

# Canastas NIQ

## *Colombia*

RMS – SCN

Q4 2023

# NIQ



# Contenido

3. Resumen Ejecutivo

5. Entorno Macroeconómico

8. Generalidades Canastas NIQ

14. Subcanastas

25. Canales

	Tradicionales	Superetés	Consumo Local
	Sup. Cadenas	Droguerías	

63. Industrias

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

85. Áreas

Atlántico	Sanlander	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 perdida 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 (Var. %)	2023* (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



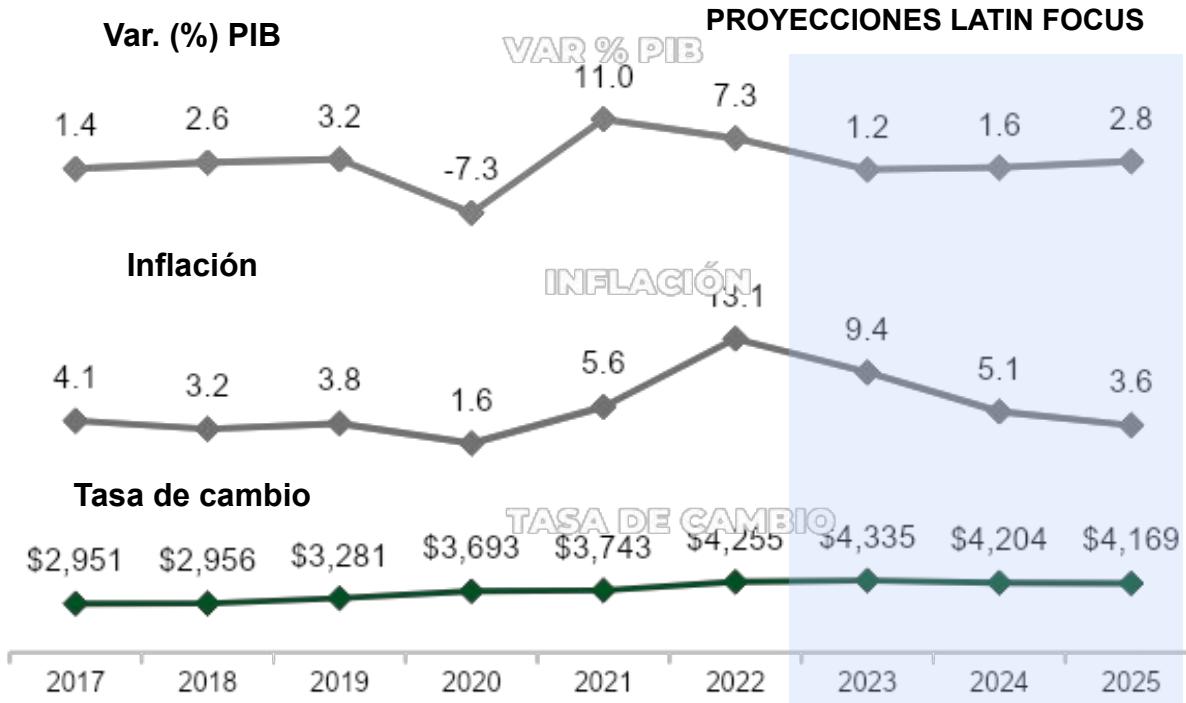
Donde disminuirá la inflación tendencialmente, llevando a leve recuperación en el desarrollo, manteniendo alza las tasas de cambio.

**Inflación Anual**  
**9.28%**  
Diciembre 2023



La tasa de desempleo nacional mantiene su tendencia descendente

**9.5%**      **9.0%**  
Nov 2022      Nov 2023



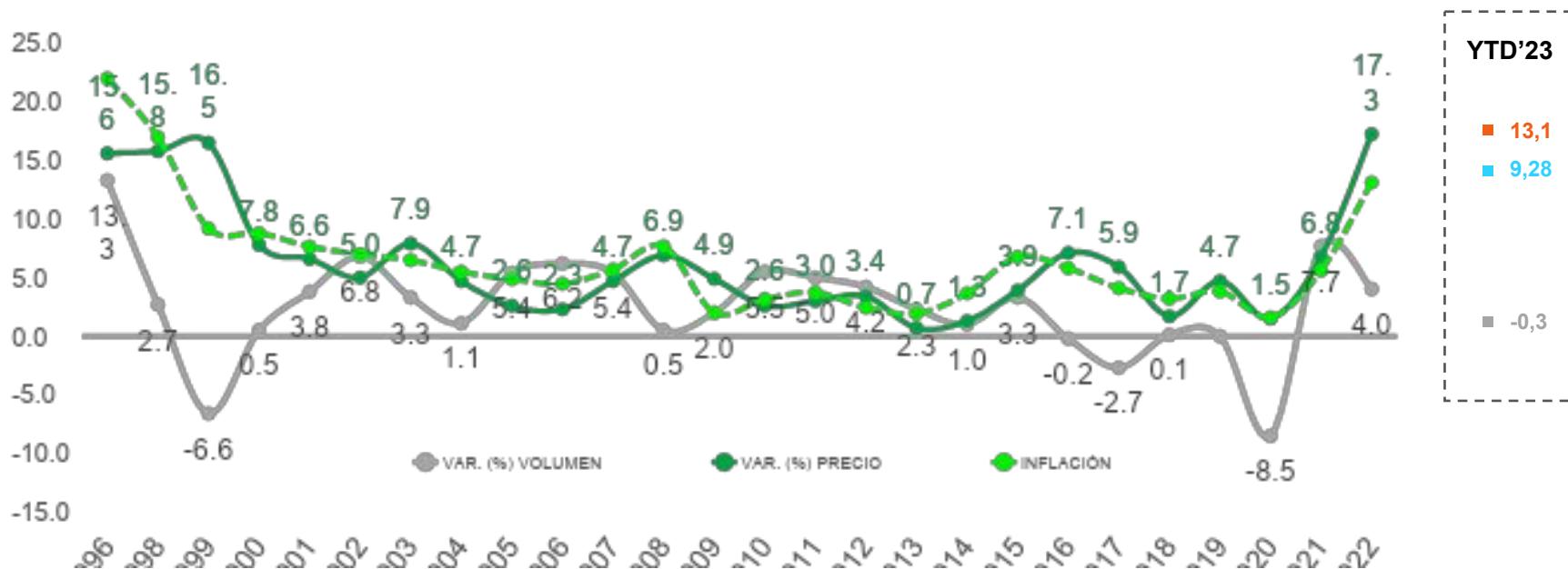
Fuente: Latin Focus Diciembre 2023, Dane Dic 2023

# 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

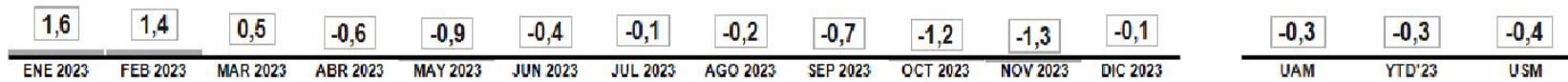
# Estabilidad en la canasta para lo corrido del año

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

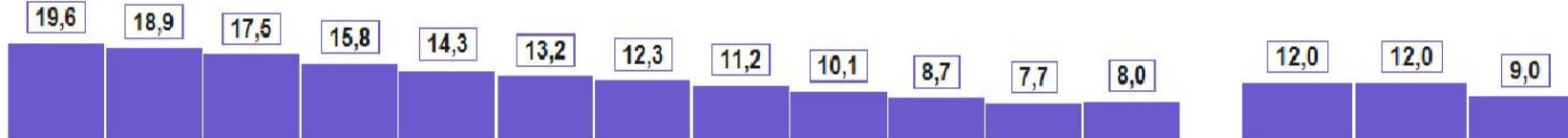
## T. Colombia – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



Consumo



Facturación



Precio Prom.



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

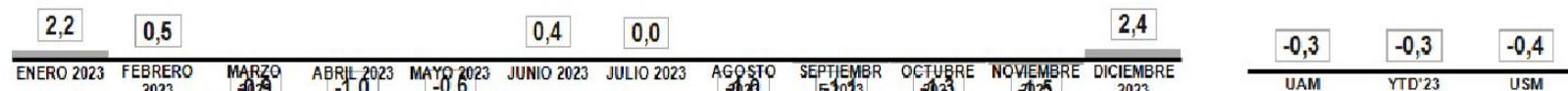
# Consumo del país retoma la senda positiva en el último mes.

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

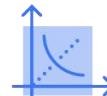
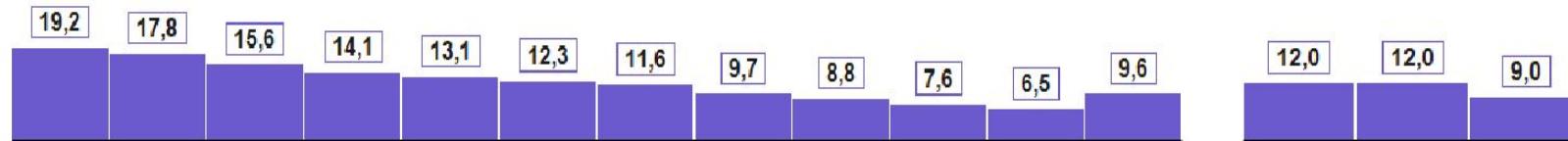
## T. Colombia – Var (%) Mensual a cada corte vs MPAA



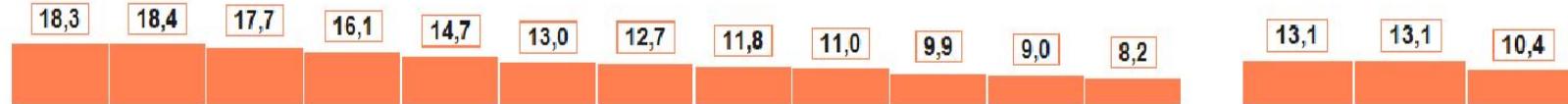
Consumo



Facturación



Precio Prom.



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

# Subcanastas

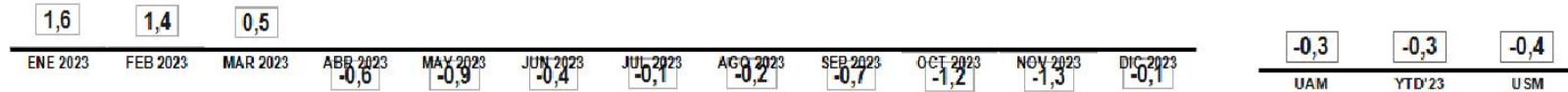
# Bebidas pasa a mostrar una aceleración para el último trimestre

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



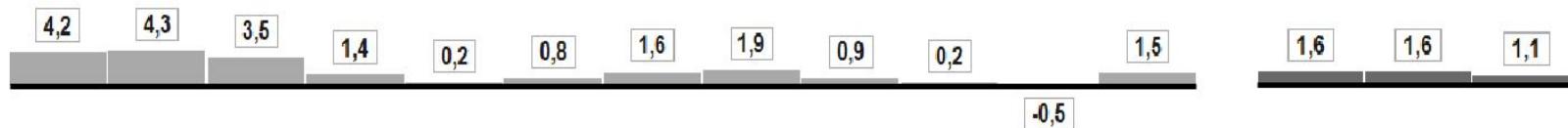
Consumo



Ind. Alimentos



Ind. Bebidas



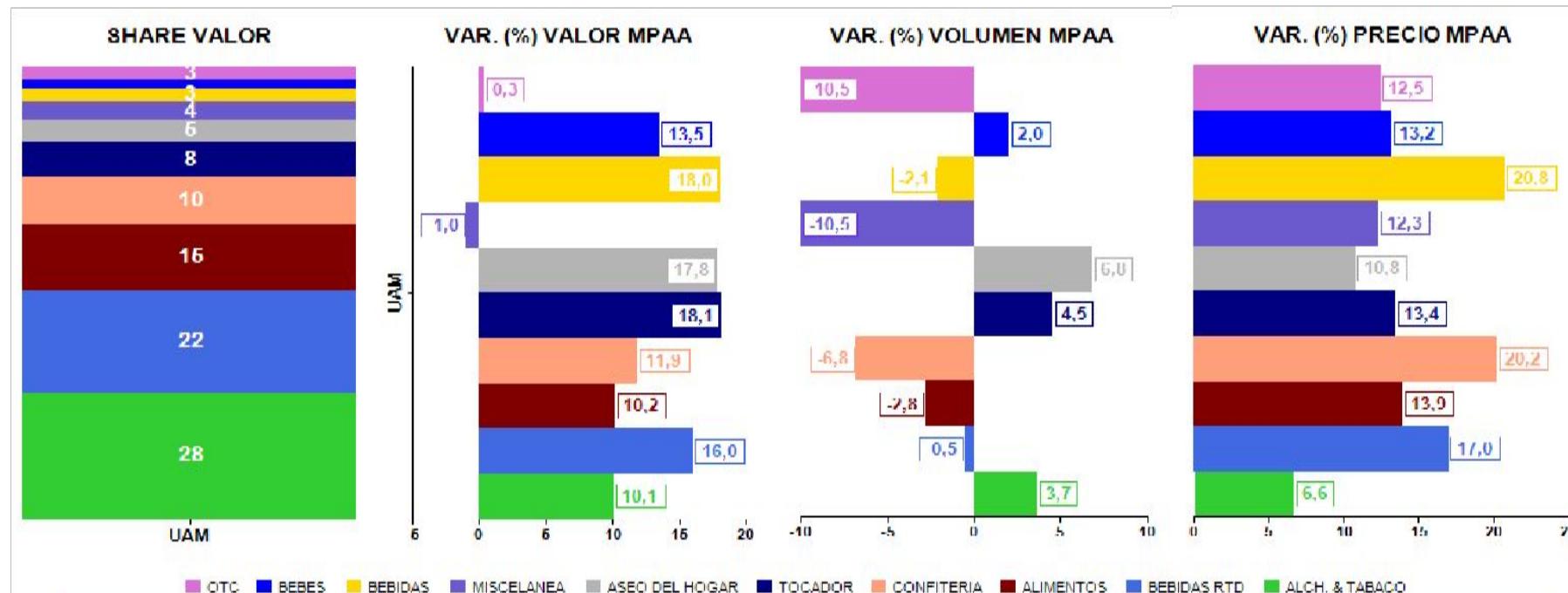
Ind. HPC



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

# Comportamiento por Subcanastas de la canasta | UAM

## T. Colombia

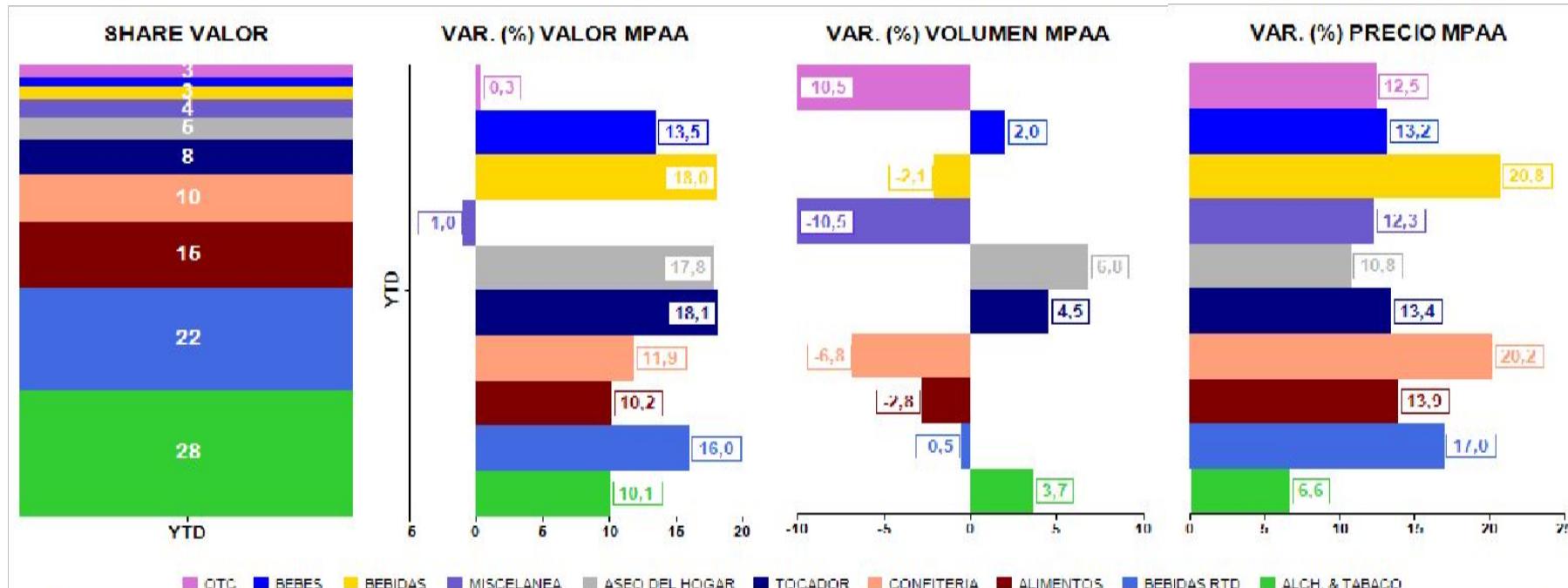


Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

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

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

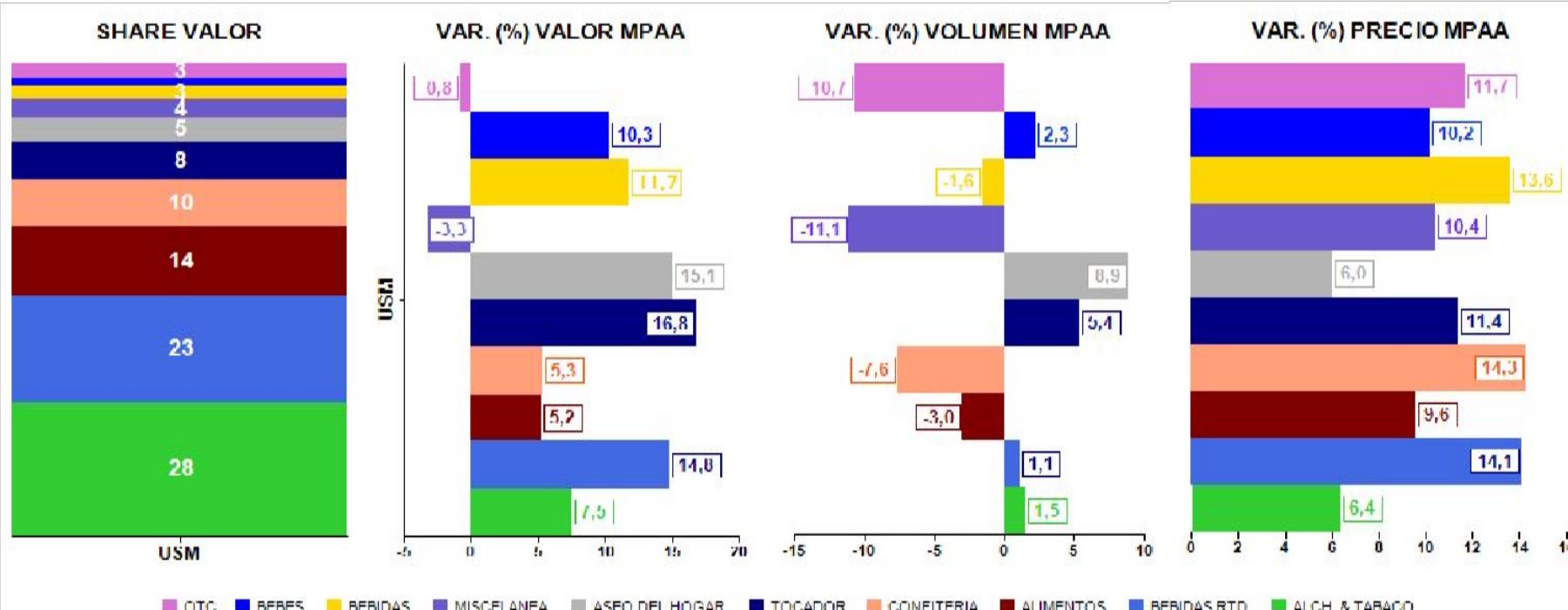
## T. Colombia



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

# Comportamiento por Subcanastas de la canasta | USM

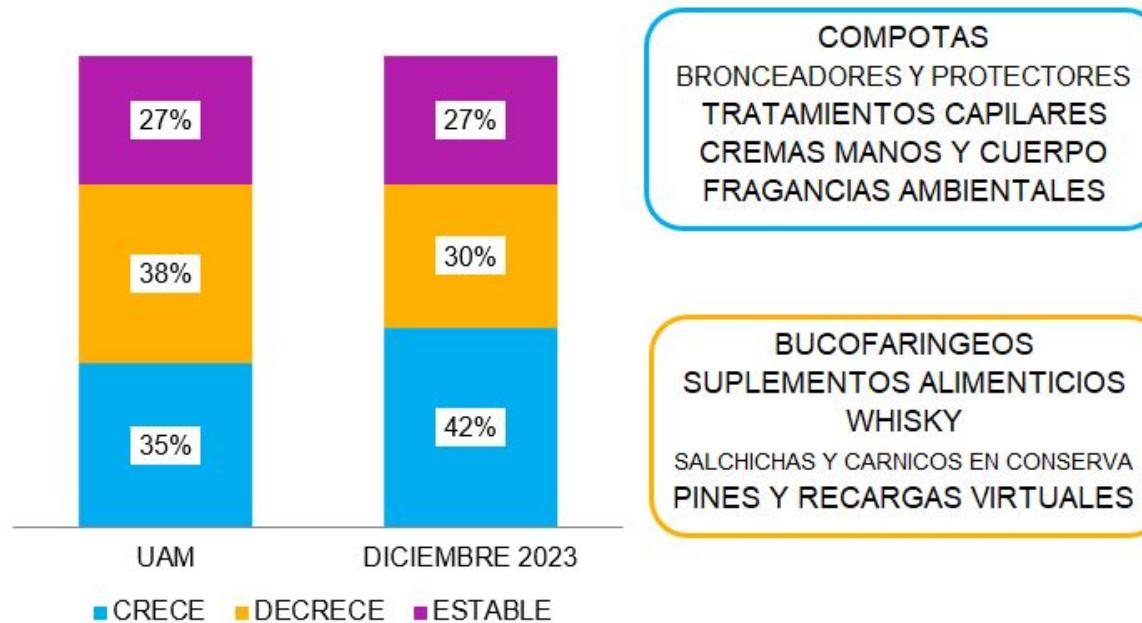
## T. Colombia



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

Aguardiente	8.9%	12.5	19.5
Cervezas	71.4%	5.2	11.4
Cigarrillos	11.7%	0.8	10.8
Ron	4.5%	-13.3	-7.7

## Bebidas RTD

Aguas	11.1%	11.4	23.8
Bebidas Isotonicas	2.8%	10.2	22.8
Bebidas De Te Preparado	0.9%	2.8	16.5
Bebidas Energizantes	3.1%	2.7	21.2

## Tocador

Bronceadores Y Protectores	3.4%	24.8	42.5
Tratamientos Capilares	1.6%	20.6	28.3
Cremas Manos y Cuerpo	2.4%	16.2	26.7
Enjuagues Banales	2.0%	10.1	25.0

## Bebes

Compotas	5.0%	65.4	60.5
Panitos Humedos	23.5%	8.7	13.0
Crema Antipanalitis	4.7%	0.9	4.2
Panales desechables	48.8%	-0.4	14.8

## Confitería

Gomas	4.8%	-4.6	25.9
Galletas	23.3%	-5.1	12.0
Pasabocas	40.2%	-6.3	10.7
Chocolatinas	9.7%	-7.3	9.3

## Bebidas

Cafe Soluble	23.1%	2.4	20.4
Cafe Molido	35.3%	-1.8	23.4
Chocolate de Mesa	14.9%	-4.0	16.1
Leche en Polvo	19.4%	-5.4	10.6

## OTC

Sistema Circulatorio	0.3%	12.8	7.3
Laxantes	0.2%	0.3	3.8
Condones	3.4%	-3.3	6.1
Antiacidos	10.8%	-4.4	9.1

## Alimentos

Condimentos	2.4%	10.1	19.2
Crema De Leche	1.9%	7.1	31.9
Cereales Procesados	1.2%	5.7	19.7
Harinas Precocidas	3.4%	3.3	16.9

## Aseo del hogar

Fragancias Ambientales	3.4%	13.0	14.9
Detergente para Ropa	45.5%	9.4	25.5
Limpiaores Liquidos	9.7%	7.8	13.7
Suavizantes	10.1%	6.5	13.1

## Miscelánea

Alimento Para Gatos	11.5%	7.3	24.5
Alimento Para Perros	17.5%	2.2	19.2
Pilas	3.7%	-4.9	11.5

