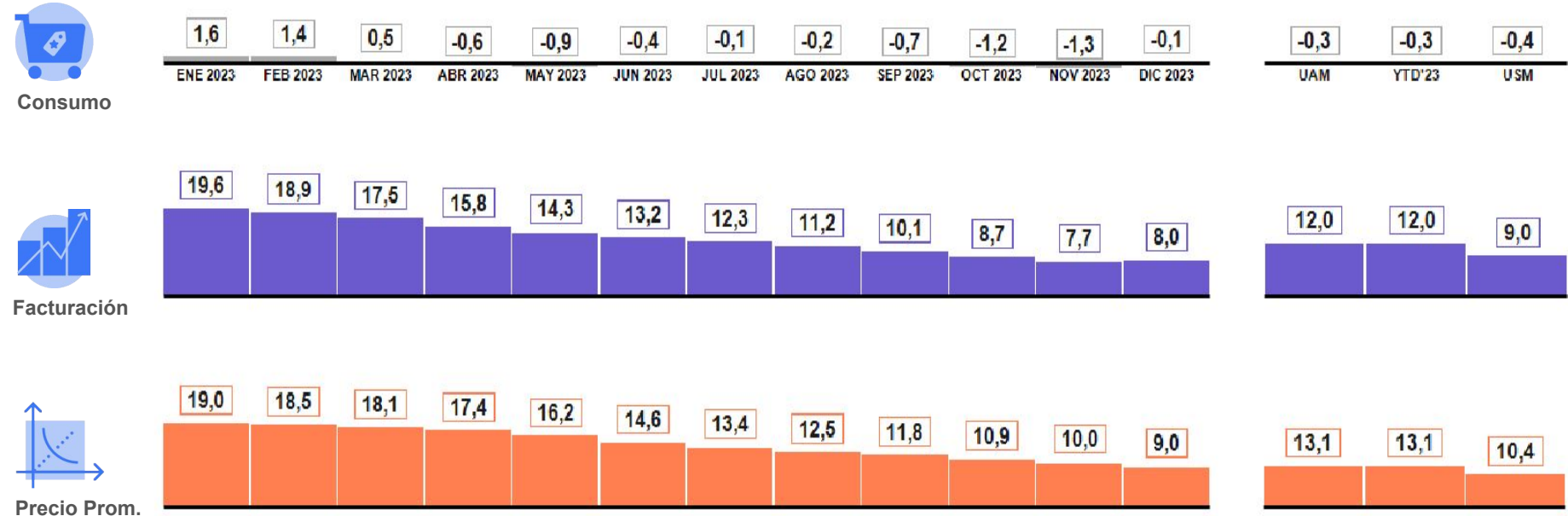


Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Estabilidad en la canasta para lo corrido del año

Incrementos en precios se continúan desacelerando llevando a una menor contracción del consumo.

T. Colombia – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

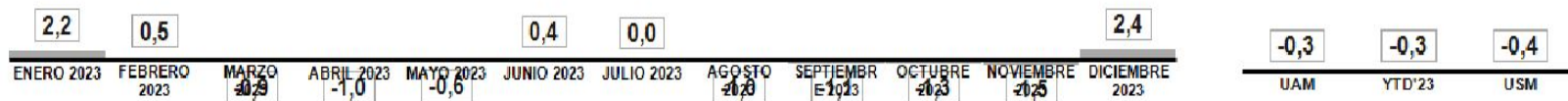
Consumo del país retoma la senda positiva en el último mes.

Lo que impulsa la valorización en el último mes del año. Sin embargo, el precio mantiene su tendencia de menores incrementos.

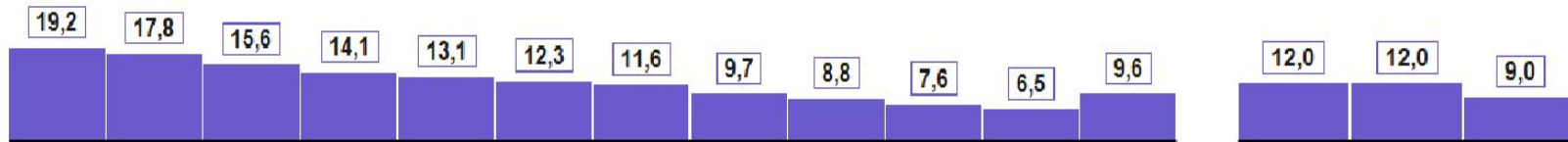
T. Colombia – Var (%) Mensual a cada corte vs MPAA



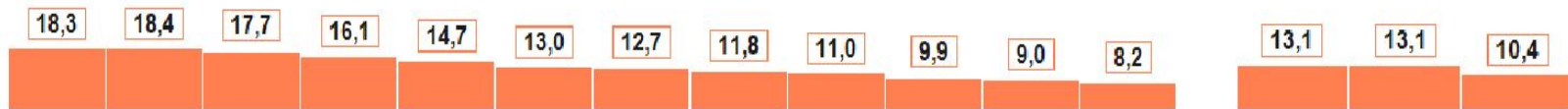
Consumo



Facturación



Precio Prom.



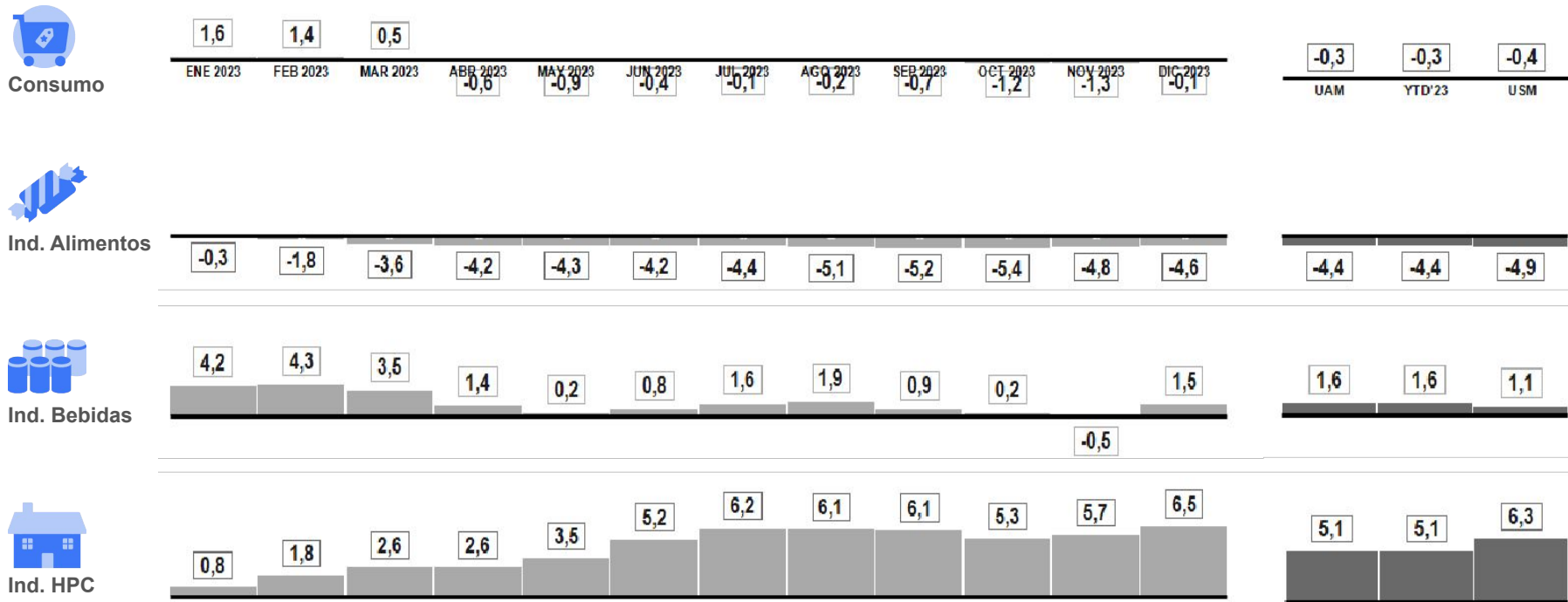
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Subcanastas

Bebidas pasa a mostrar una aceleración para el último trimestre

Alimentos, aunque desacelera su pérdida, aún se encuentra en terreno negativo. HPC se mantiene como la industria de mejor dinámica

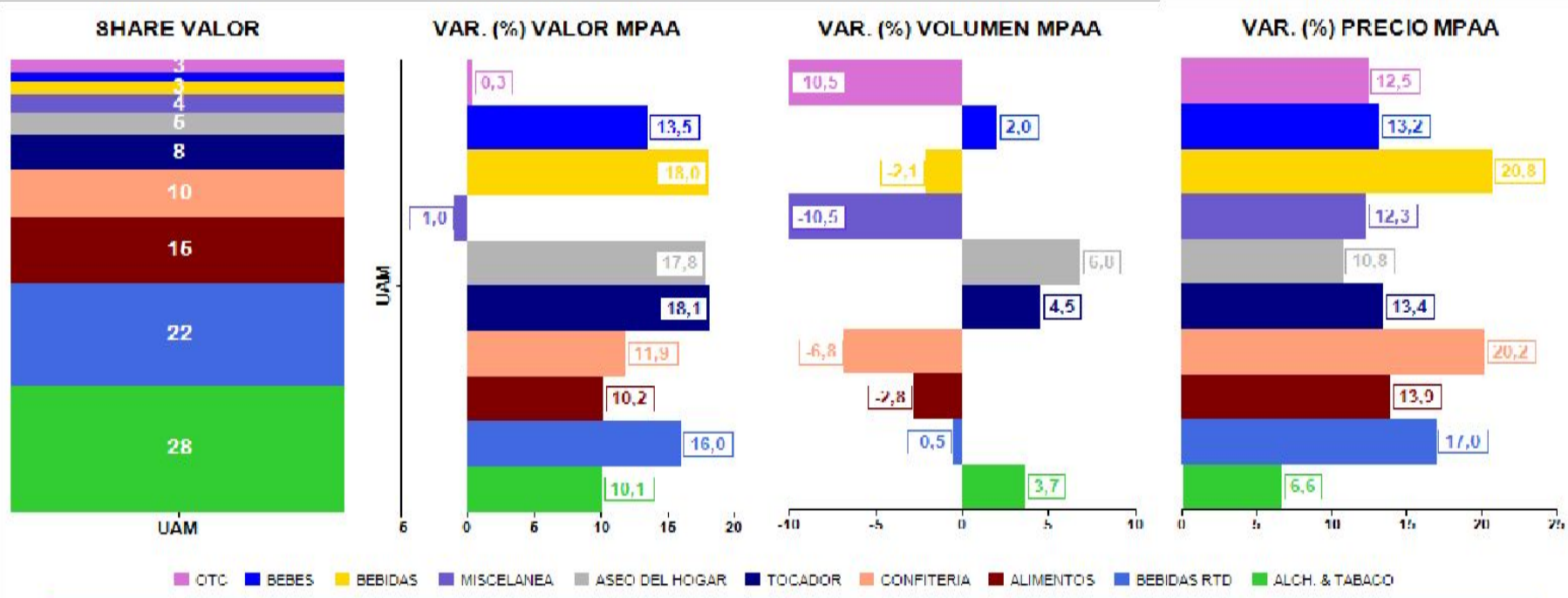
T. Colombia – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Comportamiento por Subcanastas de la canasta | UAM

T. Colombia

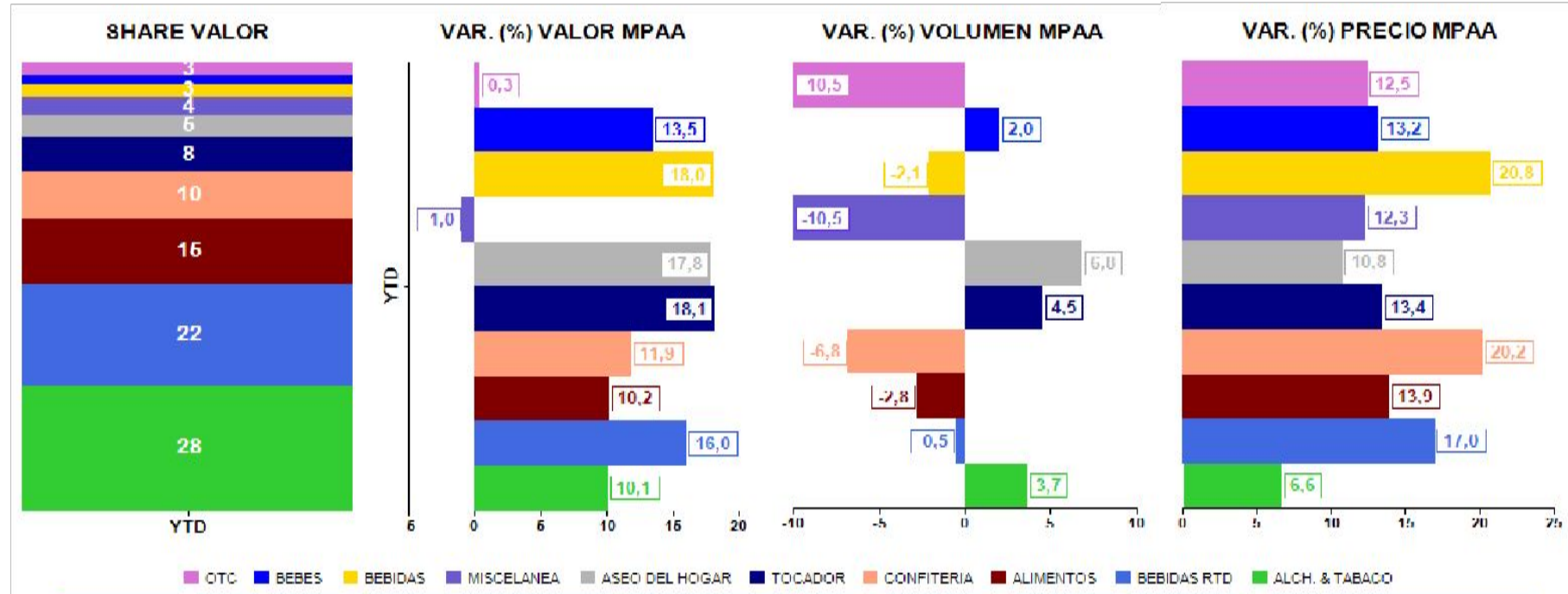


Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

Alcohólicas y Tabaco sostienen dinámica positiva de la industria de Bebidas en el año corrido

Confitería, Miscelanea, y OTC jalonan la contracción del consumo de la canasta en 2023. Confitería es la 2da canasta con mayores incrementos en precio en 2023

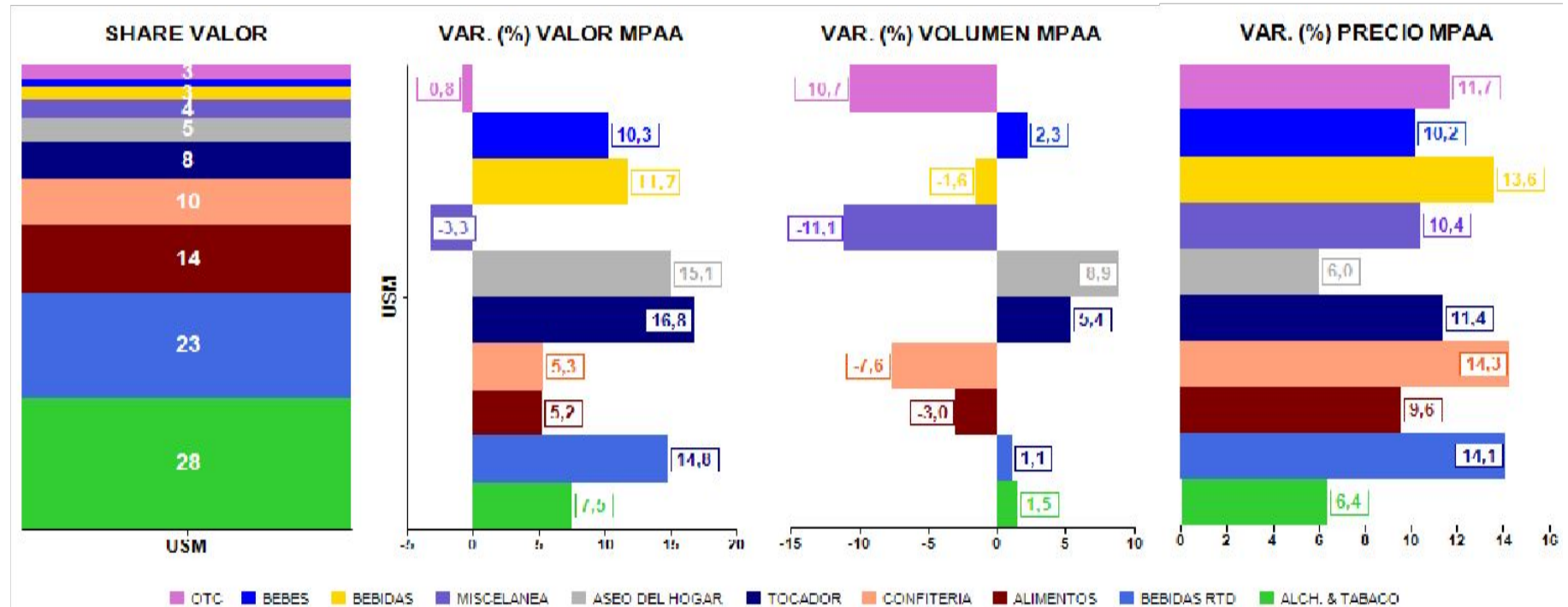
T. Colombia



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

Comportamiento por Subcanastas de la canasta | USM

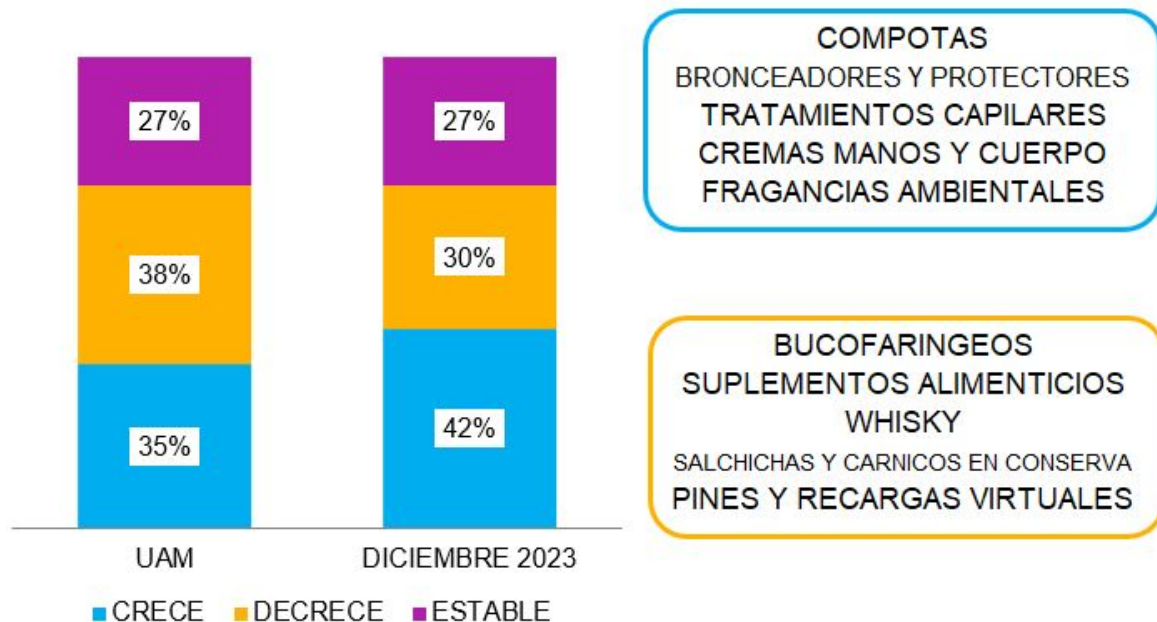
T. Colombia



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

A Diciembre 2023, el 42% de las categorías logran crecimiento, donde en el top se encuentran tres categorías de tocador y una de aseo, mientras que en el UAM hay mayor contracción que crecimiento

DESEMPEÑO CATEGORÍAS



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Tocador con los mayores desarrollos incrementando volumen a doble dígito, mientras canastas como Confitería y bebidas presentan contracción en el consumo

Alcohólicas y Tabaco				Bebidas RTD				Alimentos			
Aguardiente	8.9%	12.5	19.5	Aguas	11.1%	11.4	23.8	Condimentos	2.4%	10.1	19.2
Cervezas	71.4%	5.2	11.4	Bebidas Isotonicas	2.8%	10.2	22.8	Crema De Leche	1.9%	7.1	31.9
Cigarrillos	11.7%	0.8	10.8	Bebidas De Te Preparado	0.9%	2.8	16.5	Cereales Procesados	1.2%	5.7	19.7
Ron	4.5%	-13.3	-7.7	Bebidas Energizantes	3.1%	2.7	21.2	Harinas Precocidas	3.4%	3.3	16.9
Confiteria				Tocador				Aseo del hogar			
Gomas	4.8%	-4.6	25.9	Bronceadores Y Protectores	3.4%	24.8	42.5	Fragancias Ambientales	3.4%	13.0	14.9
Galletas	23.3%	-5.1	12.0	Tratamientos Capilares	1.6%	20.6	28.3	Detergente para Ropa	45.5%	9.4	25.5
Pasabocas	40.2%	-6.3	10.7	Crema Manos y Cuerpo	2.4%	16.2	26.7	Limpiadores Liquidos	9.7%	7.8	13.7
Chocolatinas	9.7%	-7.3	9.3	Enjuagues Bucales	2.0%	10.1	25.0	Suavizantes	10.1%	6.5	13.1
Bebidas				Bebes				Miscelánea			
Cafe Soluble	23.1%	2.4	20.4	Compotas	5.0%	65.4	60.5	Alimento Para Gatos	11.5%	7.3	24.5
Cafe Molido	35.3%	-1.8	23.4	Panitos Humedos	23.5%	8.7	13.0	Alimento Para Perros	17.5%	2.2	19.2
Chocolate de Mesa	14.9%	-4.0	16.1	Crema Antipanalitis	4.7%	0.9	4.2	Pilas	3.7%	-4.9	11.5
Leche en Polvo	19.4%	-5.4	10.6	Panales desechables	48.8%	-0.4	14.8				
OTC											
Sistema Circulatorio	0.3%	12.8	7.3								
Laxantes	0.2%	0.3	3.8								
Condomes	3.4%	-3.3	6.1								
Antiacidos	10.8%	-4.4	9.1								

Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

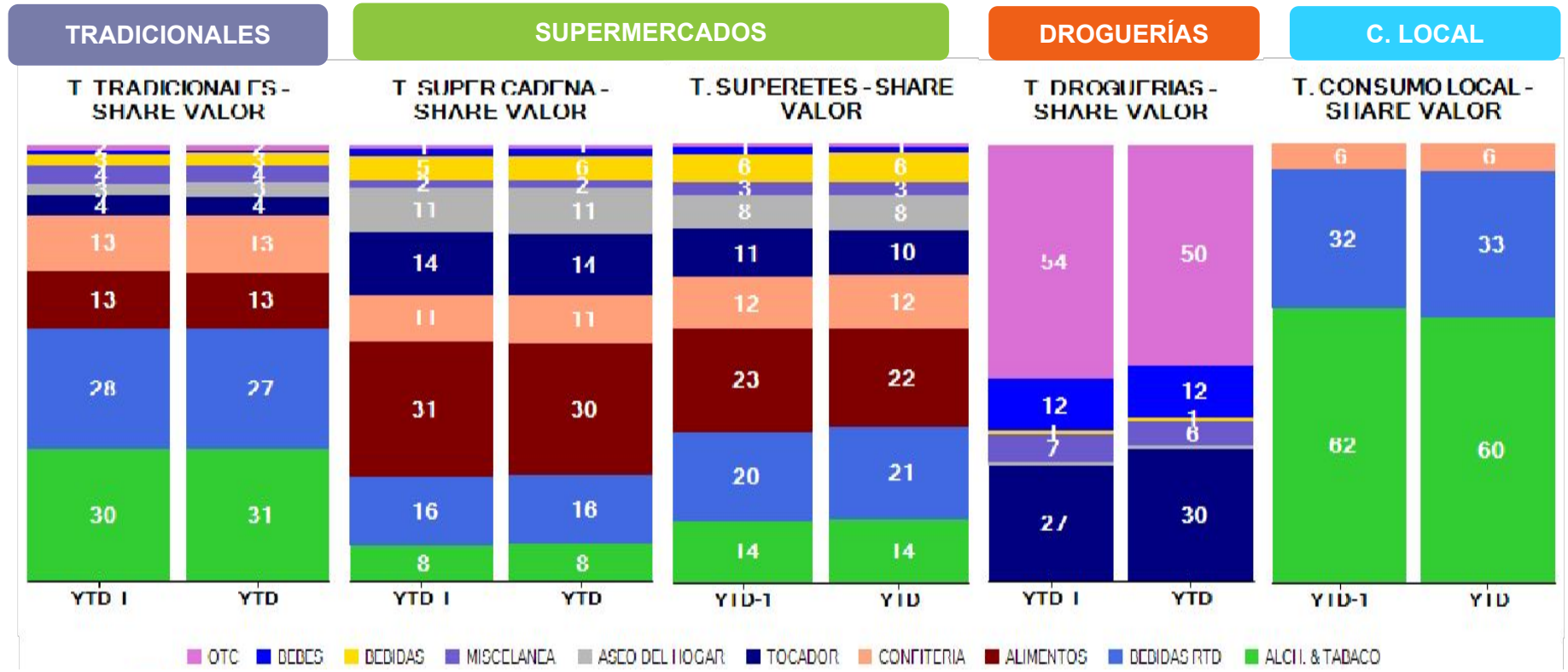
IMPORTANCIA VAL	CRECIMIENTO UAM VOL	CRECIMIENTO UAM VAL
-----------------	---------------------	---------------------

UAM VS PAM

Comportamiento por Canal por Subcanasta | YTD

Alc & Tabaco manteniendo estabilidad en la mayoría de los canales, aunque cede importancia en la estructura de Consumo Local

T. Colombia



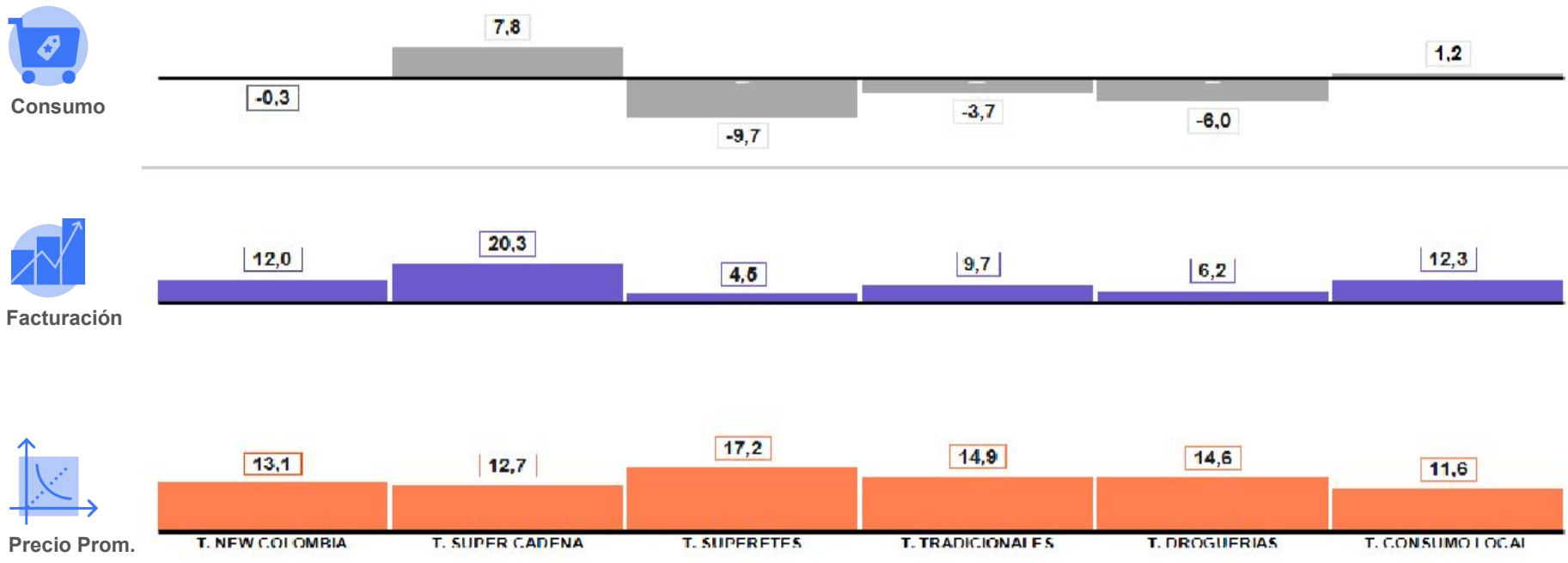
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Canales

Cadenas y Consumo Local dinamizando su consumo ante menor incremento en precios

Tradicional el que jalona principalmente la afectación de la canasta ante su importancia en la estructura de país, siendo el segundo canal con los incrementos más altos en precio

Var. (%) YTD'23 vs YTD'22 - Canales

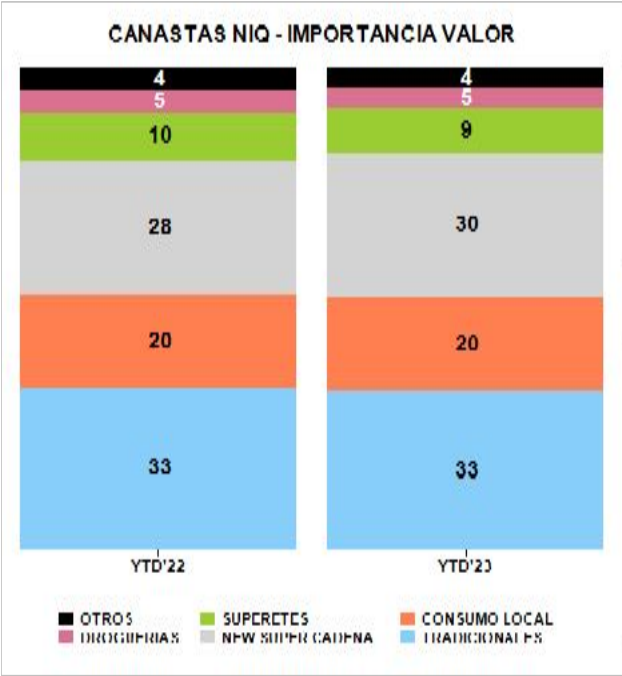


Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

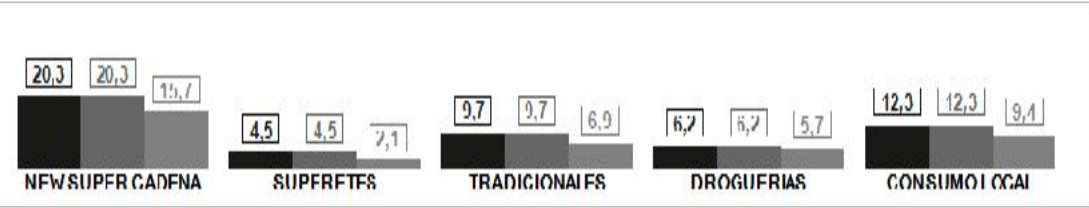
Superetes presenta las mayores contracciones en volumen en el largo y mediano plazo