**UAM VS PAM**

Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

IMPORTANCIA VAL

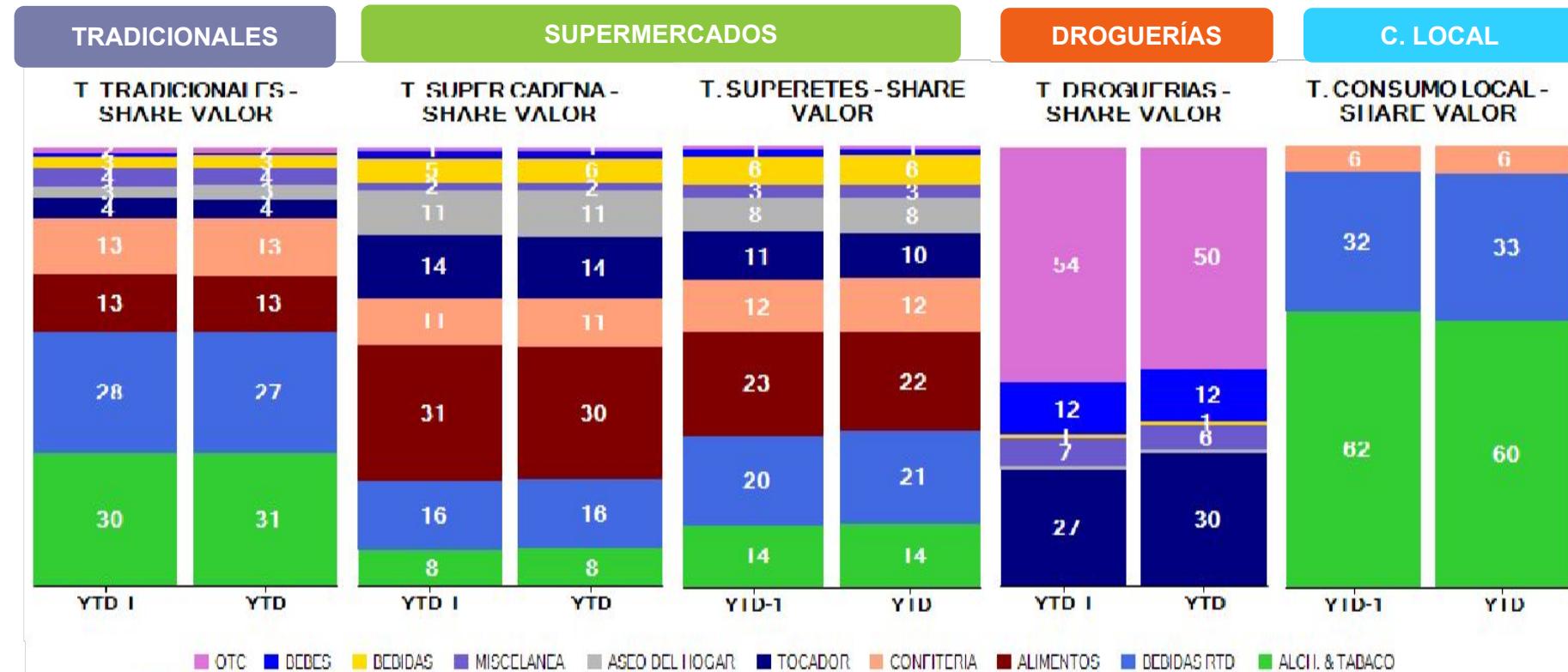
CRECIMIENTO UAM VOL

CRECIMIENTO UAM VAL

# 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



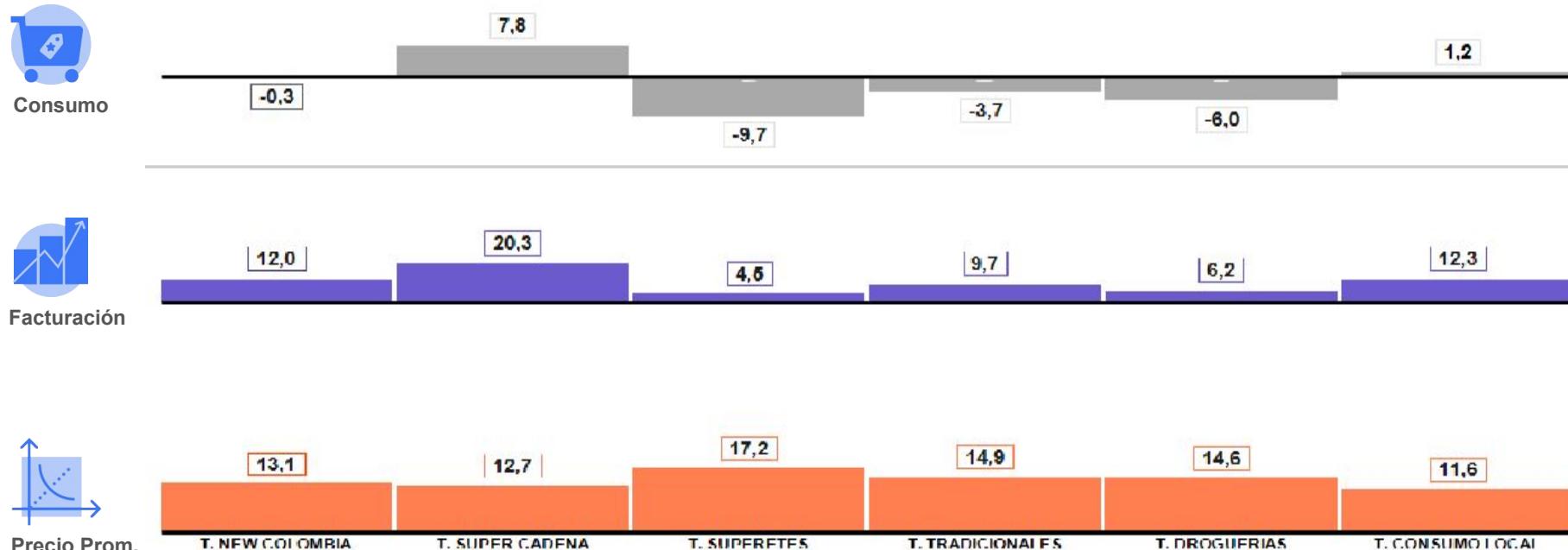
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

# Canales

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

Tradicionales 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

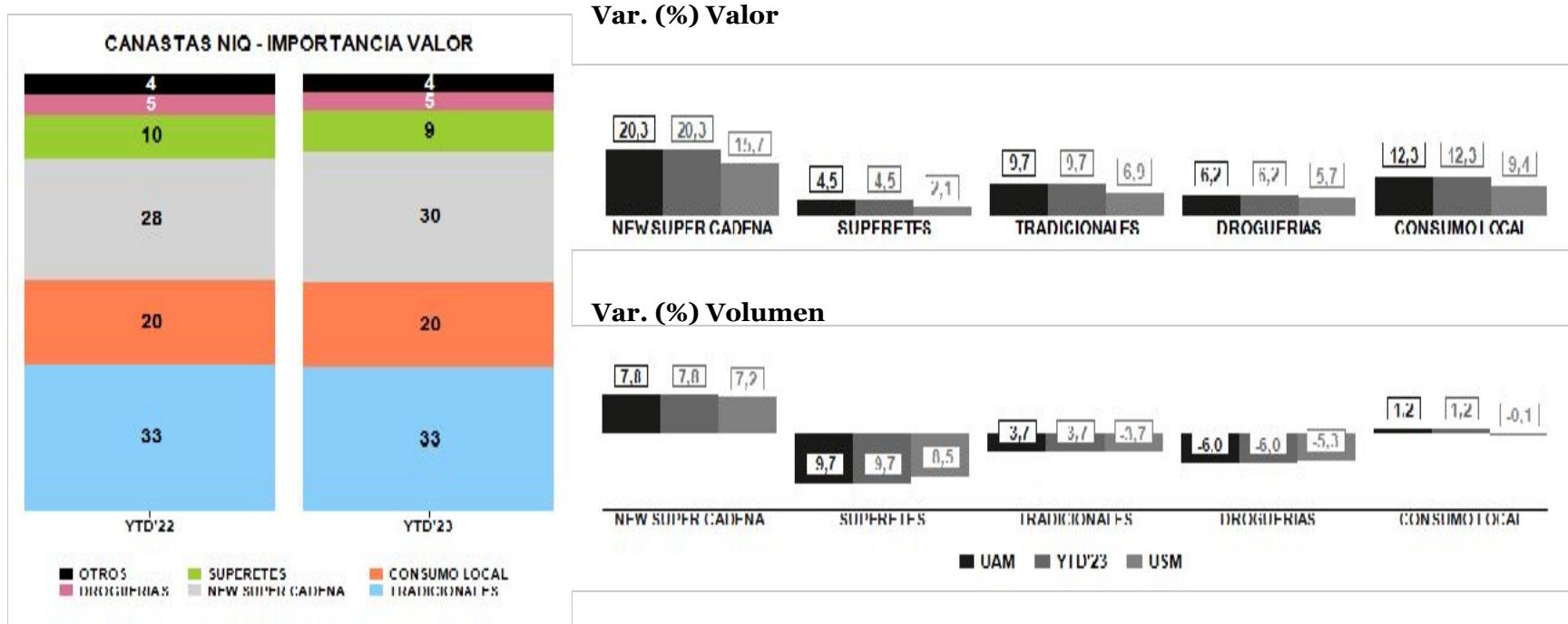


Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

# 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

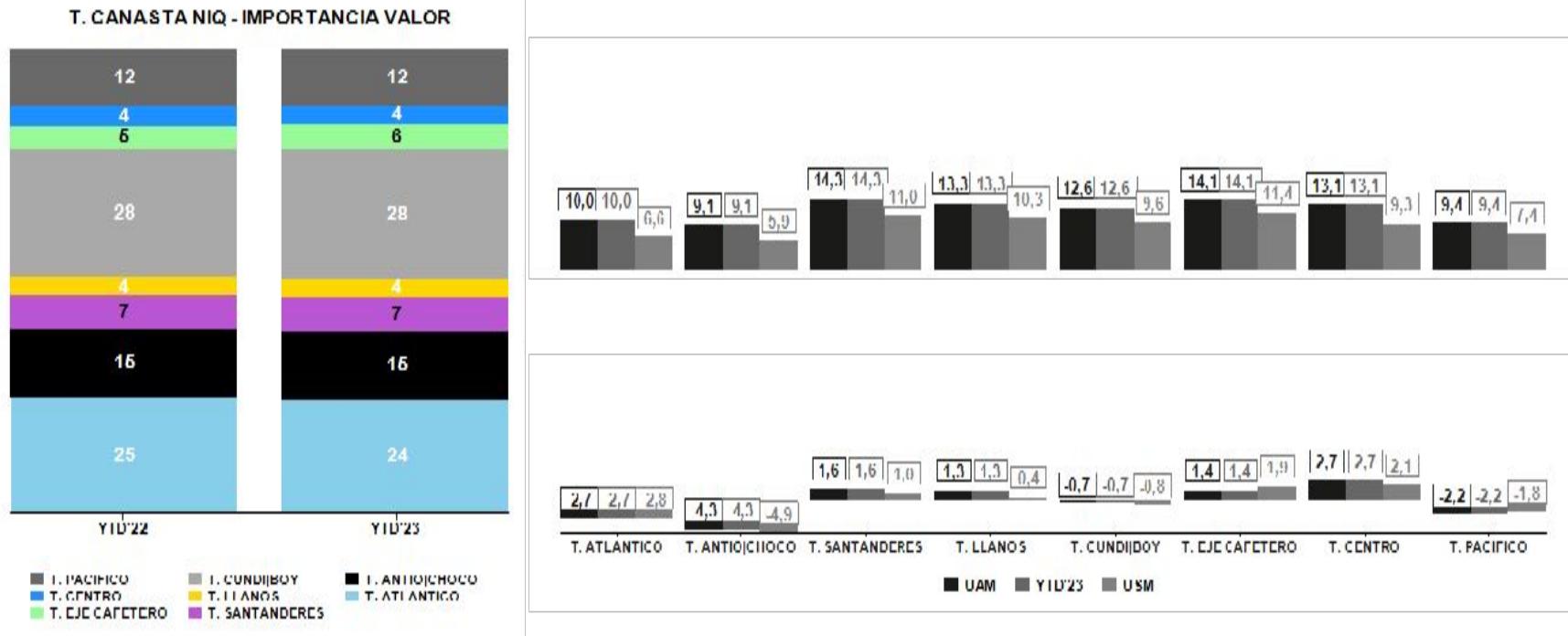
## Estructura en valor y dinámica | Canales NIQ



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



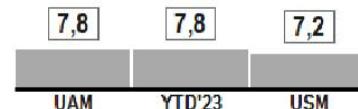
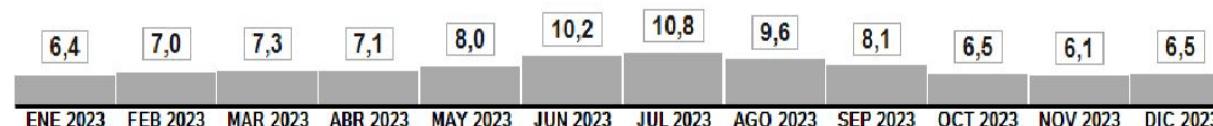
# Cadenas mantiene dinámica positiva de consumo en el largo y corto plazo, presentando una aceleración en Diciembre

El precio y la facturación continúan desacelerándose de manera tendencial

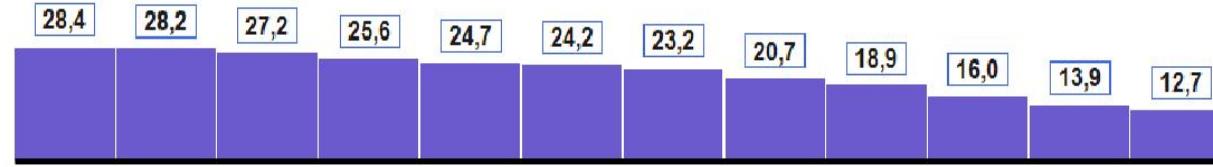
## T. Super Cadenas – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



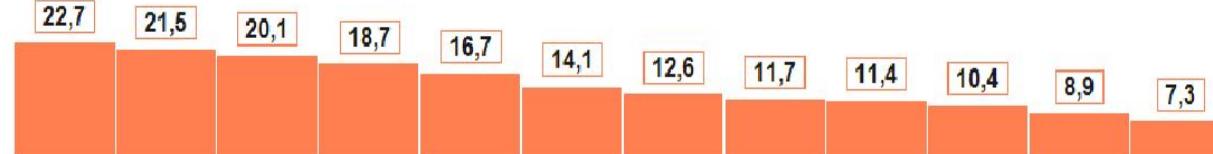
Consumo



Facturación



Precio Prom.



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

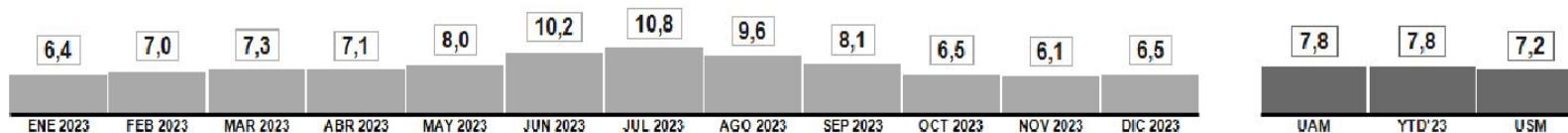
# Las tres industrias continúan desarrollando el consumo en el último trimestre

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

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



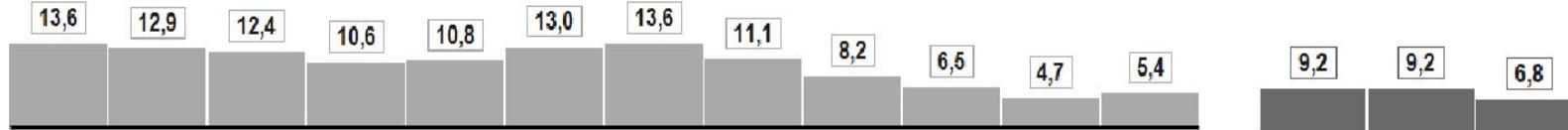
Consumo



Ind. Alimentos



Ind. Bebidas



Ind. HPC

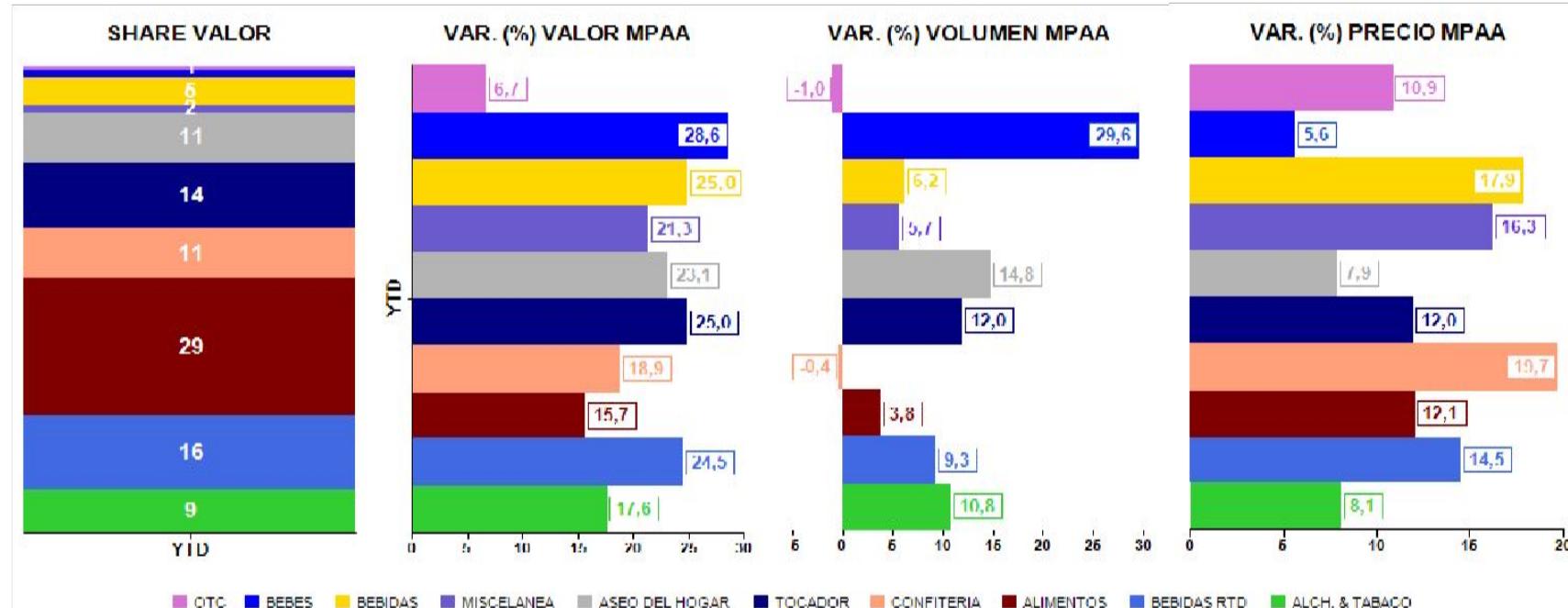


Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

# Cadenas se mantiene como 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. Bebes y Aseo del Hogar se mantienen como las canastas de mayor desarrollo en consumo con los menores incrementos de precio en el canal

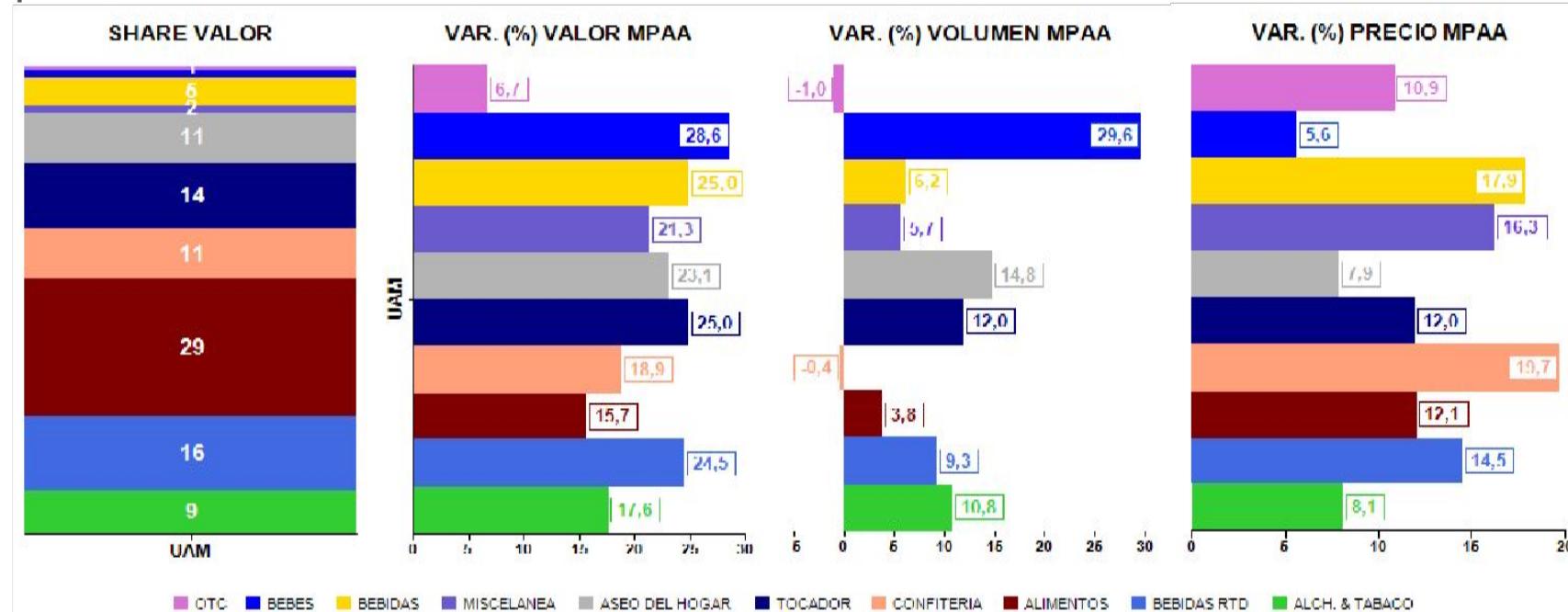
## T. Super Cadena



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



# 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



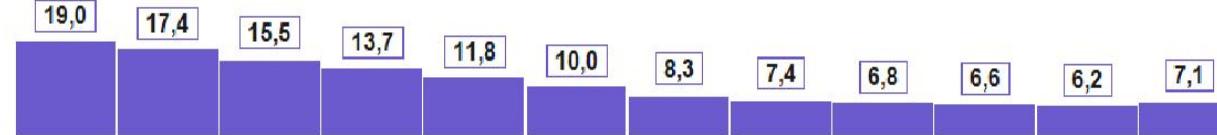
Consumo

	ENE 2023	FEB 2023	MAR 2023	ABR 2023	MAY 2023	JUN 2023	JUL 2023	AGO 2023	SEP 2023	OCT 2023	NOV 2023	DIC 2023
0,7		-0,5	-1,8	-3,3	-4,3	-4,8	-5,1	-4,8	-4,6	-4,3	-4,2	-2,7

UAM	YTD'23	USM
-3,7	-3,7	-3,7



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 MPAAs



Consumo

0,7

ENE 2023	FEB 2023	MAR 2023	ABR 2023	MAY 2023	JUN 2023	JUL 2023	AGO 2023	SEP 2023	OCT 2023	NOV 2023	DIC 2023	UAM	YTD 23	ITSM
	-0,5	-1,8	-3,3	-4,3	-4,8	-5,1	-4,8	-4,6	-4,3	-4,2	-2,7	-3,7	-3,7	-3,7



Ind. Alimentos

2,7

-1,9	-7,3	-8,7	-9,9	-11,0	-12,3	-12,8	-12,0	-11,0	-10,1	-10,2	-10,2	-10,2	-10,2	-11,2
------	------	------	------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------



Ind. Bebidas

1,5

1,3

1,1

1,6

0,0

0,0

0,4

-0,5	-1,4	-1,7	-1,6	-0,8	-0,8	-0,6	-0,8
------	------	------	------	------	------	------	------



Ind. HPC

-4,6

-4,4

-4,5

-4,4

-4,9

-5,0

-5,4

-6,1

-6,9

-7,8

-7,6

-7,9

-6,2

-6,2

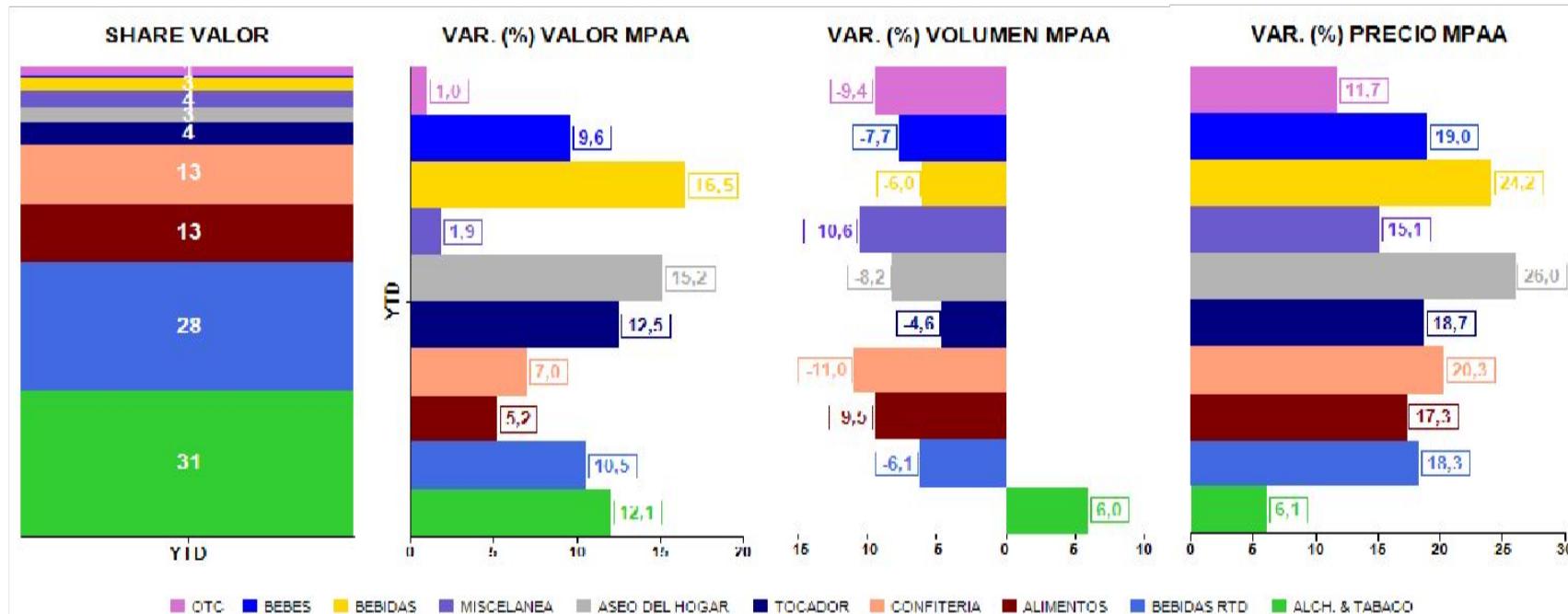
-7,4

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

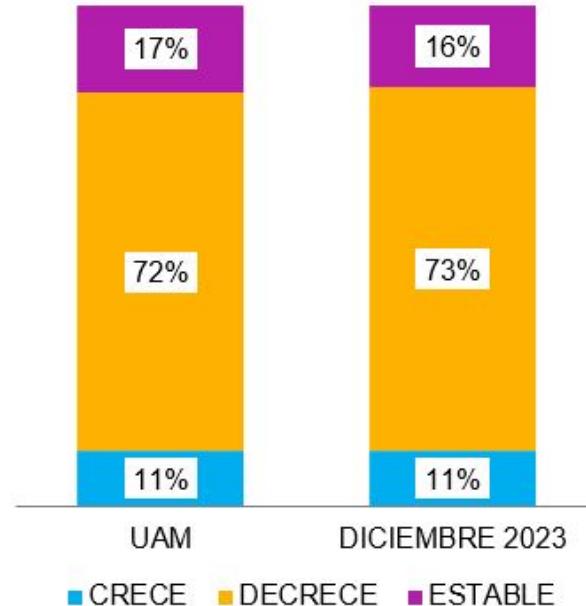
## T. Tradicionales



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



SUPLEMENTOS ALIMENTICIOS  
CREMAS MANOS Y CUERPO  
EXPECTORANTES  
CERVEZAS  
TOALLAS DE COCINA

CREMA ANTIPANALITIS  
ANTIFLATULENTOS  
LAXANTES  
SISTEMA CIRCULATORIO  
BRONCEADORES Y PROTECTORES

# 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
Antiacidos	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
Protección 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 Líquidos	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 ítem	Precio de Desembolso	Distrbución 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 GRGS	\$ 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	Distrbución 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

Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

Categoría de Pines y Recarga excluida a partir de Julio 2023

# Superetes

NIQ



# 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

ENE 2023	FEB 2023	MAR 2023	ABR 2023	MAY 2023	JUN 2023	JUL 2023	AGO 2023	SEP 2023	OCT 2023	NOV 2023	DIC 2023	UAM	YTD'23	USM
-6,9	-8,0	-9,0	-11,1	-11,7	-12,6	-12,0	-11,0	-10,0	-8,8	-8,2	-6,8	-9,7	-9,7	-8,5



Ind. Alimentos

-9,6	-11,6	-12,8	-14,9	-15,3	-16,6	-15,8	-14,5	-13,4	-12,5	-11,9	-10,7	-13,5	-13,5	-12,1
------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------



Ind. Bebidas

-2,8	-3,0	-4,1	-6,9	-7,3	-7,6	-6,3	-5,1	-3,9	-2,4	-1,7	-0,4	-4,2	-4,2	-2,2
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------



Ind. HPC

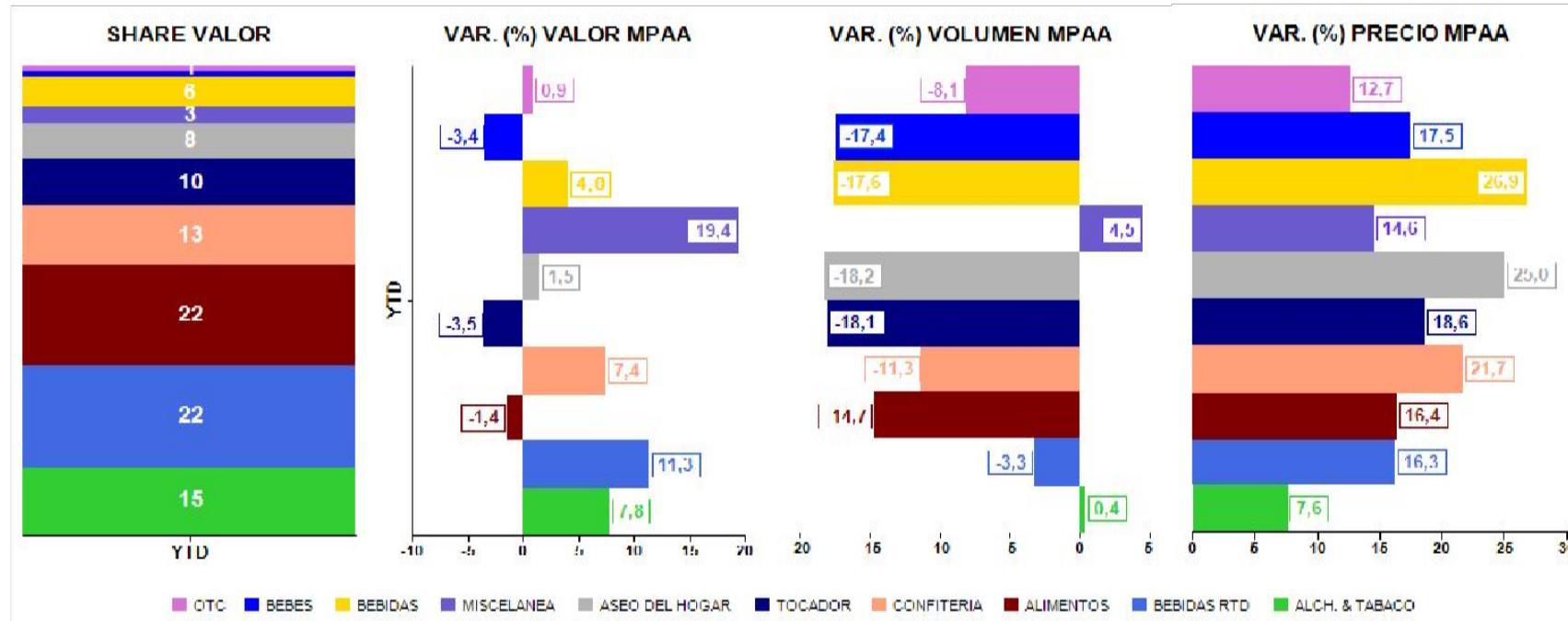
-11,6	-13,6	-15,0	-16,3	-18,0	-19,5	-20,5	-20,9	-20,6	-19,2	-18,7	-17,0	-18,1	-18,1	-18,9
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

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



# 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

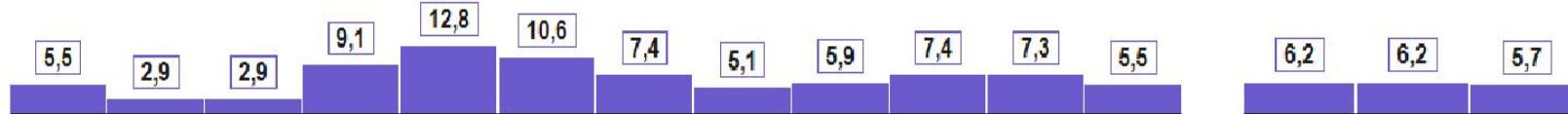


Consumo

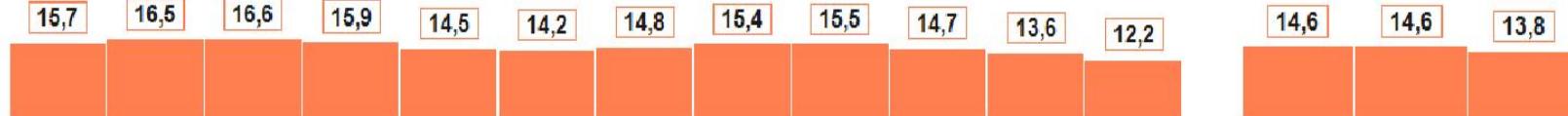
ENE 2023	FEB 2023	MAR 2023	ABR 2023	MAY 2023	JUN 2023	JUL 2023	AGO 2023	SEP 2023	OCT 2023	NOV 2023	DIC 2023	UAM	YTD'23	USM
-7,8	-10,1	-9,9	-5,0	-0,3	-2,2	4,9	-7,2	-6,7	-4,9	-4,0	-3,7	-6,0	-6,0	-5,3



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

ENE 2023	FEB 2023	MAR 2023	ABR 2023	MAY 2023	JUN 2023	JUL 2023	AGO 2023	SEP 2023	OCT 2023	NOV 2023	DIC 2023	U.A.M.	YTD'23	U.S.M.
-7,8	-10,1	-9,9	-5,0	-0,3	-2,2	-4,9	-7,2	-6,7	-4,9	-4,0	-3,7	-6,0	-6,0	-5,3



OTC

				3,0										
-12,5	-17,9	-18,2	-6,7	-0,7	-8,4	-12,0	-11,8	-8,8	-8,4	-11,1	-11,0	-11,0	-11,5	



Ind. Bebidas

-14,2	-15,9	-14,9	-16,1	-18,0	-21,7	-24,8	-26,3	-26,0	-24,4	-22,0	-18,0	-20,1	-20,1	-22,2
-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------



Ind. HPC

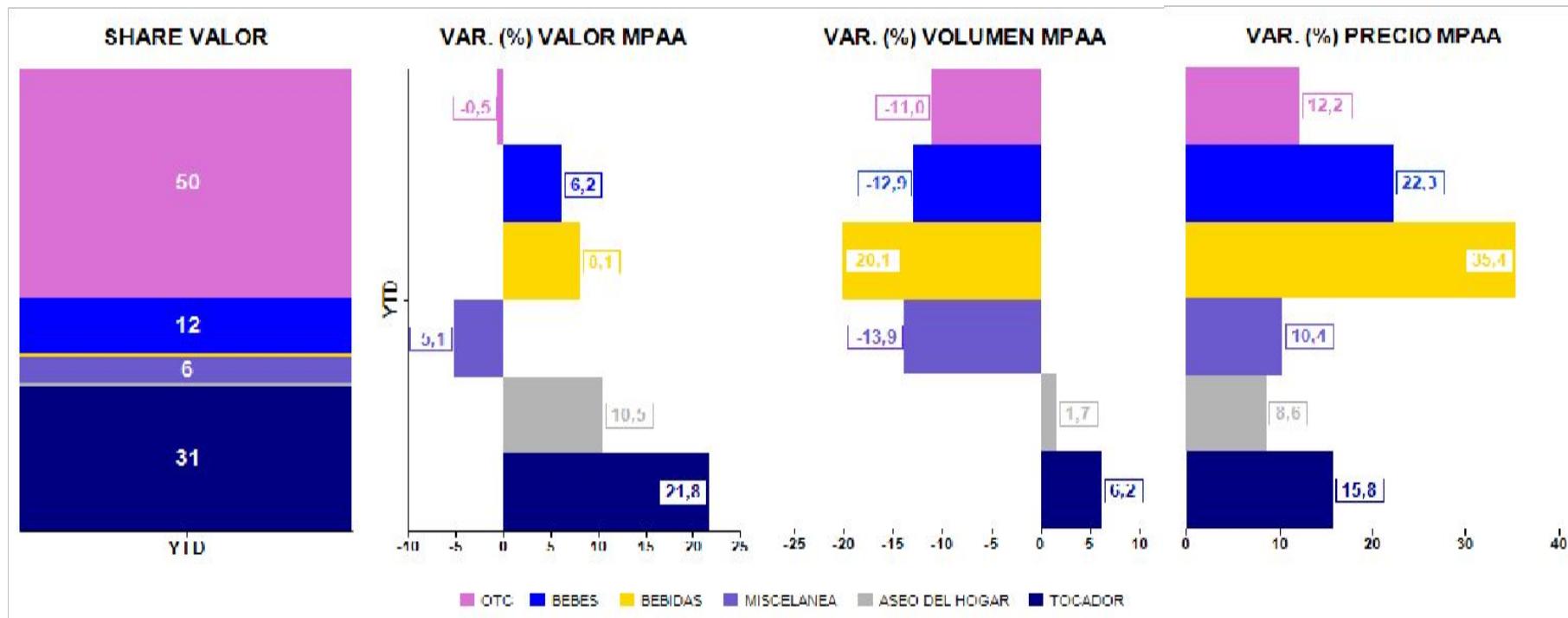
-0,8	-0,1	0,5		0,8	0,2	0,7	2,0	5,1				0,9	0,9	2,6
-0,5														

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 Misceláneas 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



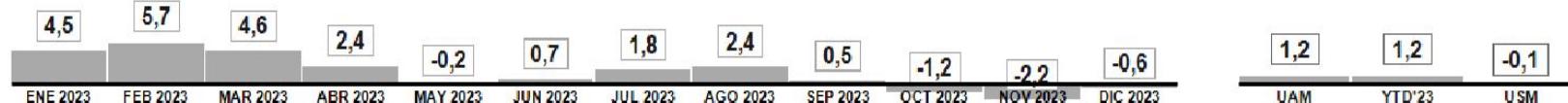
# El Consumo mantiene dinámica negativa, aunque se desacelera en Diciembre '23

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

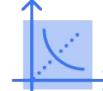
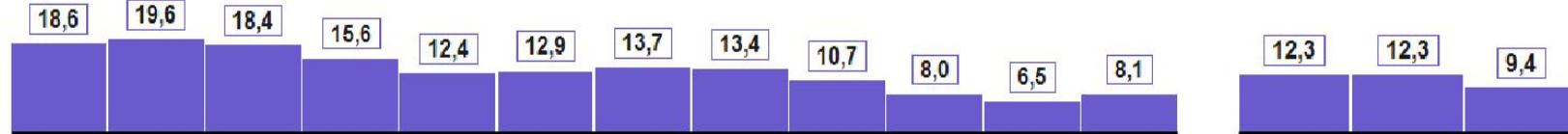
## T. Consumo Local – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



Consumo



Facturación



Precio Prom.



Fuente: Nielsen RMS corte Octubre 2023

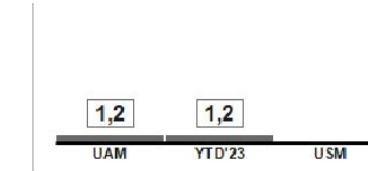
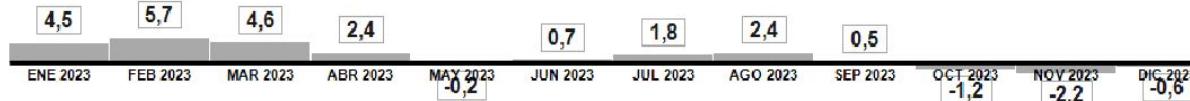
# Alcohólicas & Tabaco se mantiene en terreno negativo en el Corto Plazo

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



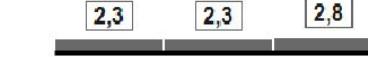
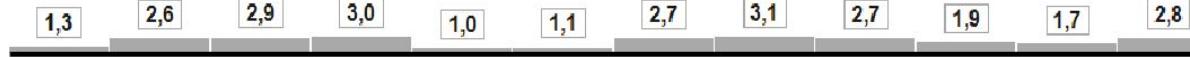
Consumo