A pesar de las pérdidas en consumo en TAT, este canal mantiene su importancia mientras Cadenas se fortalece

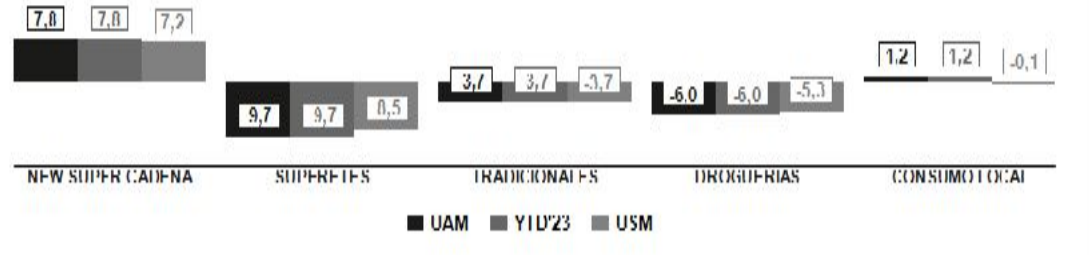
Estructura en valor y dinámica | Canales NIQ



Var. (%) Valor



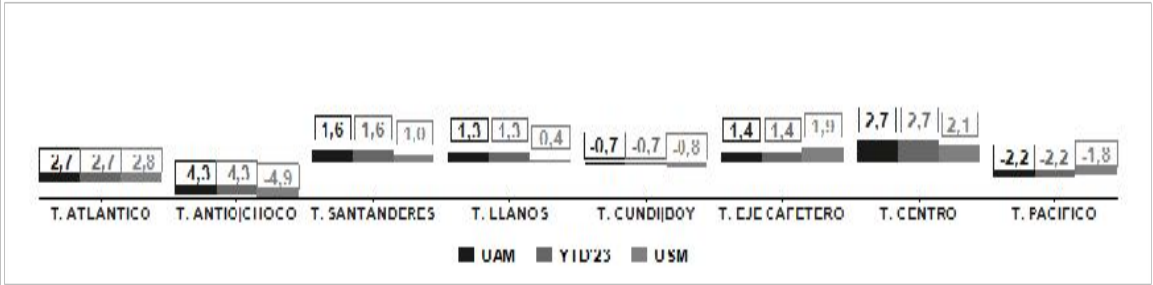
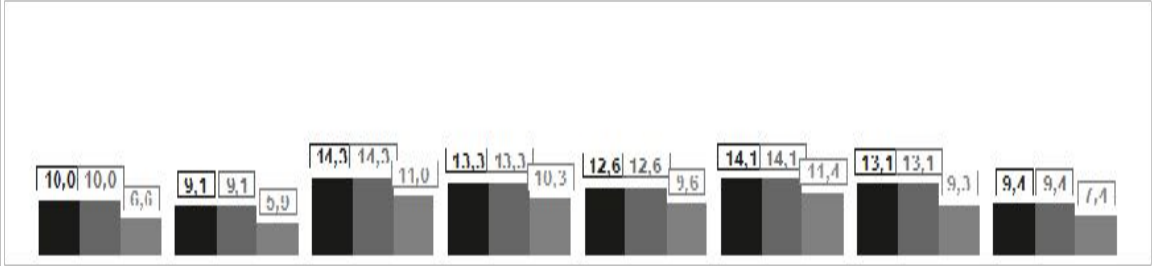
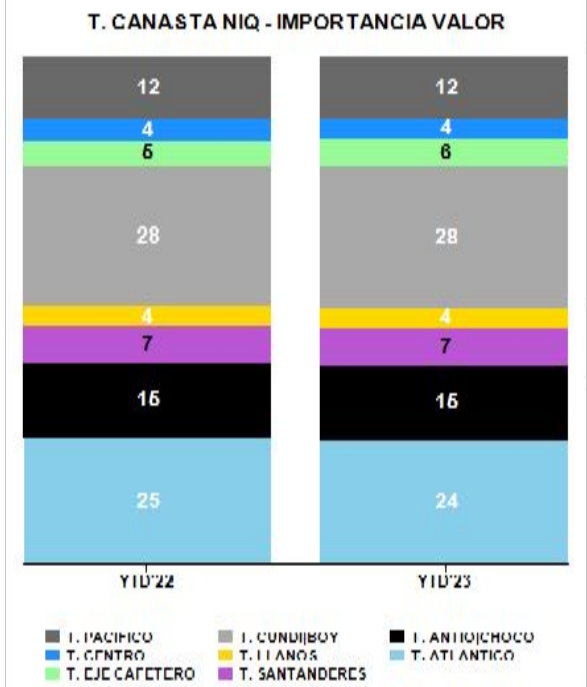
Var. (%) Volumen



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Comportamiento por área (Sin D1 ni J&B)

T. Regiones



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

Supermercados Cadena

(Incluyendo Discounters)

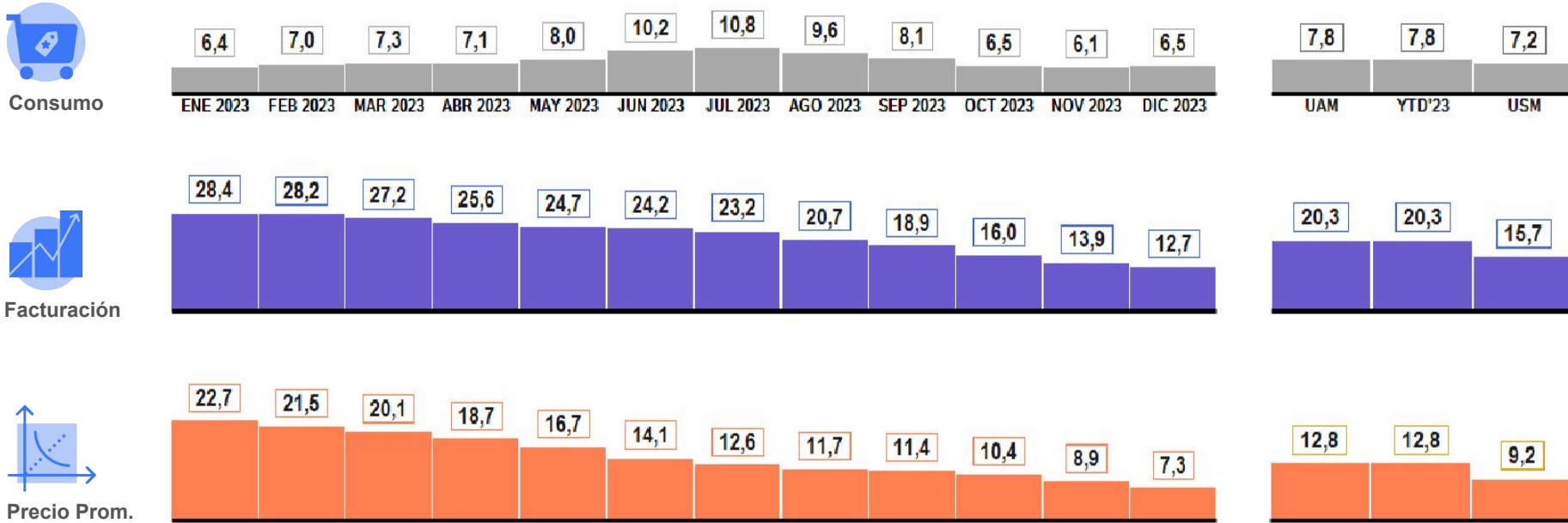
NIQ



Cadenas mantiene dinámica positiva de consumo en el largo y corto plazo, presentando una aceleración en Diciembre

El precio y la facturación continúan desacelerándose de manera tendencial

T. Super Cadenas – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

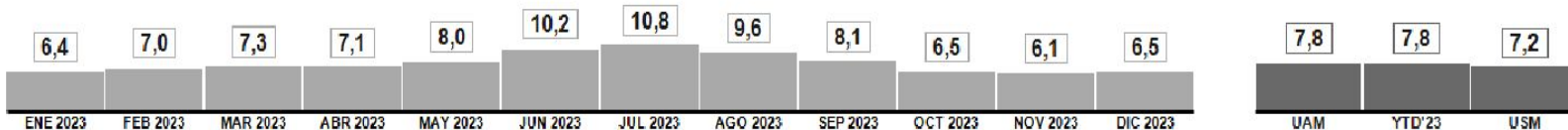
Las tres industrias continúan desarrollando el consumo en el último trimestre

Aunque Bebidas y Alimentos se desarrollan a mayor ritmo durante el último periodo

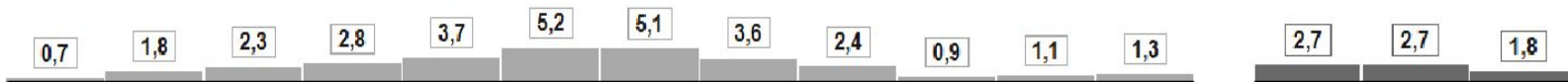
T. Super Cadena – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



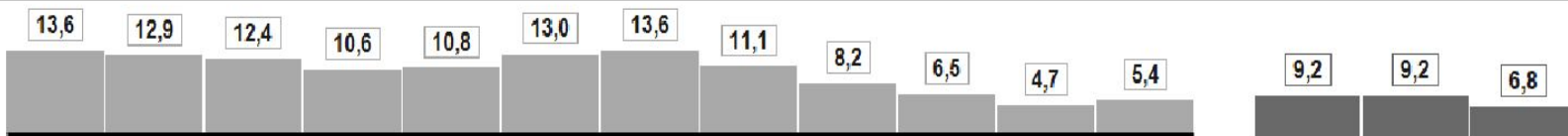
Consumo



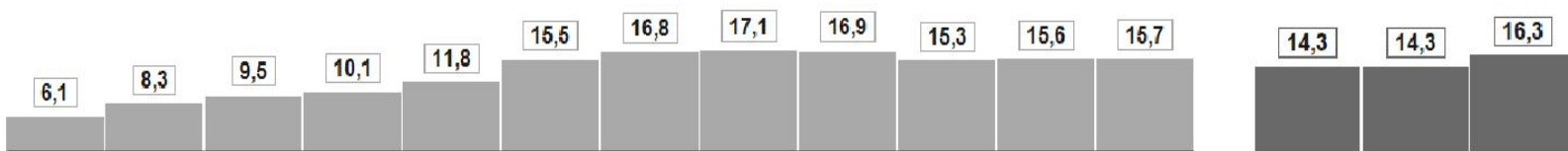
Ind. Alimentos



Ind. Bebidas



Ind. HPC

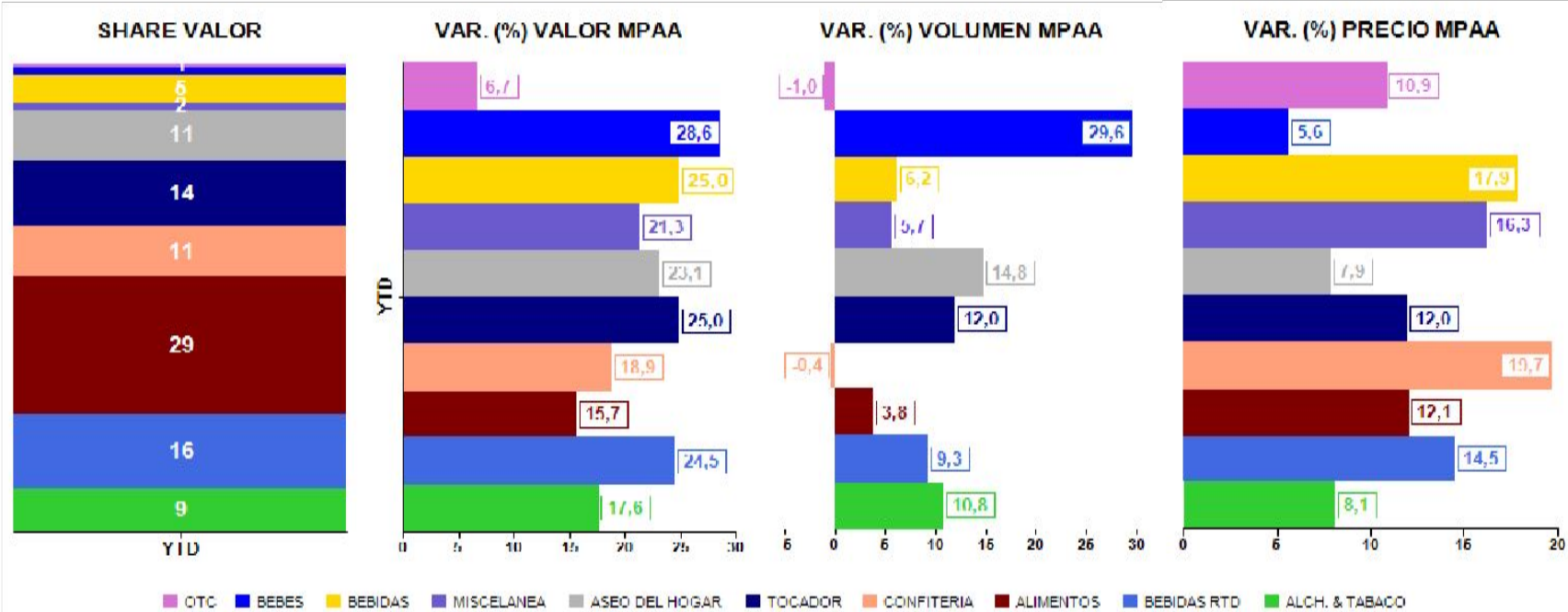


Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Cadenas se mantiene cómo el canal donde la mayoría de las canastas se dinamizan en 2023

Canasta básica prevalece como el conjunto de productos de mayor relevancia en este canal. Bebés y Aseo del Hogar se mantienen como las canastas de mayor desarrollo en consumo con los menores incrementos de precio en el canal

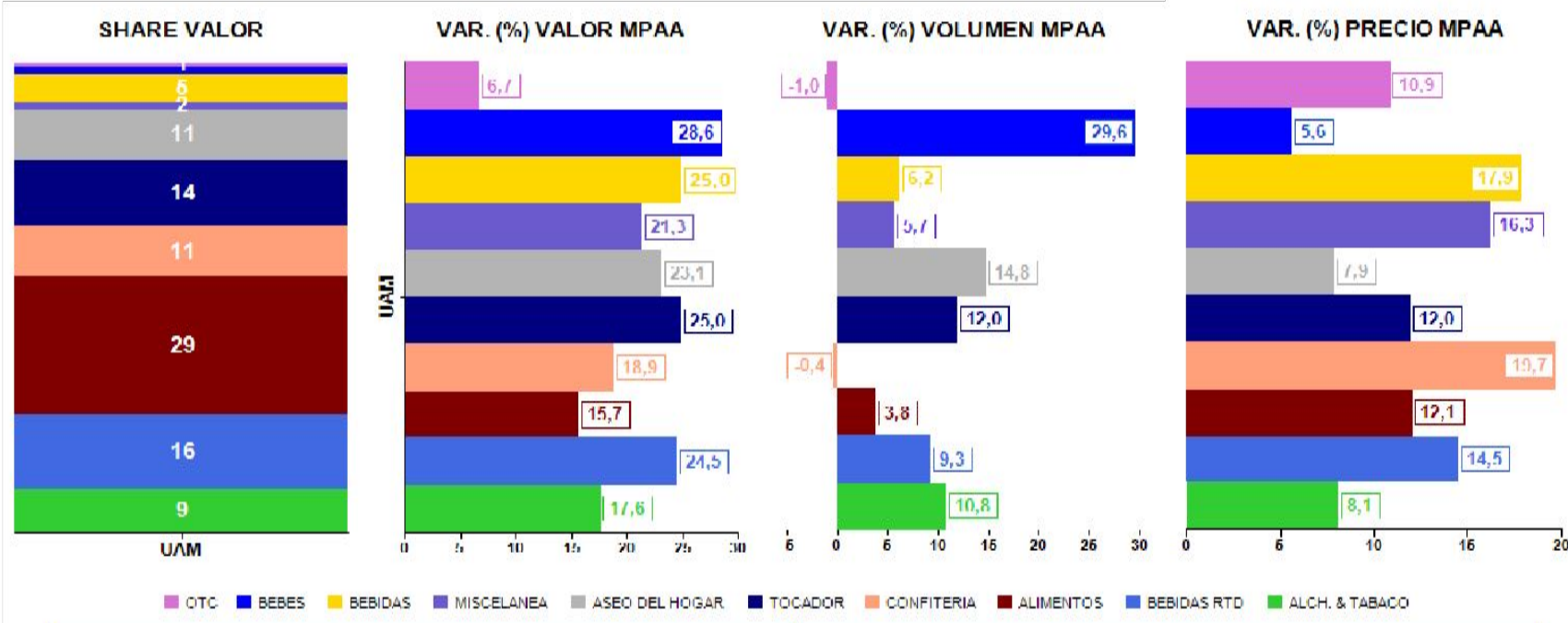
T. Super Cadena



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

Comportamiento por Subcanastas | UAM

T. Super Cadena



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

Tradicionales

NIQ

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.



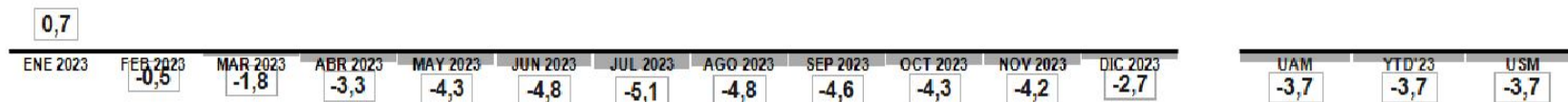
Consumo en Tiendas presentando contracción en corto y largo plazo

Los incrementos de precio continúan desacelerándose, alcanzando su punto más bajo en Diciembre, llevando a una menor contracción del consumo en ese periodo.

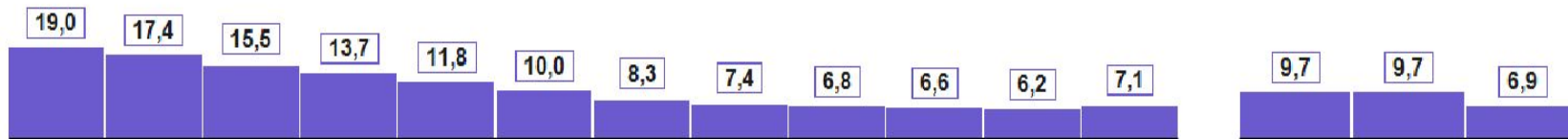
T. Tradicionales – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



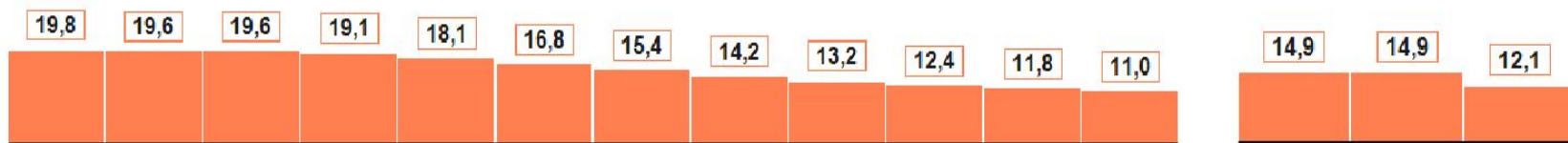
Consumo



Facturación



Precio Prom.



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

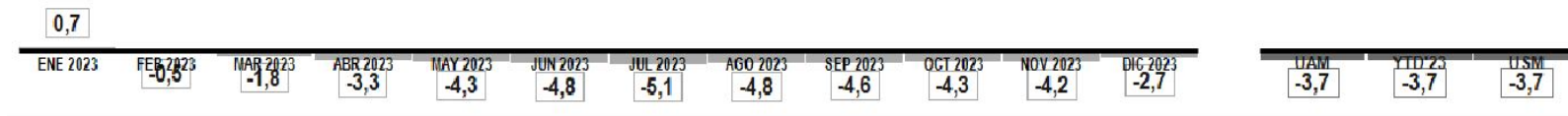
Bebidas presenta recuperación y retorna al crecimiento en Diciembre 2023

Alimentos sigue presentando la mayor contracción entre las industrias en el corto y largo plazo

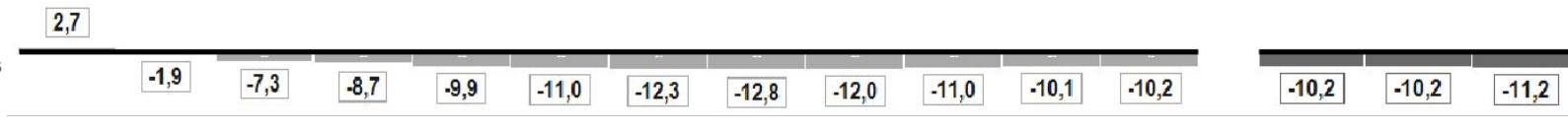
T. Tradicionales – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



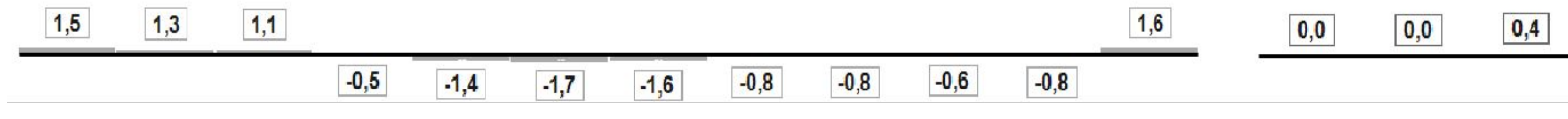
Consumo



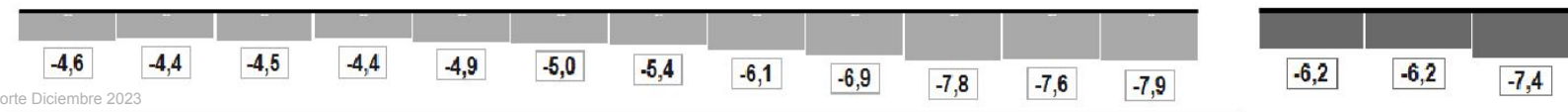
Ind. Alimentos



Ind. Bebidas



Ind. HPC

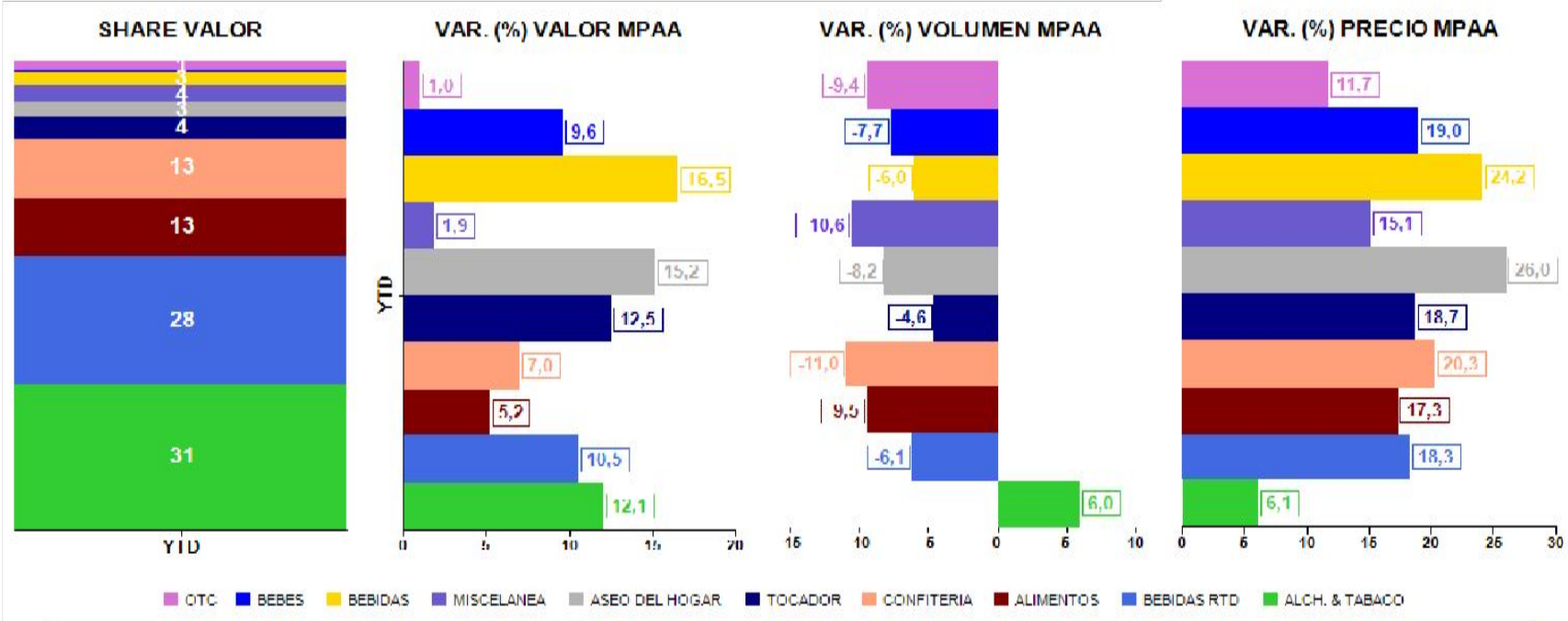


Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Dinámica de Alcohólicas y Tabaco continúa sin compensar contracción del resto del canal

En donde los incrementos de precio de la mayoría de las canastas están por encima a la inflación del país

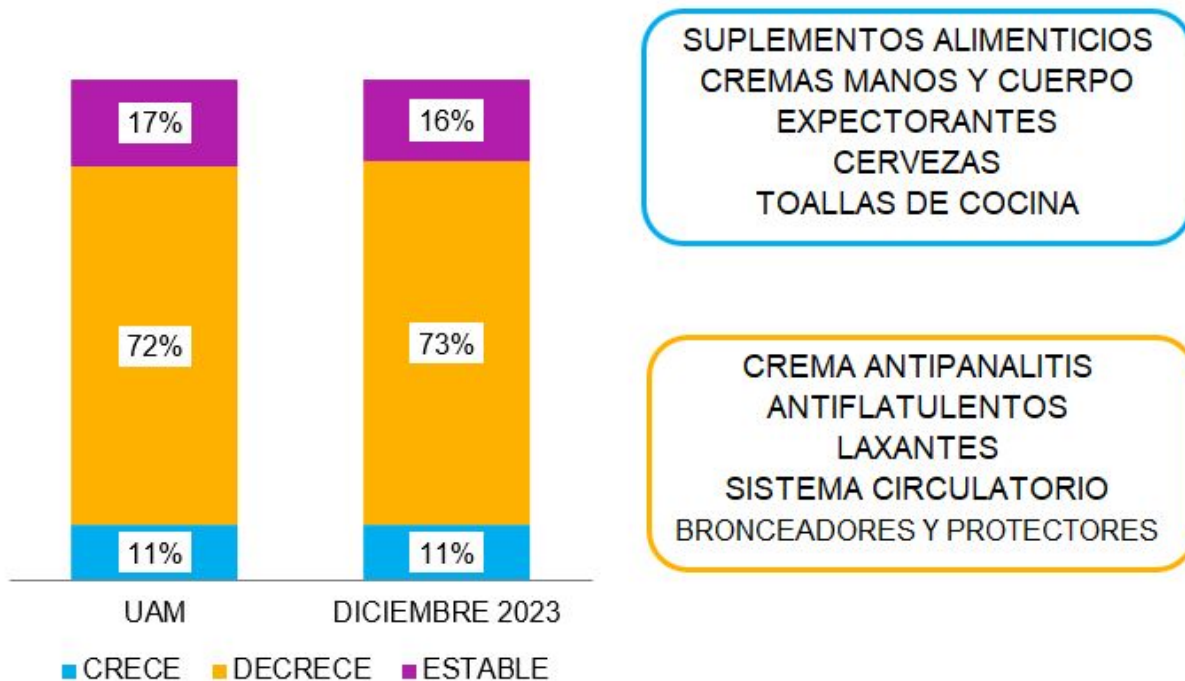
T. Tradicionales



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

Contracción en el canal tanto en el largo como en el corto plazo es explicado por el decrecimiento generalizado de las categorías, donde sólo el 11% logran crecimiento

DESEMPEÑO CATEGORÍAS



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Se mantiene contracción en el canal para confitería y bebidas, mientras Alcohólicas y tabaco mantienen terreno positivo gracias a cervezas y aguardiente

Alcohólicas y Tabaco

Cervezas	73.7%	8.9	14.1
Aguardiente	6.1%	6.8	15.1
Cigarrillos	16.2%	-2.3	8.1
Ron	2.9%	-15.6	-9.3

Confiteria

Galletas	18.3%	-8.5	8.9
Pasabocas	40.9%	-10.8	4.8
Chocolatinas	10.2%	-11.0	4.7
Dulces	13.6%	-11.5	9.6

Bebidas

Cafe Soluble	30.4%	-4.4	15.7
Cafe Molido	39.8%	-4.6	21.8
Modificadores de leche	7.1%	-6.5	9.3
Chocolate de Mesa	12.7%	-8.8	13.0

OTC

Suplementos Alimenticios	0.0%	122.3	61.2
Expectorantes	0.4%	24.9	31.5
Vitaminas	3.1%	-3.6	4.1
Antiácidos	21.0%	-7.0	4.9

Bebidas RTD

Aguas	10.3%	7.6	17.9
Bebidas Isotonicas	2.5%	5.0	17.2
Leche saborizada	1.3%	2.1	14.2
Bebidas Energizantes	3.1%	-1.3	17.4

Tocador

Cremas Manos y Cuerpo	0.1%	95.8	55.0
Cremas Faciales	0.9%	2.8	4.5
Talcos	0.7%	2.2	10.5
Proteccion sanitaria	13.3%	-0.8	5.4

Bebes

Panitos Humedos	14.7%	2.1	14.1
Panales desechables	76.0%	-9.0	9.8
Compotas	8.0%	-12.7	2.4

Alimentos

Condimentos	2.9%	6.3	16.8
Cereales Procesados	1.1%	4.6	11.6
Cereales Listos	1.9%	-0.4	6.3
Pastas	5.2%	-0.5	13.8

Aseo del hogar

Toallas de Cocina	0.8%	8.4	24.9
Detergente Loza	7.7%	-1.1	14.1
Desmanchadores	3.7%	-3.7	13.4
Blanqueadores Liquidos	12.9%	-7.1	7.7

Miscelánea

Alimento Para Gatos	14.4%	1.3	20.3
Alimento Para Perros	18.4%	-2.0	18.7
Pilas	5.7%	-5.6	11.9

UAM VS PAM

Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

IMPORTANCIA VAL	CRECIMIENTO UAM VOL	CRECIMIENTO UAM VAL
-----------------	---------------------	---------------------

Top items | Alimentos + Bebidas

Los 10 ítems más vendidos en la tienda en Colombia cierran el año en un punto de precio por debajo a los \$6.000, siendo Cervezas y Gaseosas las categorías que lideran en la tienda. Para el cierre del año, Costeña Bacana de 320ml entra en el top 20 del canal

Ranking	Descripción del item	Precio de Desembolso	Distribución Numérica
1	AGUILA CTE RETORNABLE BOTELLA 330CC X1	\$ 2.600	43
2	POKER CTE RETORNABLE BOTELLA 330CC X1	\$ 2.514	40
3	POKER CTE RETORNABLE BOTELLA 1000CC X1	\$ 5.637	23
4	AGUILA LIGHT RETORNABLE BOTELLA 330CC X1	\$ 2.689	39
5	COCA COLA ORIGINAL MINI FAMILIAR NO RETORNABLE 1.5LT	\$ 5.903	74
6	COCA COLA ORIGINAL MINI FAMILIAR RETORNABLE 2LT	\$ 5.138	43
7	AGUILA CTE RETORNABLE 1000CC X1	\$ 5.642	19
8	CORONITA EXTRA NO RETORNABLE 210CC X1	\$ 3.448	36
9	POKER CTE NO RETORNABLE 330CC X1	\$ 3.159	36
10	COCA COLA ORIGINAL MINI FAMILIAR RETORNABLE 1LT	\$ 3.517	39
11	AGUILA LIGHT RETORNABLE 1000CC X1	\$ 5.585	18
12	POKER CTE RETORNABLE 750CC X1	\$ 4.650	17
13	BON YURT CON ADICION REGULAR VASO 150-199CC	\$ 3.923	45
14	CLUB COLOMBIA PREMIUM/EXTRA FINA RETORNABLE 330 CC X1	\$ 3.224	25
15	ROTHMANS AZUL X10	\$ 5.016	33
16	AGUILA CTE NO RETORNABLE 330CC X1	\$ 3.251	33
17	SALCHICHAS RANCHERA PREMIUM CERDO+RES 101 A 210GRS	\$ 9.675	59
18	PONY MALTA CTE NO RETORNABLE 501-1000CC X1	\$ 3.821	73
19	COCA COLA ORIGINAL MAXI PERSONAL NO RETORNABLE 400ML	\$ 2.759	77
20	COSTEÑA BACANA RETORNABLE BOTELLA 320CC	\$ 2.282	16

Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Top items | Alimentos + Bebidas Sin Bebidas Alcohólicas

Al quitar Bebidas Alcohólicas y Tabaco, el ranqueo se mantiene sin mayores alteraciones vs el tercer trimestre de 2024

Ranking	Descripción del item	Precio de Desembolso	Distrbución Numérica
1	COCA COLA ORIGINAL MINI FAMILIAR NO RETORNABLE 1.5LT	\$ 5.903	76
2	COCA COLA ORIGINAL MINI FAMILIAR RETORNABLE 2LT	\$ 5.138	42
3	COCA COLA ORIGINAL MINI FAMILIAR RETORNABLE 1LT	\$ 3.517	38
4	BON YURT CON ADICION REGULAR VASO 150-199CC	\$ 3.923	46
5	SALCHICHAS RANCHERA PREMIUM CERDO+RES 101 A 210GRS	\$ 9.675	72
6	PONY MALTA CTE NO RETORNABLE 501-1000CC X1	\$ 3.821	60
7	COCA COLA ORIGINAL MAXI PERSONAL NO RETORNABLE 400ML	\$ 2.759	6
8	LECHE LARGA VIDA OTRAS MARCAS ENTERA CTE 901 - 1000CC	\$ 4.101	77
9	REFRESCOS HIT CTE PERSONAL PET 500ML	\$ 2.622	70
10	GATORADE CTE REGULAR/CTE FRUTAS TROPICALES 500ML	\$ 3.636	76
11	PAPEL HIGIENICO FAMILIA TRIPLE ACOLCHONADO 29-30MTS X1	\$ 2.371	50
12	COCA COLA ORIGINAL MAXI FAMILIAR NO RETORNABLE 3LT	\$ 9.576	59
13	COLCAFE SELLO ROJO REGULAR 21 - 50GRS	\$ 1.872	69
14	PONY MALTA CTE NO RETORNABLE PET 0 - 250 ML X 1	\$ 1.784	78
15	CHOCORRAMOTAJADA X1 65GRS	\$ 2.153	42
16	COCA COLA ORIGINAL MINI PERSONAL RETORNABLE 237ML	\$ 1.438	41
17	PEPSI ORIGINAL MAXI FAMILIAR NO RETORNABLE 2.5LT	\$ 5.622	67
18	PONY MALTA CTE TODOS NO RETORNABLE PET 251 - 500 ML X 1	\$ 3.666	57
19	COLCAFE POLVO CLASICO SOBRE 0 - 20 GRS	\$ 2.700	62
20	COLGATE TRIPLE ACCION REGULAR 60 A 65 CC X1	\$ 2.973	39

Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Top items | No Alimentos

Si bien el top de ítems sin las industrias de Alimentos y Bebidas , se mantienen estables las posiciones iniciales, pero sobresale el ingreso al top 20 de 2 ítems de la categoría de Alimento para Gatos

Ranking	Descripción del ítem	Precio de Desembolso	Distribución Numérica
1	PAPEL HIGIENICO FAMILIA TRIPLE ACOLCHONADO 29-30MTS X1	\$ 2.371	84
2	COLGATE TRIPLE ACCION REGULAR 60 A 65 CC X1	\$ 2.973	84
3	WINNY ULTRATRIM SEC ETAPA 4 X1	\$ 1.480	49
4	3 HOJAS P&G PRESTOBARBA 3 BASE 1	\$ 4.440	59
5	UNILEVER 3D BICARBONATO + ALOE VERA 400 A 600 GRS BOLSA	\$ 5.257	37
6	WINNY ULTRATRIM SEC ETAPA 5 XXL X1	\$ 1.609	38
7	FAB CTE 400 A 600 GRS BOLSA	\$ 5.344	45
8	P&G ARIEL TRIPLE PODER400 A 600 GRS BOLSA	\$ 5.971	51
9	COLGATE TRIPLE ACCION REGULAR 0 A 23 CC X1	\$ 1.885	78
10	DONKAT SECOS CUIDADO TOTAL BOLSA	\$ 6.086	29
11	WINNY ULTRATRIM SEC ETAPA 3 L X1	\$ 1.308	44
12	PAPEL HIGIENICO CMPC ELITE TRIPLE DUO ROLLAZO 31-35 MTS X1	\$ 2.311	17
13	PAPEL HIGIENICO FAMILIA DOBLE FAMILIAR 27-28 MTS X1	\$ 1.386	38
14	DERSA BICARBONATO+MANZANA 400 A 600 GRS BOLSA	\$ 5.209	31
15	COLGATE CEPILLO PREMIER CLEAN X1	\$ 2.458	65
16	UNILEVER 3D BICARBONATO + ALOE VERA 101 A 135 GRS BOLSA	\$ 1.623	40
17	MIRRINGO SECOS ORIGINAL BOLSA	\$ 5.766	22
18	DERSA BICARBONATO+MANZANA 101 A 135 GRS BOLSA	\$ 1.566	27
19	2HOJAS P&G PRESTOBARBA ULTRAGRIP 2 FIXED 1	\$ 2.994	56
20	PAPEL HIGIENICO FAMILIA CUADRUPLE EXPERT 25-26 MTS X1	\$ 2.624	37

Superretes

NIQ

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.



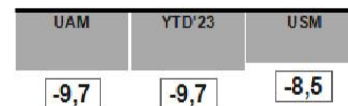
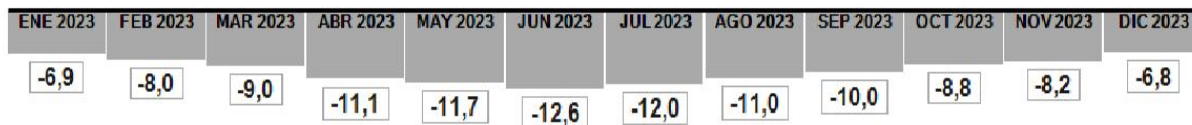
Consumo continúa en terreno negativo en el corto y largo plazo, sin embargo, se desacelera la contracción en el último trimestre

Facturación crece a mayor ritmo en DIC 23' mientras el precio promedio se contrae

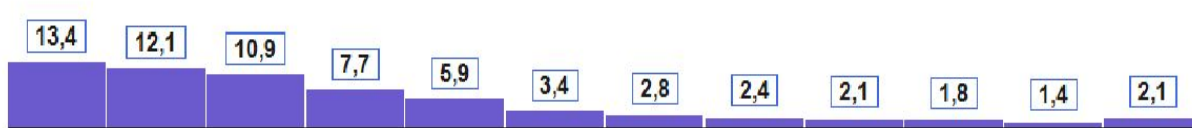
T. Superetes – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



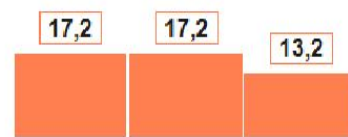
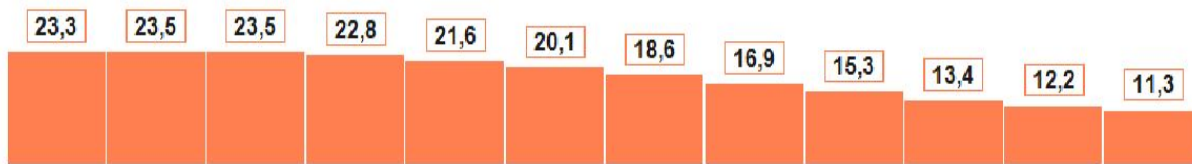
Consumo



Facturación



Precio Prom.



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

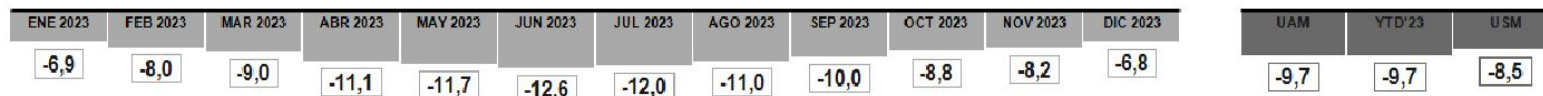
Las tres industrias continúan presentando contracción en el canal

Siendo Alimentos y HPC las que más contribuyen a la dinámica tanto en el corto como en el largo plazo.

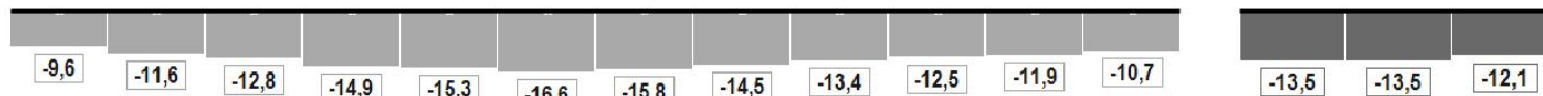
T. Superetes – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



Consumo



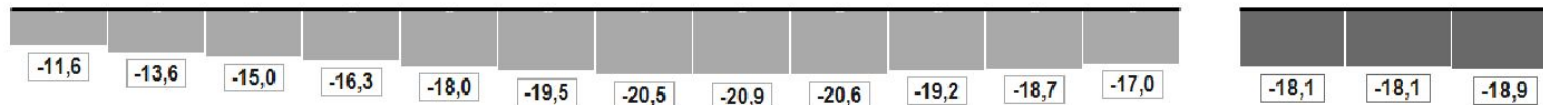
Ind. Alimentos



Ind. Bebidas



Ind. HPC

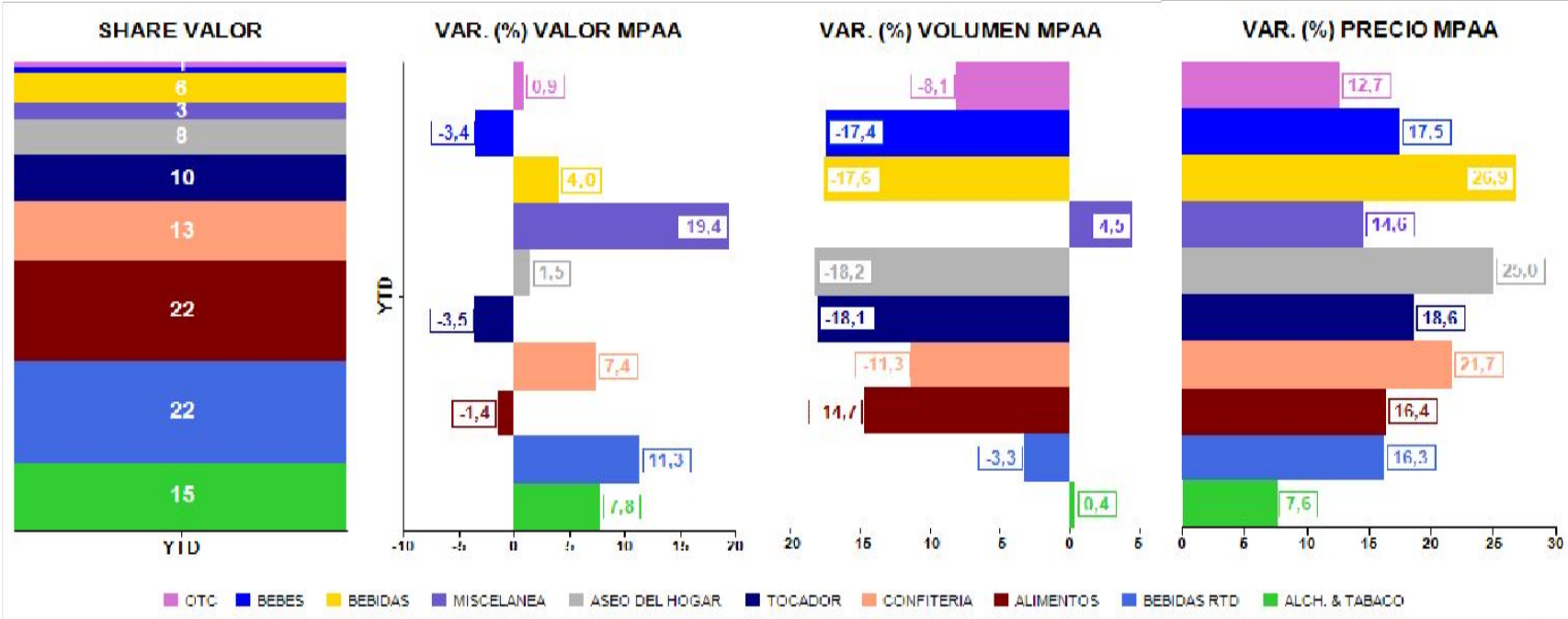


Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Incrementos de precios por encima al promedio nacional en Superetes, jalona la contracción

Alcohólicas y Tabaco la única que los incrementa en menor medida, manteniendo consumo con estabilidad frente al año anterior. Sin embargo, esto sin compensar la pérdida del resto a excepción de miscelánea que también se desarrolla

T. Superetes



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

Droguerías

NIQ

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.



Droguerías continúa contrayéndose en volumen, aunque a menor ritmo en el último trimestre

El precio promedio alcanza su punto más bajo de la tendencia en Diciembre 23'.

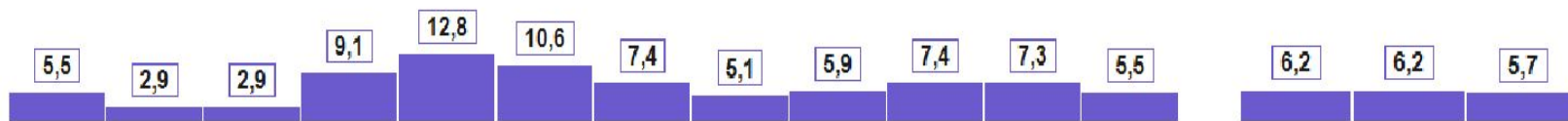
T. Droguerías – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



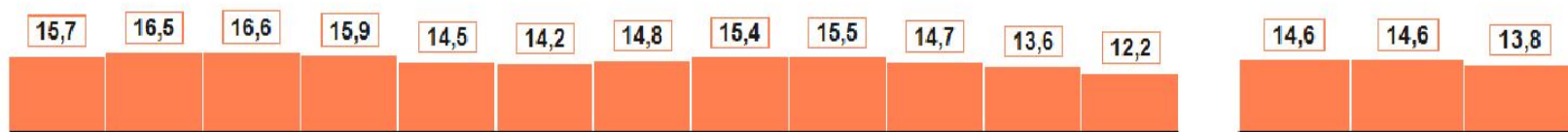
Consumo



Facturación



Precio Prom.



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

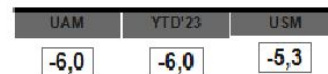
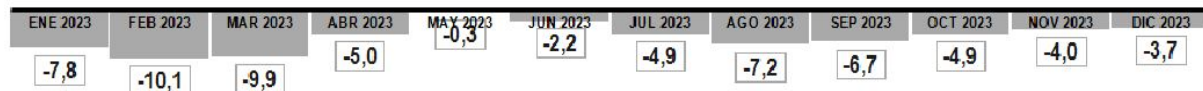
HPC mantiene dinámica positiva mientras OTC y Bebidas se contraen a ritmo más acelerado

Aunque Bebidas disminuye su contracción en el último trimestre

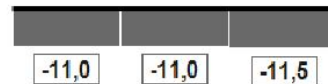
T. Droguerías – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



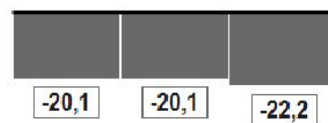
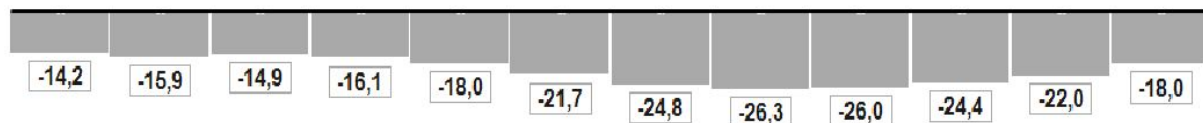
Consumo



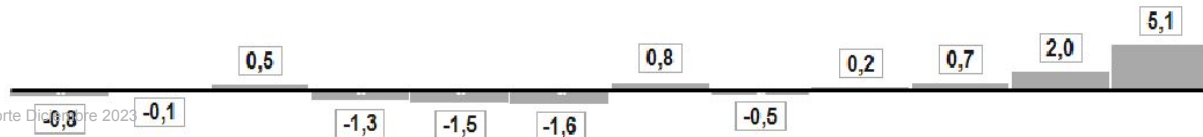
OTC



Ind. Bebidas



Ind. HPC

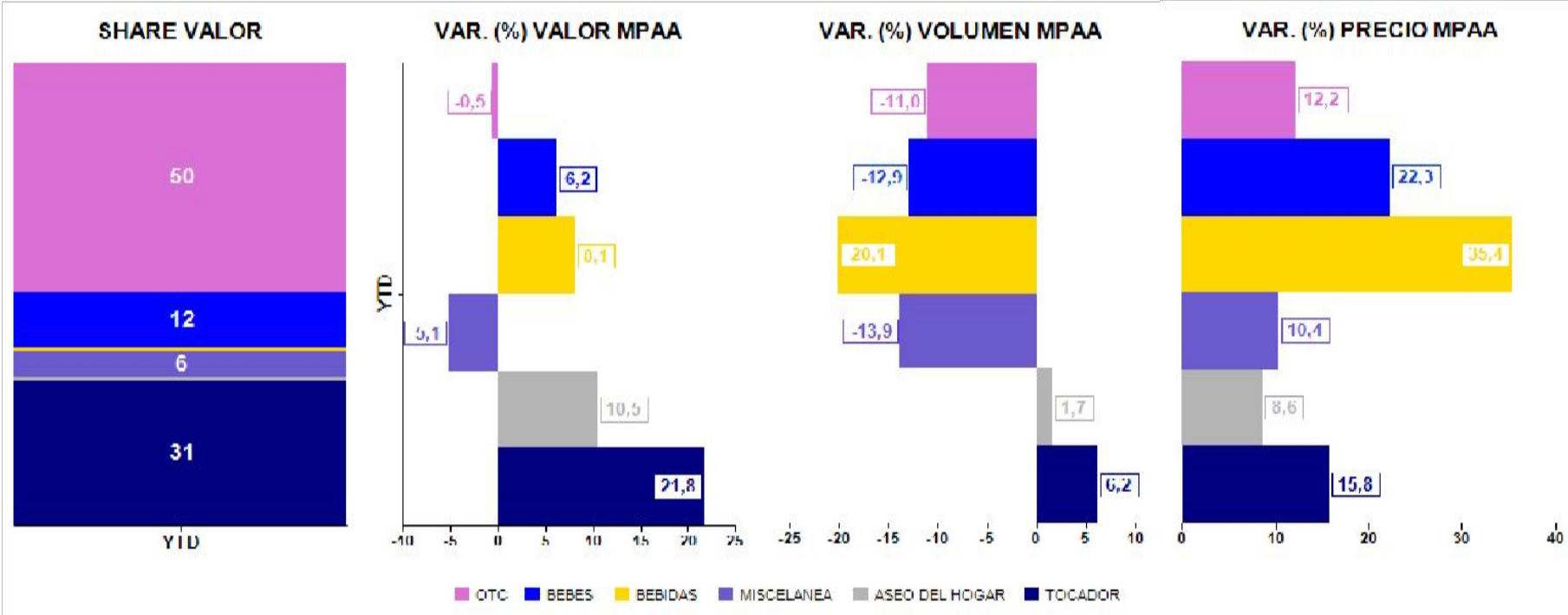


Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Tocador y Aseo del Hogar, canastas que logran desarrollar su consumo frente al año anterior

Mientras que las canastas bebidas y Miscelaneas continúan jalonando la dinámica negativa de este canal

T. Droguerías



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

Consumo Local

NIQ

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.



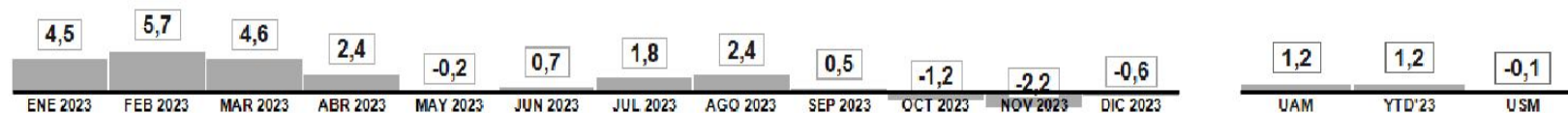
El Consumo mantiene dinámica negativa, aunque se desacelera en Diciembre '23

Debido a que la facturación se dinamiza y el incremento de precios viene disminuyendo

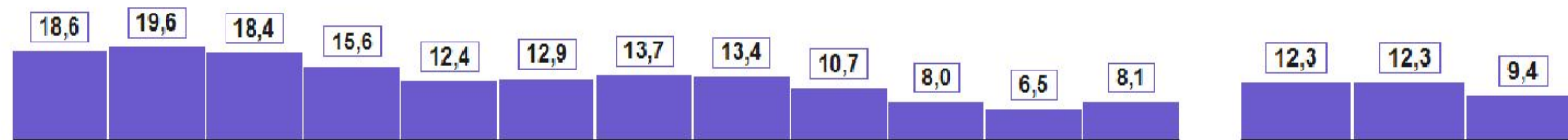
T. Consumo Local – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



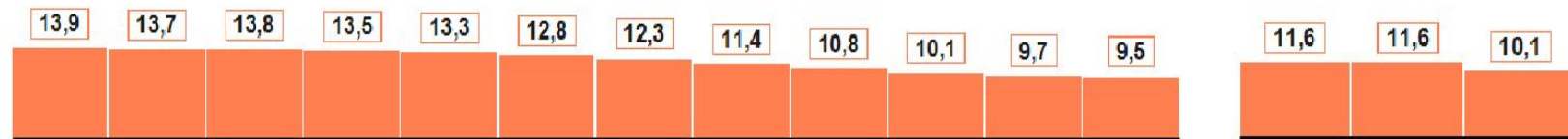
Consumo



Facturación



Precio Prom.

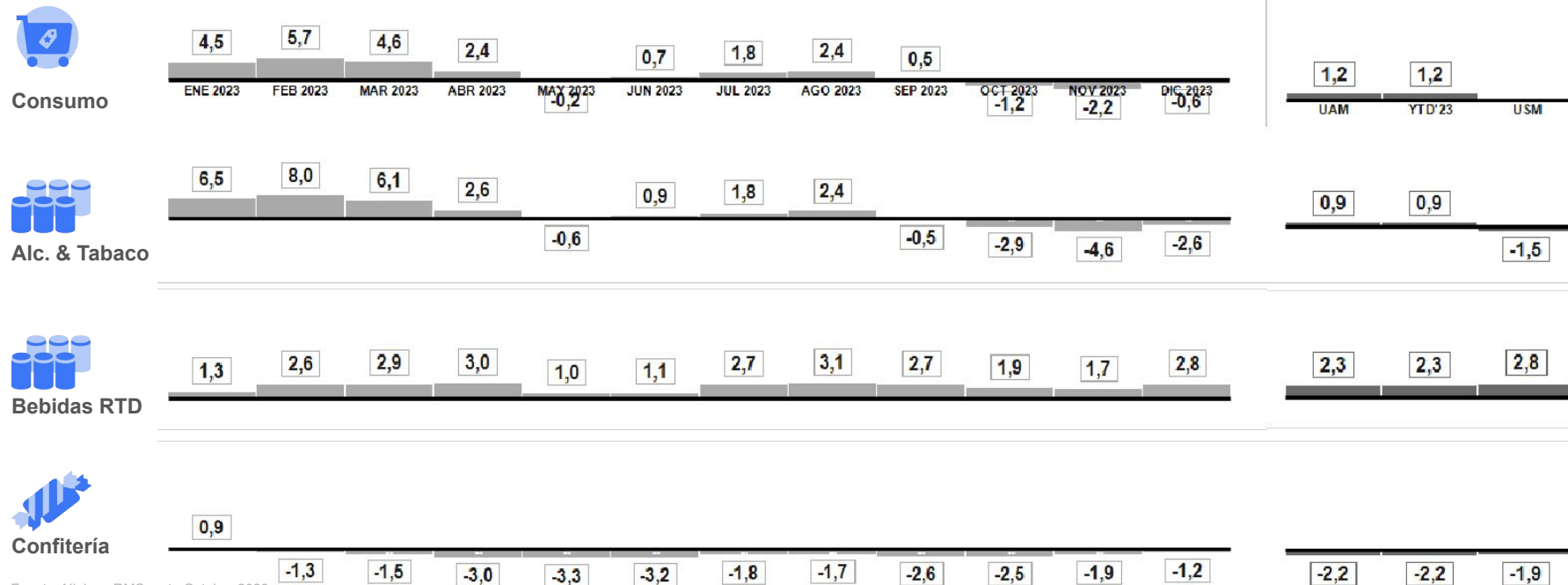


Fuente: Nielsen RMS corte Octubre 2023

Alcohólicas & Tabaco se mantiene en terreno negativo en el Corto Plazo

Por otro lado, Bebidas RTD presenta una dinámica positiva. Mientras, confitería continúa en terreno negativo en el canal.