Alc. & Tabaco



Bebidas RTD



Confitería

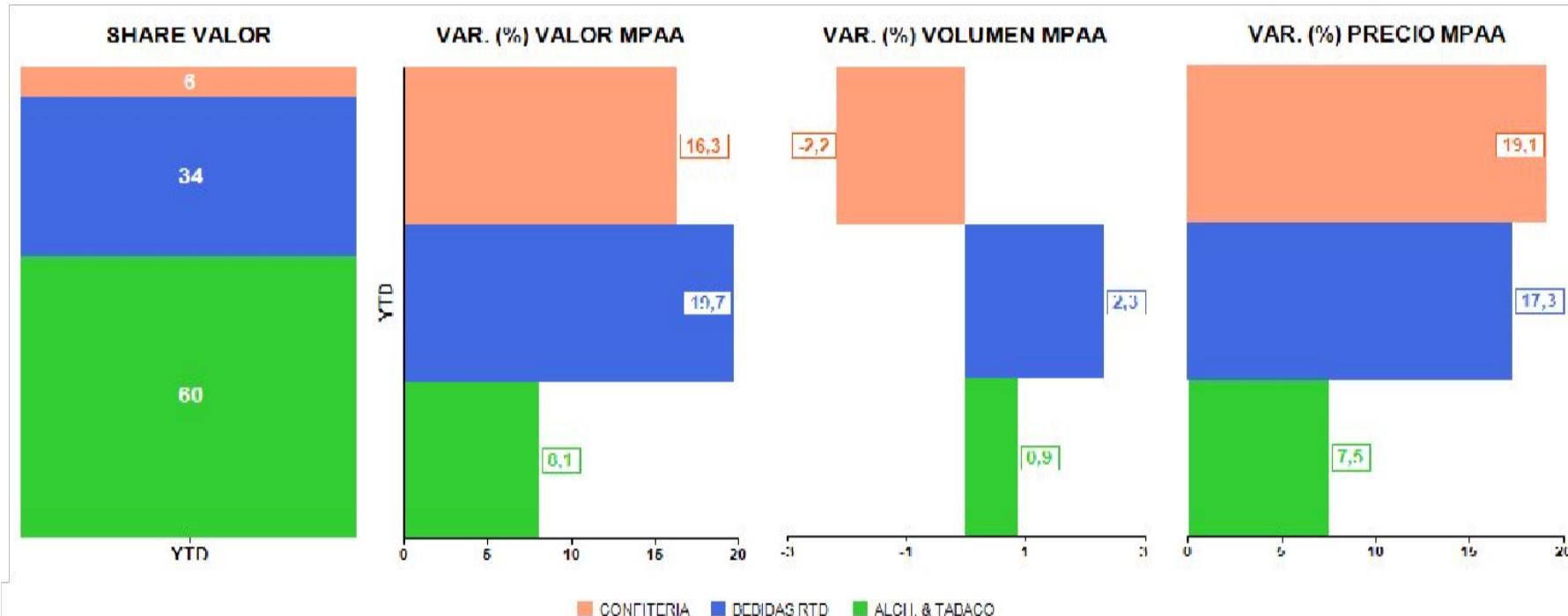


Fuente: Nielsen RMS corte Octubre 2023

# 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

IMPORTANCIA VALOR - UAM

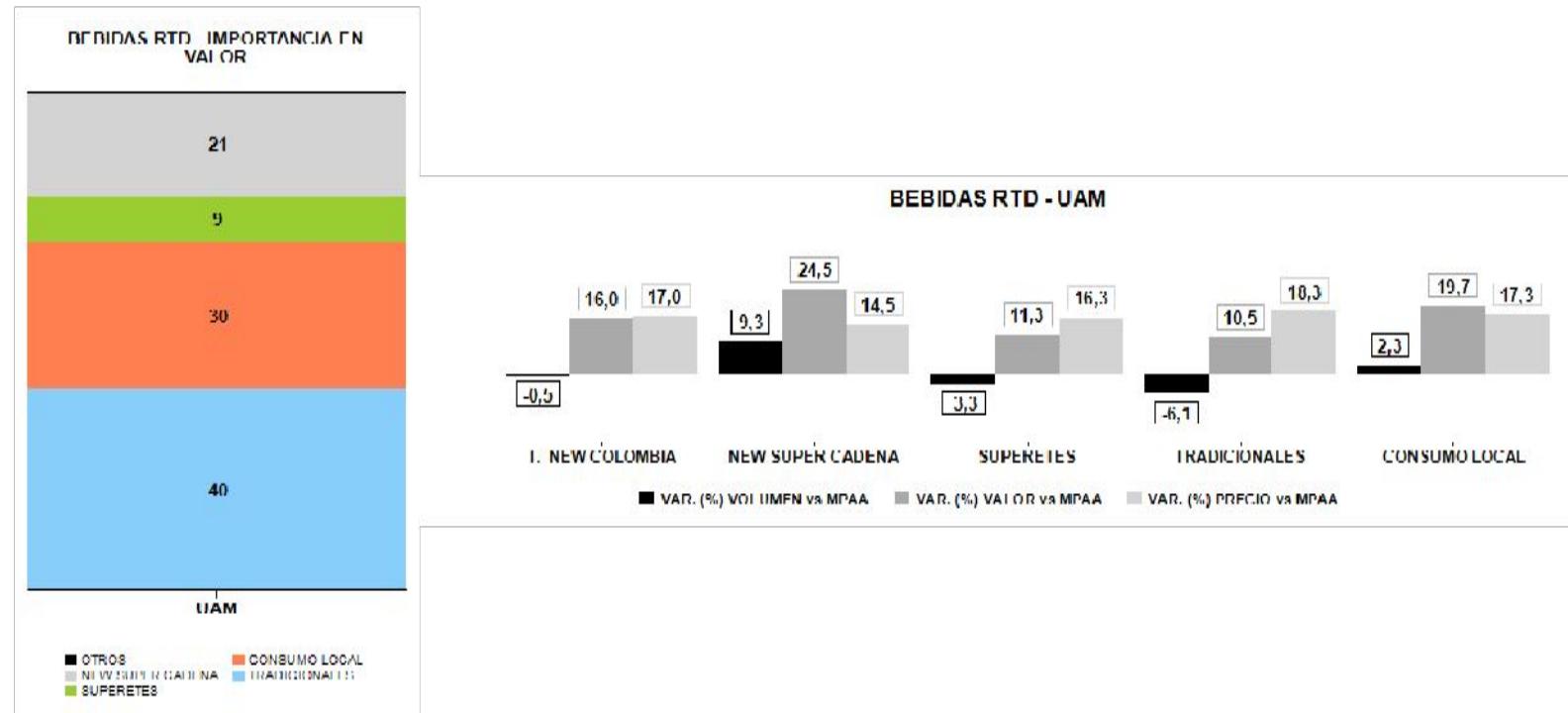


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

# Bebidas RTD

UAM

## Estructura | Dinámica de Canales

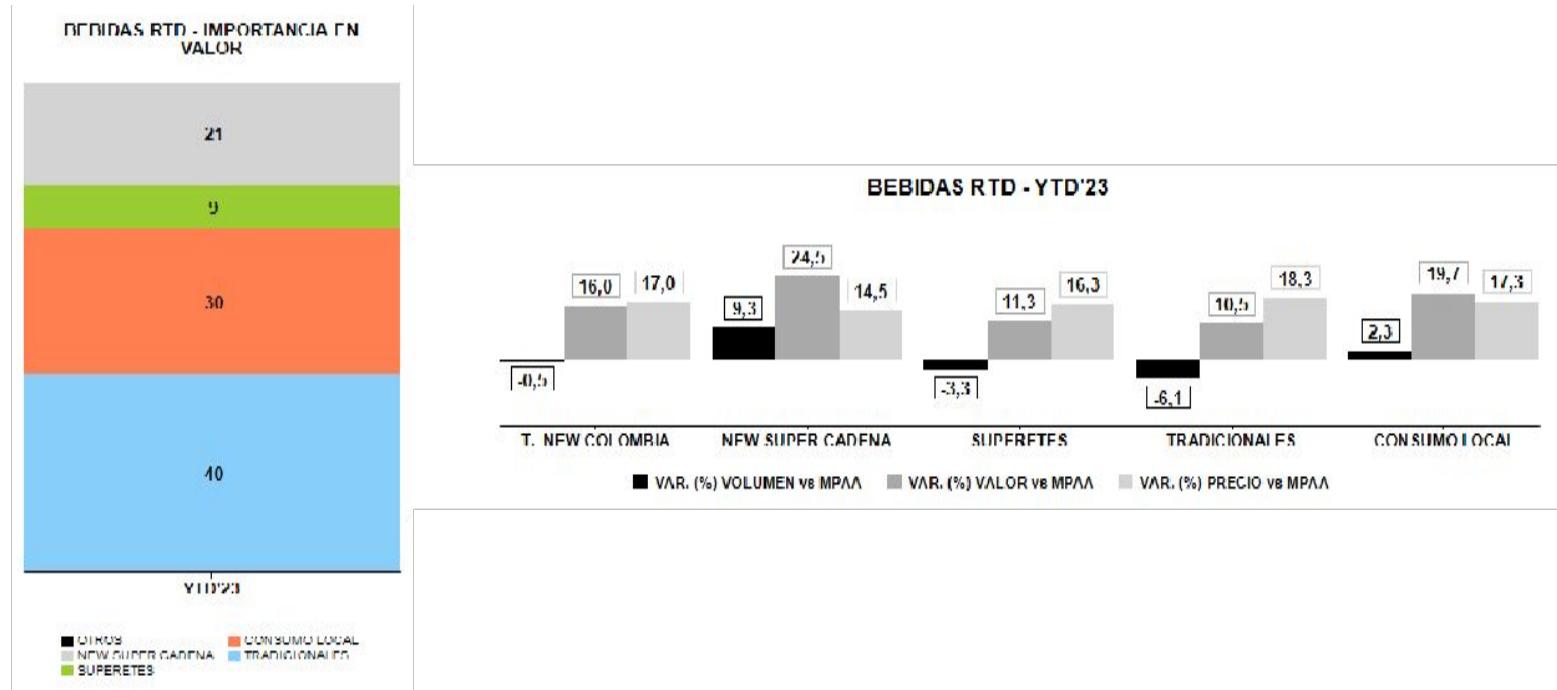


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

# Bebidas RTD

Tradicionales 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

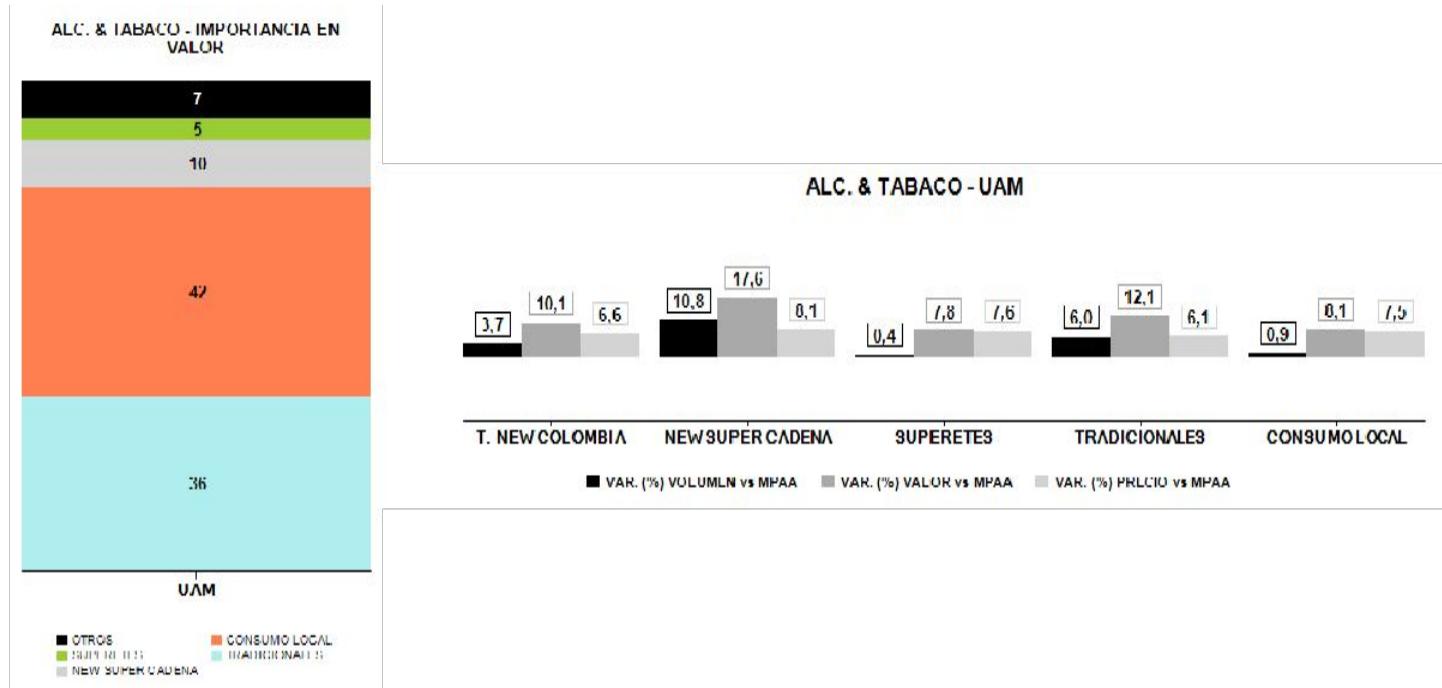


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

# Alcohólicas & Tabaco

UAM

## Estructura | Dinámica de Canales

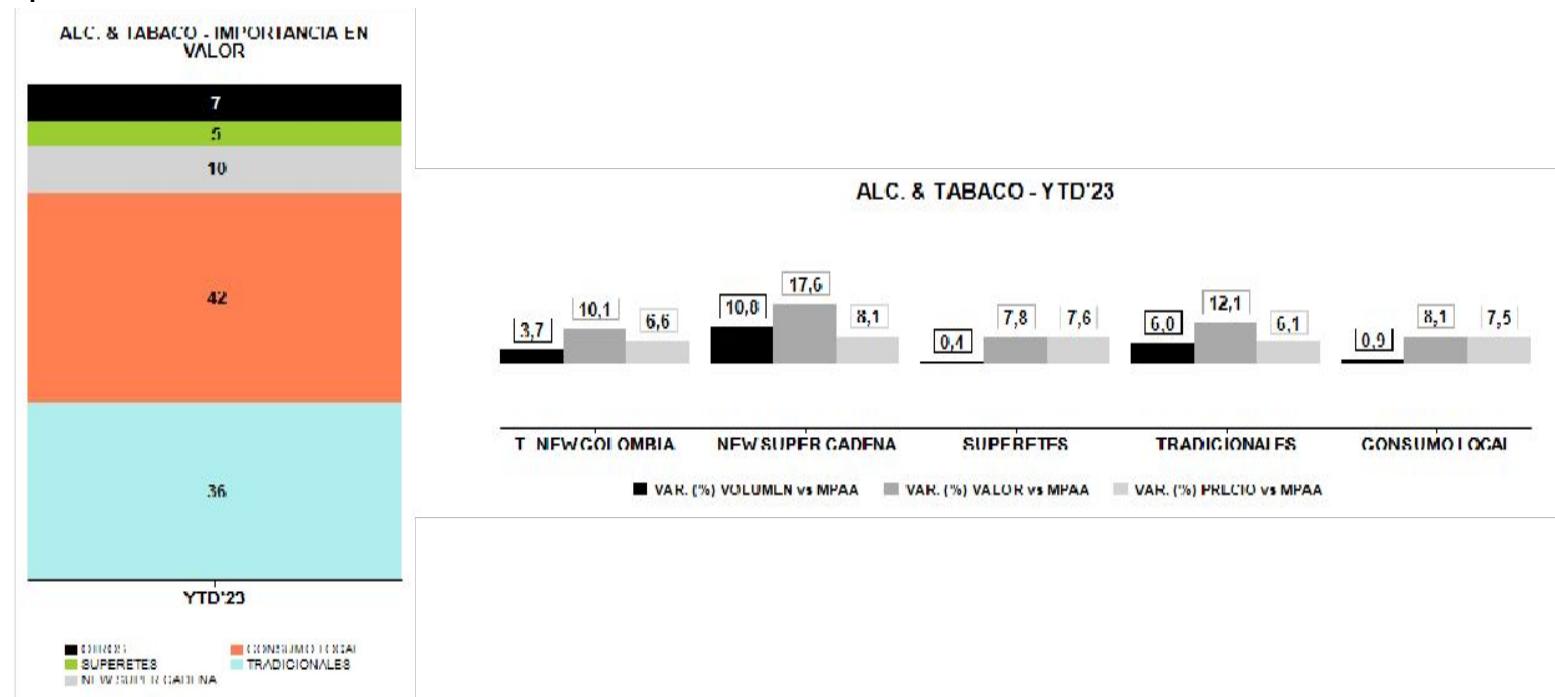


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

# Alcohólicas & Tabaco

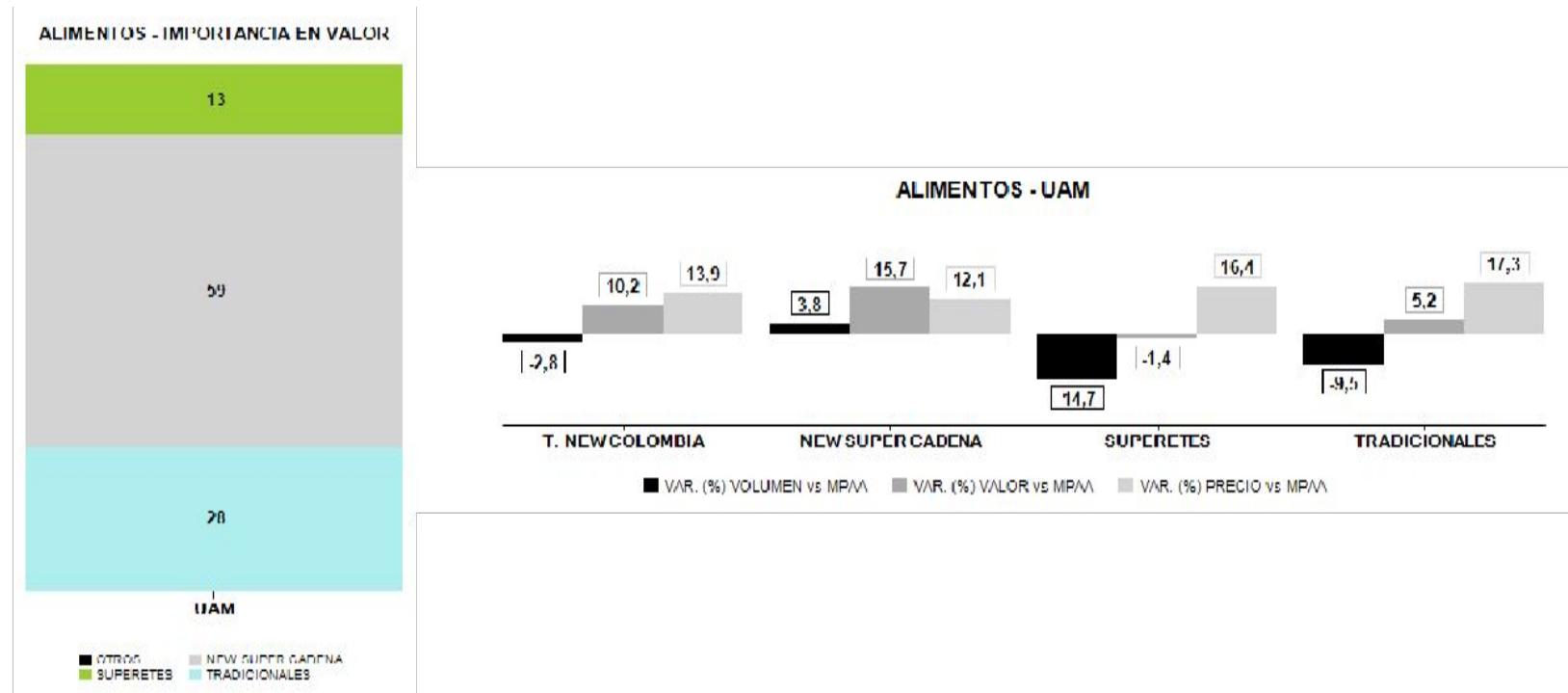
Consumo local con comportamiento estable, creciendo en consumo levemente vs Dic'22. Por su parte, Tradicionales, continúa como el canal que presenta menores incrementales en el precio. Cadenas con el mejor comportamiento de la canasta.

## Estructura | Dinámica de Canales



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

### Estructura | Dinámica de Canales

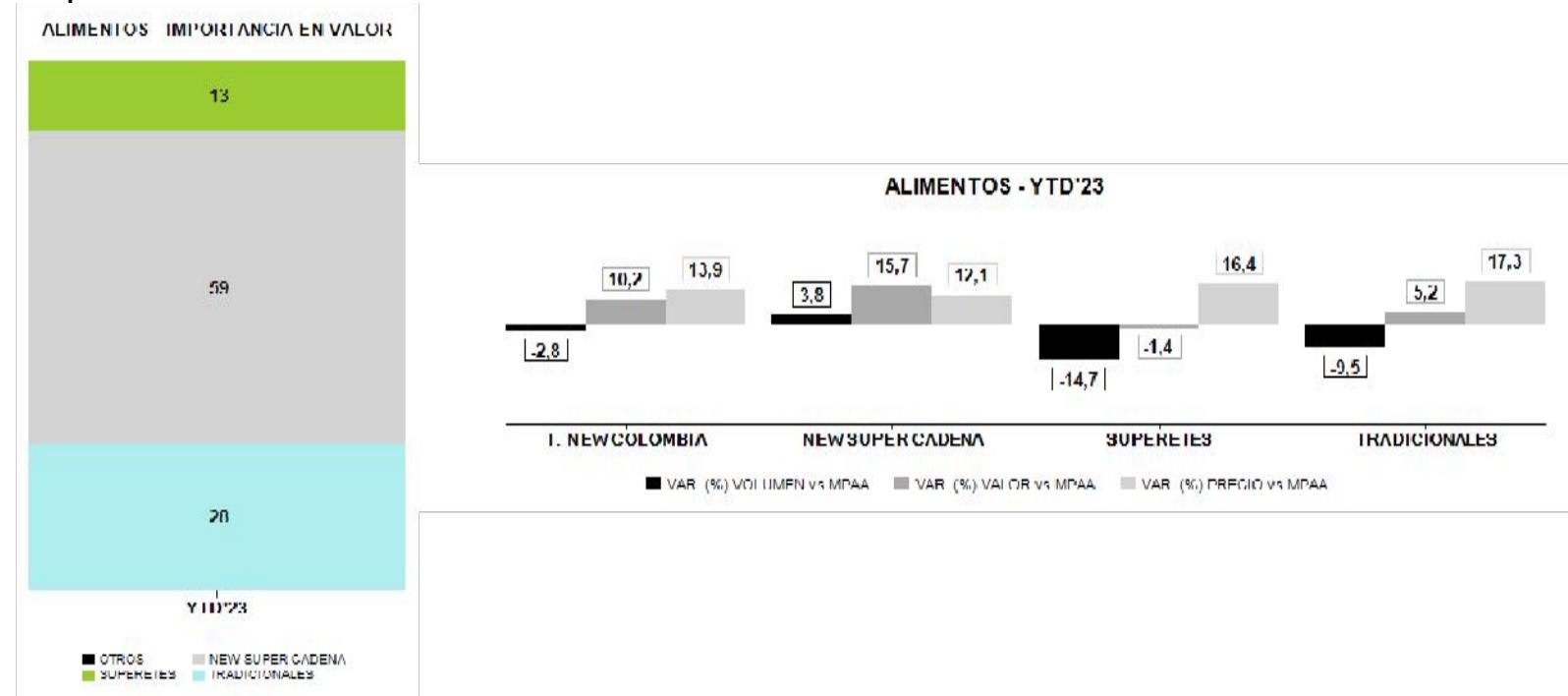


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

# Alimentos

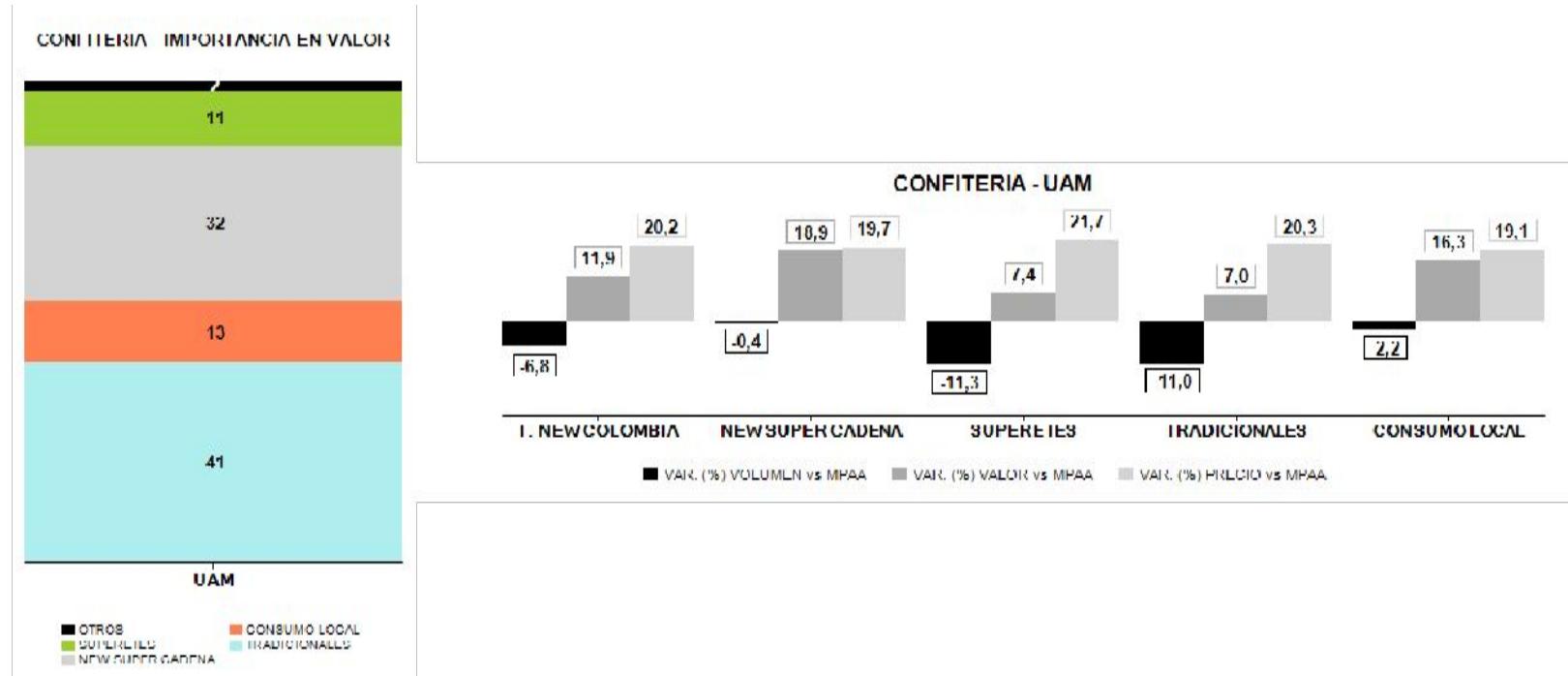
Alimentos presentando afectación en consumo, jalonado por Superetes, seguido por Tradicionales. Sin embargo, Cadenas presenta un comportamiento positivo en consumo y con incrementos en precios por debajo de la canasta, mas no logra compensar la contracción de la canasta.

## Estructura | Dinámica de Canales



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

### Estructura | Dinámica de Canales

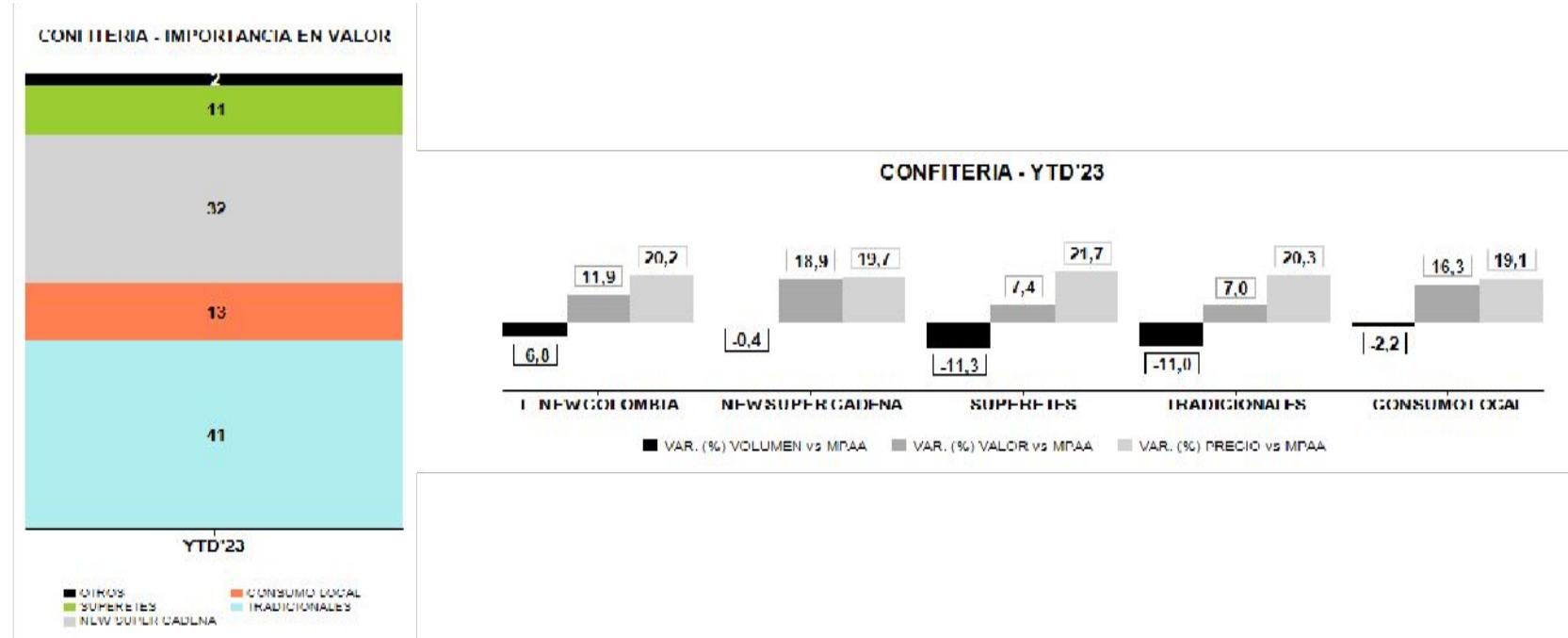


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

## Confitería

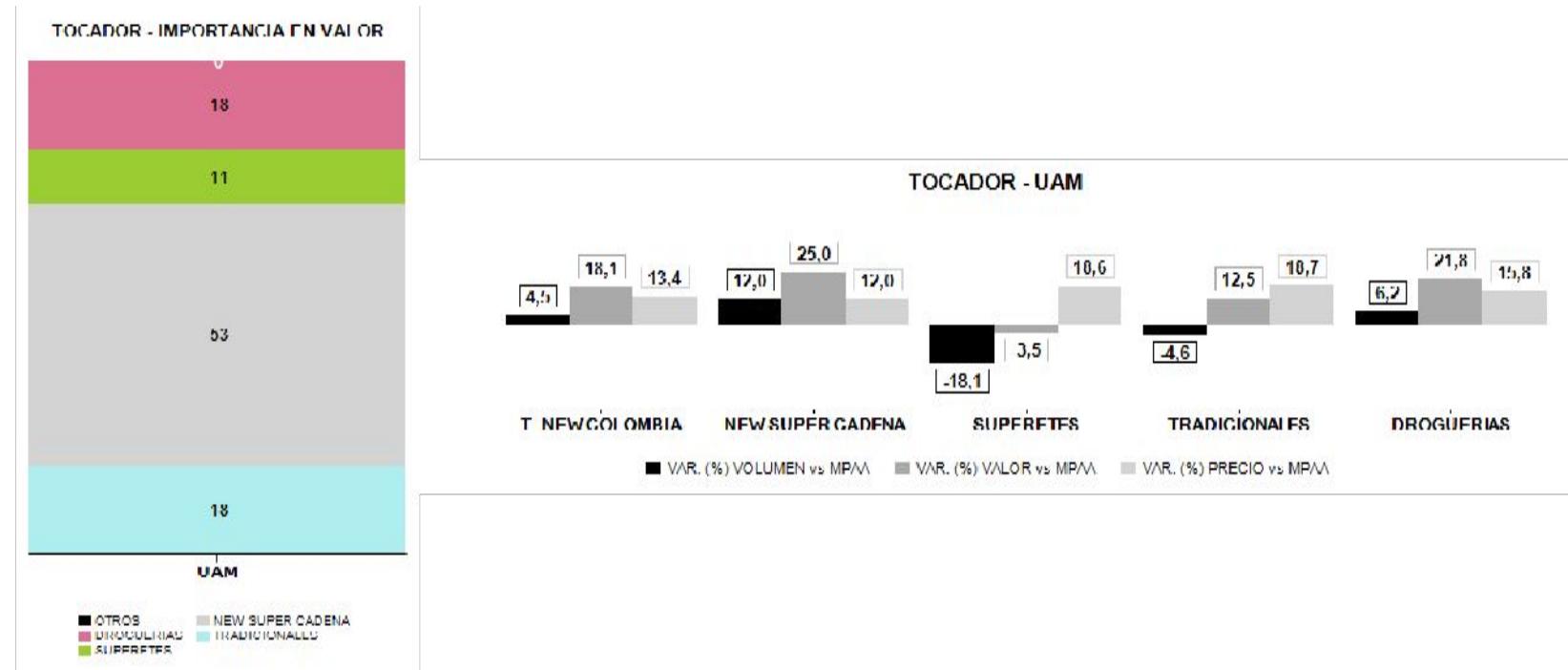
Presenta una contracción generalizada en el consumo, siendo Tradicionales y Superetes quienes jalonan la contracción en consumo, y los de mayores incrementales en el precio. Por otro lado, En Cadenas se contrae en consumo levemente vs Dic'22.

### Estructura | Dinámica de Canales



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

### Estructura | Dinámica de Canales

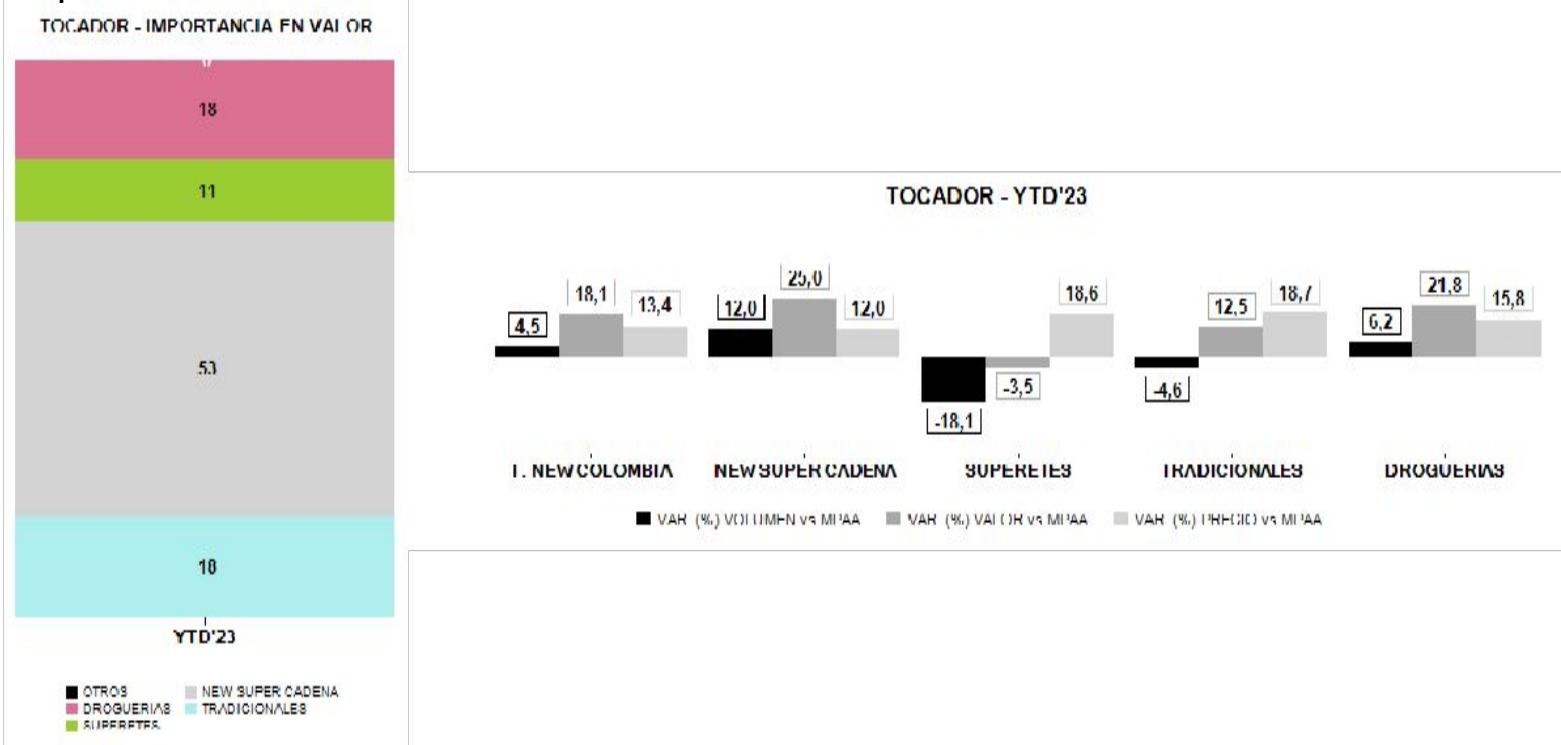


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

# Tocador

Tiendas y Superetres, 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

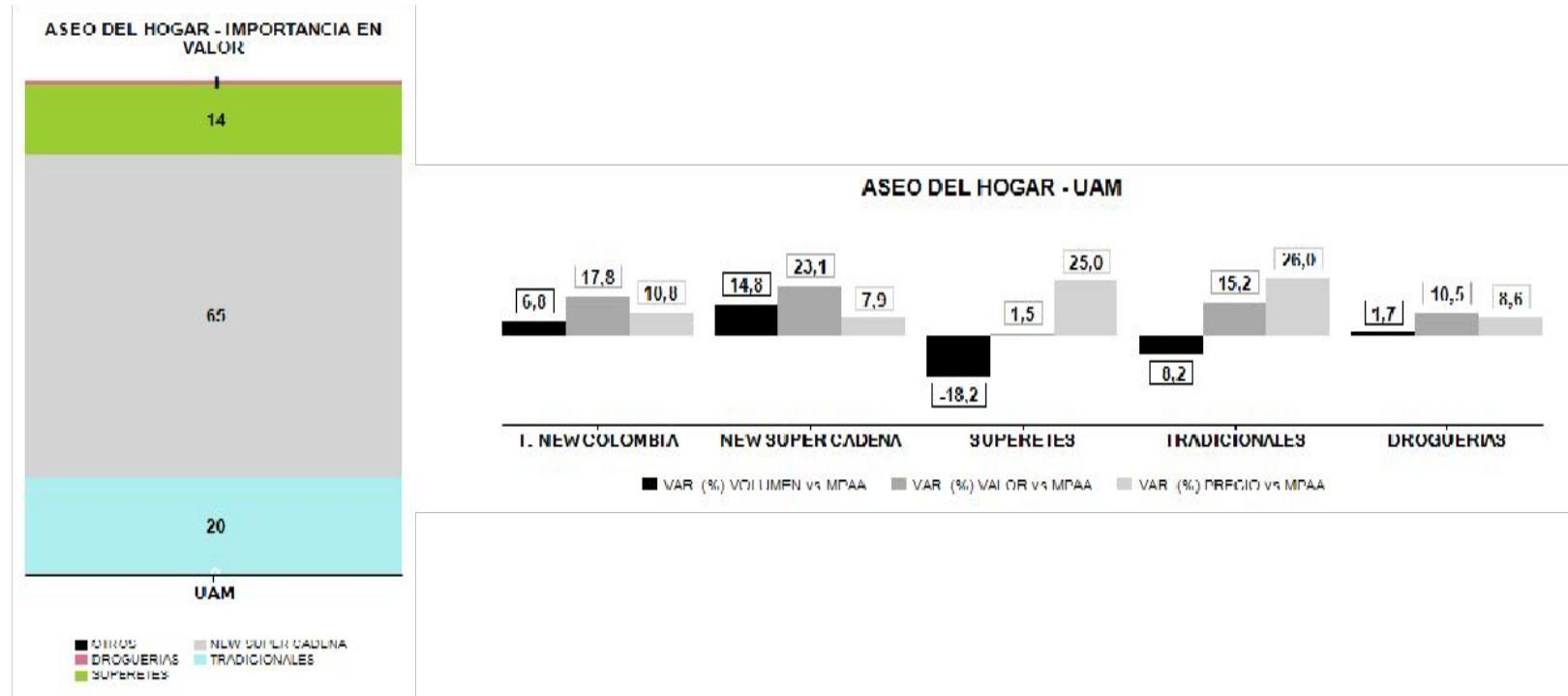
## Estructura | Dinámica de Canales



# Aseo del Hogar

UAM

## Estructura | Dinámica de Canales

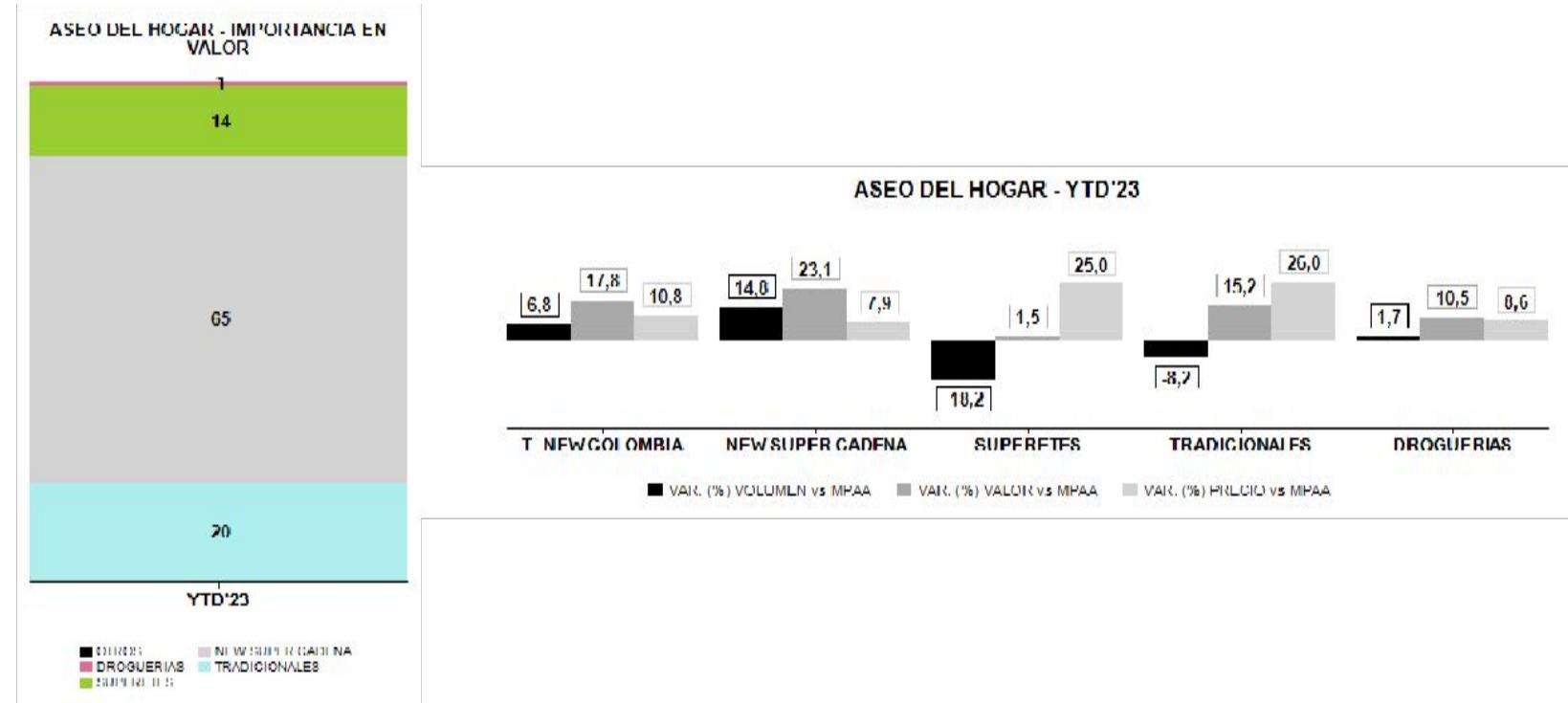


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

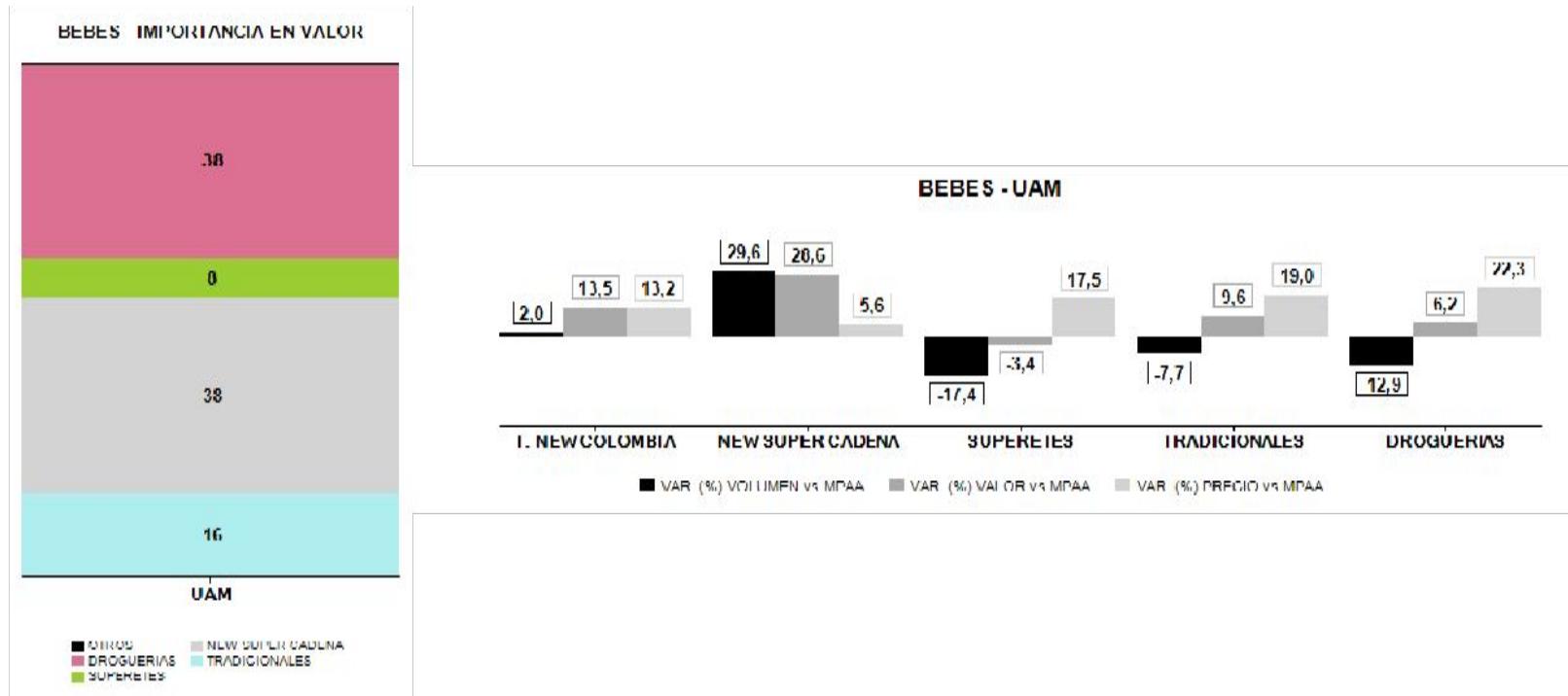
# Aseo del Hogar

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

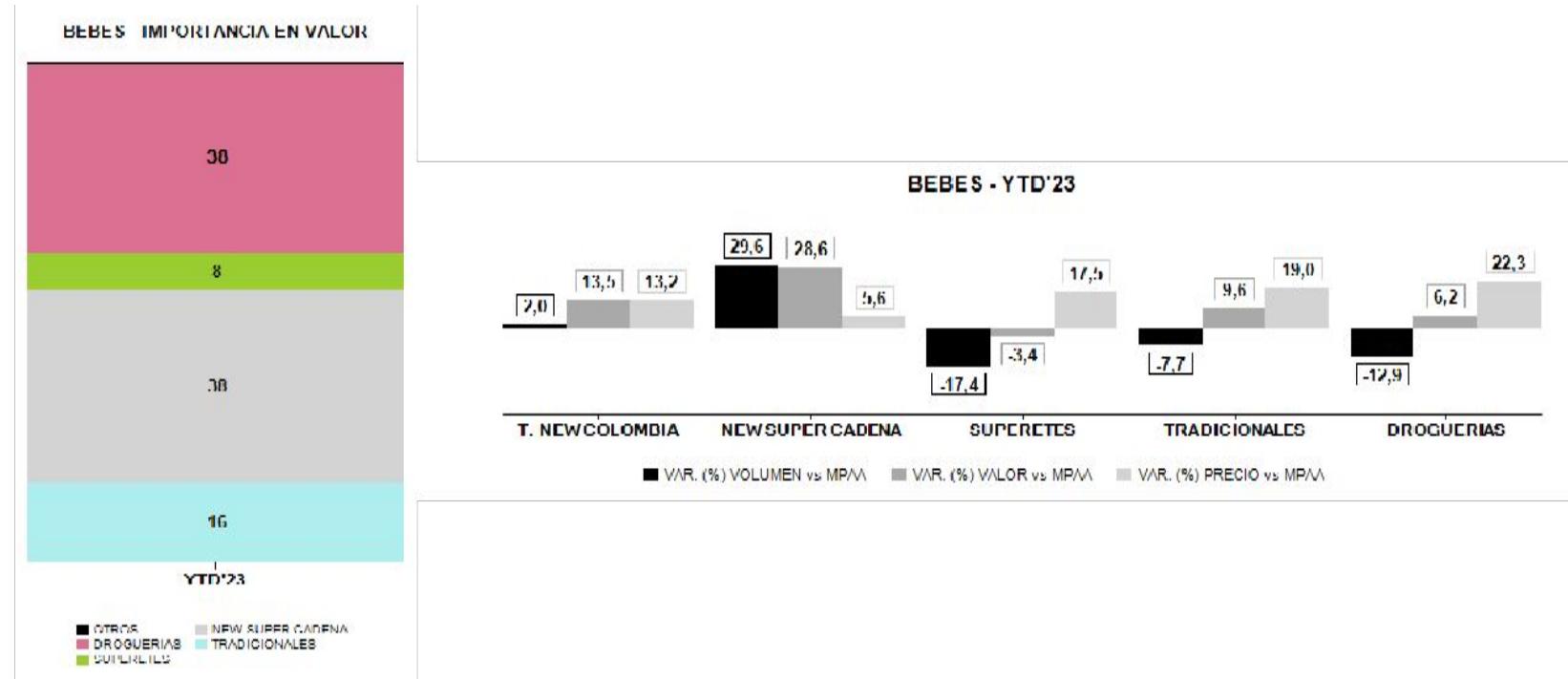


### Estructura | Dinámica de Canales



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

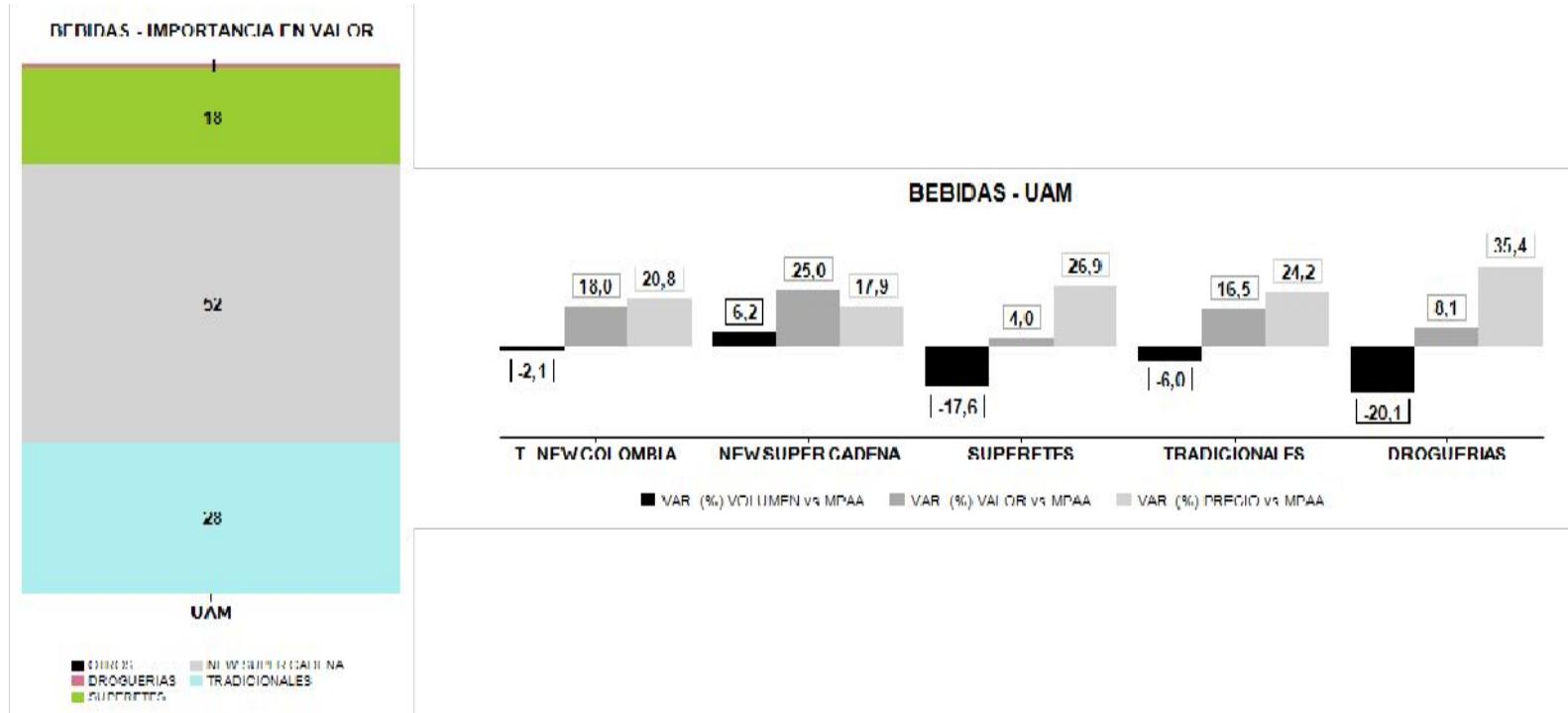
### Estructura | Dinámica de Canales



# Bebidas

UAM

## Estructura | Dinámica de Canales

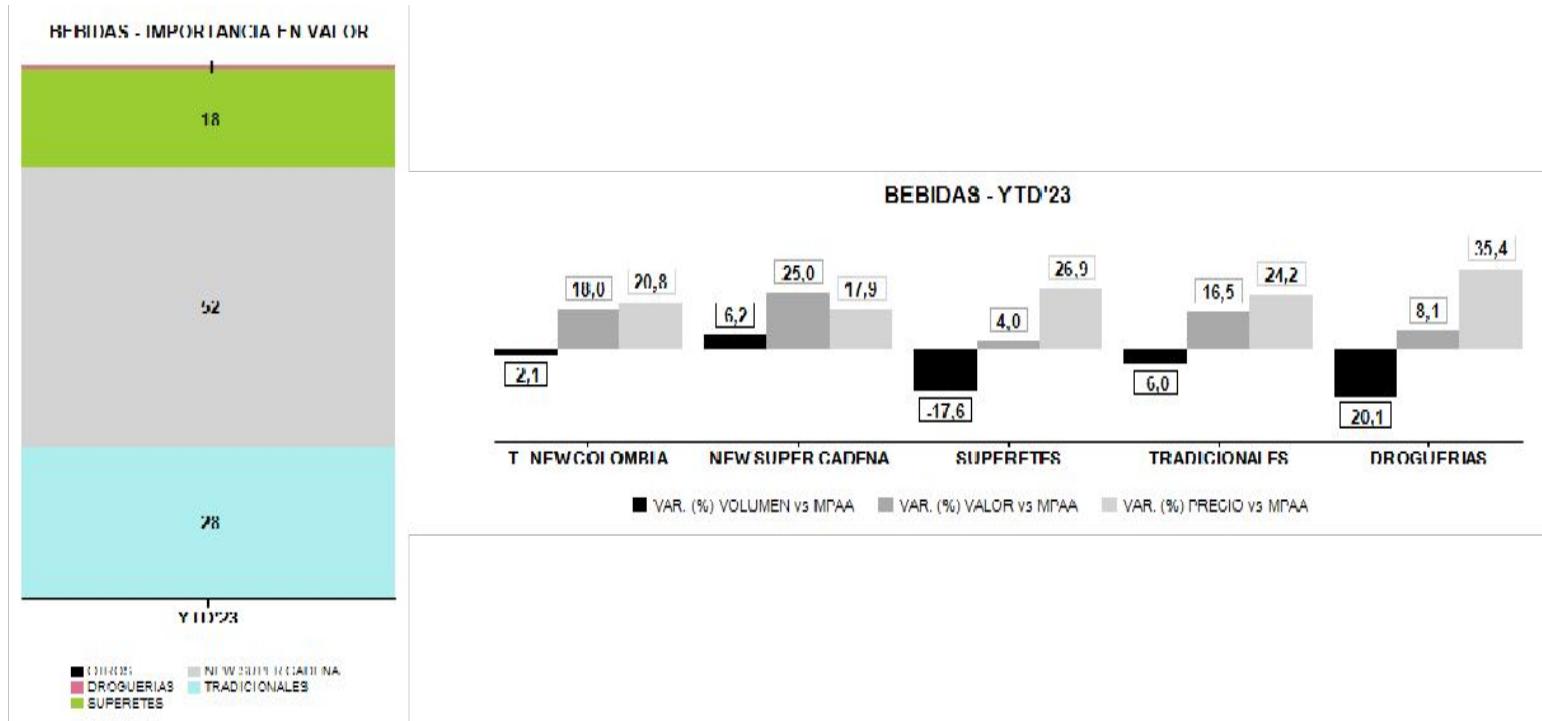


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

# Bebidas

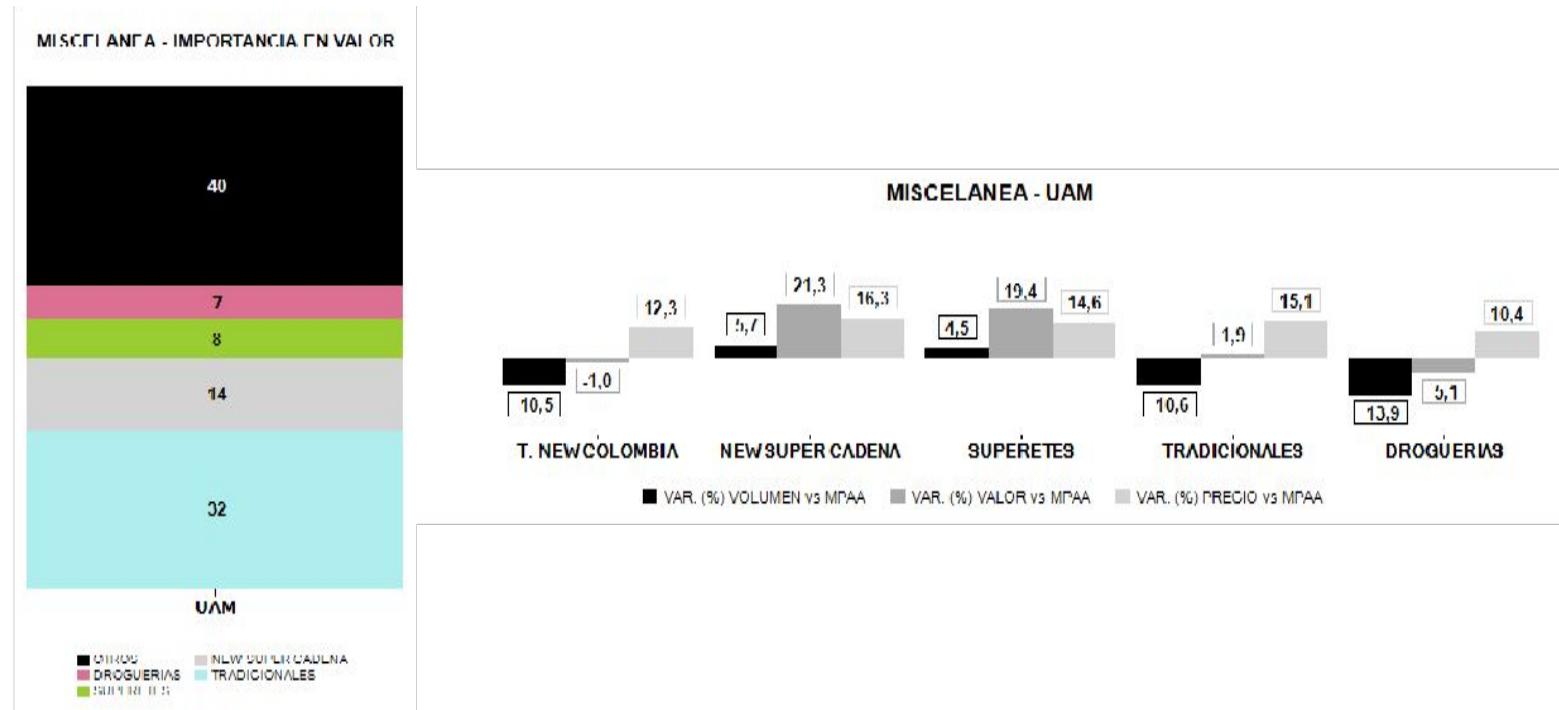
YTD

## Estructura | Dinámica de Canales



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

### Estructura | Dinámica de Canales

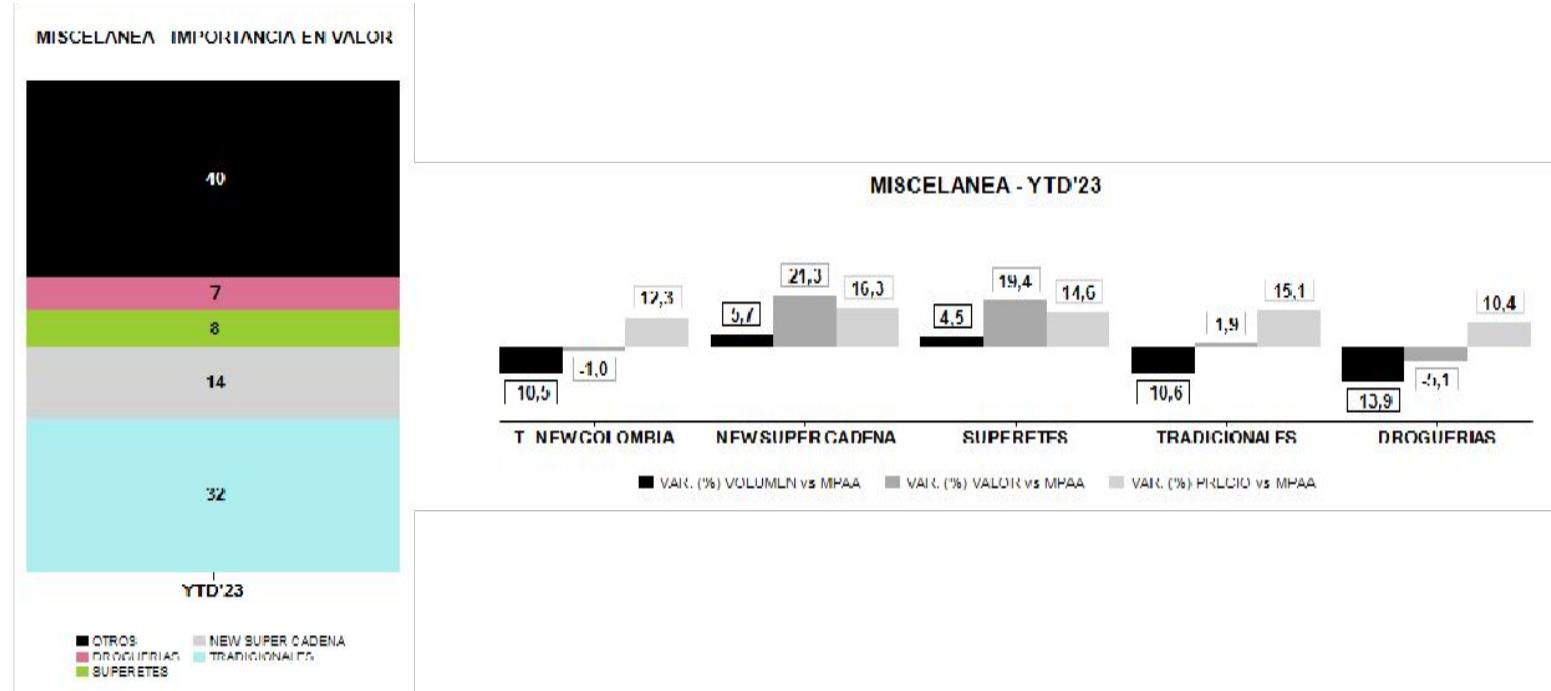


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

# Miscelánea

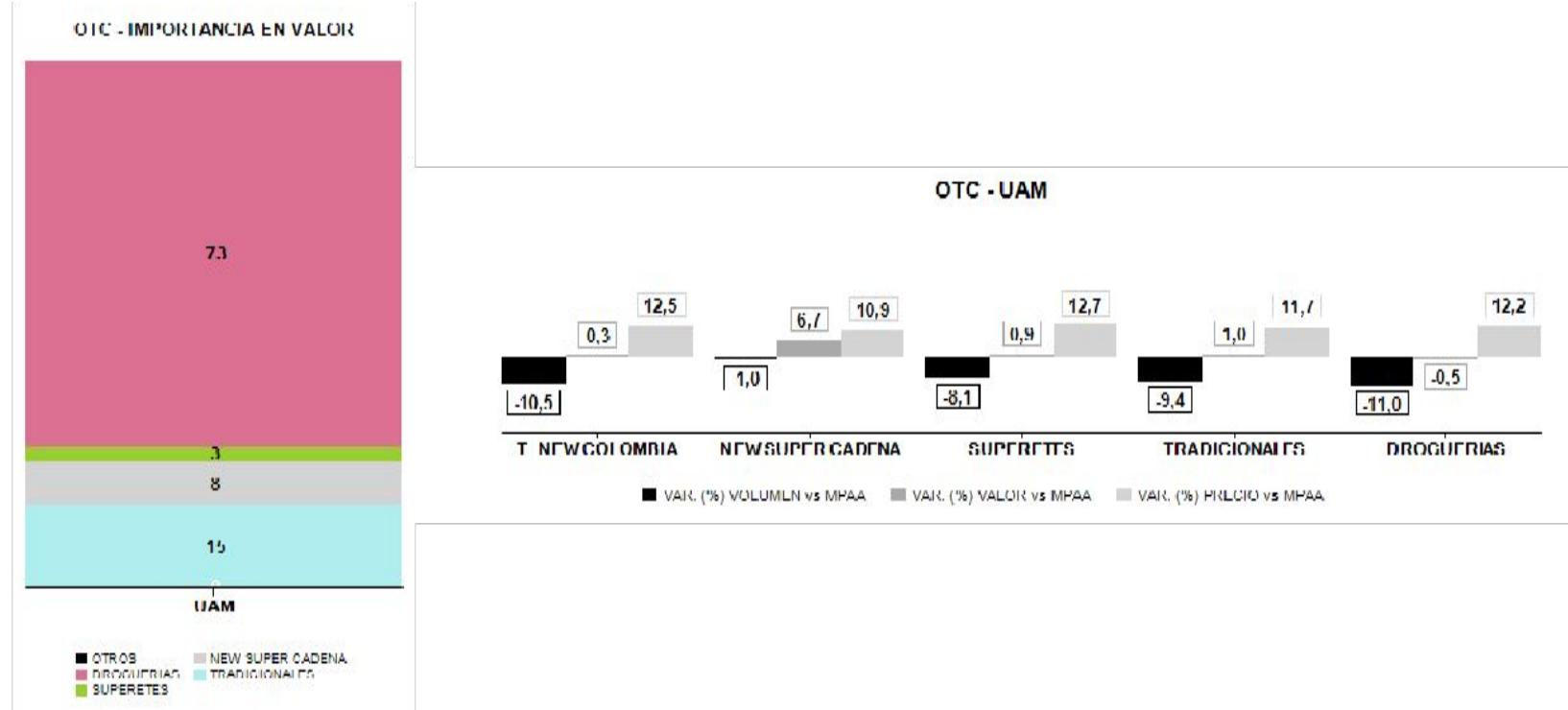
YTD

## Estructura | Dinámica de Canales



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

## Estructura | Dinámica de Canales

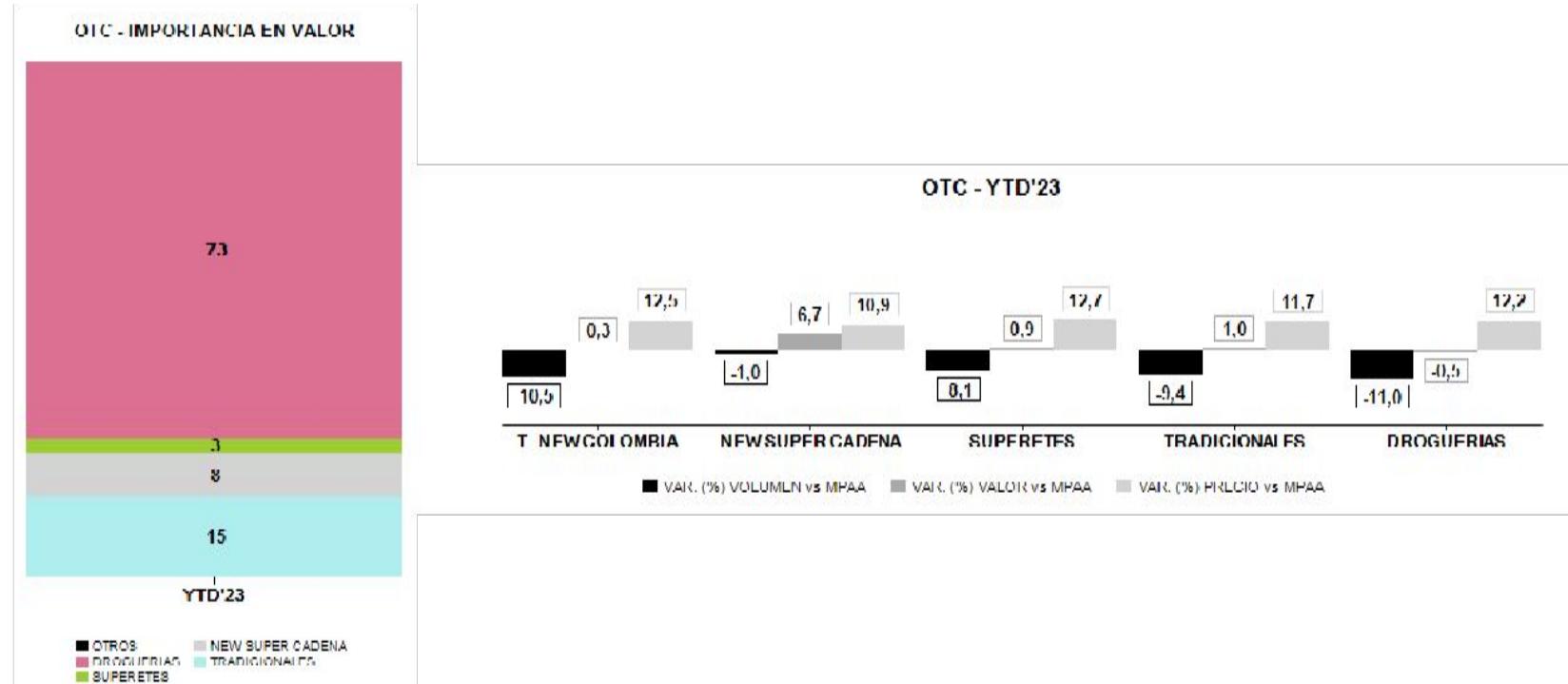


Fuente: Nielsen RMS Diciembre 2023- Var mismo periodo del año anterior

OTC

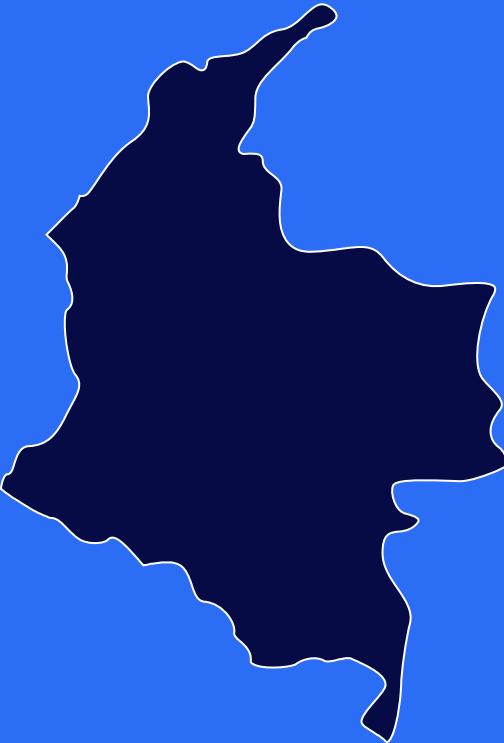
YTD

## Estructura | Dinámica de Canales



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

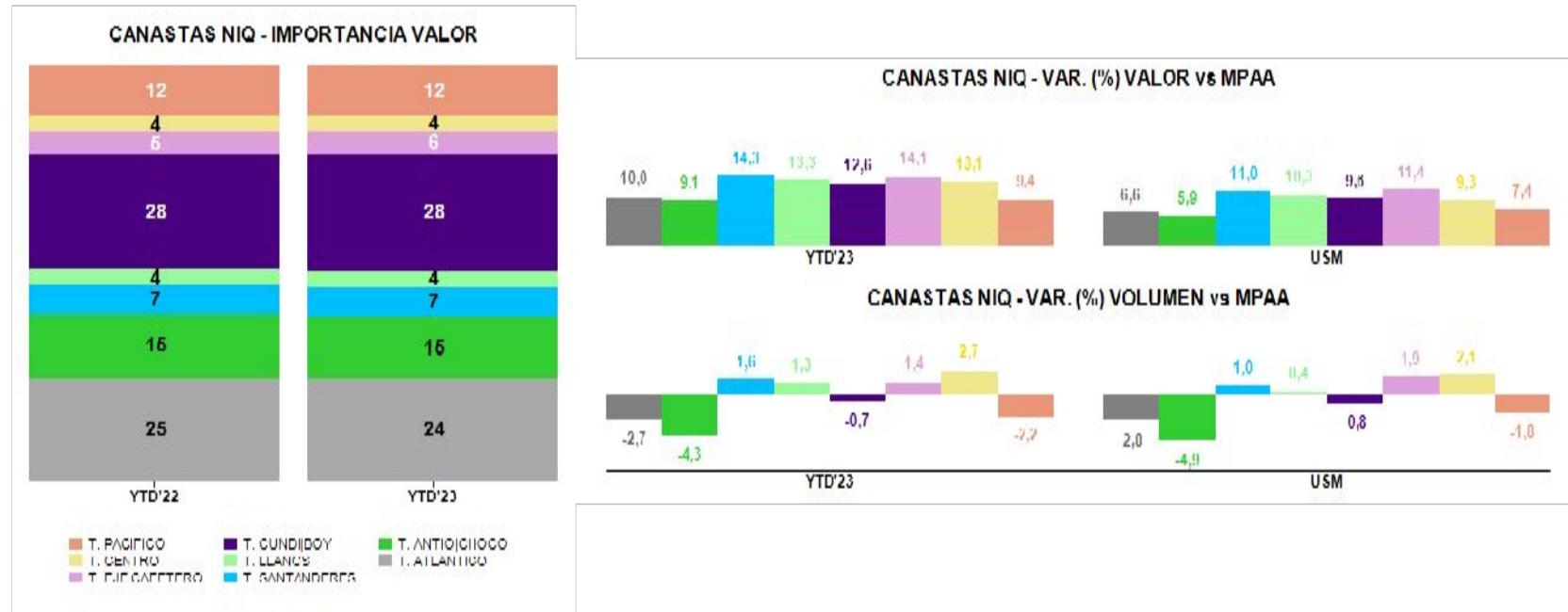
# Áreas NIQ



# 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

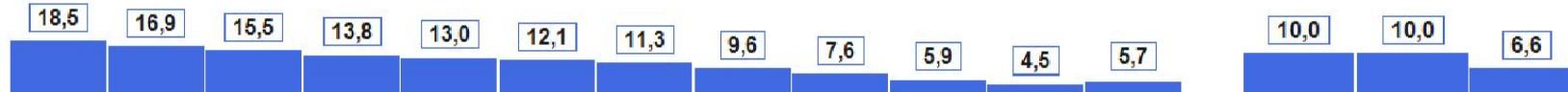


Consumo

ENE 2023	FEB 2023	MAR 2023	ABR 2023	MAY 2023	JUN 2023	JUL 2023	AGO 2023	SEP 2023	OCT 2023	NOV 2023	DIC 2023	UAM	YTD 23	DSM
-0,4	-1,5	-2,4	-3,2	-2,8	-2,4	-2,0	-2,6	-3,5	-4,1	-4,3	-2,0	-2,7	-2,7	-2,8



Facturación



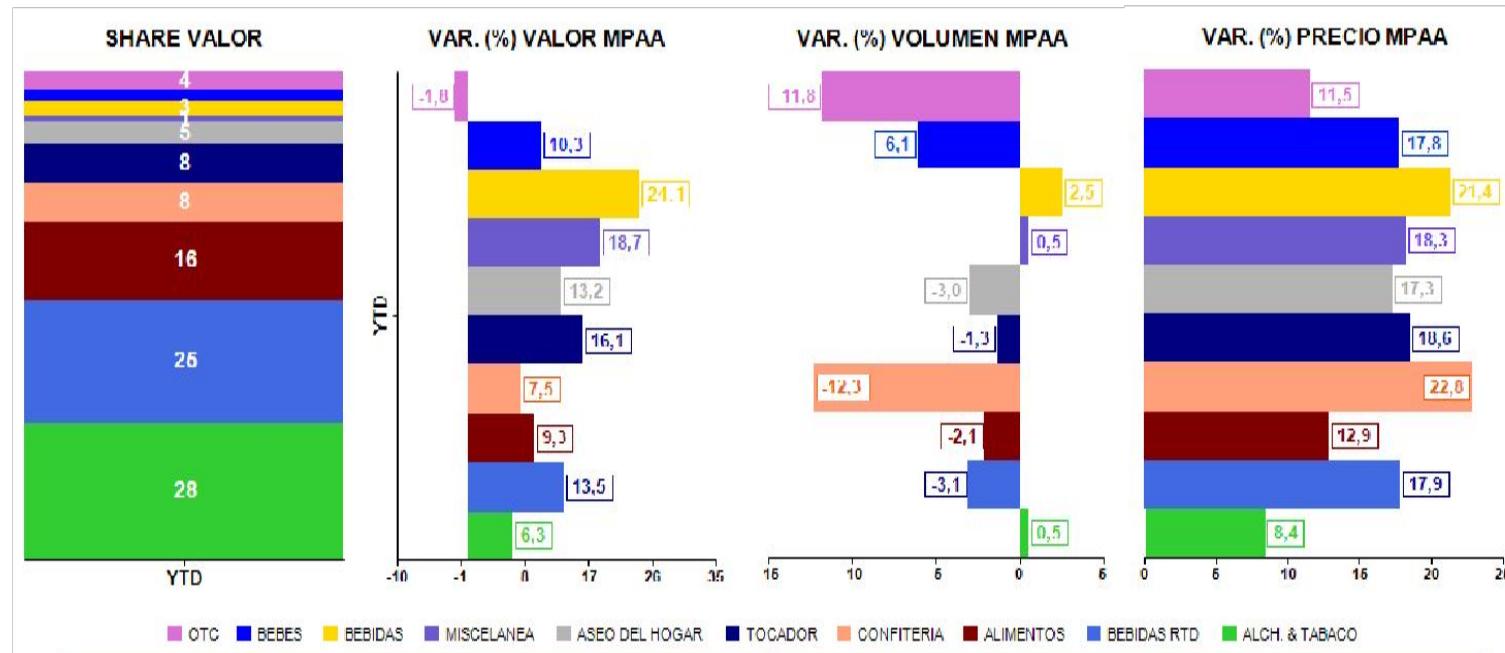
Precio Prom.