T. Consumo Local – Var. (%) Trimestral a cada corte vs MPAA

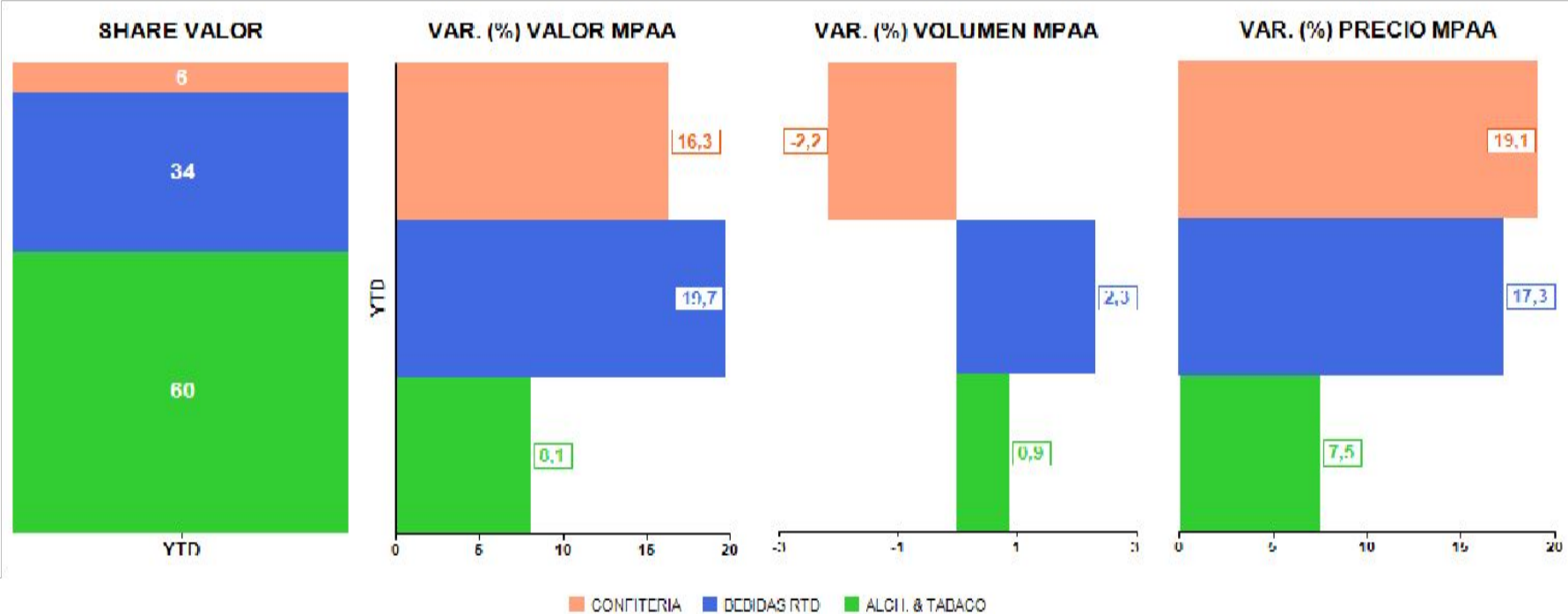


Fuente: Nielsen RMS corte Octubre 2023

Industria de Bebidas continúa impulsando dinámica de Consumo Local

Mientras que Confitería no logra frenar su contracción en el canal debido a los fuertes incrementos de precio

T. Consumo Local



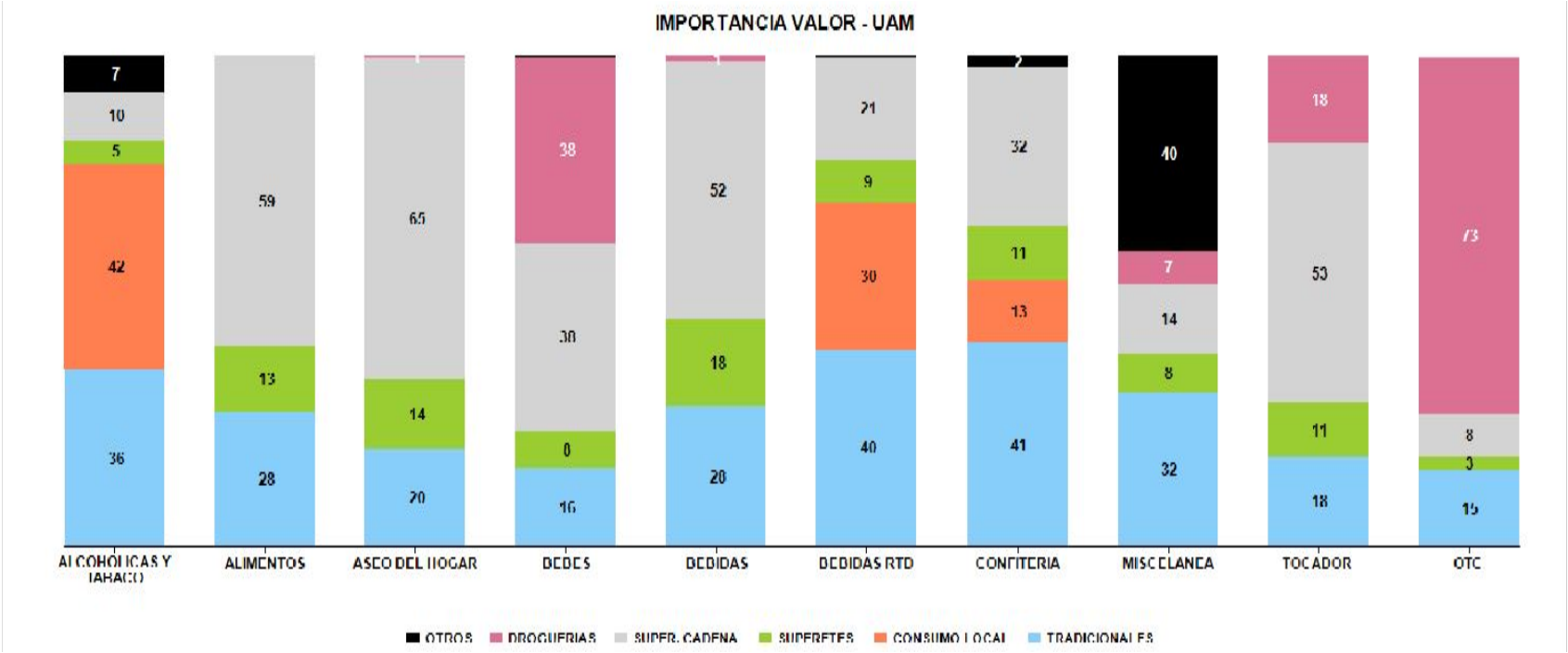
Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

Industrias

Estructura por Canales | Subcanastas

UAM

Estructura en Valor | Canales por Subcanasta

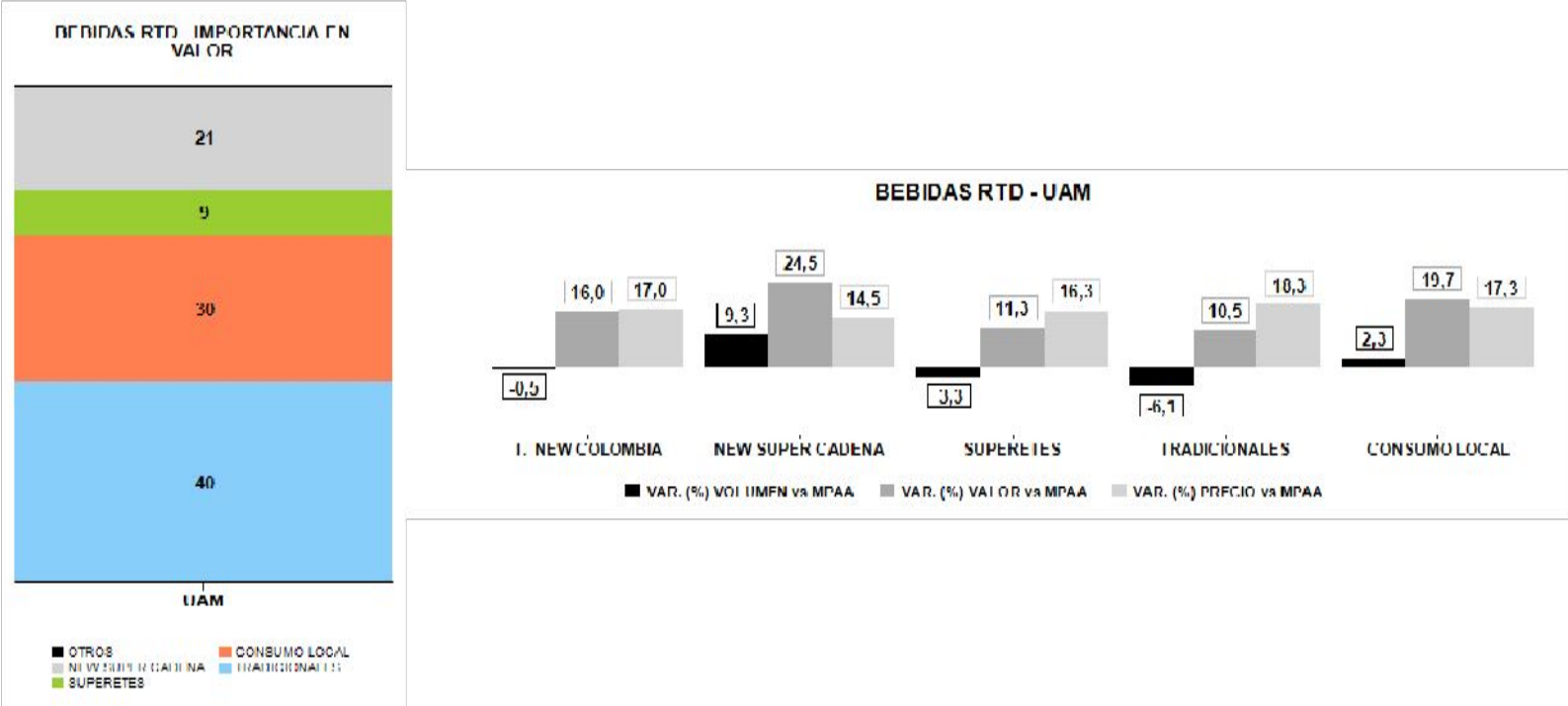


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

Bebidas RTD

UAM

Estructura | Dinámica de Canales

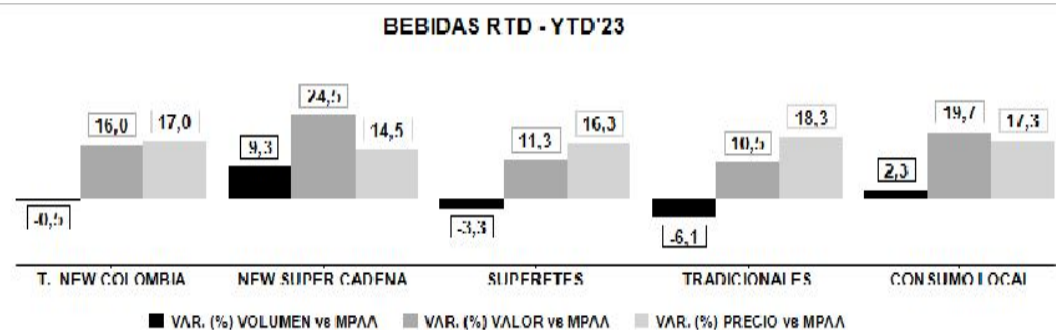
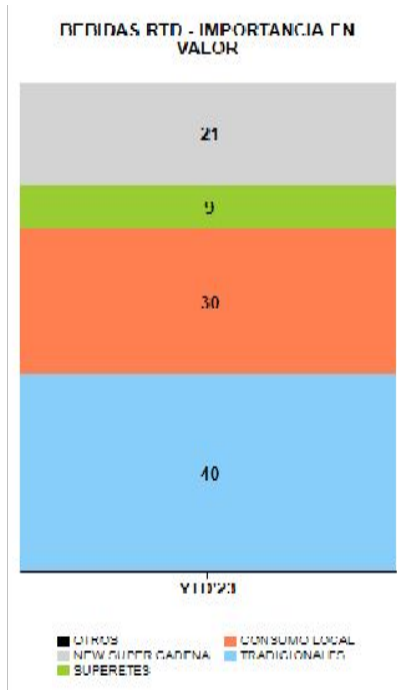


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

Bebidas RTD

Tradicional es jalona la contracción en consumo con el mayor crecimiento en los precios, por su parte, Cadenas con los menores incrementales en precio impulsando consumo y valor a mayor ritmo. Además, Consumo local con comportamiento positivo.

Estructura | Dinámica de Canales

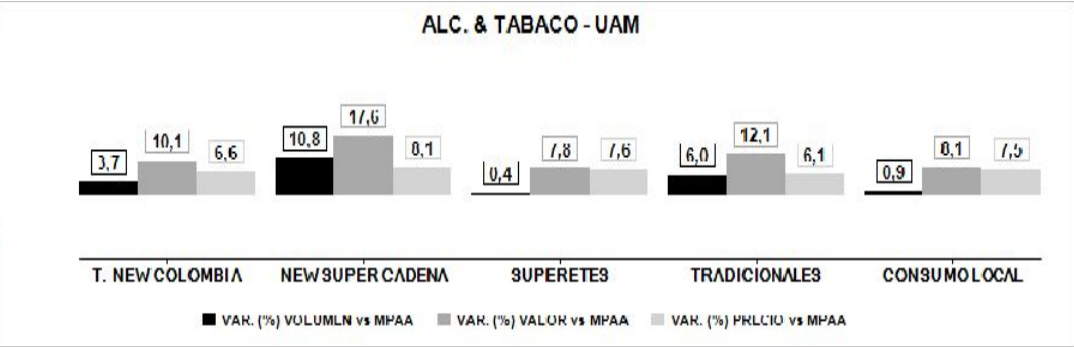
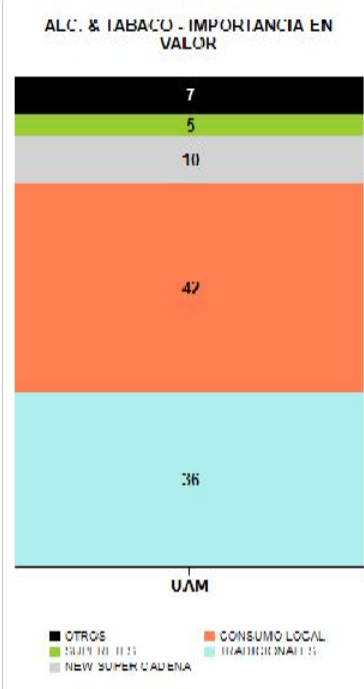


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

Alcohólicas & Tabaco

UAM

Estructura | Dinámica de Canales

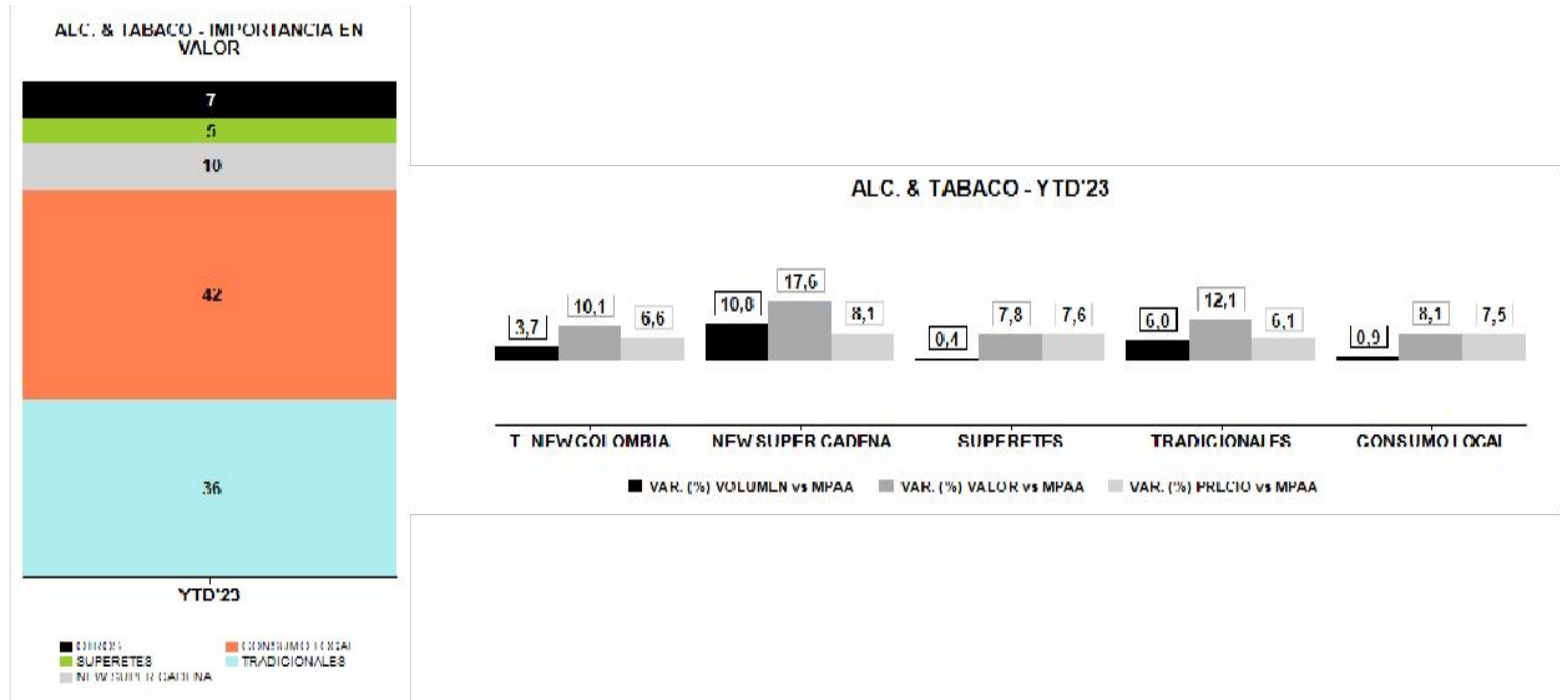


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

Alcohólicas & Tabaco

Consumo local con comportamiento estable, creciendo en consumo levemente vs Dic'22. Por su parte, Tradicionales, continúa como el canal que presenta menores incrementales en el precio. Cadenas con el mejor comportamiento de la canasta.

Estructura | Dinámica de Canales

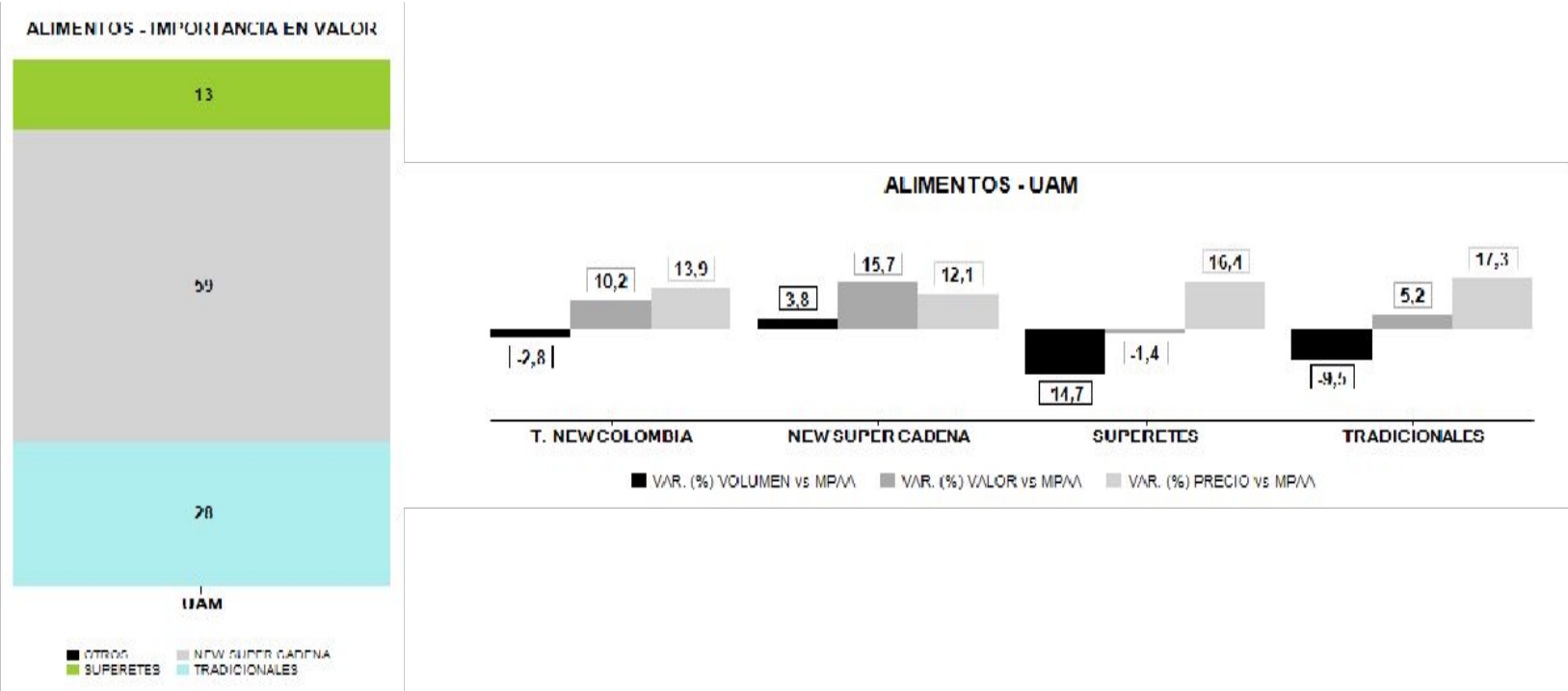


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

Alimentos

UAM

Estructura | Dinámica de Canales

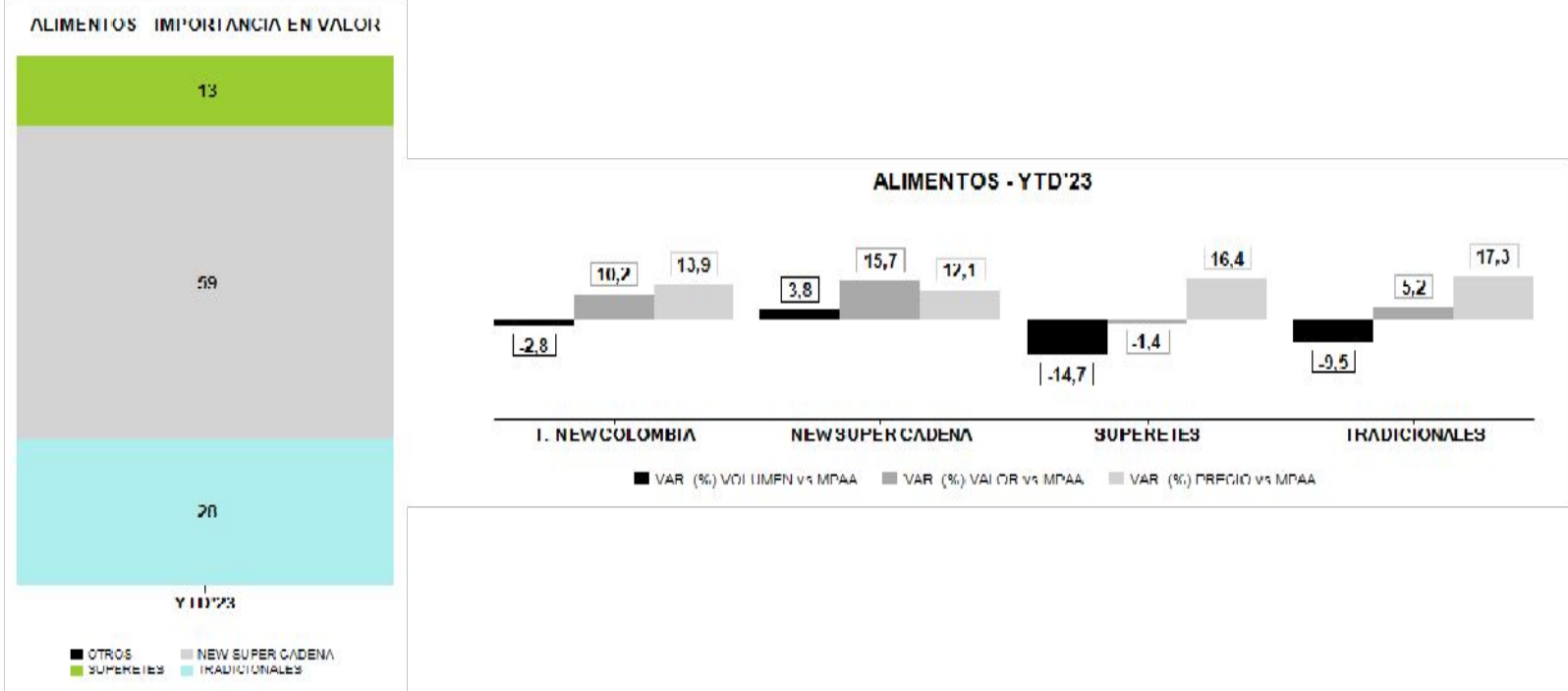


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

Alimentos

Alimentos presentando afectación en consumo, jalonado por Superetes, seguido por Tradicionales. Sin embargo, Cadenas presenta un comportamiento positivo en consumo y con incrementos en precios por debajo de la canasta, mas no logra compensar la contracción de la canasta.

Estructura | Dinámica de Canales

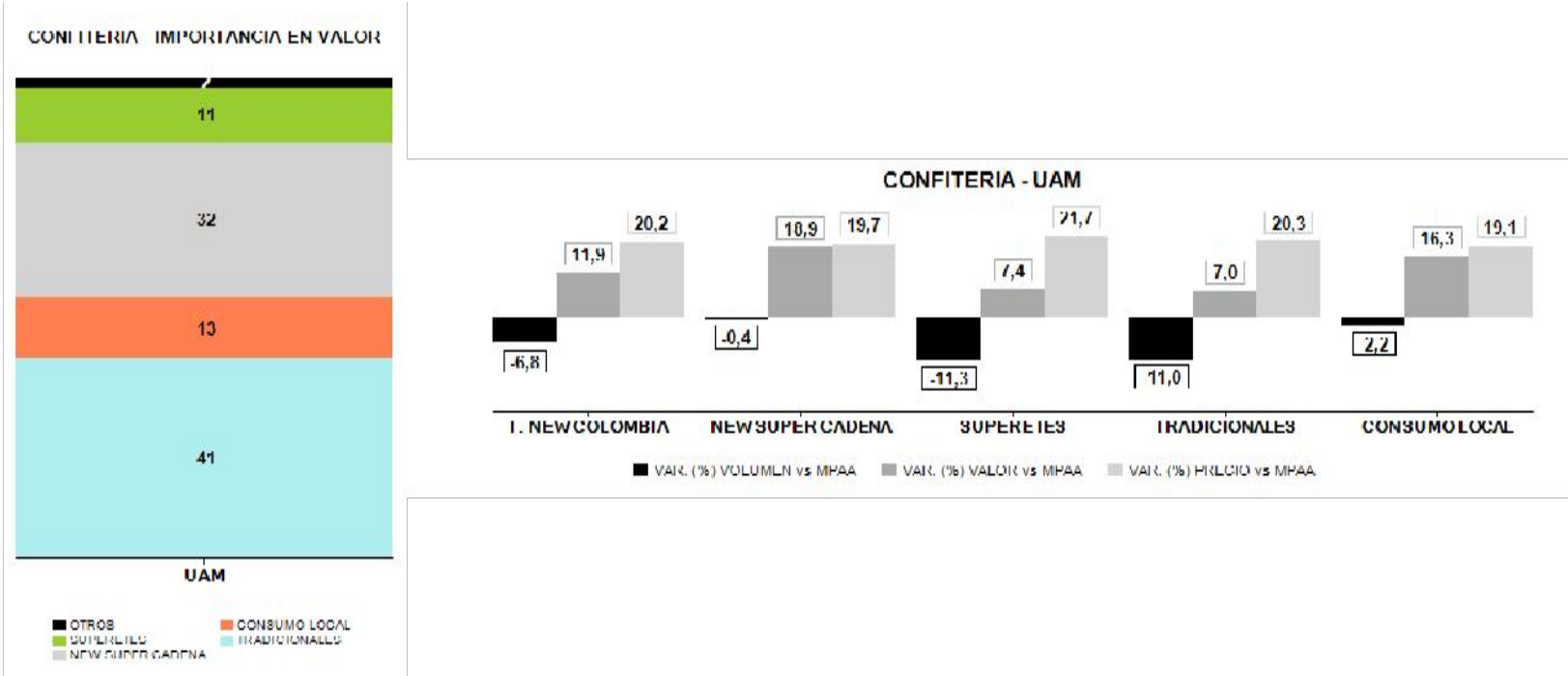


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

Confitería

UAM

Estructura | Dinámica de Canales

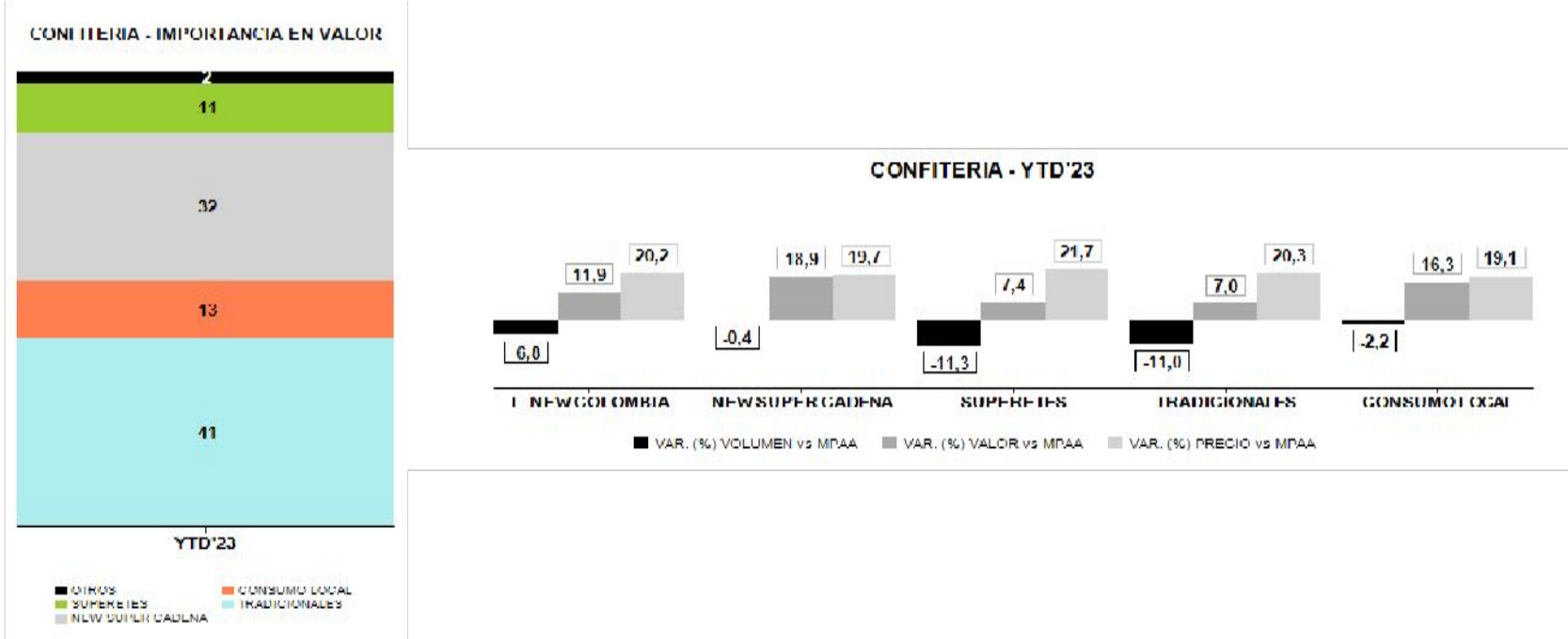


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

Confitería

Presenta una contracción generalizada en el consumo, siendo Tradicionales y Superetes quienes jalonan la contracción en consumo, y los de mayores incrementales en el precio. Por otro lado, En Cadenas se contrae en consumo levemente vs Dic'22.