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

# Dinámica General Subcanastas | Atlántico | YTD

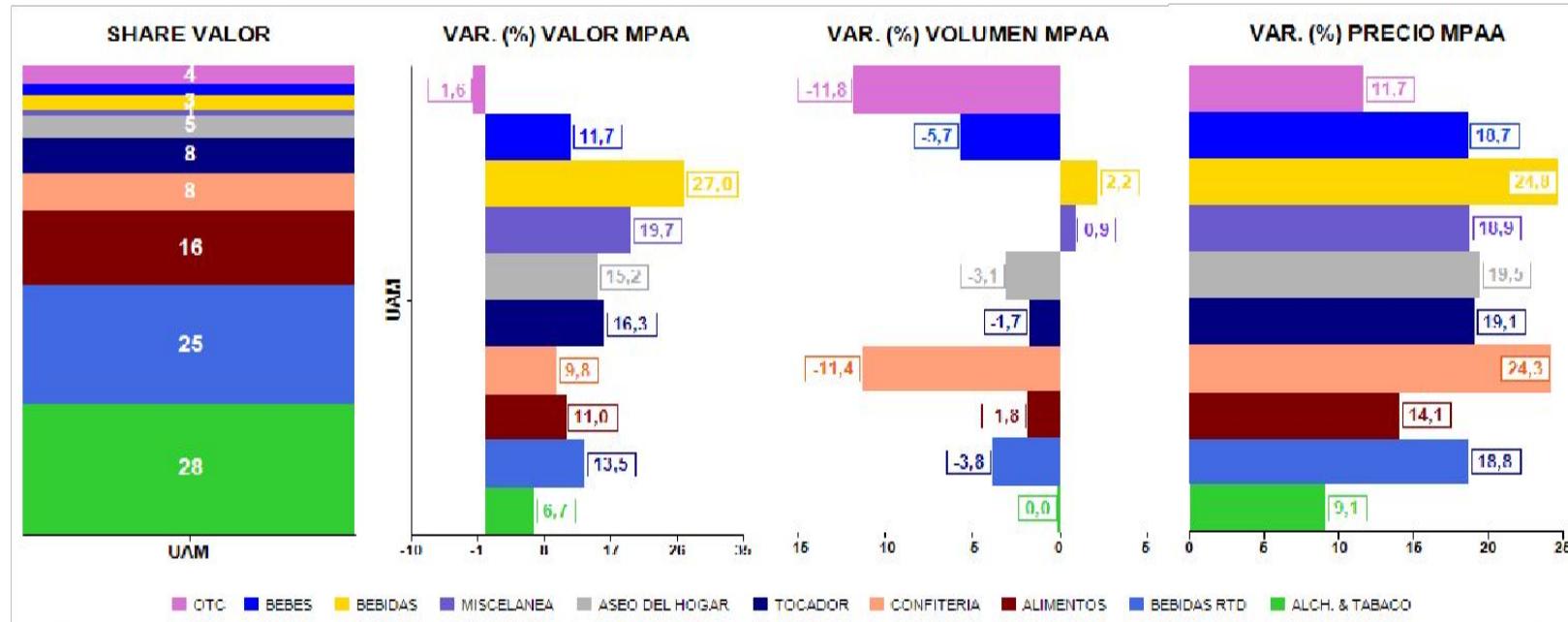
## T. Atlántico



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

# Dinámica General Subcanastas | Atlántico | UAM

## T. Atlántico



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

# Dinámica General | Antioquia + Choco

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

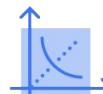
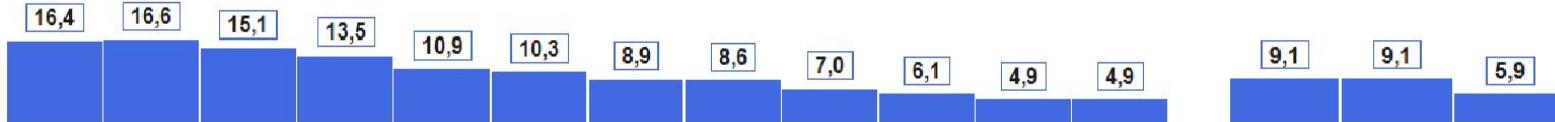


Consumo

	ENE 2023	FEB 2023	MAR 2023	ABR 2023	MAY 2023	JUN 2023	JUL 2023	AGO 2023	SEP 2023	OCT 2023	NOV 2023	DIC 2023	UAM	YTD'23	USM
	-0,4	-0,8	-2,3	-3,6	-4,8	-4,2	-4,8	-4,3	-5,2	-5,1	-5,4	-4,6	-4,3	-4,3	-4,9



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

	ENE 2023	FEB 2023	MAR 2023	ABR 2023	MAY 2023	JUN 2023	JUL 2023	AGO 2023	SEP 2023	OCT 2023	NOV 2023	DIC 2023	UAM	YTD '23	USM
	-0,4	-0,8	-2,3	-3,6	-4,8	-4,2	-4,8	-4,3	-5,2	-5,1	-5,4	-4,6	-4,3	-4,3	-4,9



Ind. Alimentos

-1,8	-5,1	-8,2	-8,9	-10,0	-9,9	-9,4	-8,7	-8,3	-8,2	-7,1	-6,7	-8,4	-8,4	-7,5
------	------	------	------	-------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------



Ind. Bebidas

1,9	2,6	1,3	-1,4	-3,7	-3,1	-3,4	-2,6	-4,3	-4,2	-5,3	-4,2	-2,8	-2,8	-4,3
-----	-----	-----	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------



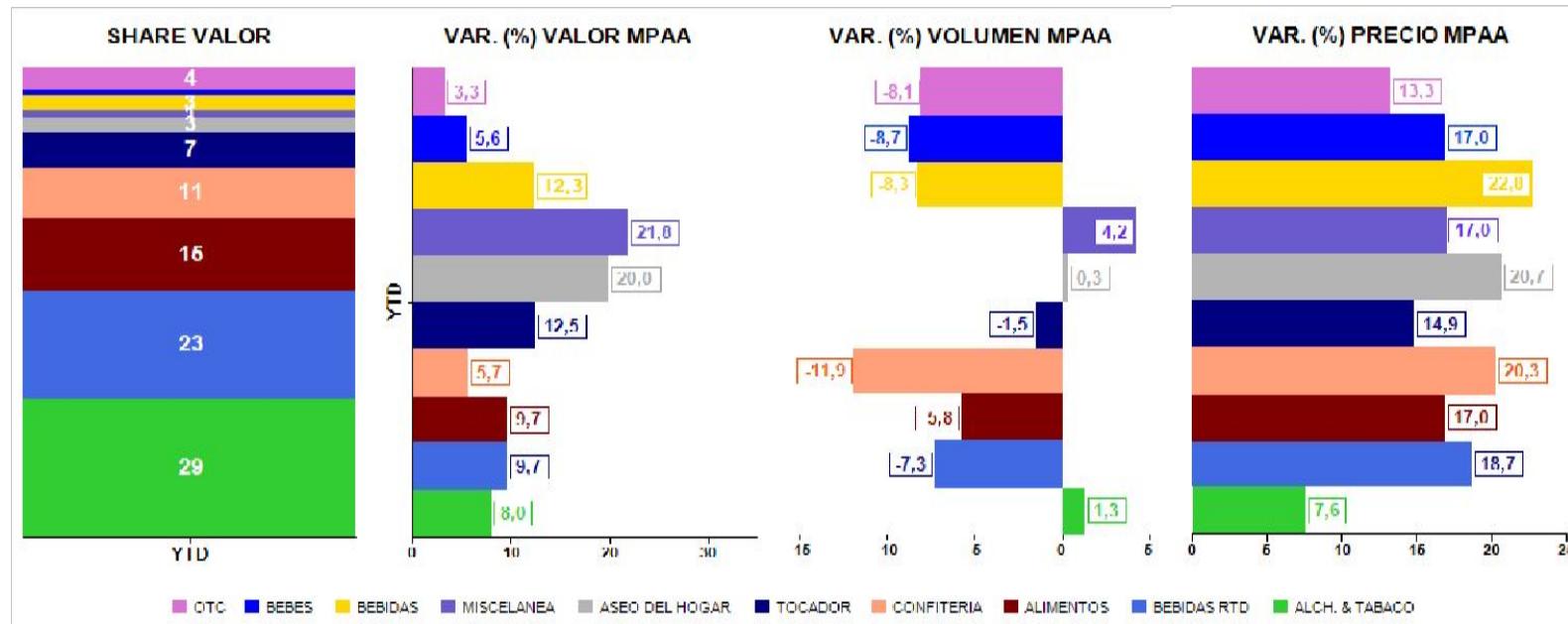
Ind. HPC

-4,6	-2,3	-1,2	-1,9	-2,1	-1,3	-1,3	-2,2	-3,3	-3,5	-3,1	0,1	-1,8	-1,8	-2,7
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	-----	------	------	------

Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

# Dinámica General Subcanastas | Antioquia + Choco | YTD

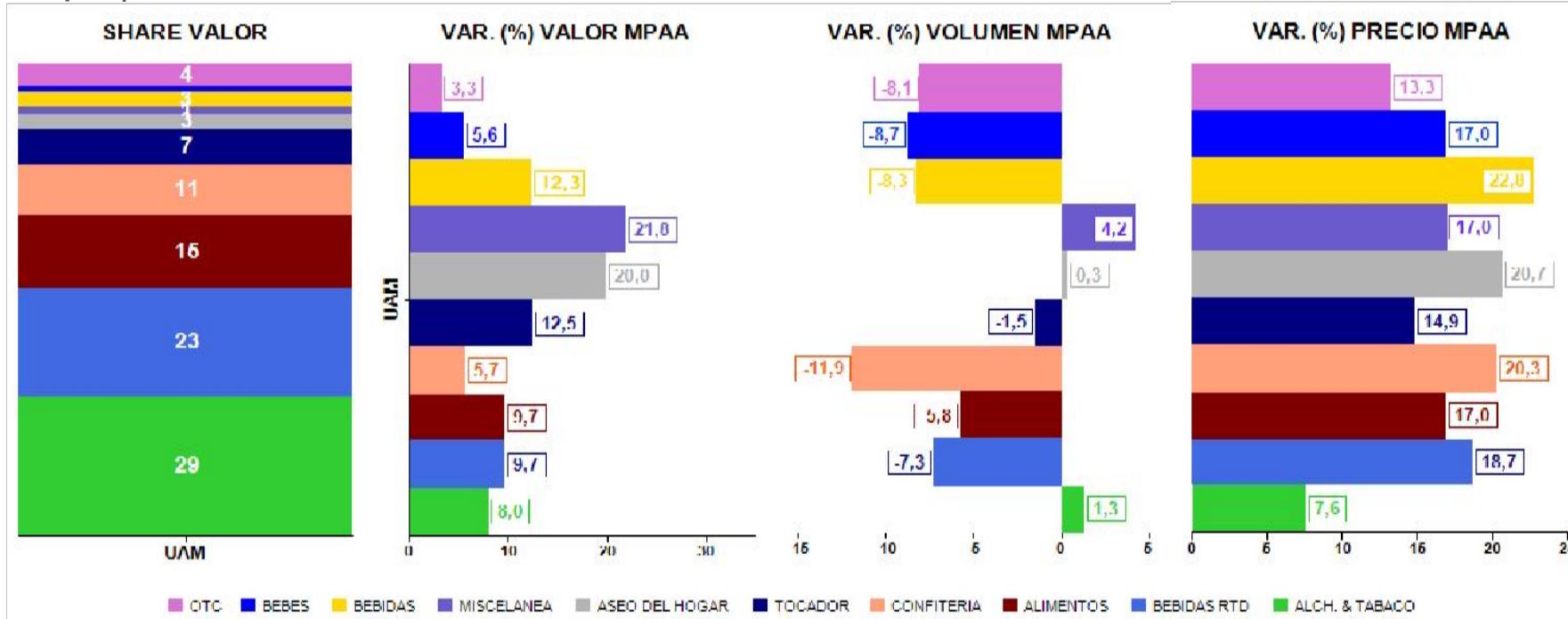
## T. Antioquia | Choco



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

# Dinámica General Subcanastas | Antioquia + Choco | UAM

## T. Antioquia | Choco



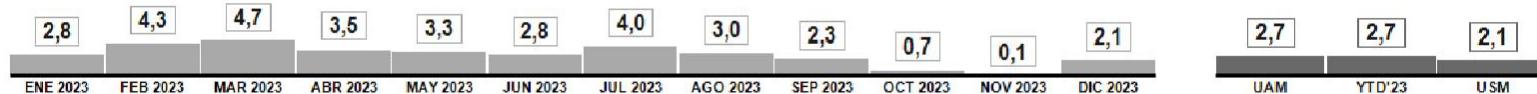
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

# Dinámica General | Centro

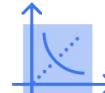
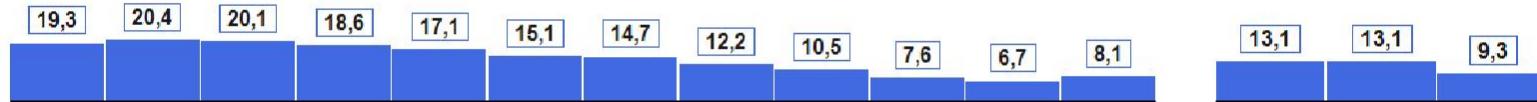
## T. Centro – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



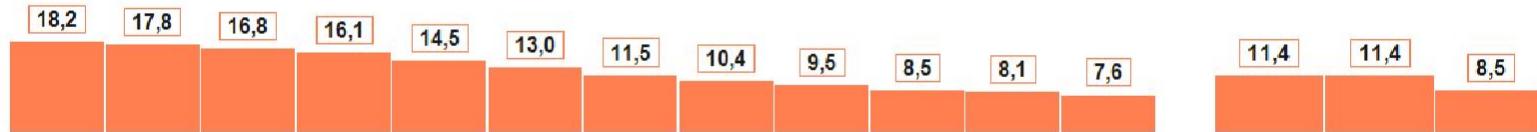
Consumo



Facturación



Precio Prom.



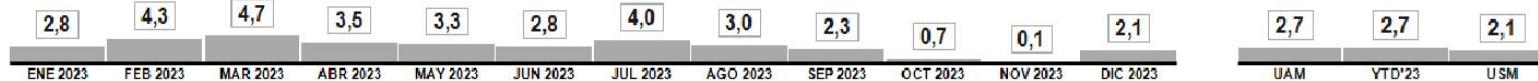
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

# Dinámica en Volumen por Industria | Centro

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



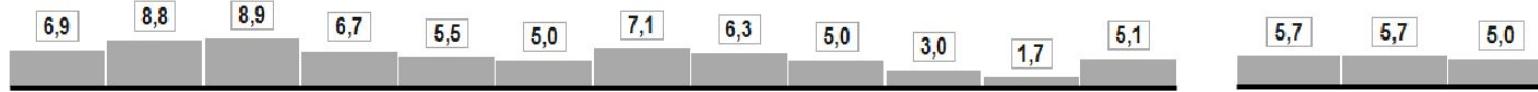
Consumo



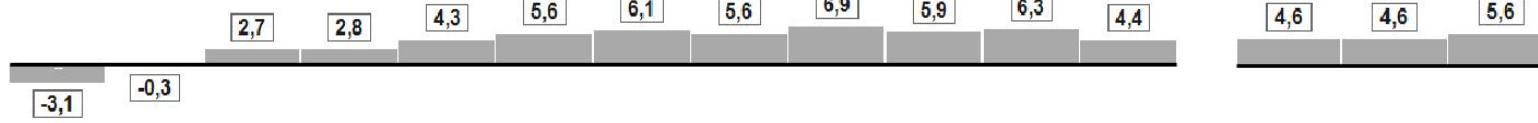
Ind. Alimentos



Ind. Bebidas



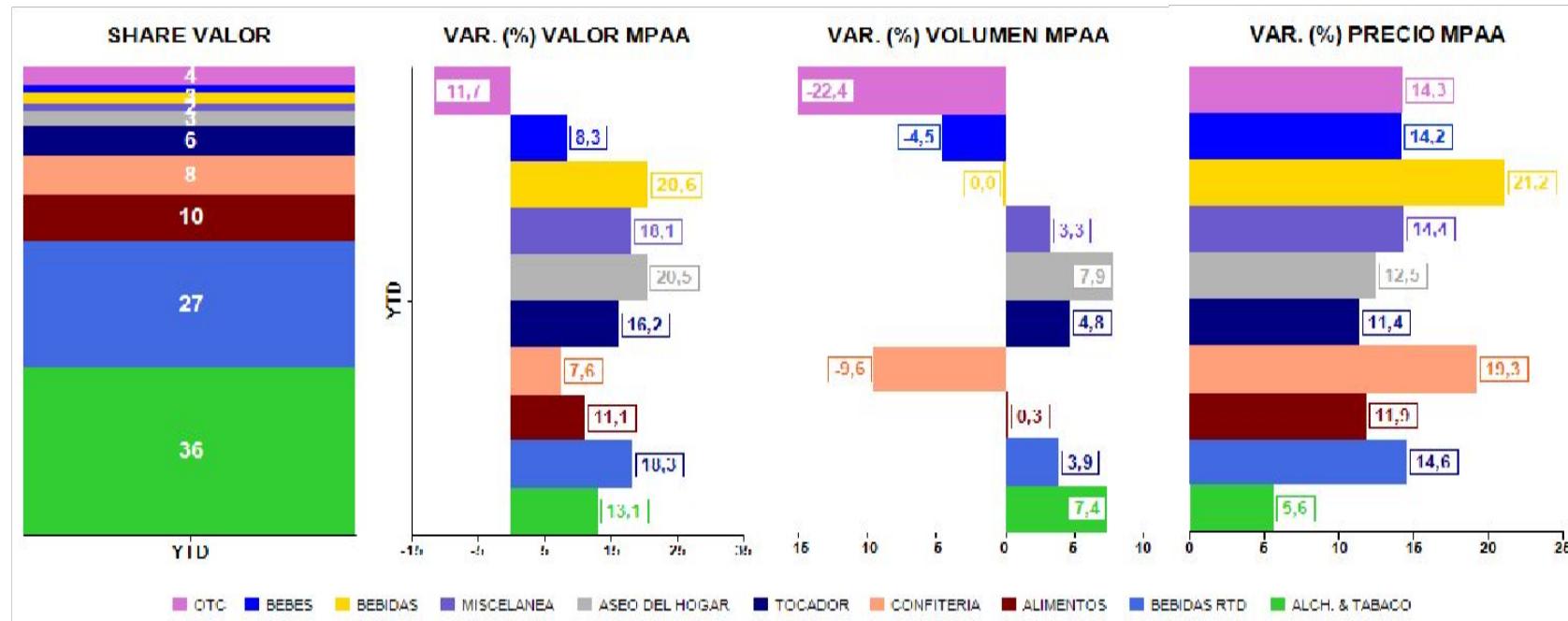
Ind. HPC



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

# Dinámica General Subcanastas | Centro | YTD

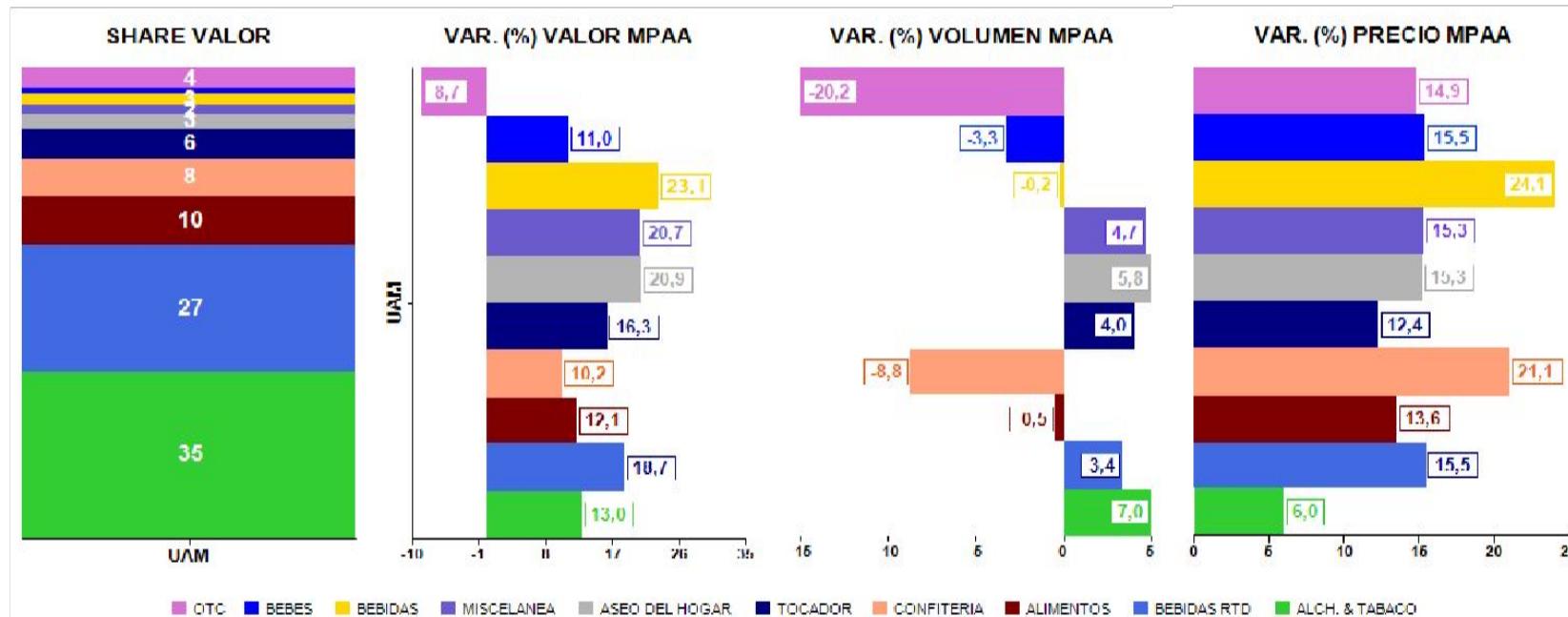
## T. Centro



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

# Dinámica General Subcanastas | Centro | UAM

## T. Centro



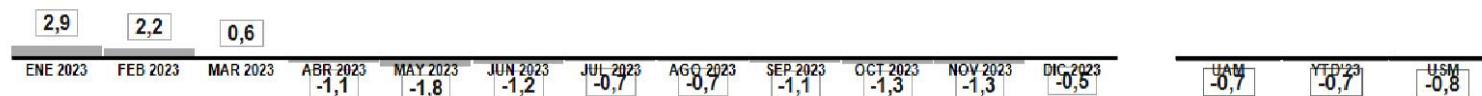
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

# Dinámica General | Cundinamarca + Boyacá

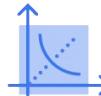
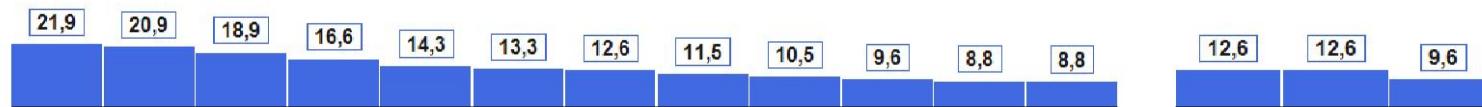
## T. Cundinamarca | Boyacá – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



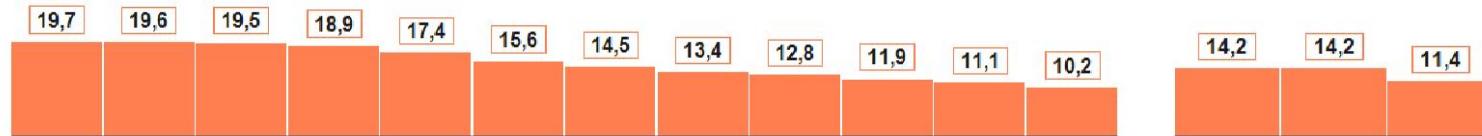
Consumo



Facturación



Precio Prom.



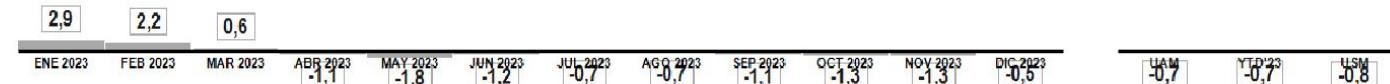
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

# Dinámica en Volumen por Industria | Cundinamarca + Boyacá

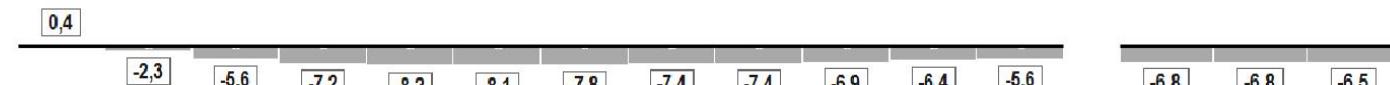
## T. Cundinamarca | Boyacá – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



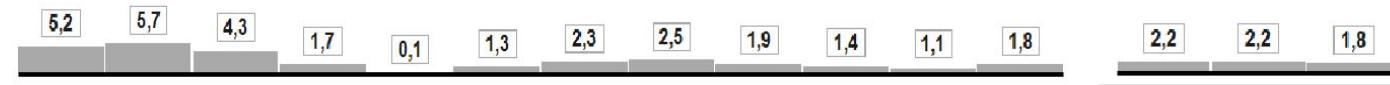
Consumo



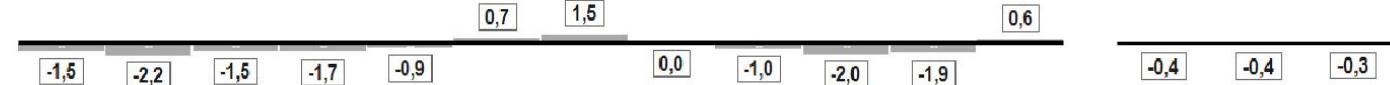
Ind. Alimentos



Ind. Bebidas



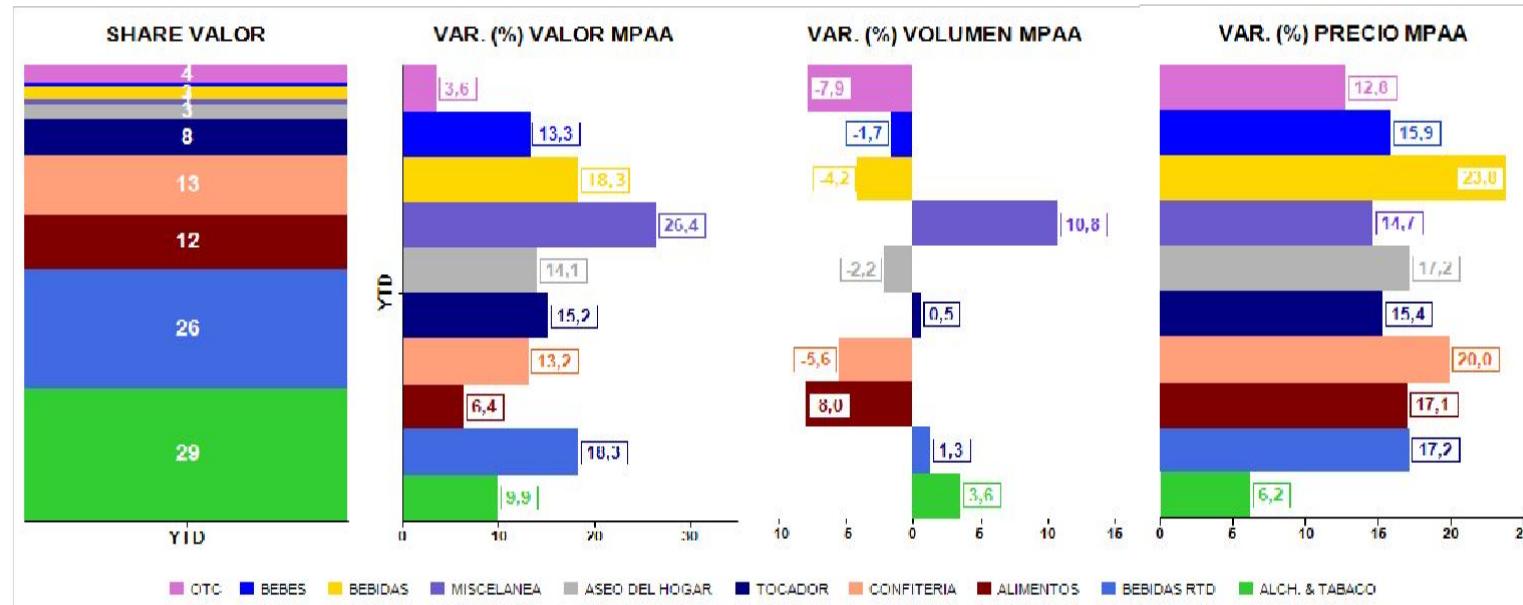
Ind. HPC



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

# Dinámica General Subcanastas | Cundinamarca + Boyacá | YTD

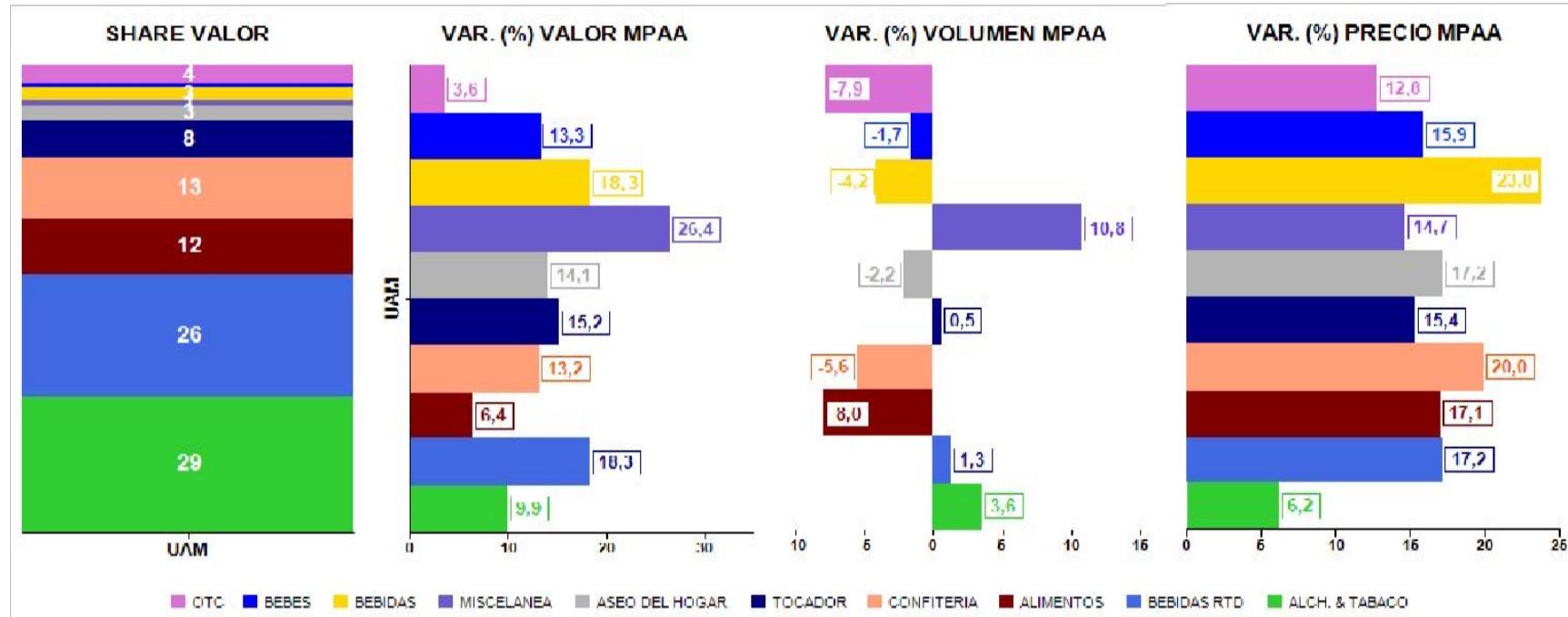
## T. Cundinamarca | Boyacá



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

# Dinámica General Subcanastas | Cundinamarca + Boyacá | UAM

## T. Cundinamarca | Boyacá



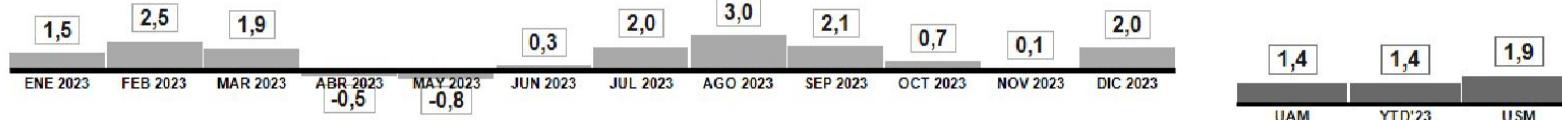
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

# Dinámica General | Eje Cafetero

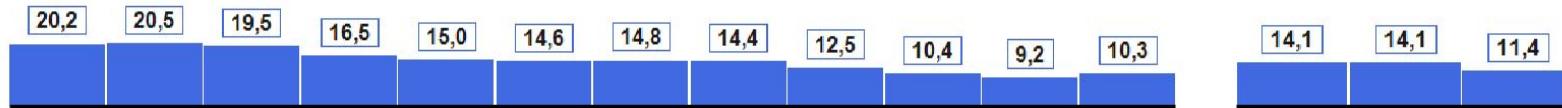
## T. Eje Cafetero – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



Consumo



Facturación



Precio Prom.