Estructura | Dinámica de Canales

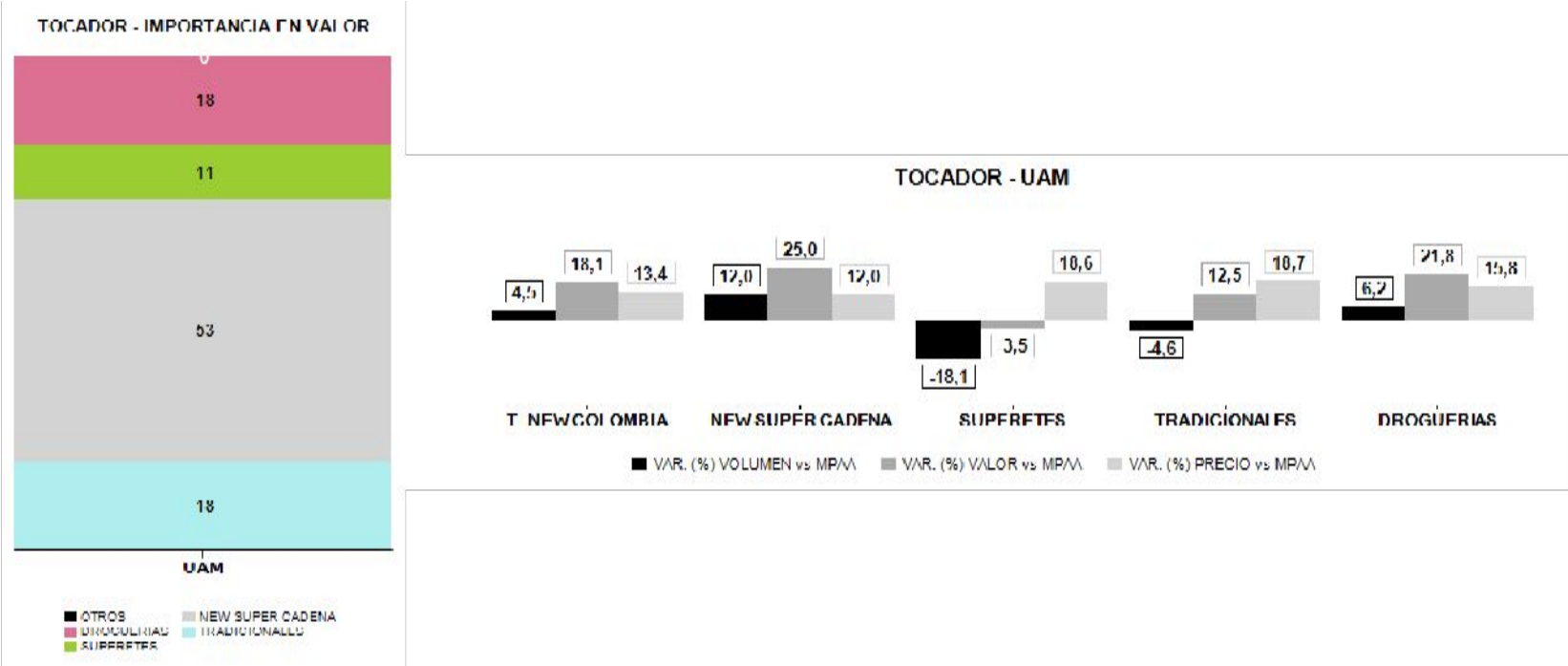


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

Tocador

UAM

Estructura | Dinámica de Canales

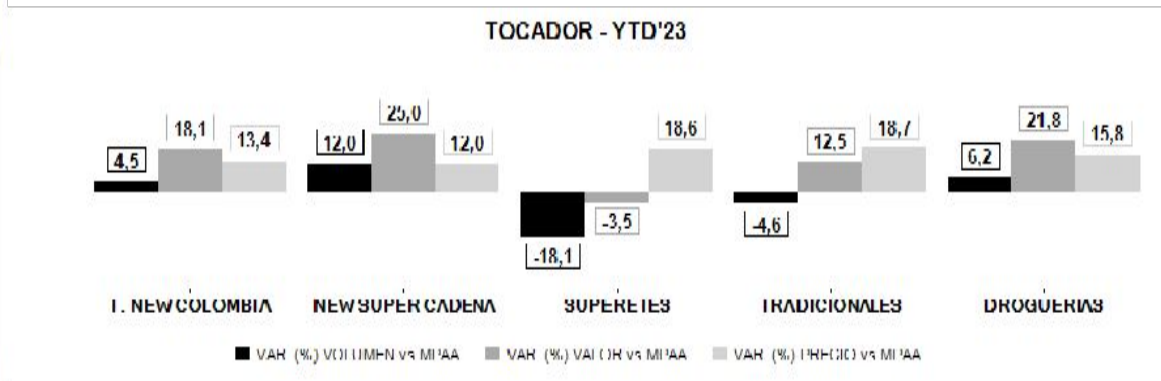
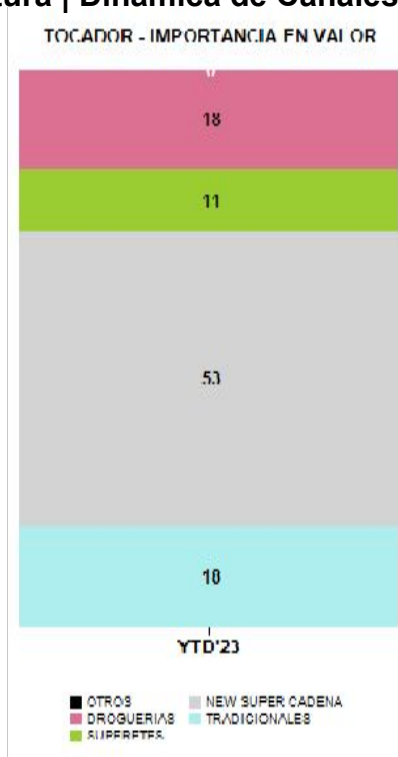


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

Tocador

Tiendas y Superetes, presentan los mayores incrementos en precio, y quienes se contraen en consumo a su vez, no obstante, Cadenas y droguerías compensan con sus crecimientos en consumo

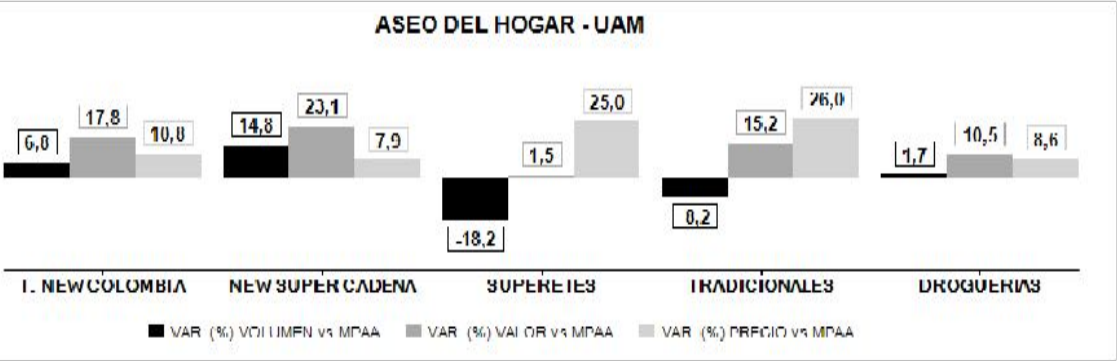
Estructura | Dinámica de Canales



Aseo del Hogar

UAM

Estructura | Dinámica de Canales

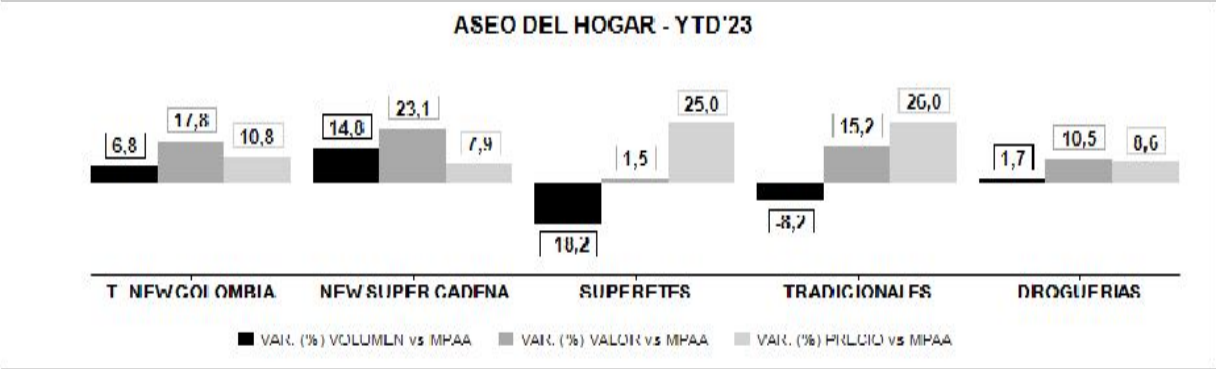
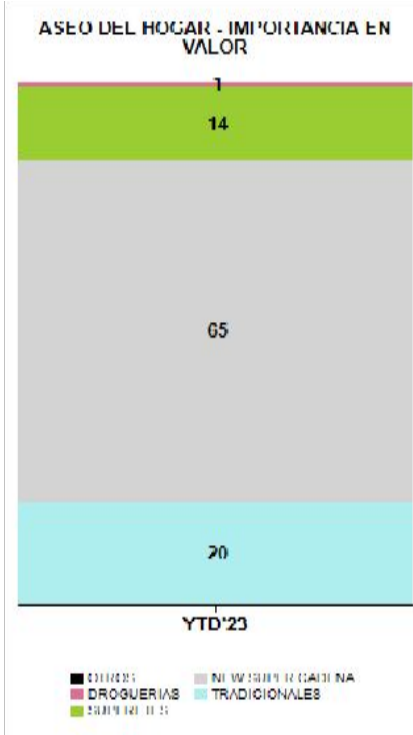


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

Aseo del Hogar

Superetes y Tradicionales, con fuertes incrementales en el precio, contrayéndose en consumo. Sin embargo, Cadenas presenta una buena dinámica en consumo, logrando compensar la caída a total país, además, con precios por debajo de la canasta.

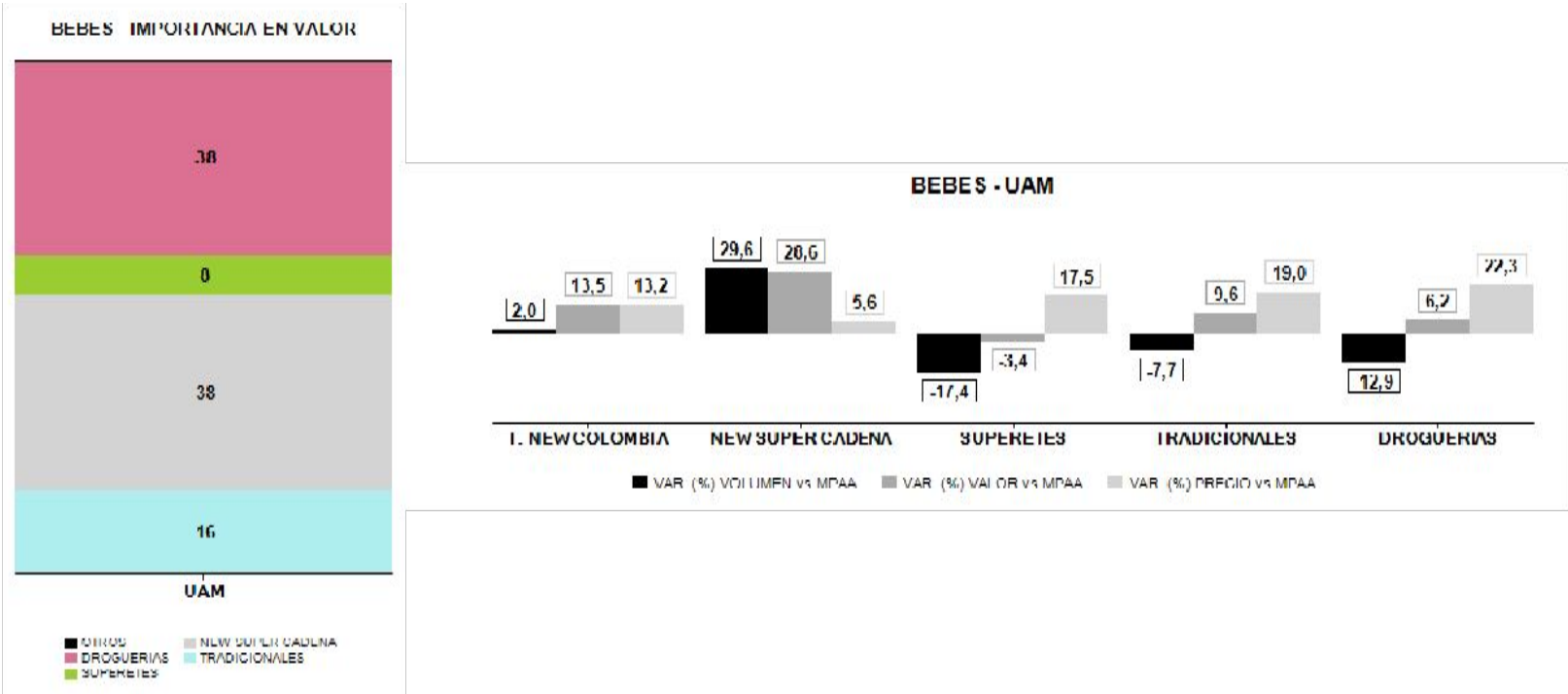
Estructura | Dinámica de Canales



Bebés

UAM

Estructura | Dinámica de Canales

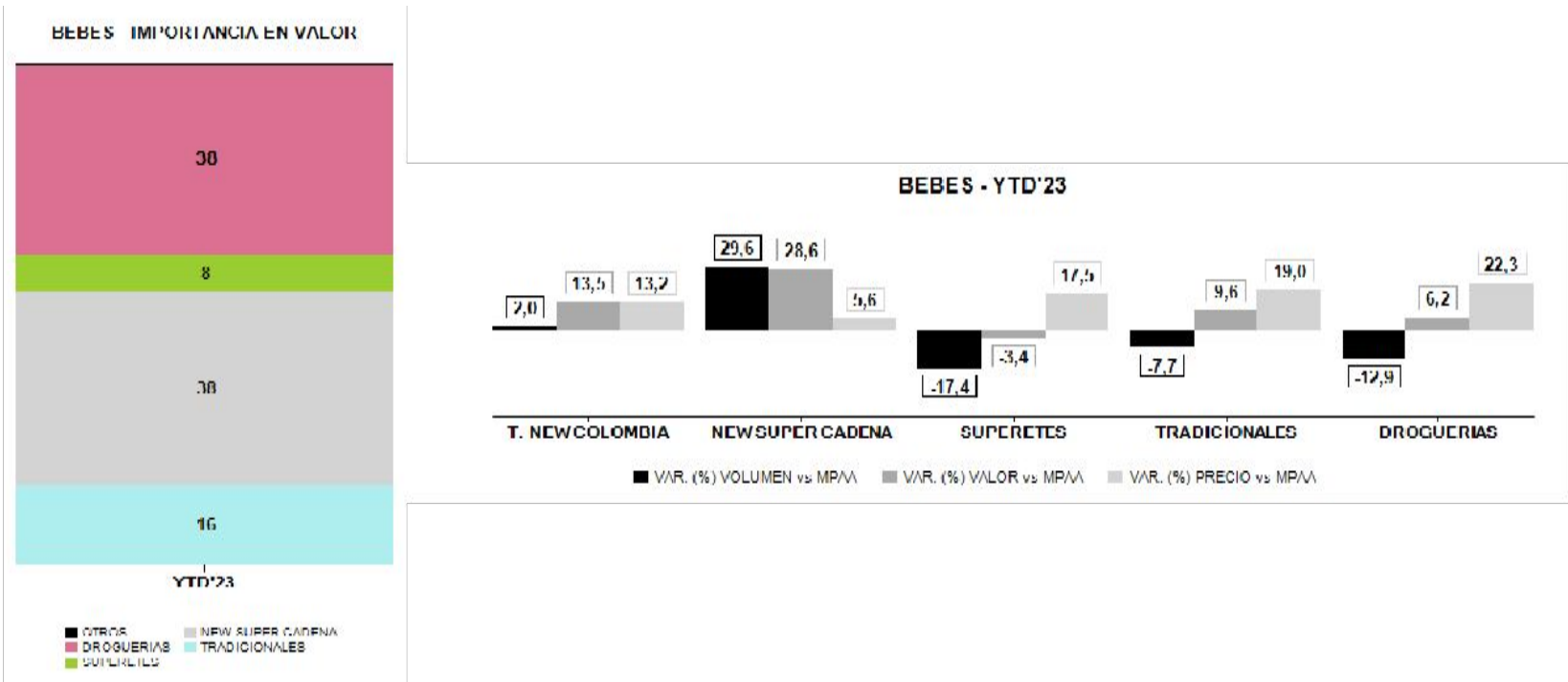


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

Bebés

YTD

Estructura | Dinámica de Canales

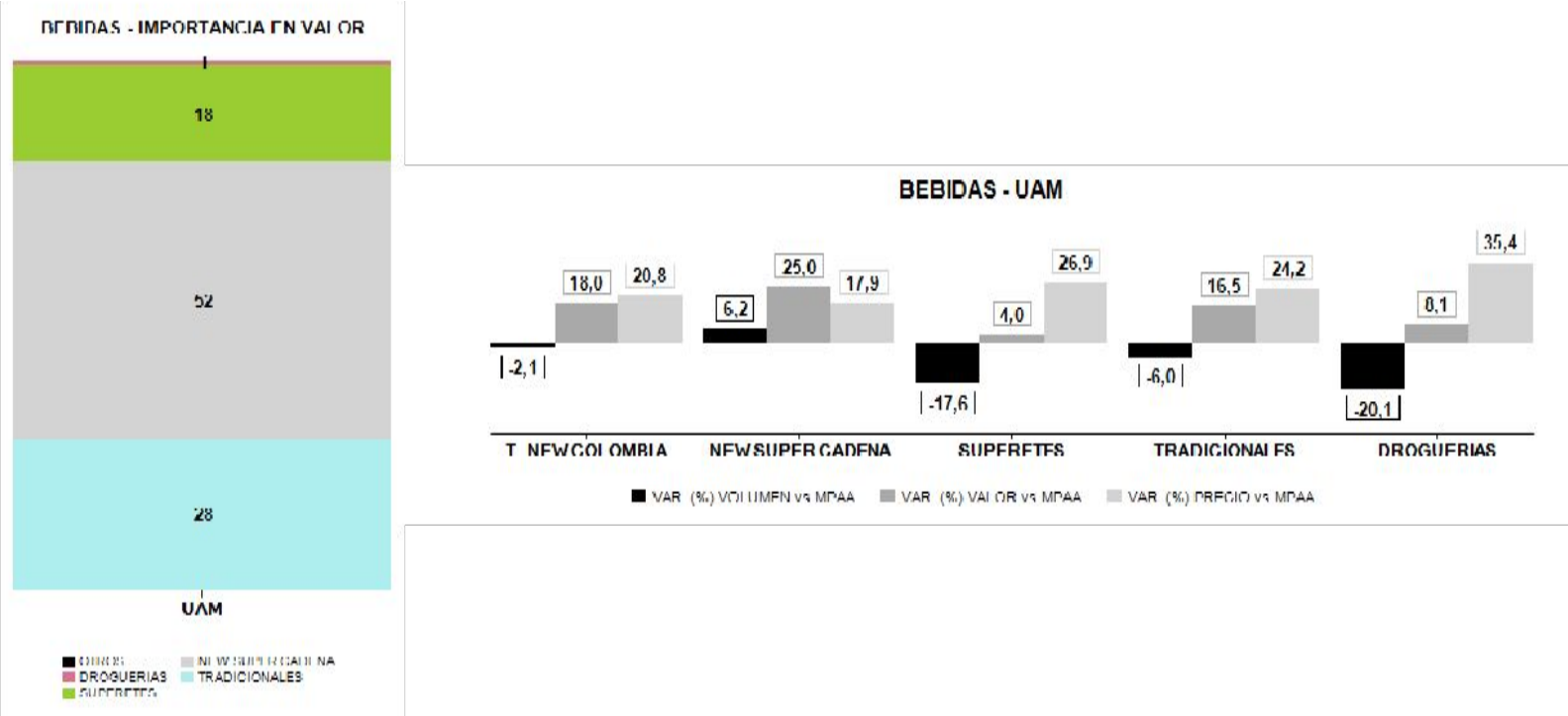


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

Bebidas

UAM

Estructura | Dinámica de Canales

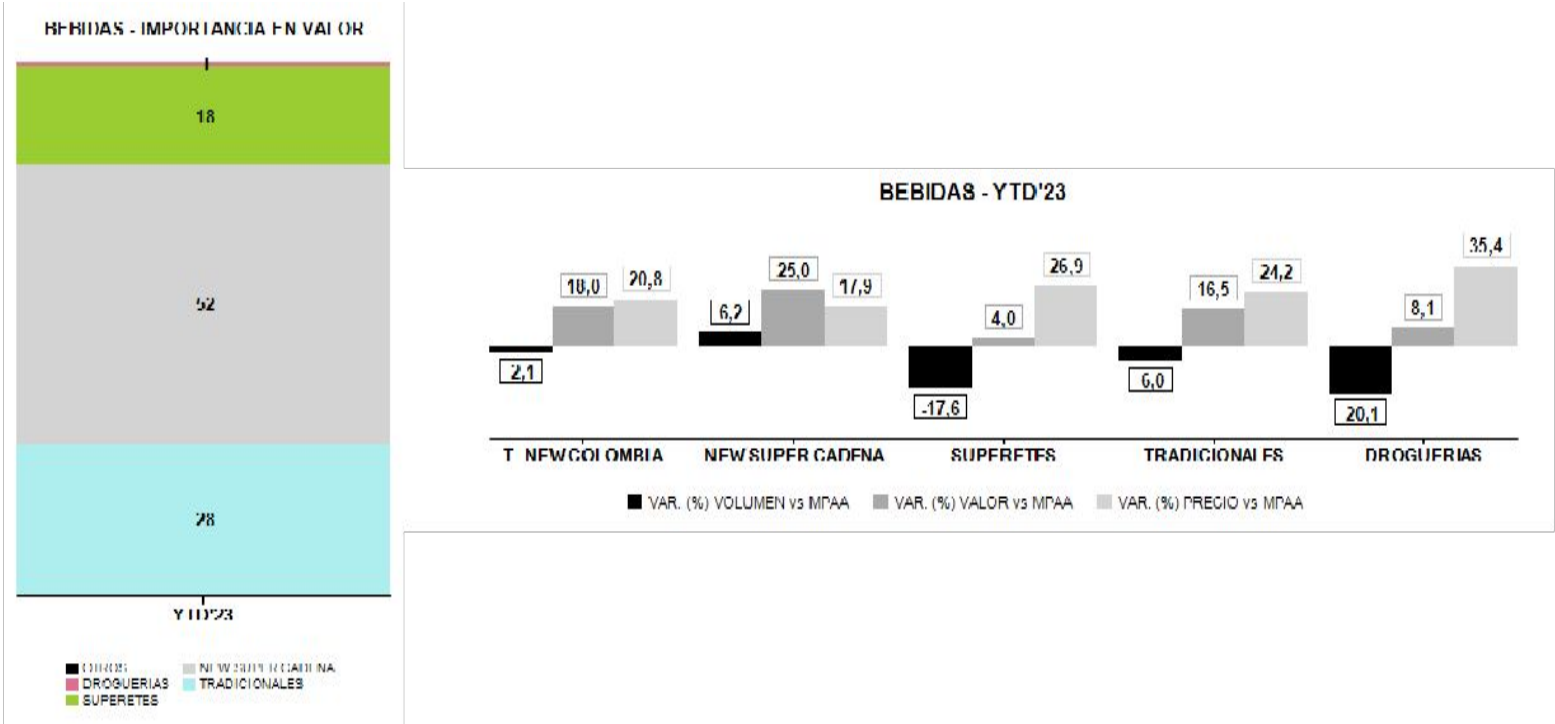


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

Bebidas

YTD

Estructura | Dinámica de Canales

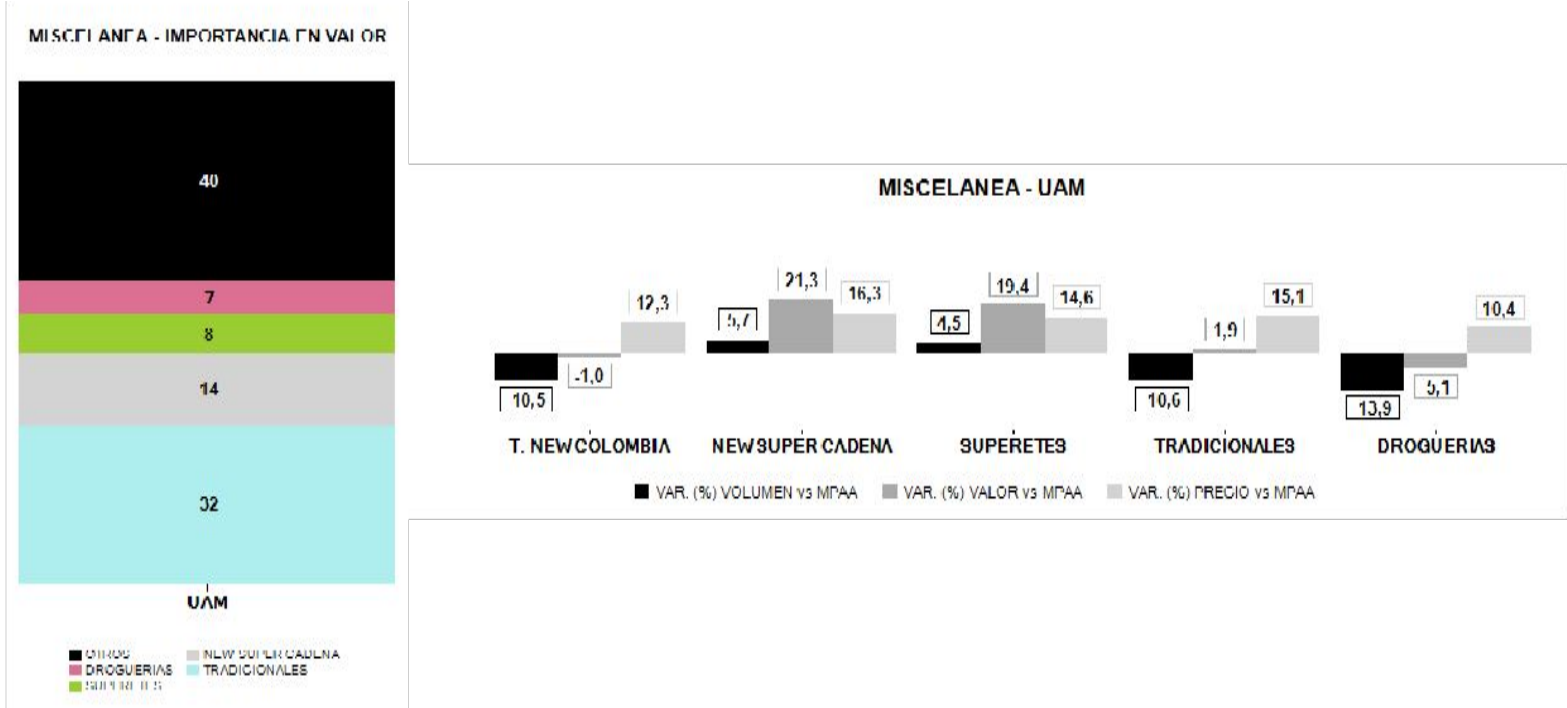


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

Miscelánea

UAM

Estructura | Dinámica de Canales

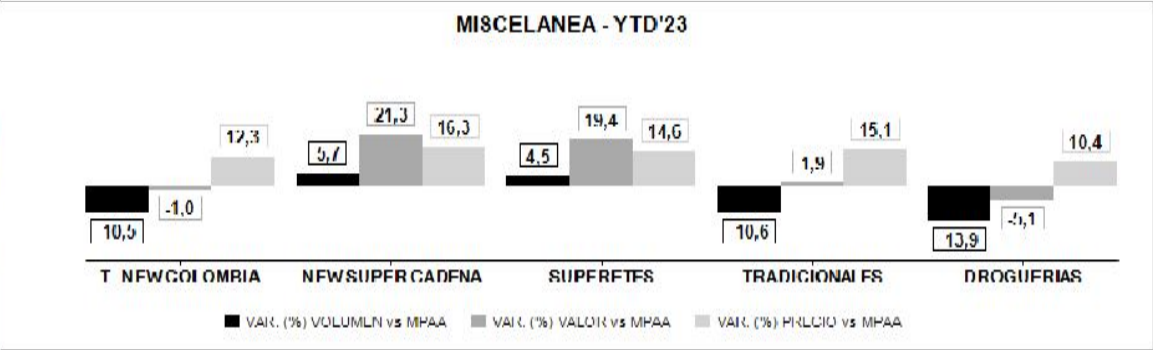
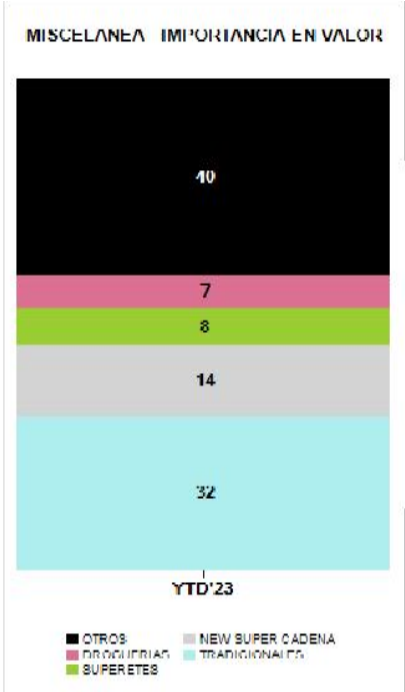


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

Miscelánea

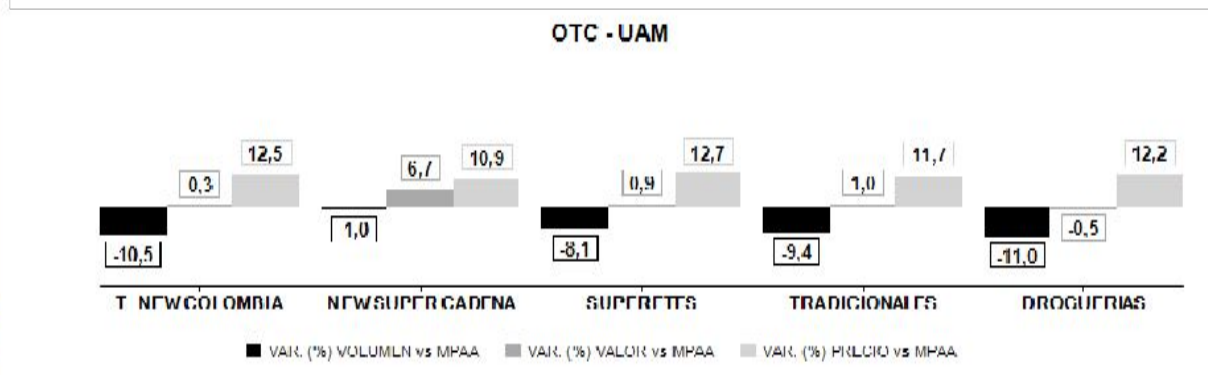
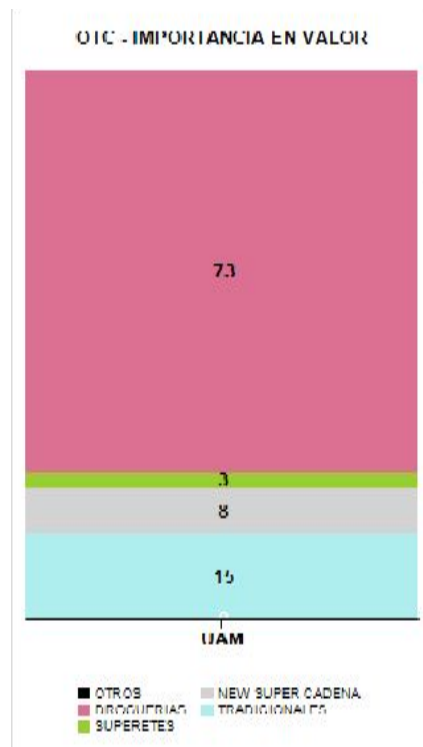
YTD

Estructura | Dinámica de Canales



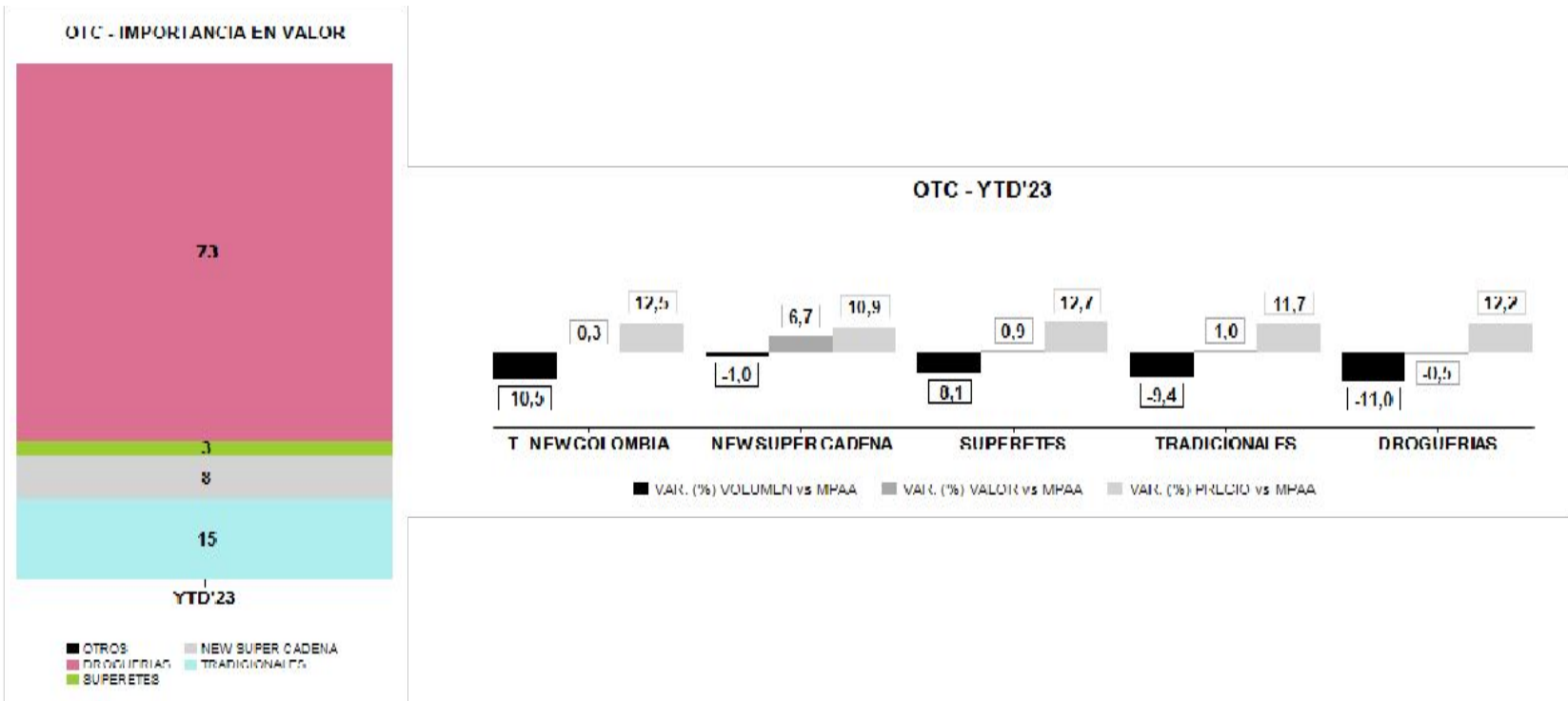
Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

Estructura | Dinámica de Canales



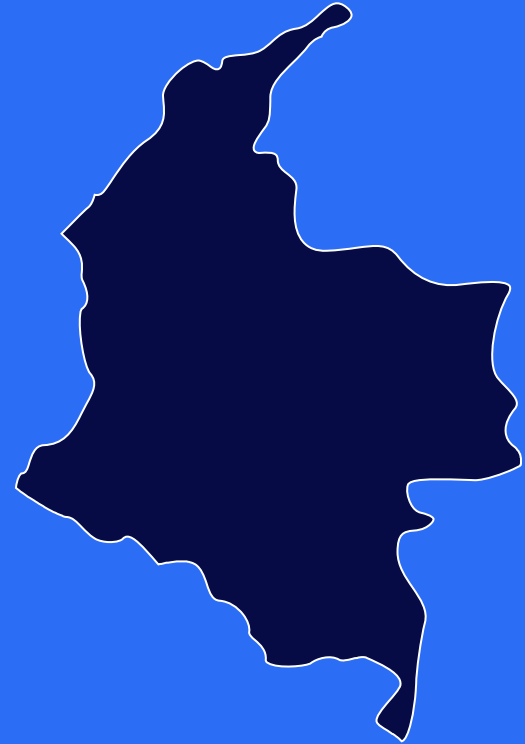
Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

Estructura | Dinámica de Canales



Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

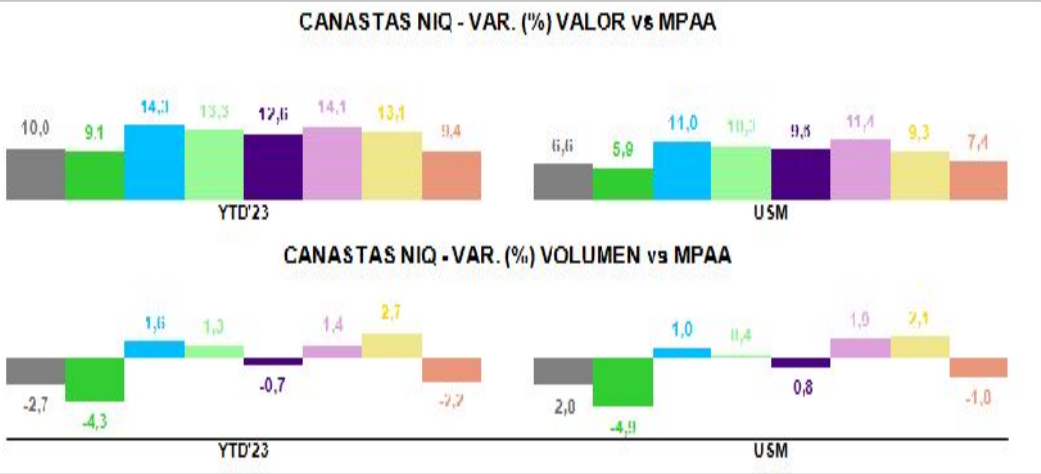
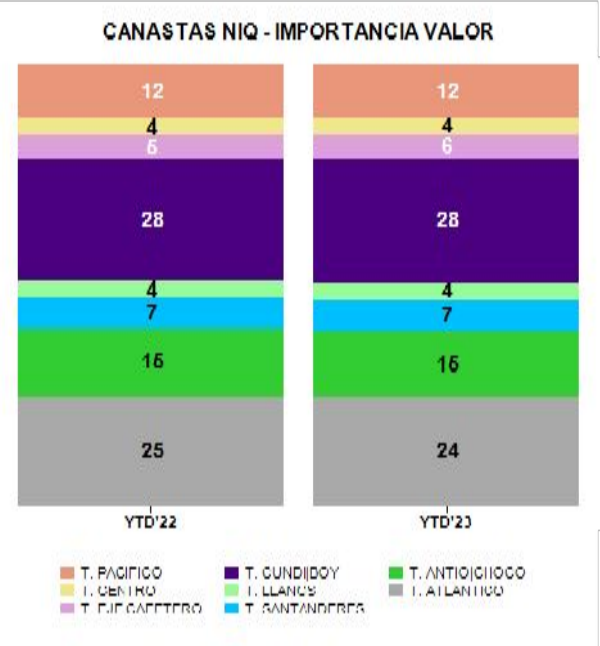
Áreas NIQ



Regiones de mayor importancia se mantienen con el consumo en terreno negativo

Sin embargo, para Dic'23, estas regiones han presentado una menor pérdida excepto Antioquia|Chocó, la región más afectada.

Estructura en valor | Regiones NIQ



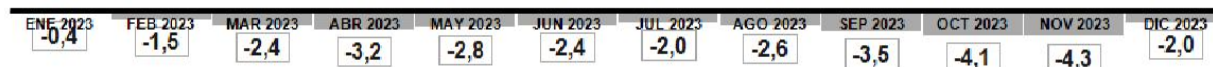
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Dinámica General | Atlántico

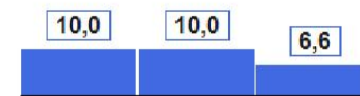
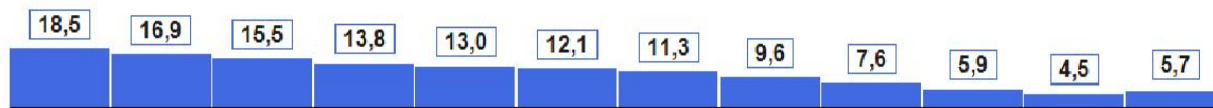
T. Atlántico – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



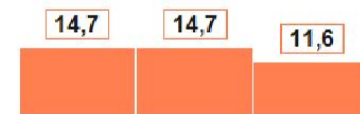
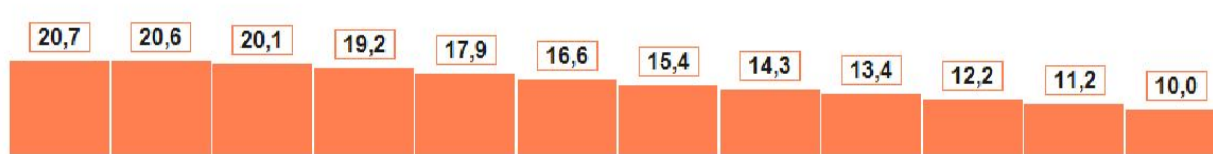
Consumo



Facturación

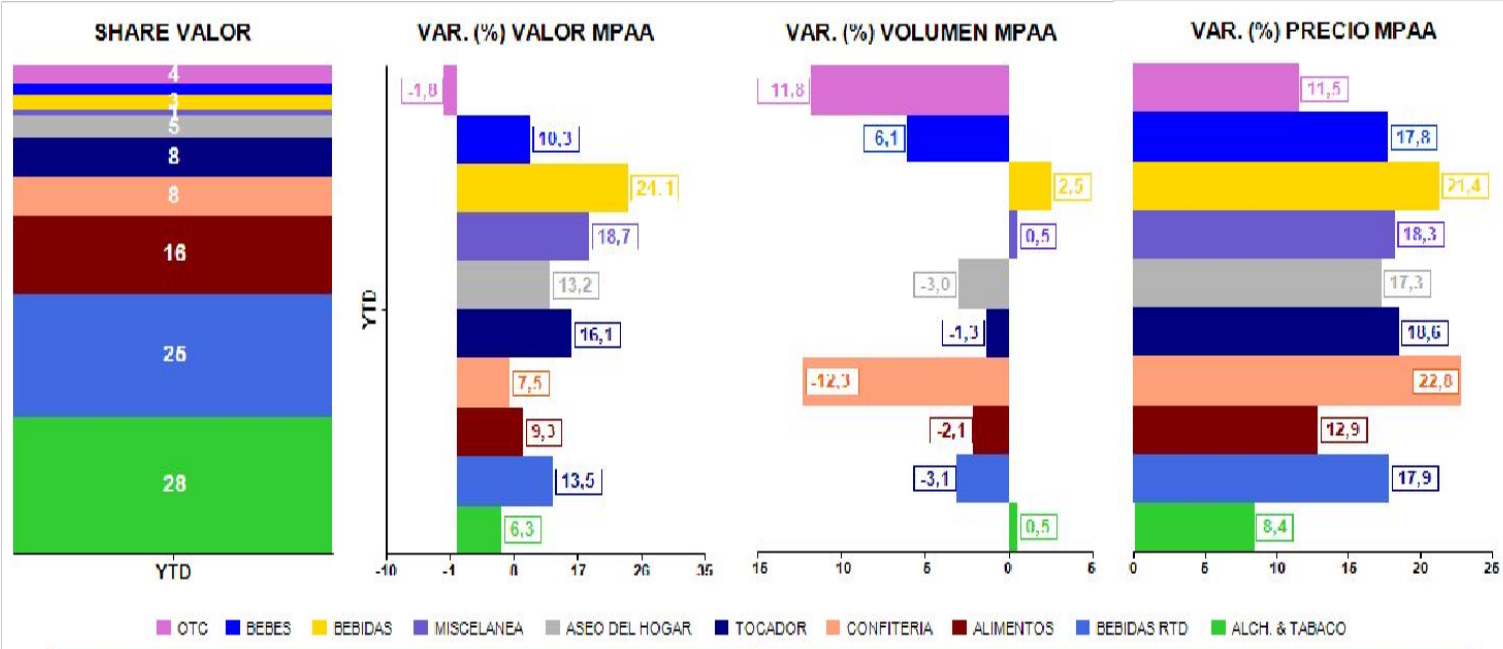


Precio Prom.



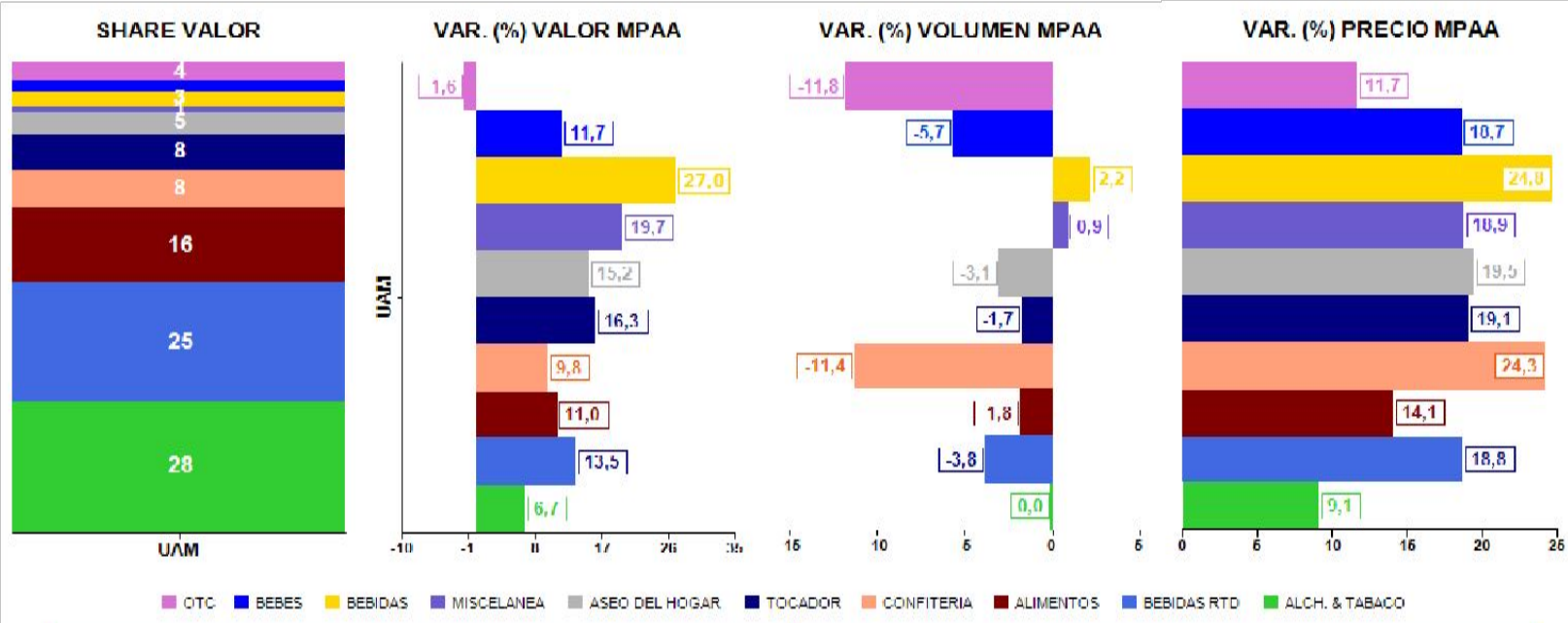
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

T. Atlántico



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

T. Atlántico



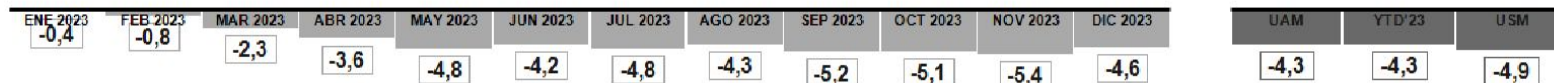
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Dinámica General | Antioquia + Choco

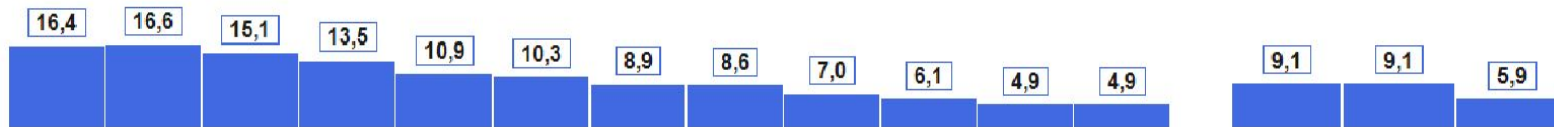
T. Antioquia | Choco – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



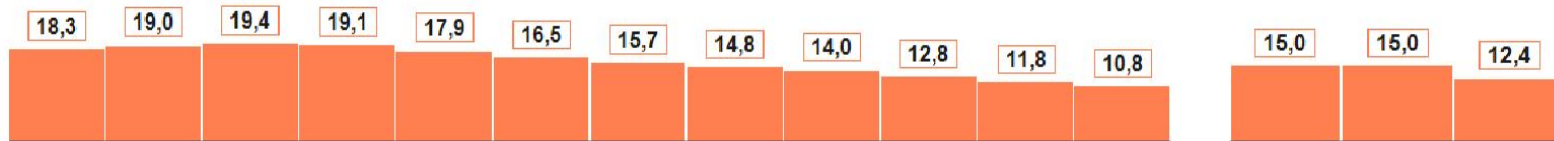
Consumo



Facturación



Precio Prom.



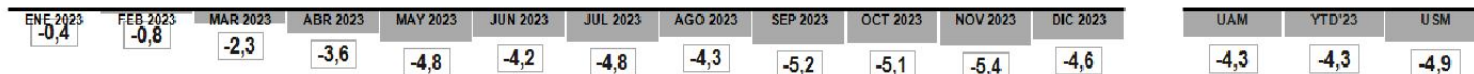
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Dinámica en Volumen por Industria | Antioquia + Choco

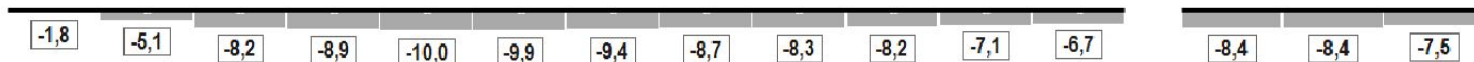
T. Antioquia | Choco – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



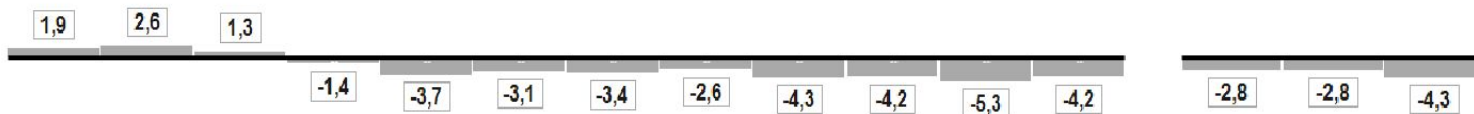
Consumo



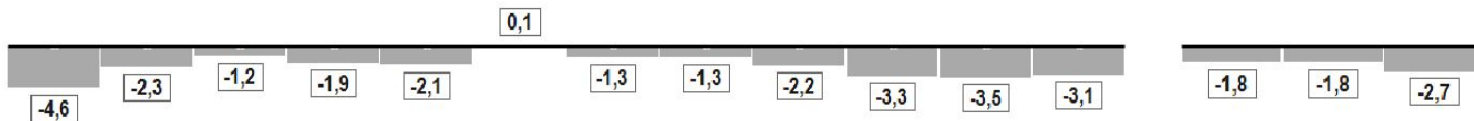
Ind. Aliment



Ind. Bebidas



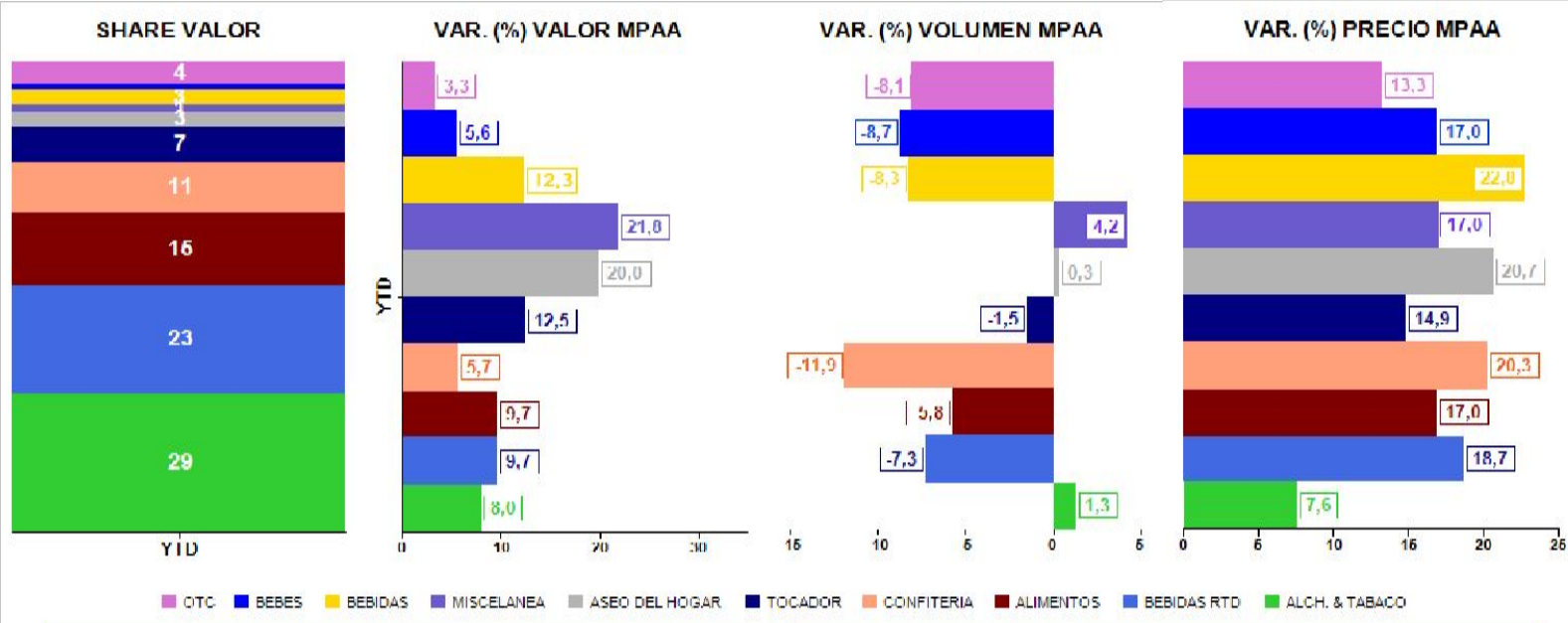
Ind. HPC



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Dinámica General Subcanastas | Antioquia + Choco | YTD

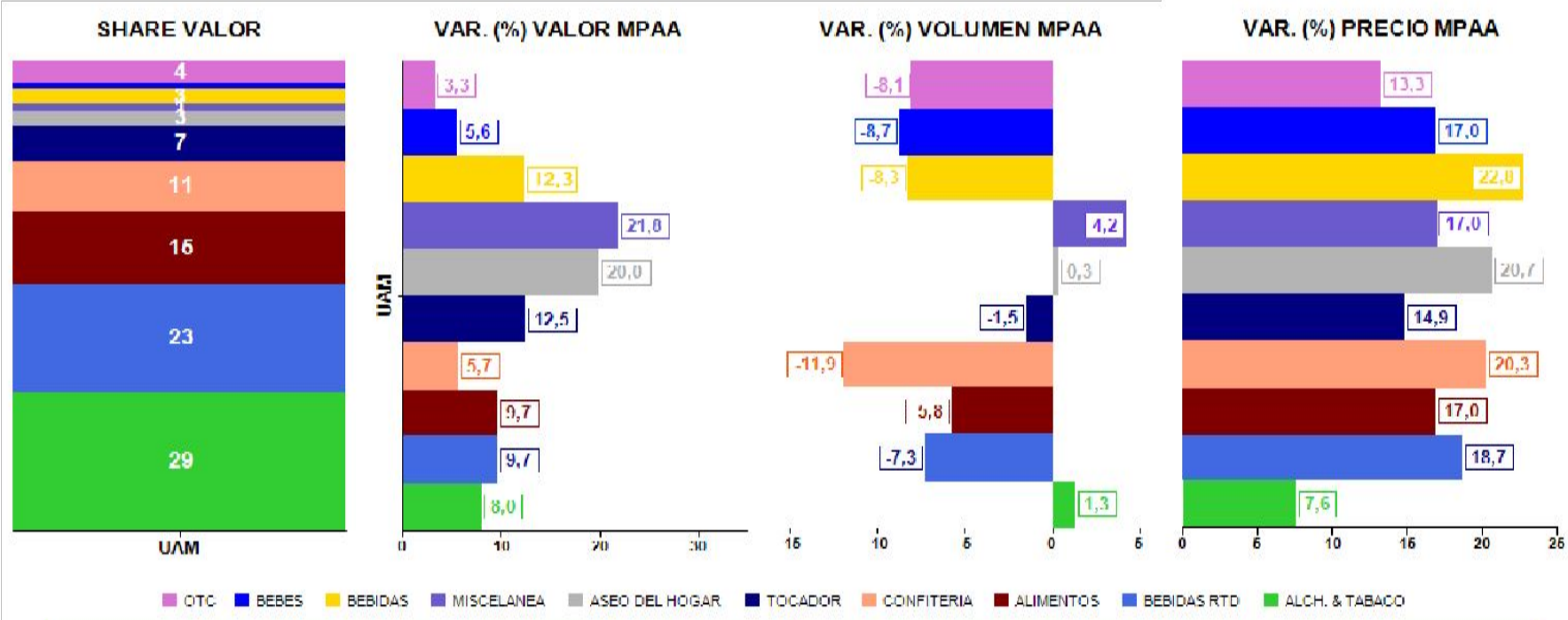
T. Antioquia | Choco



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

Dinámica General Subcanastas | Antioquia + Choco | UAM

T. Antioquia | Choco



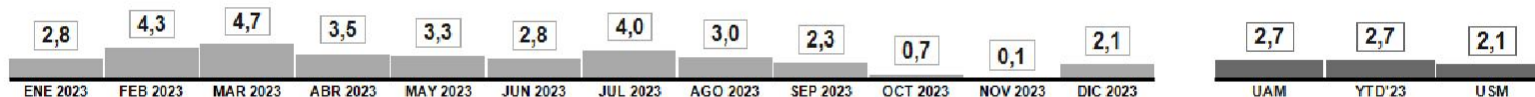
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

Dinámica General | Centro

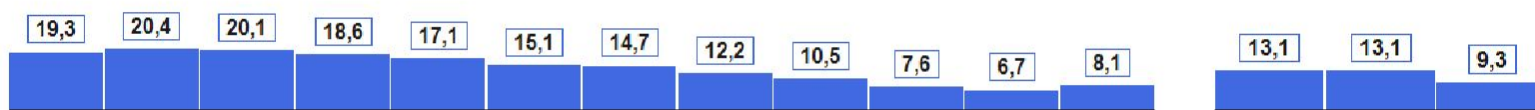
T. Centro – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



Consumo



Facturación



Precio Prom.



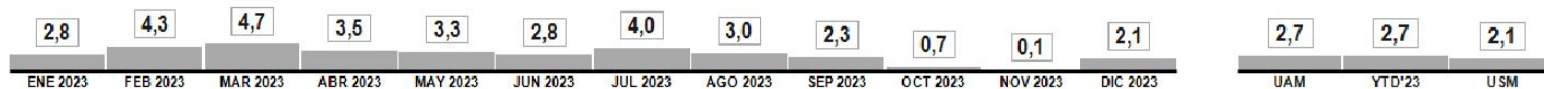
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Dinámica en Volumen por Industria | Centro

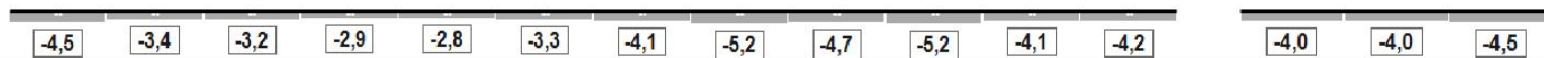
T. Centro – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



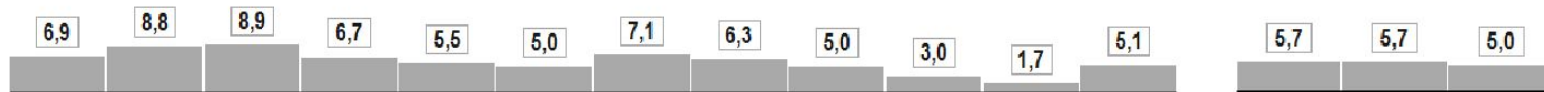
Consumo



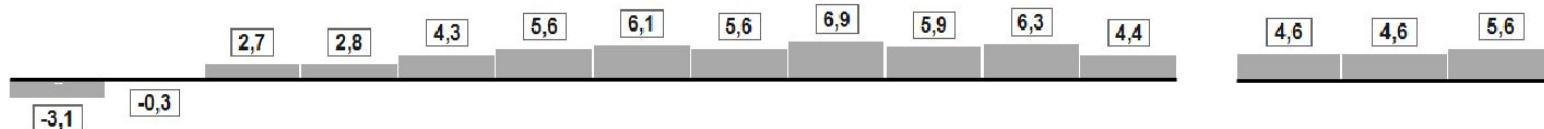
Ind. Alimentos



Ind. Bebidas



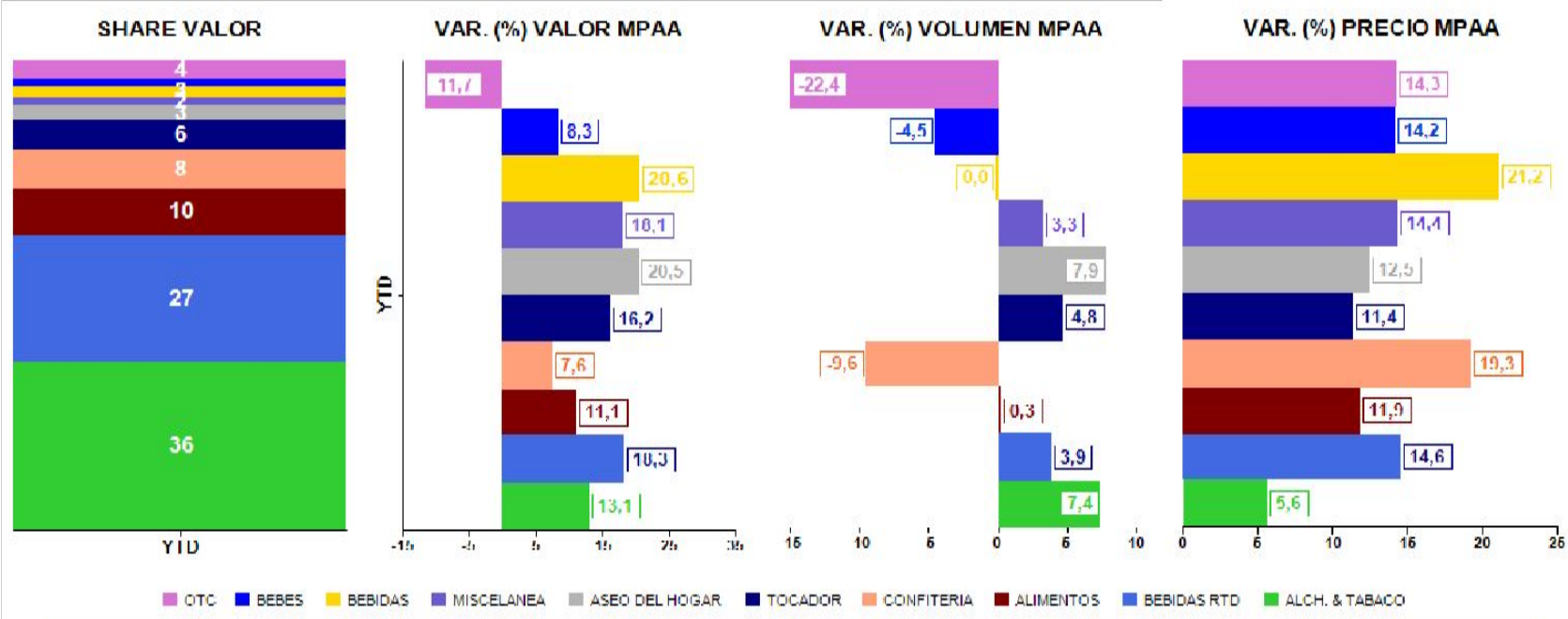
Ind. HPC



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

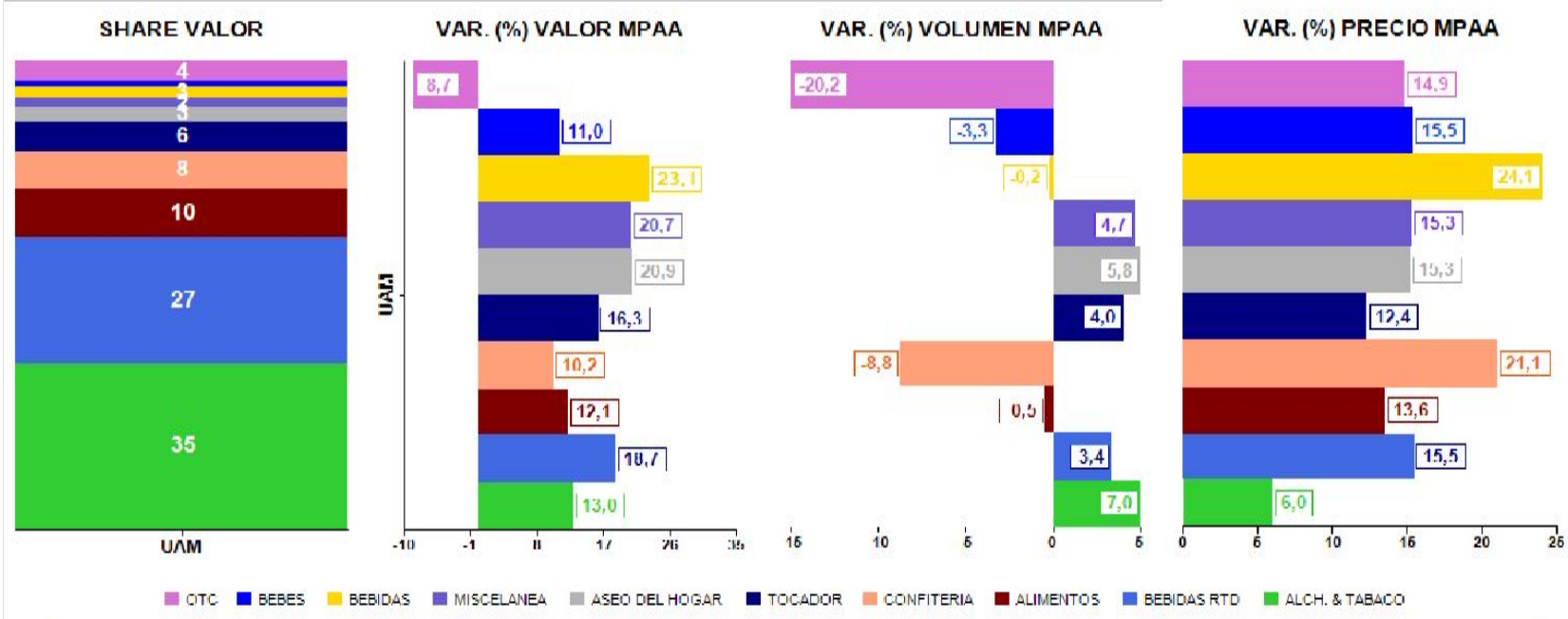
Dinámica General Subcanastas | Centro | YTD

T. Centro



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

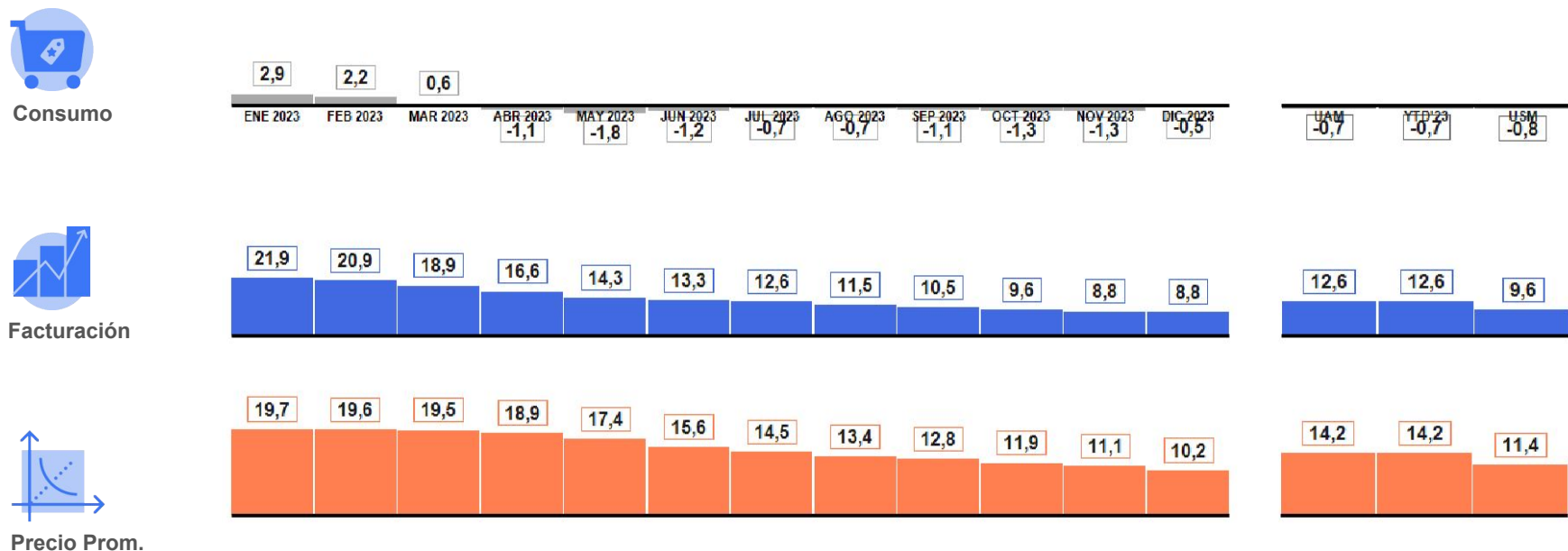
T. Centro



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

Dinámica General | Cundinamarca + Boyacá

T. Cundinamarca | Boyacá – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



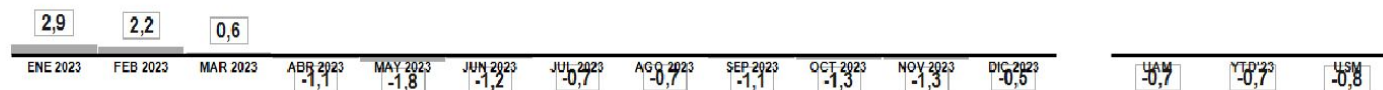
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Dinámica en Volumen por Industria | Cundinamarca + Boyacá

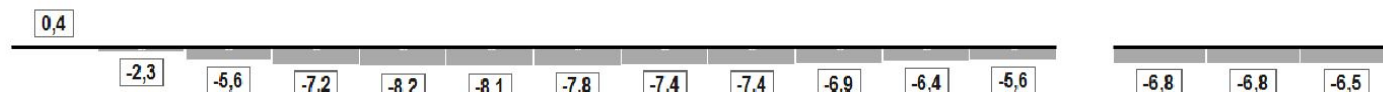
T. Cundinamarca | Boyacá – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



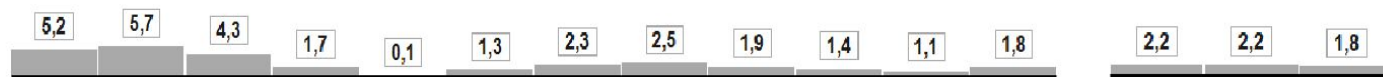
Consumo



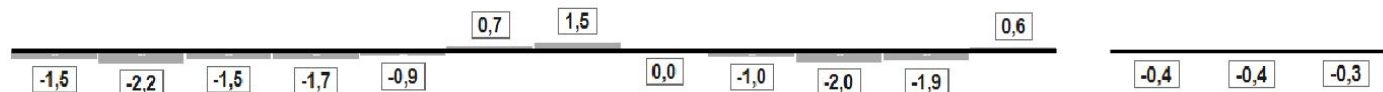
Ind. Alimentos



Ind. Bebidas



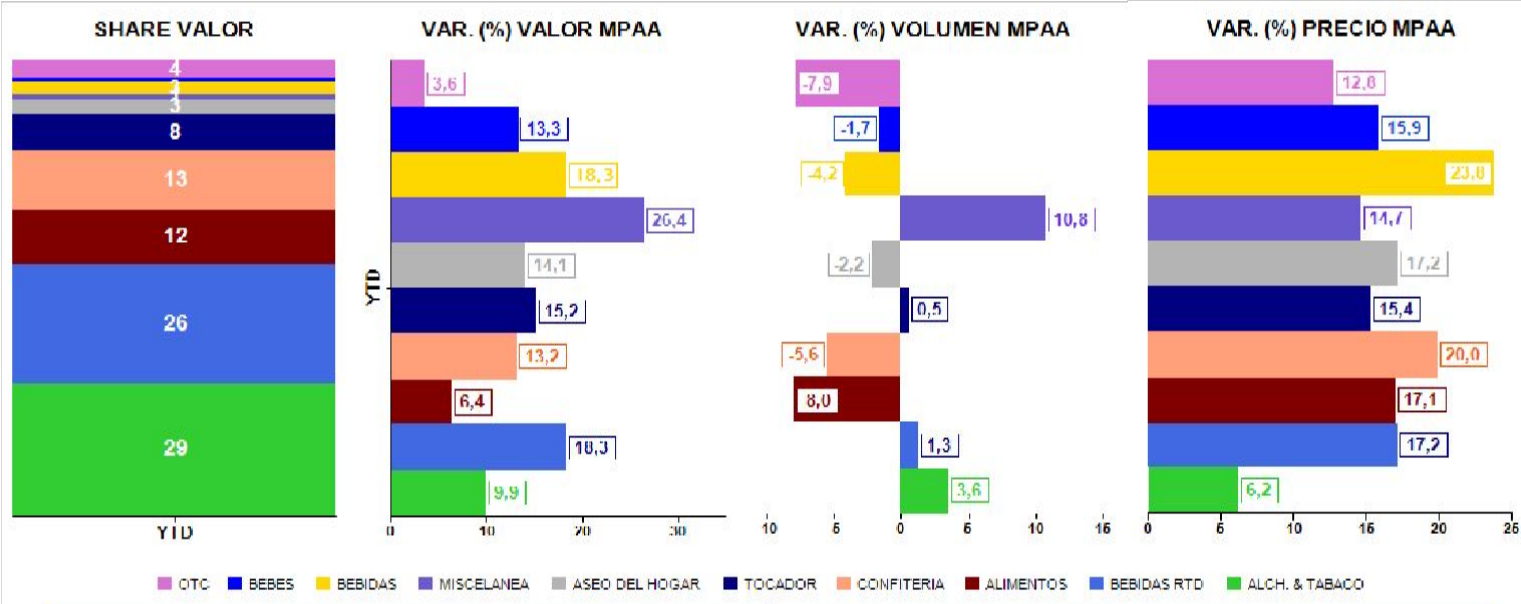
Ind. HPC



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Dinámica General Subcanastas | Cundinamarca + Boyacá | YTD

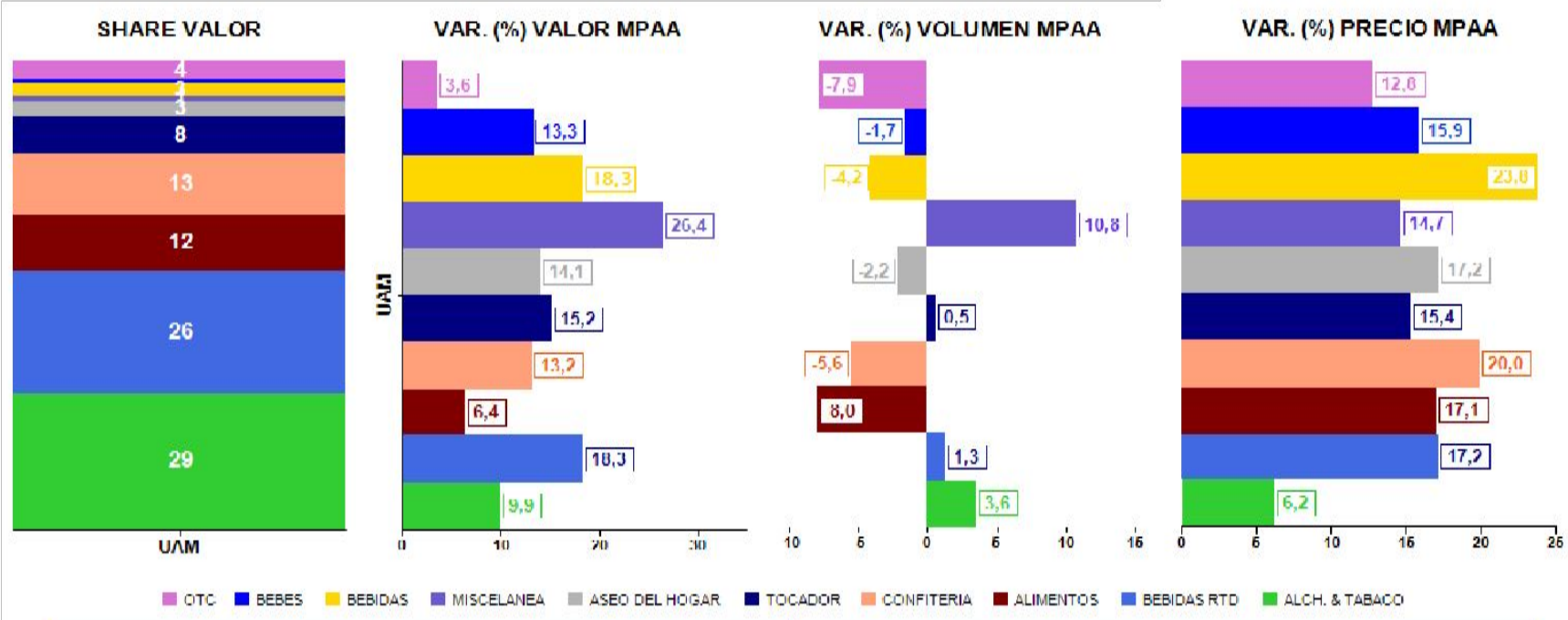
T. Cundinamarca | Boyacá



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

Dinámica General Subcanastas | Cundinamarca + Boyacá | UAM

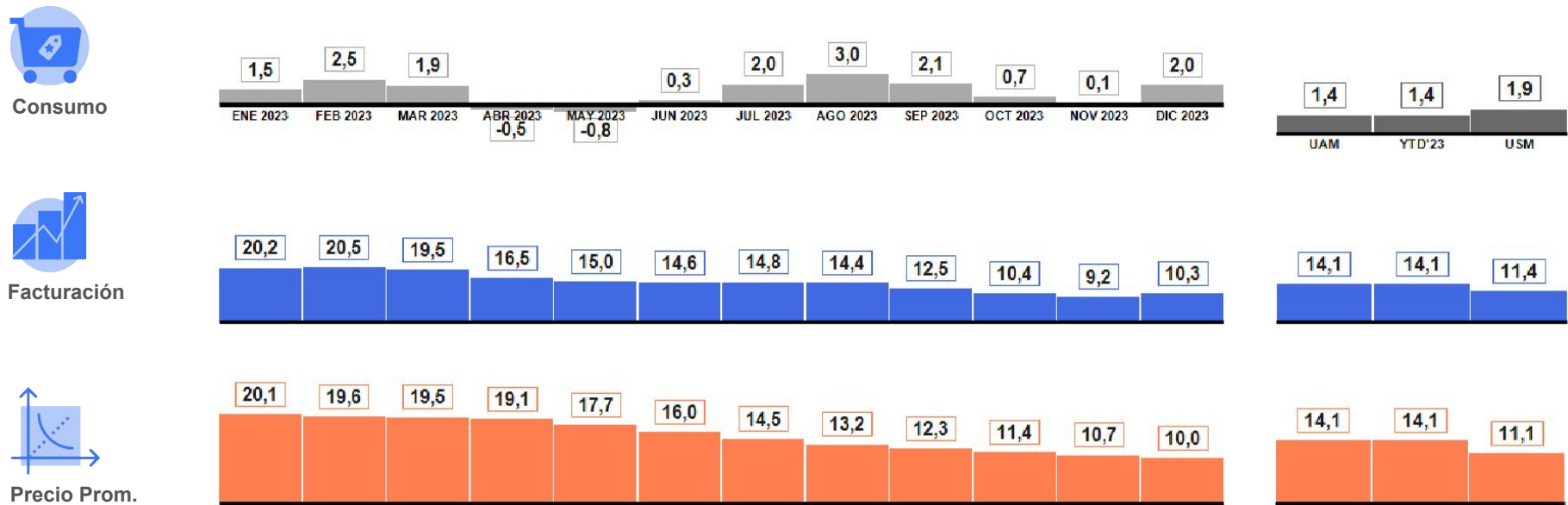
T. Cundinamarca | Boyacá



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

Dinámica General | Eje Cafetero

T. Eje Cafetero – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



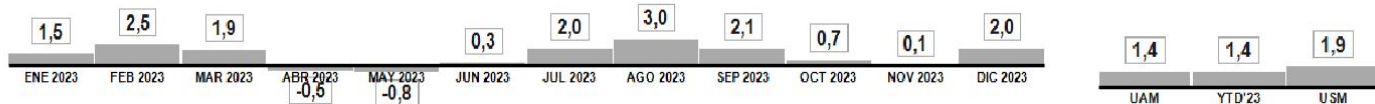
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Dinámica en Volumen por Industria | Eje Cafetero

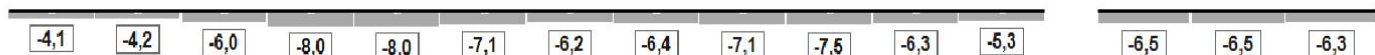
T. Eje Cafetero – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



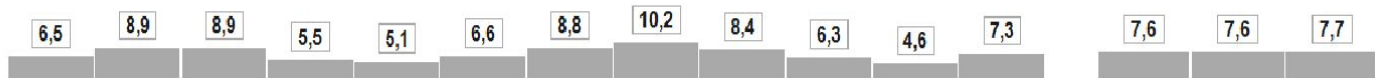
Consumo



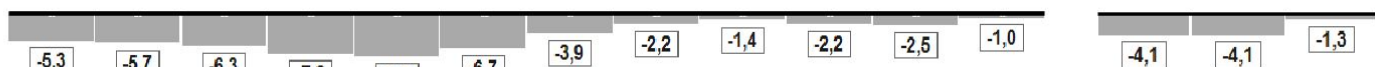
Ind. Alimentos



Ind. Bebidas

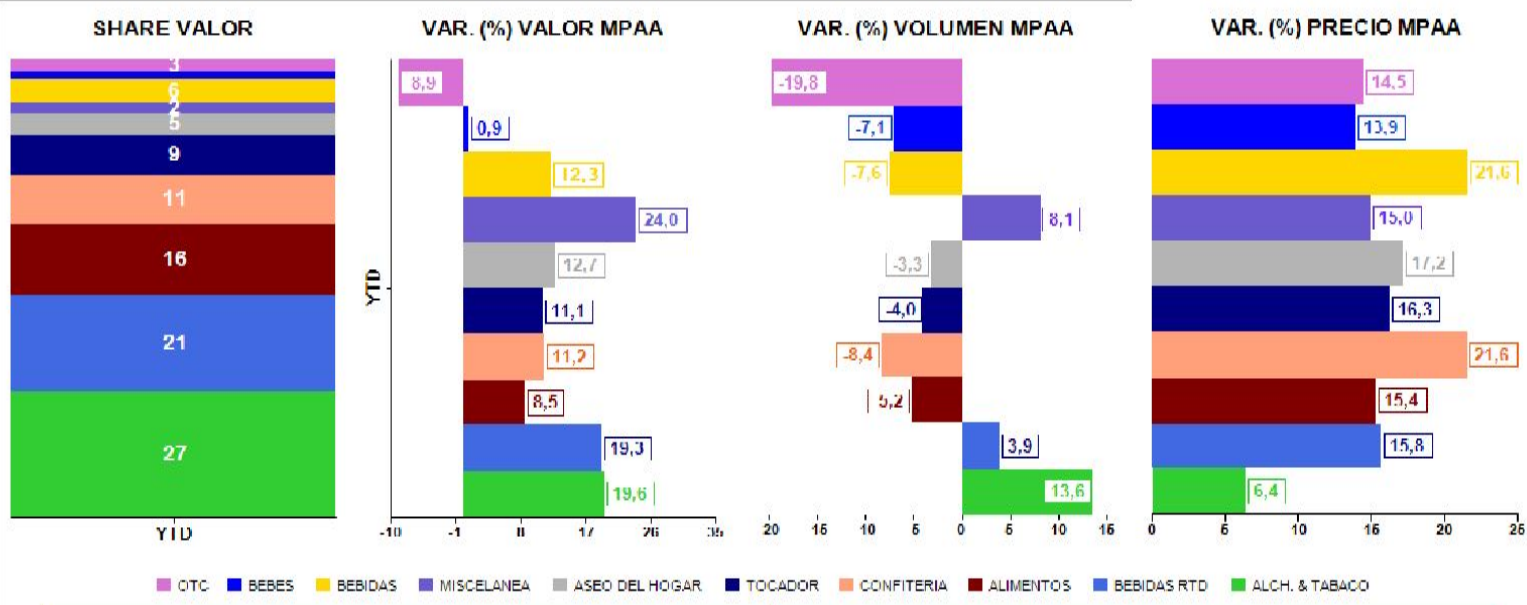


Ind. HPC



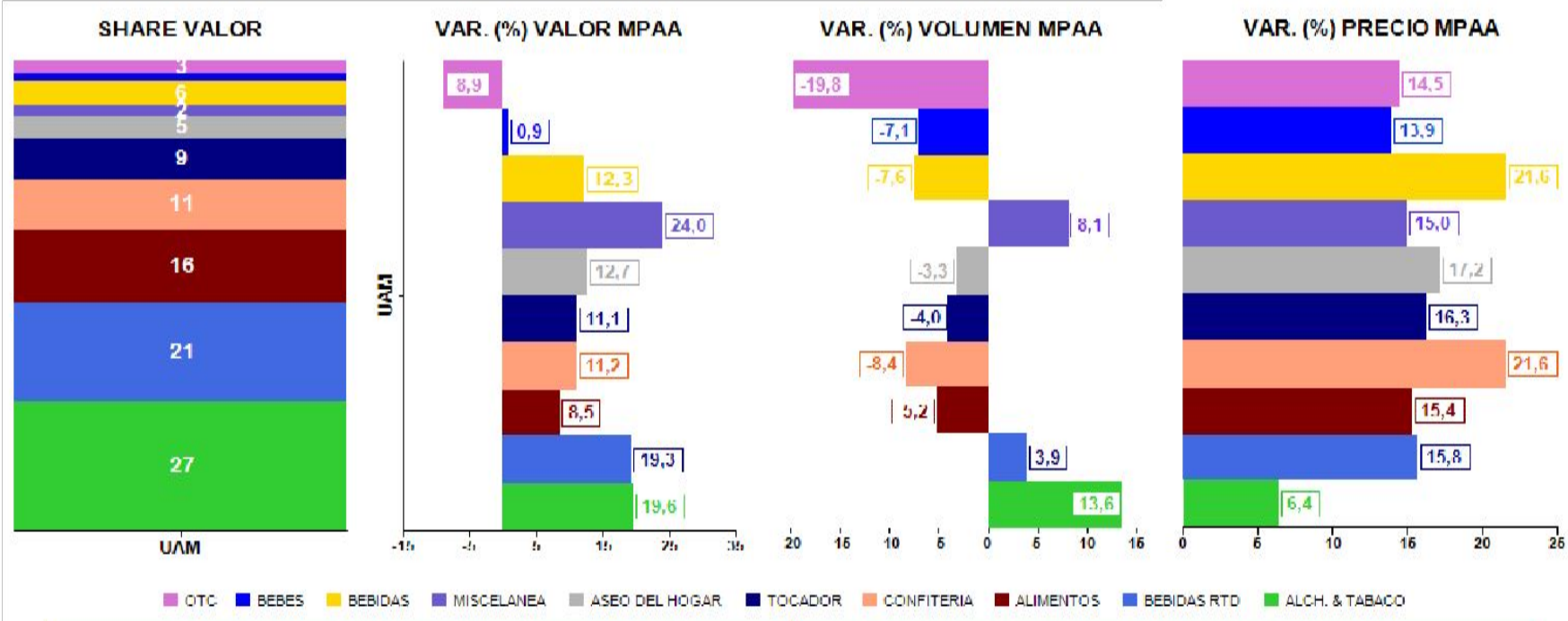
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

T. Eje cafetero



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

T. Eje cafetero



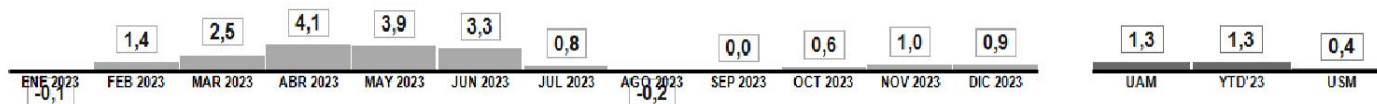
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

Dinámica General | Llanos

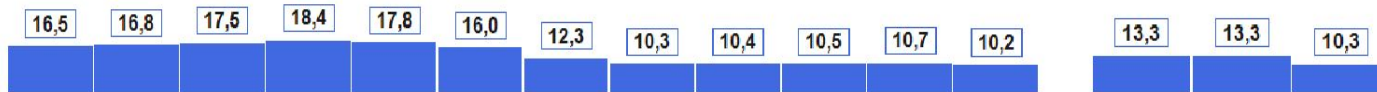
T. Llanos – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



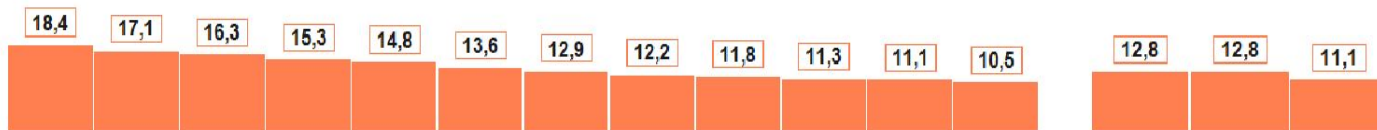
Consumo



Facturación



Precio Prom.



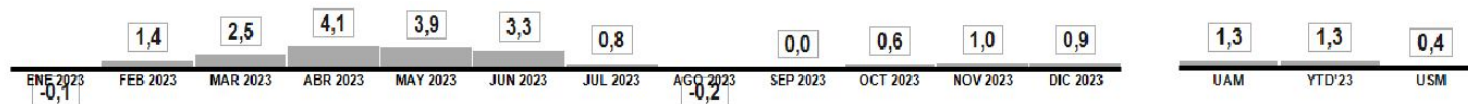
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Dinámica en Volumen por Industria | Llanos

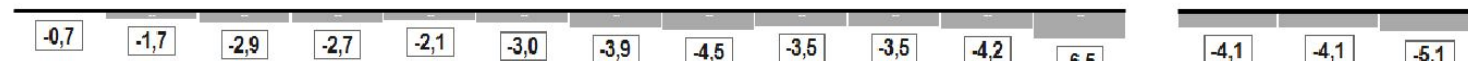
T. Llanos – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



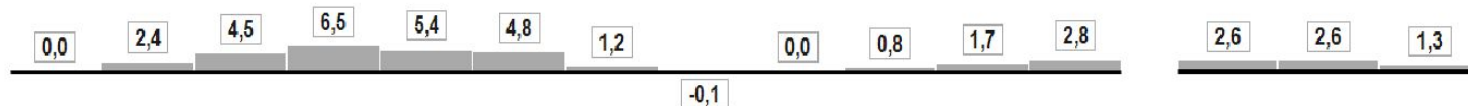
Consumo



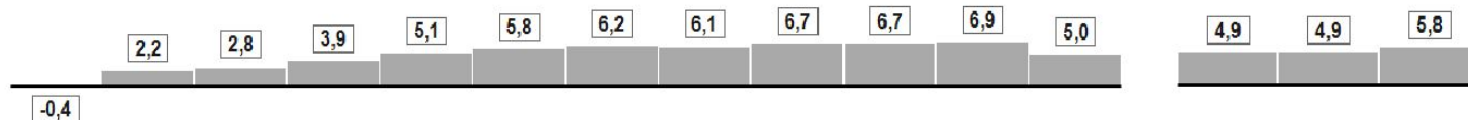
Ind. Alimentos



Ind. Bebidas



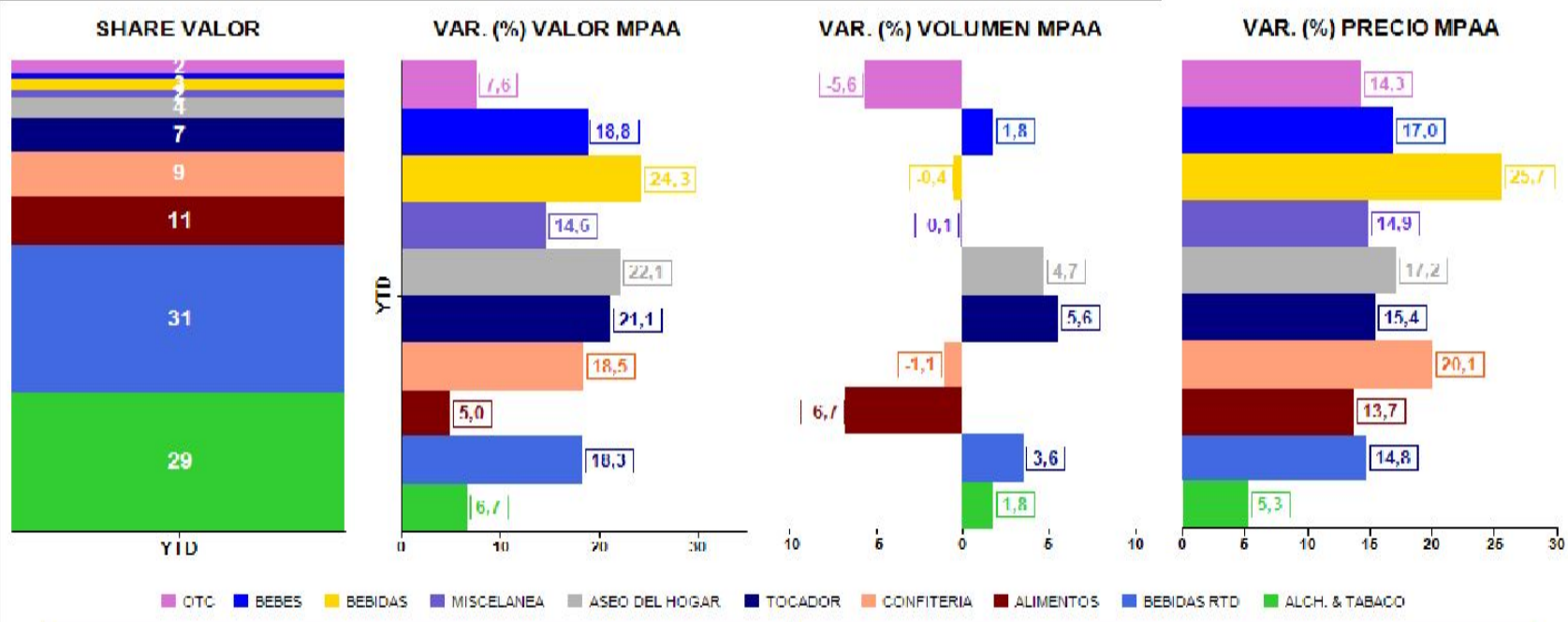
Ind. HPC



Fuente: Nielsen RMS corte Dici

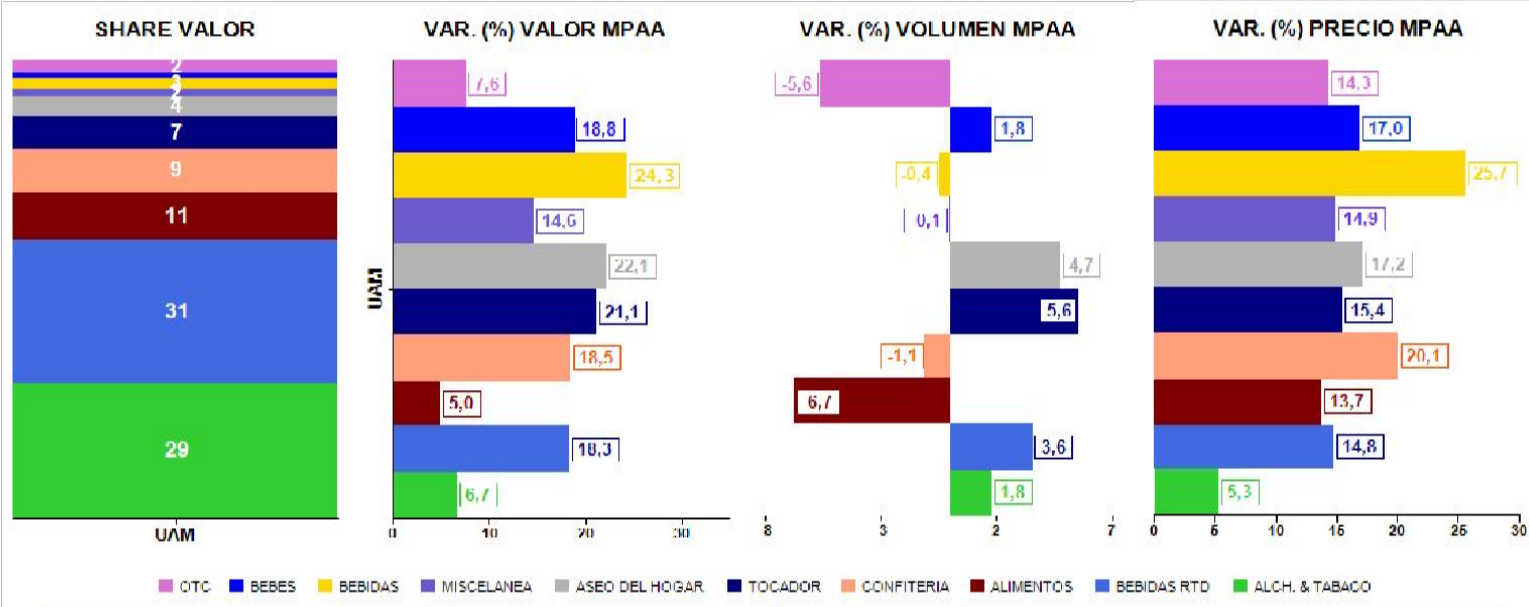
Dinámica General Subcanastas | Llanos | YTD

T. Llanos



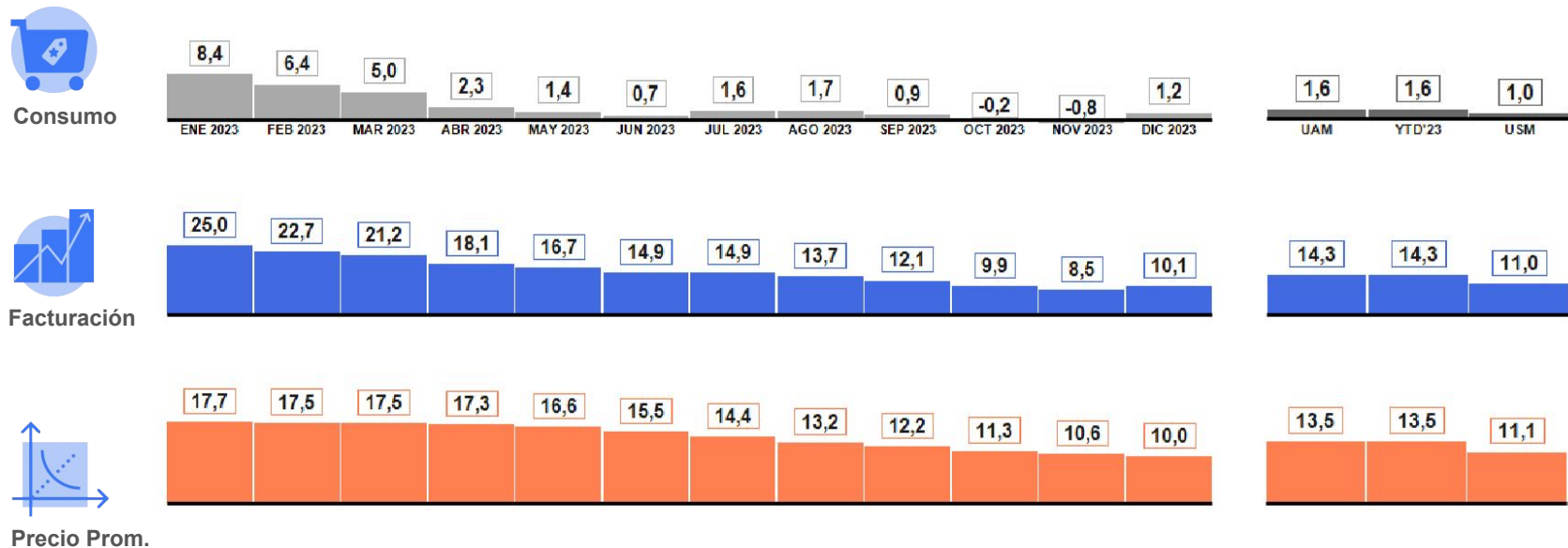
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

T. Llanos



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

T. Santanderes – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



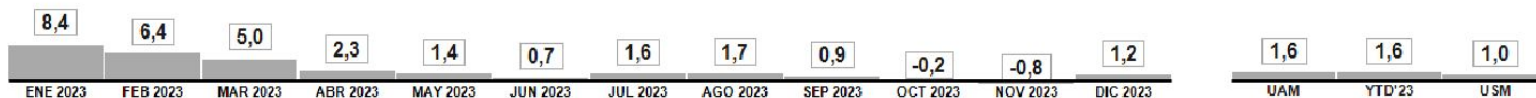
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Dinámica en Volumen por Industria | Santanderes

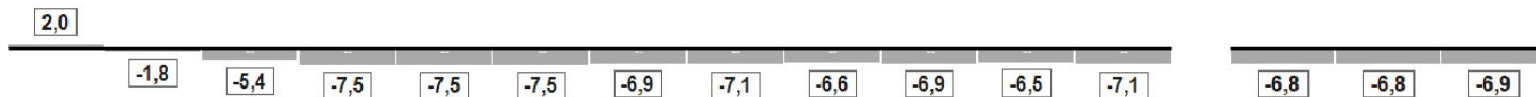
T. Santanderes – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



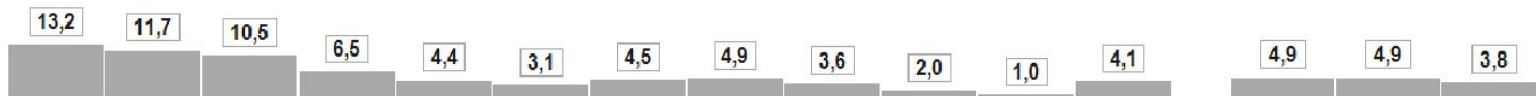
Consumo



Ind. Alimentos



Ind. Bebidas



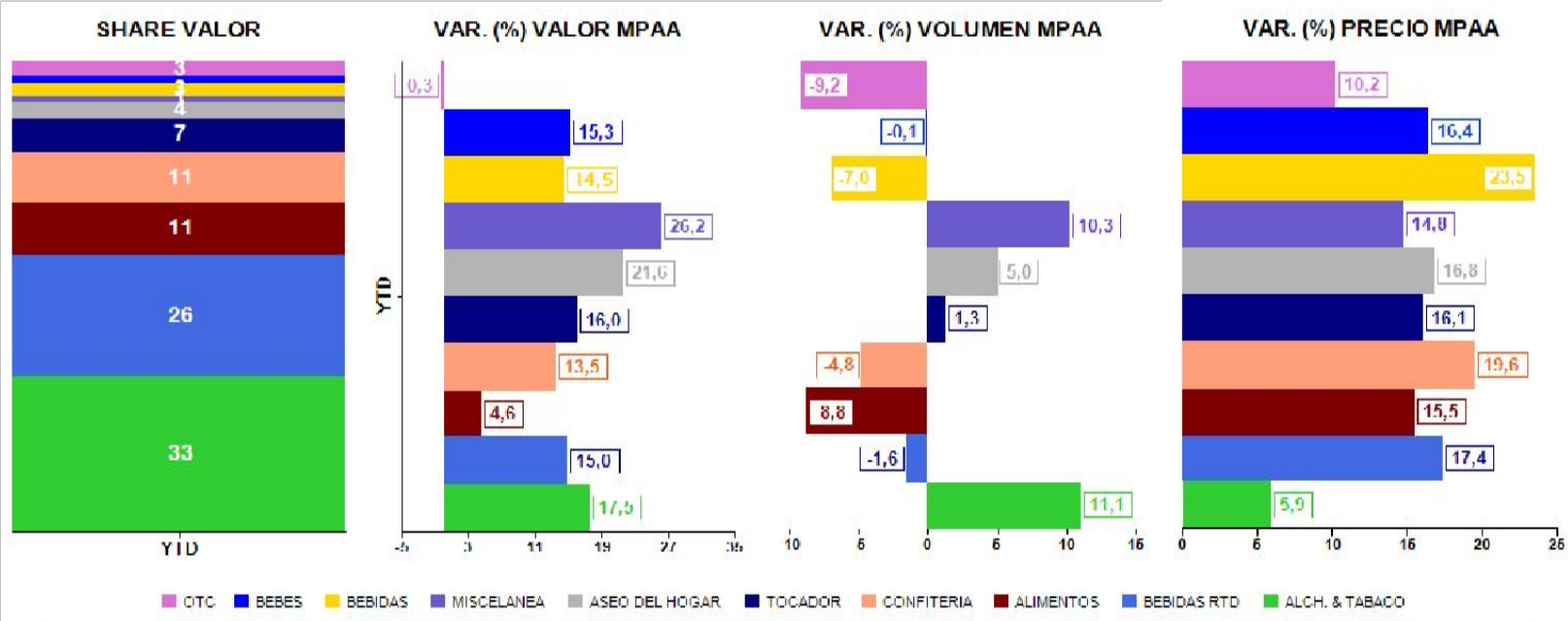
Ind. HPC



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

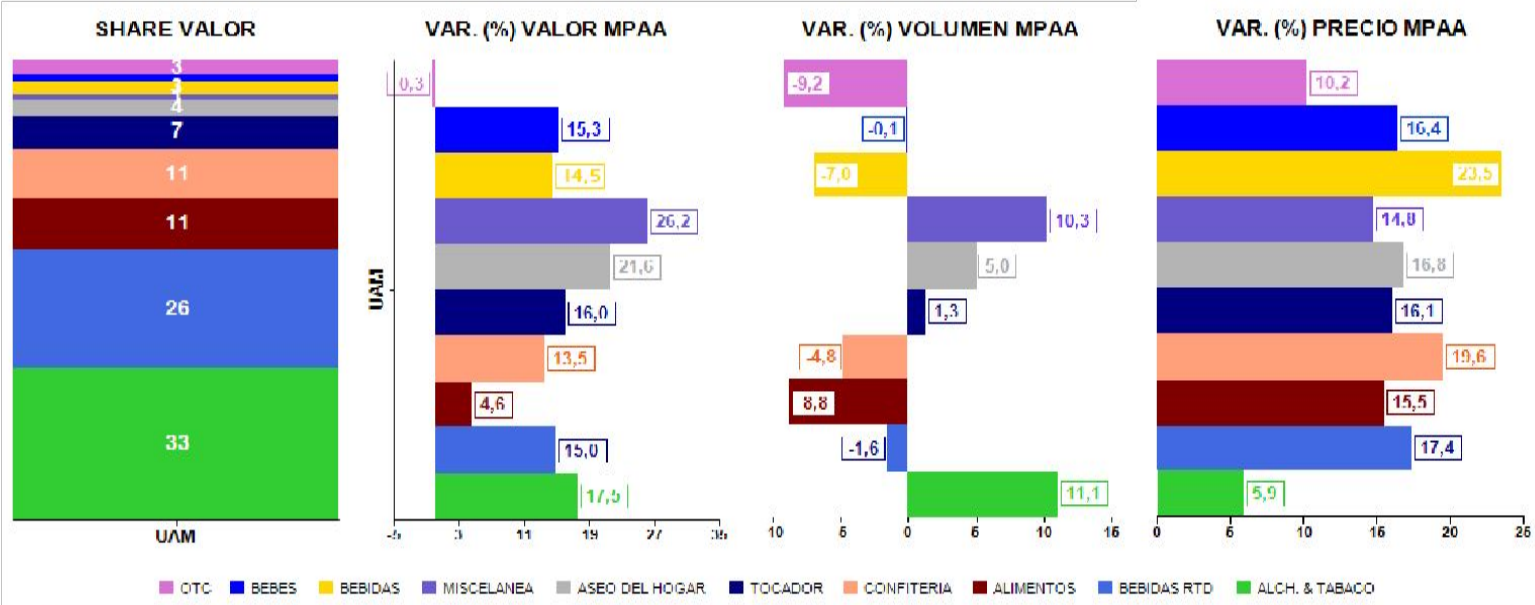
Dinámica General Subcanastas | Santanderes | YTD

T. Santanderes



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

T. Santanderes



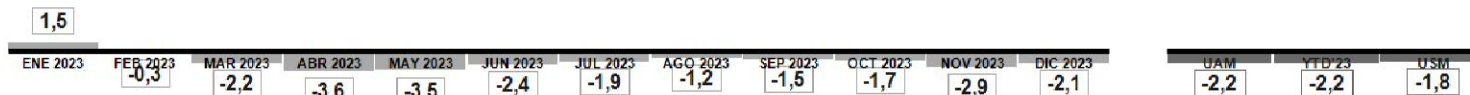
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

Dinámica General | Pacífico

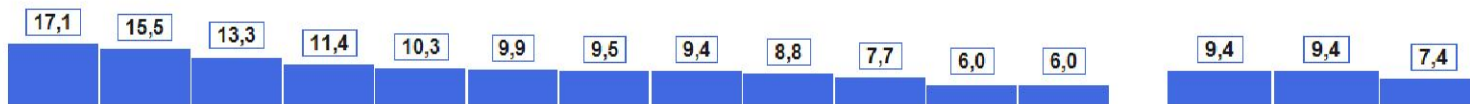
T. Pacífico – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



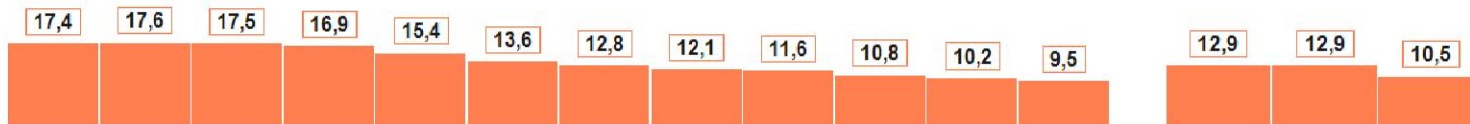
Consumo



Facturación



Precio Prom.



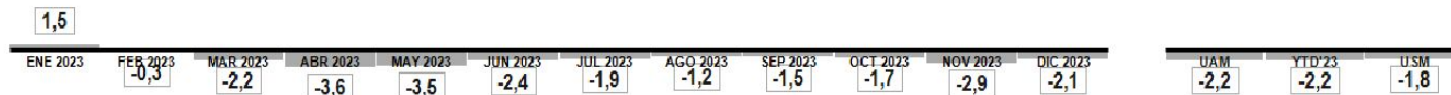
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Dinámica en Volumen por Industria | Pacífico

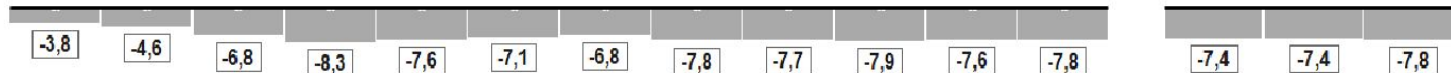
T. Pacífico – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



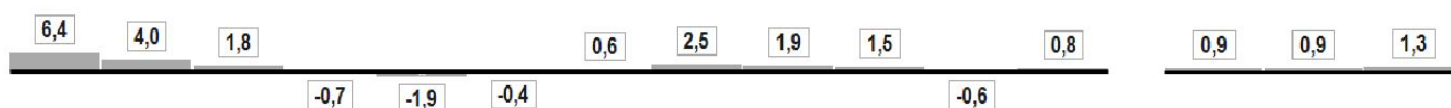
Consumo



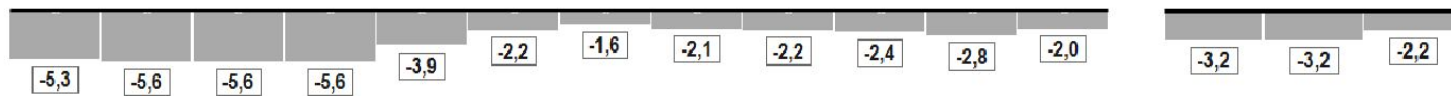
Ind. Alimentos



Ind. Bebidas

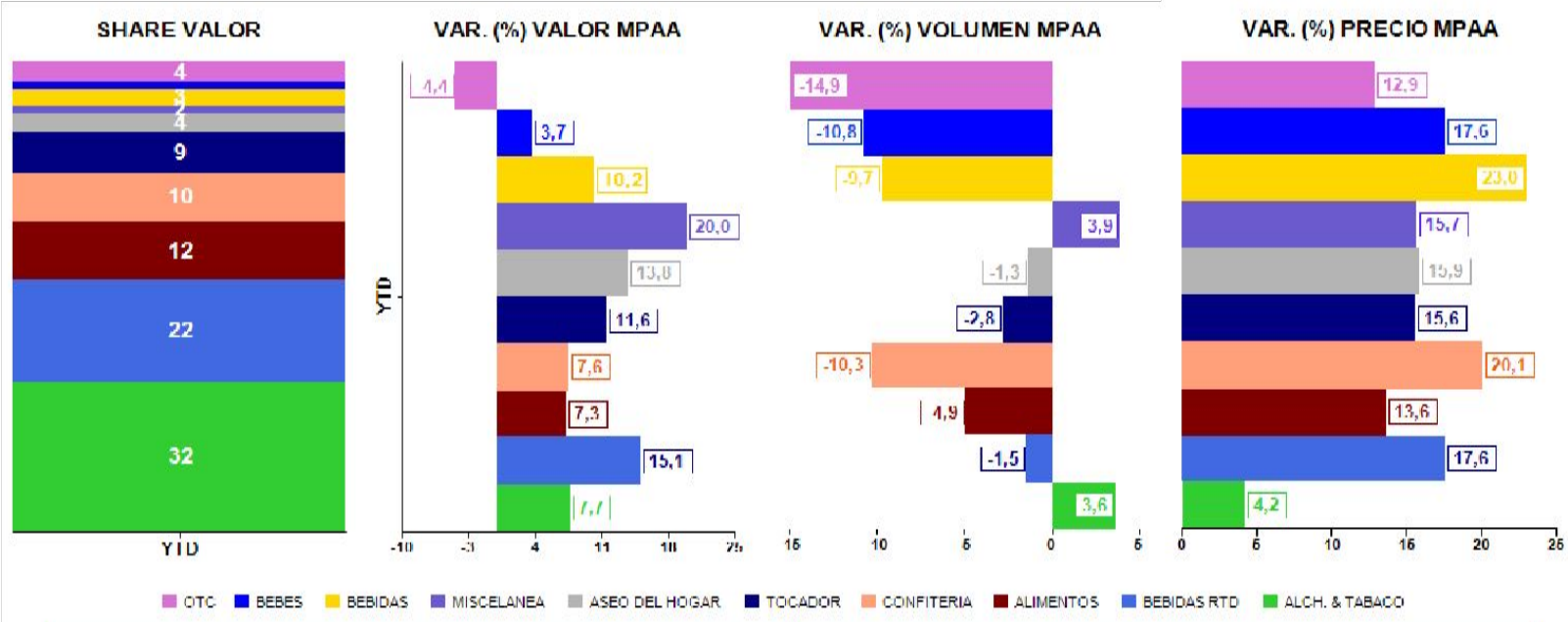


Ind. HPC



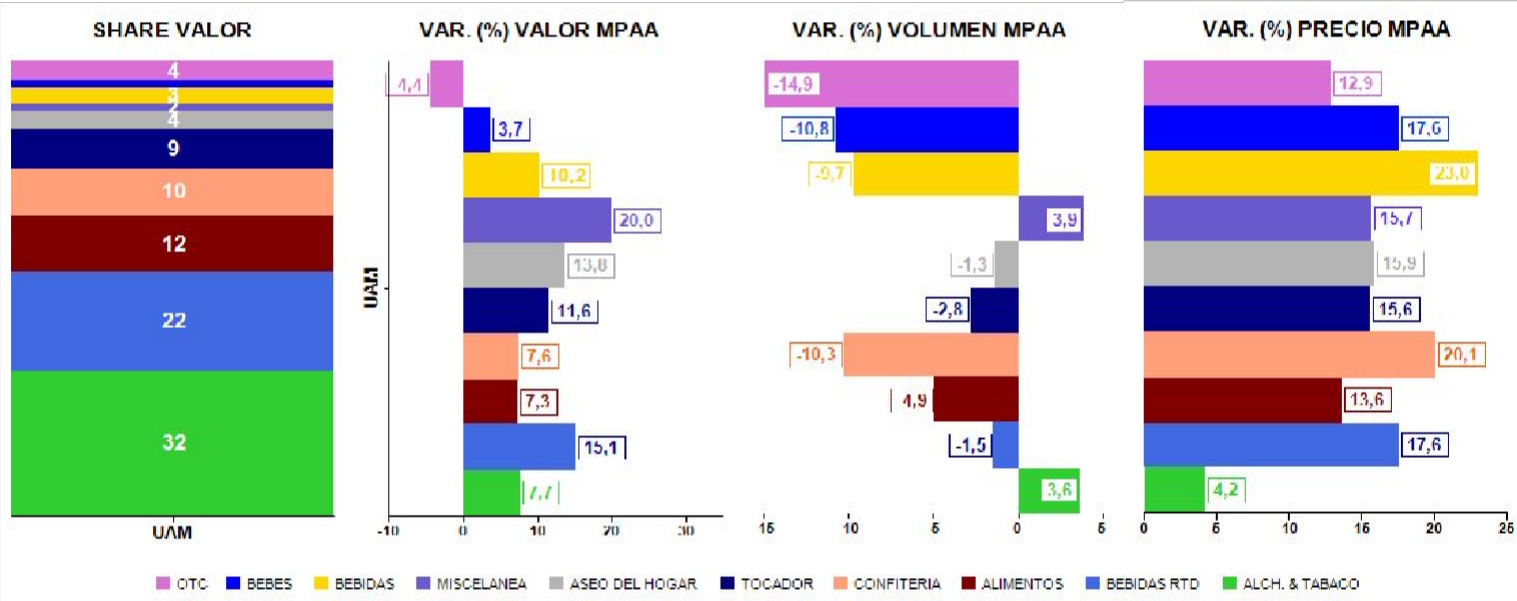
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

T. Pacífico



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

T. Pacífico



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

Glosario



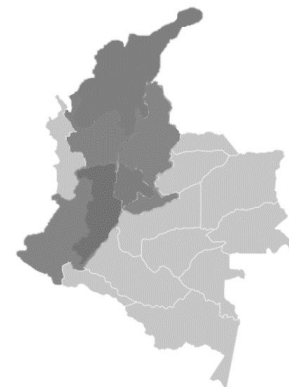
Industrias



Canales



Regiones



Industrias

Canasta NIQ computa por 10 industrias

Alcohólicas y Tabaco

Bebidas RTD

Alimentos

Confiteria

Tocador

Aseo del hogar

Bebidas

Bebes

Miscelánea

OTC

Categorías por canastas

**Mercados en Antigua definición

Alcohólicas y Tabaco

Cervezas
Cigarillos**
Ron
Whisky
Aguardiente

Bebidas RTD

Aguas
Bebidas de té preparado
Bebidas energizantes
Bebidas isotónicas
Bebidas lácteas
Gaseosas y sodas
Jugos
Leche saborizada
Leche líquida
Maltas

Alimentos

Aceites líquidos
Atún
Caldos
Carnes frías
Cereales listos
Cereales procesados
Condimentos
Crema de leche
Harinas precocidas
Leche condensada
Mayonesas
Pan empacado
Pastas
Margarinas
Quesos
Salchichas y cárnicos en conserva
Salsa de tomate
Vegetales en conserva

Categorías por canastas

Confitería

Chocolatinas
Cereales en barra
Dulces
Galletas
Gelatinas y postres listos
Gomas
Pasabocas
Ponqué

Tocador

Bálsamos
Bronceadores y protectores solares
Cepillos dentales
Crema dental
Cremas manos y cuerpo
Cremas faciales
Cuchillas
Desodorantes
Enjuagues bucales
Jabón de tocador
Jabón íntimo
Productos para incontinencia
Papel higiénico
Protección sanitaria
Shampoo
Talcos
Tinturas
Tratamientos capilares

Aseo del hogar

Blanqueadores
Desmanchadores
Detergente loza
Detergente ropa
Fragancias ambientales
Insect. Liq+aerosol
Limpiadores líquidos
Toallas de cocina
Suavizantes

Categorías por canastas

Bebidas

Café molido
Café soluble
Chocolate de mesa
Leche en polvo
Modificadores de leche

Bebés

Compotas
Fórmulas infantiles
Pañales bebe
Pañitos húmedos

Miscelánea

Alimento para gatos
Alimento para perros
Pilas
Tarjetas pines y recargas

Categorías por canastas

OTC

Analgésicos

Antiácidos

Anti flatulentos

Antigripales

Bucofaríngeos

Condomes

Expectorantes

Sistema Circulatorio

Suplementos Alimenticios

Vitaminas

Definición de canales y expansión geográfica

NUEVOS MERCADOS

- T.SUPER CADENAS
 - T. HIPERMERCADOS
 - T. OTROS GRANDES
 - T. OTROS PEQUEÑOS
 - Grandes Cadenas
 - Resto Supermercados
- T. SUPERETES:
 - T- SUPER INDEPENDIENTES*
 - T. MINIMERCADOS
- T. TRADICIONALES:

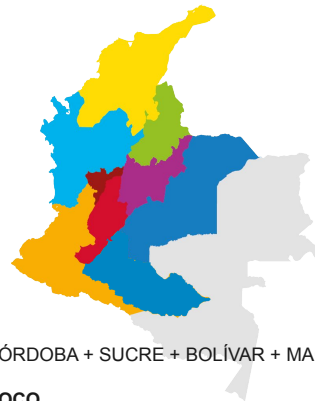
ADICIONALES

- T. CONVENIENCE

— Apertura únicamente a Total Colombia

*Independientes incluye también Otras Cadenas no colaboradoras

99.1%
De la población
Colombiana



22%

ATLÁNTICO

ATLÁNTICO + CÓRDOBA + SUCRE + BOLÍVAR + MAGDALENA + CESAR + GUAJIRA

14%

ANTIOQUIA-CHOCÓ

ANTIOQUIA + CHOCÓ

7%

SANTANDERES

SANTANDER + NORTE DE SANTANDER

25%

CUNDI – BOYACENSE

CUNDINAMARCA + BOYACÁ

4%

LLANOS

CAQUETÁ + META + CASANARE + ARAUCA

5%

EJE CAFETERO

RISARALDA + CALDAS + QUINDÍO

5%

CENTRO

TOLIMA + HUILA

17%

PACÍFICO

VALLE + CAUCA + NARIÑO + PUTUMAYO

Para mayor información, contacte a su ejecutivo de cuenta