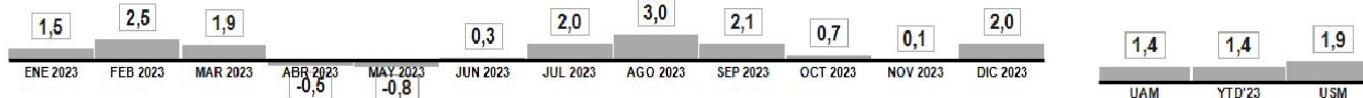
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

# Dinámica en Volumen por Industria | Eje Cafetero

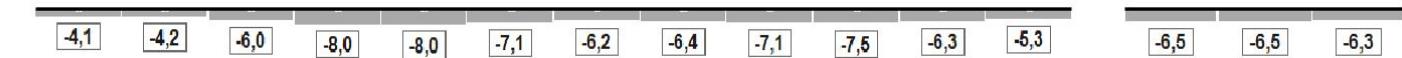
## T. Eje Cafetero – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



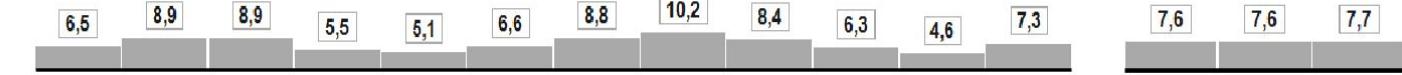
Consumo



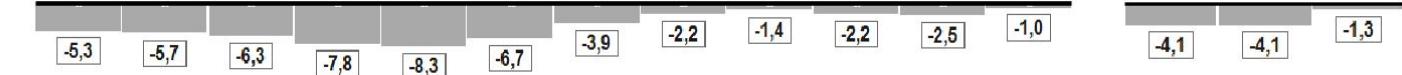
Ind. Alimentos



Ind. Bebidas



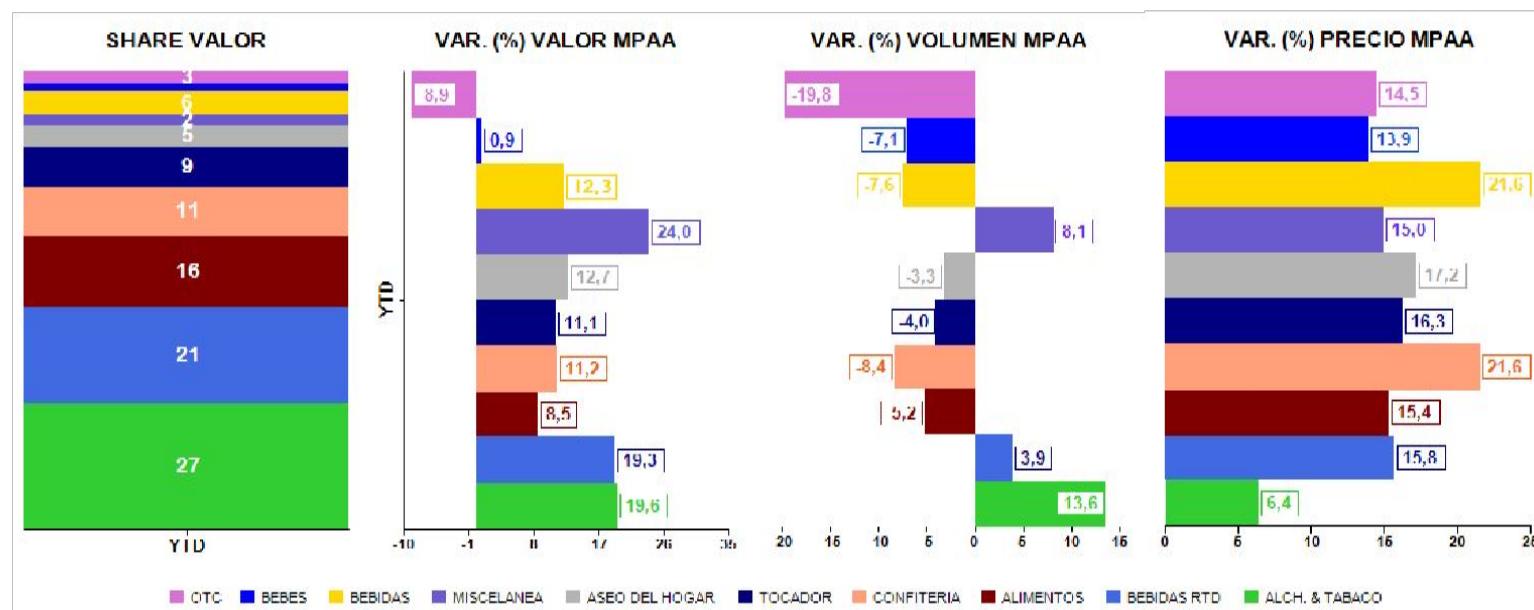
Ind. HPC



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

# Dinámica General Subcanastas | Eje cafetero | YTD

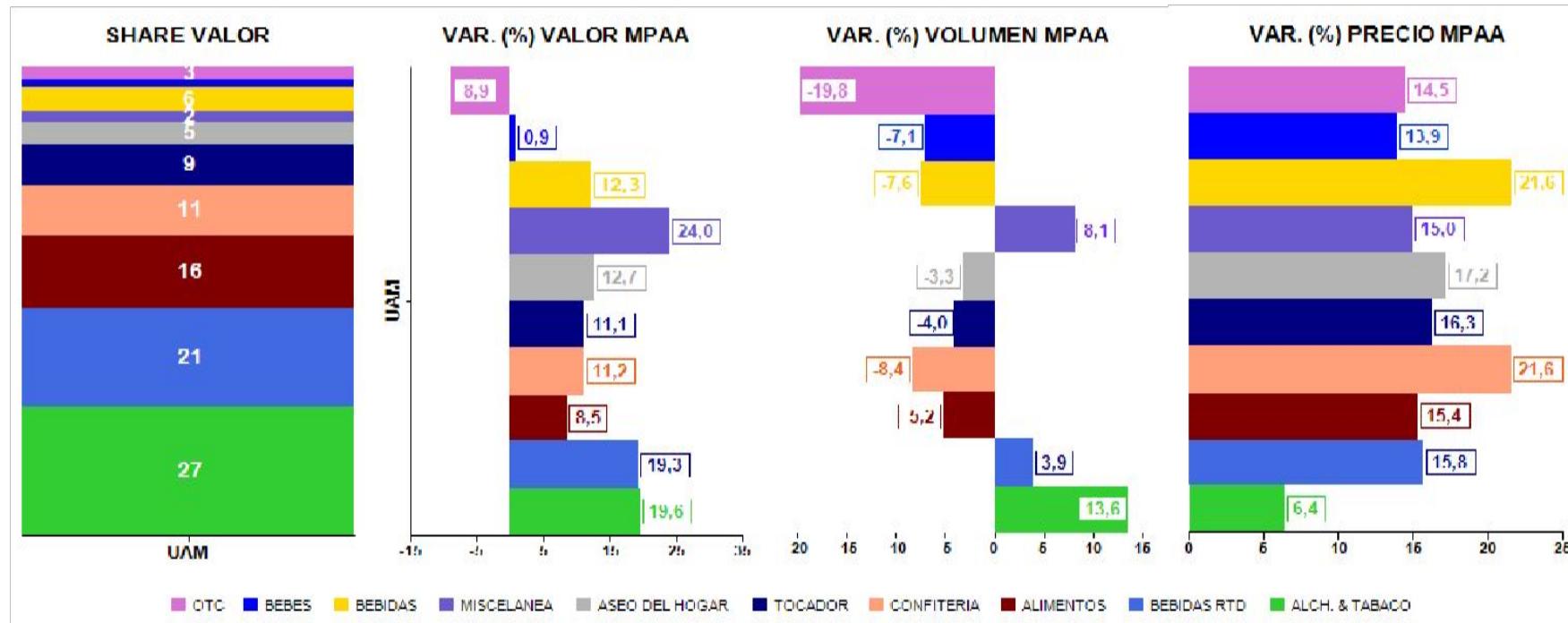
## T. Eje cafetero



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

# Dinámica General Subcanastas | Eje cafetero | UAM

## T. Eje cafetero



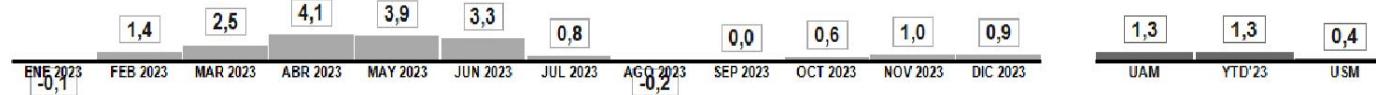
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

# Dinámica General | Llanos

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



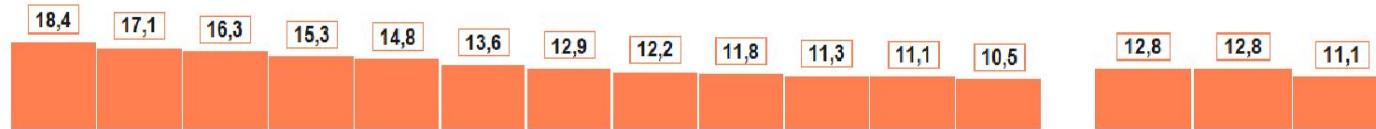
Consumo



Facturación



Precio Prom.



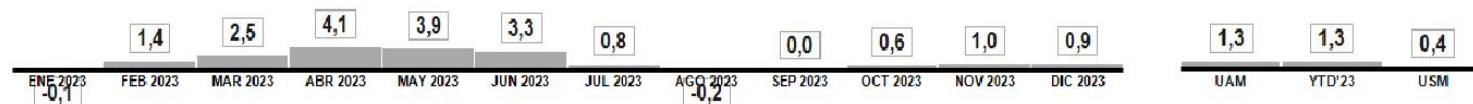
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

# Dinámica en Volumen por Industria | Llanos

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



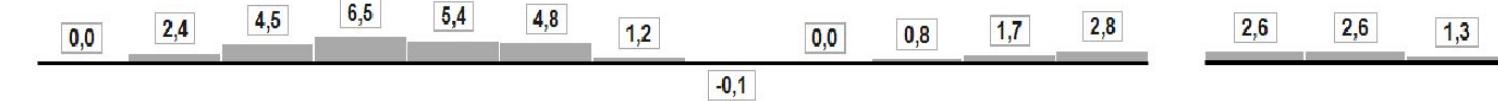
Consumo



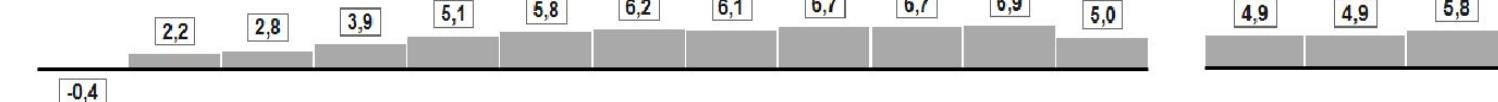
Ind. Alimentos



Ind. Bebidas



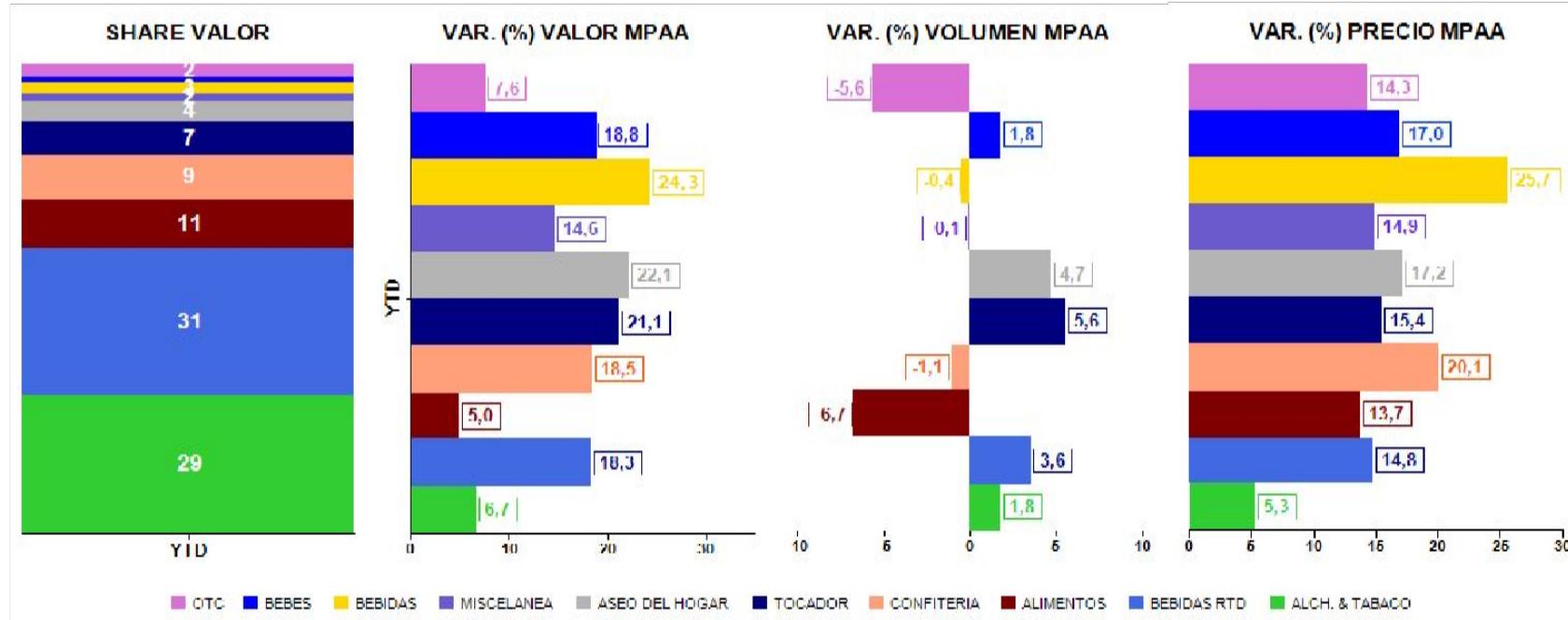
Ind. HPC



Fuente: Nielsen RMS corte Dici

# Dinámica General Subcanastas | Llanos | YTD

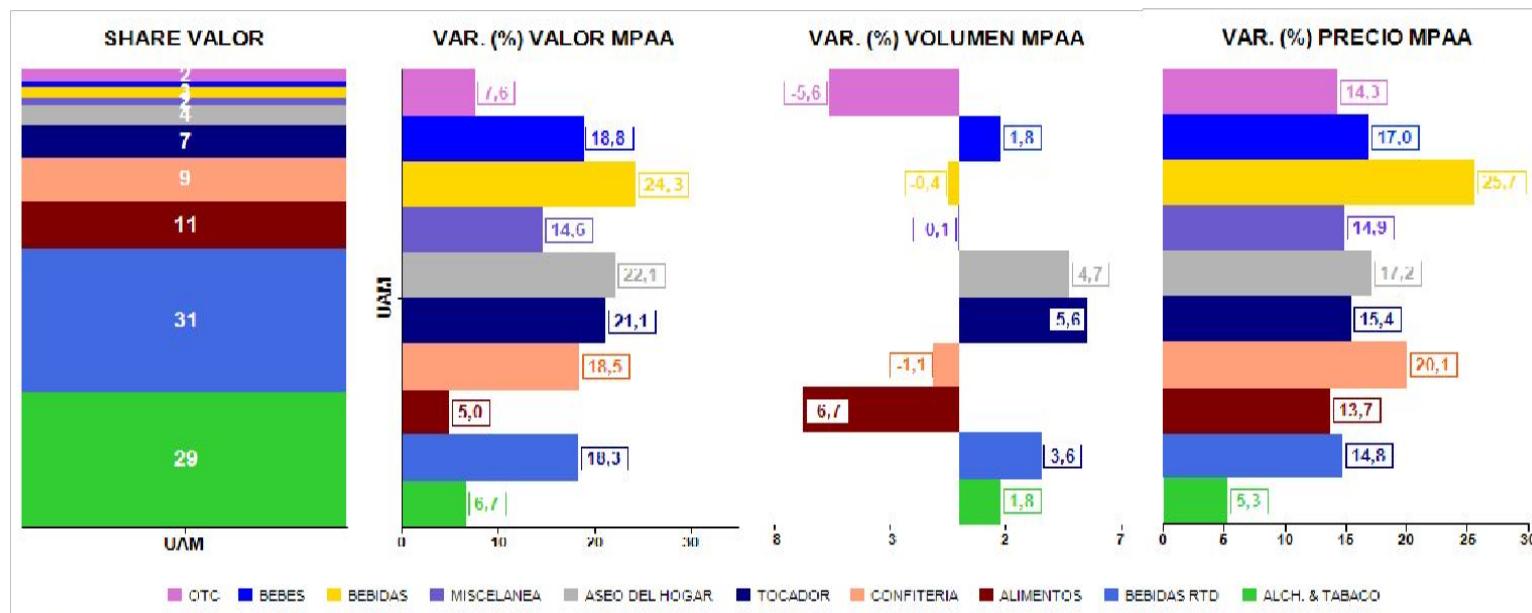
## T. Llanos



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

# Dinámica General Subcanastas | Llanos | UAM

## T. Llanos



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

# Dinámica General | Santanderes

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



Consumo



Facturación



Precio Prom.



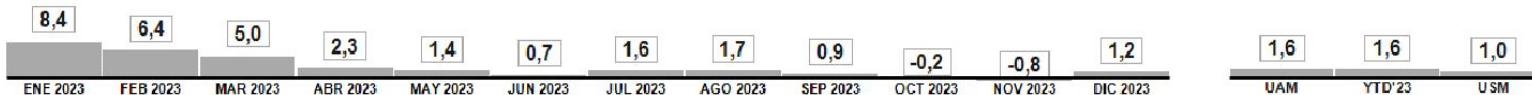
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

# Dinámica en Volumen por Industria | Santanderes

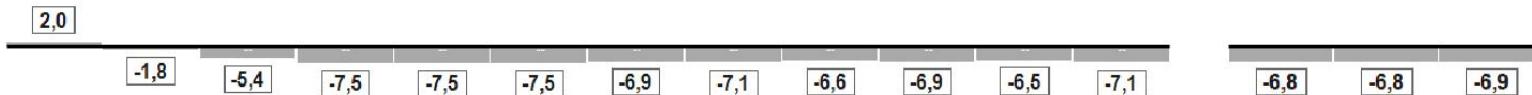
## T. Santanderes – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



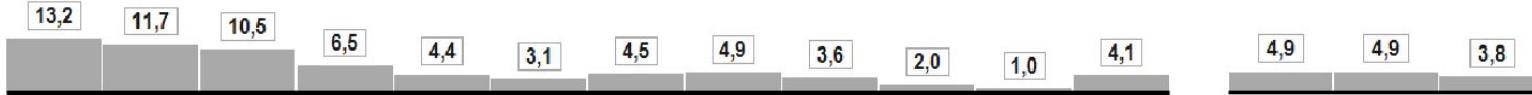
Consumo



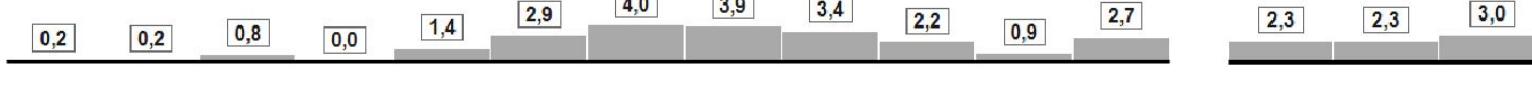
Ind. Alimentos



Ind. Bebidas



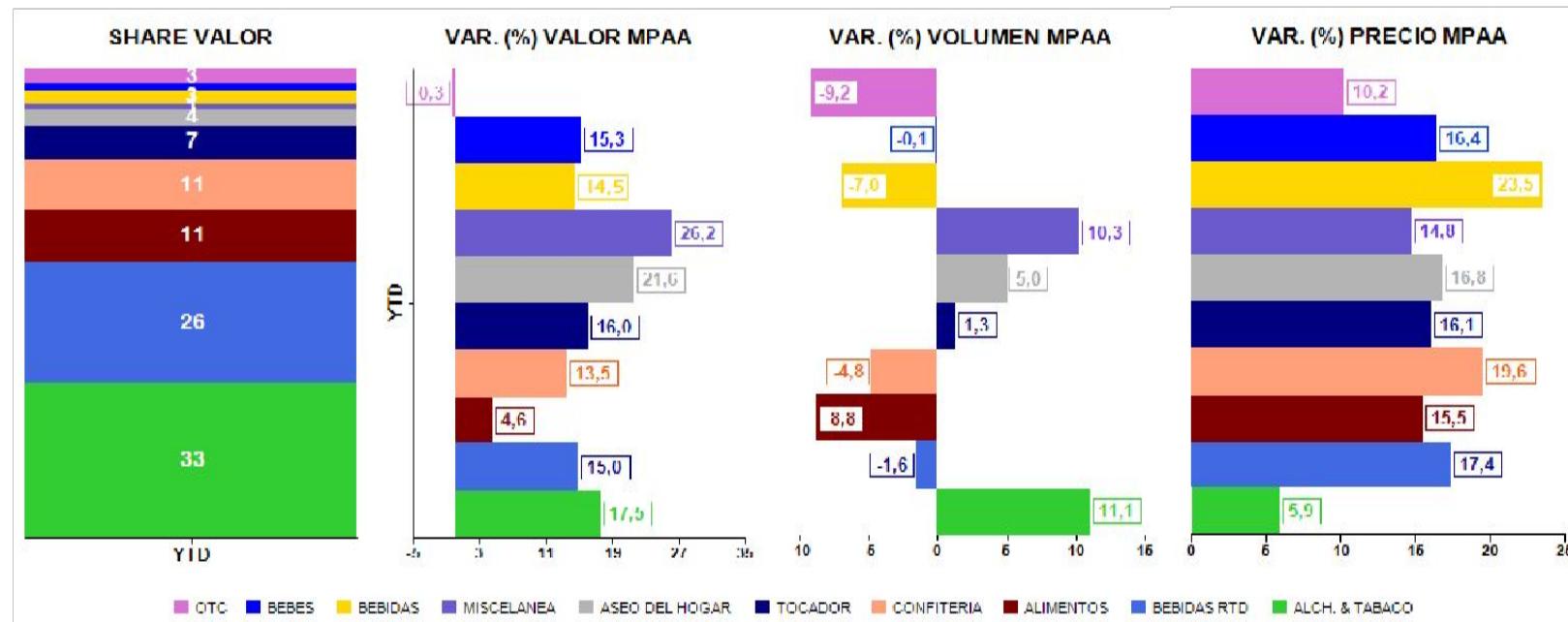
Ind. HPC



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

# Dinámica General Subcanastas | Santanderes | YTD

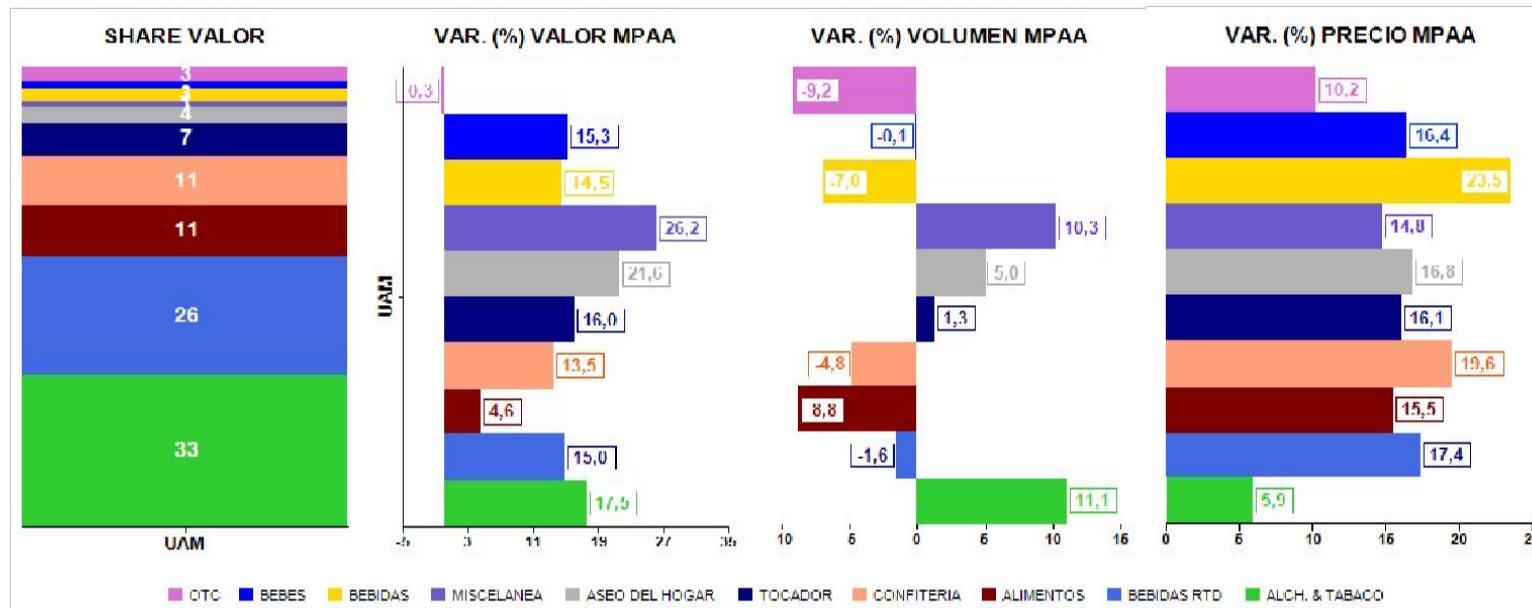
## T. Santanderes



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

# Dinámica General Subcanastas | Santanderes | UAM

## T. Santanderes



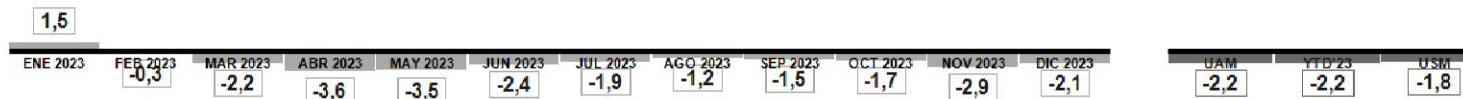
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023 - Var mismo periodo del año anterior

# Dinámica General | Pacífico

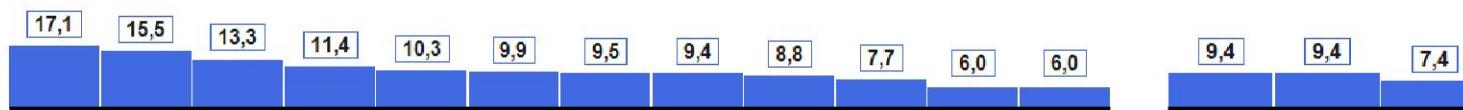
## T. Pacífico – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



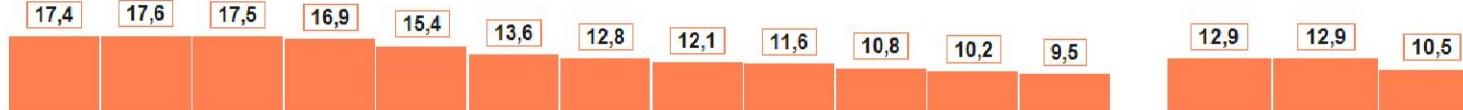
Consumo



Facturación



Precio Prom.



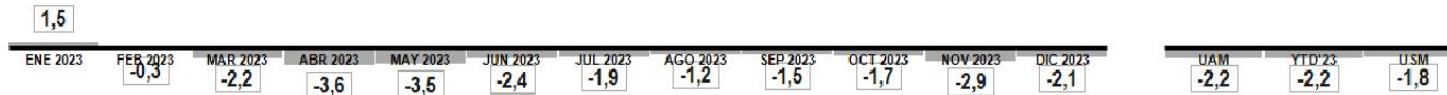
Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

# Dinámica en Volumen por Industria | Pacífico

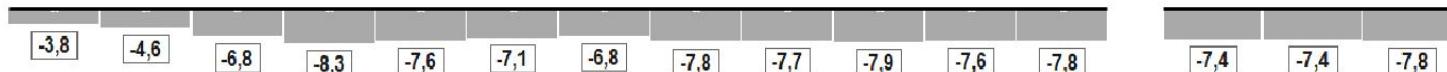
## T. Pacífico – Var (%) Trimestral a cada corte vs MPAA



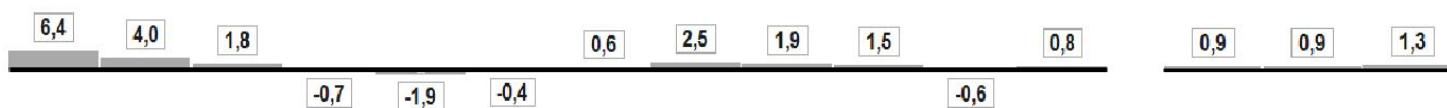
Consumo



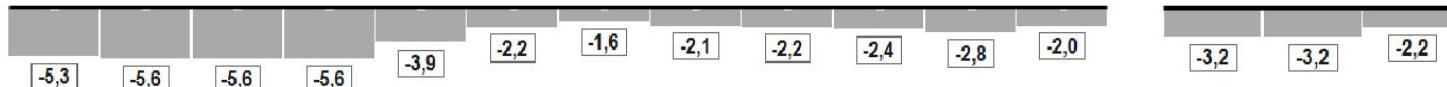
Ind. Alimentos



Ind. Bebidas



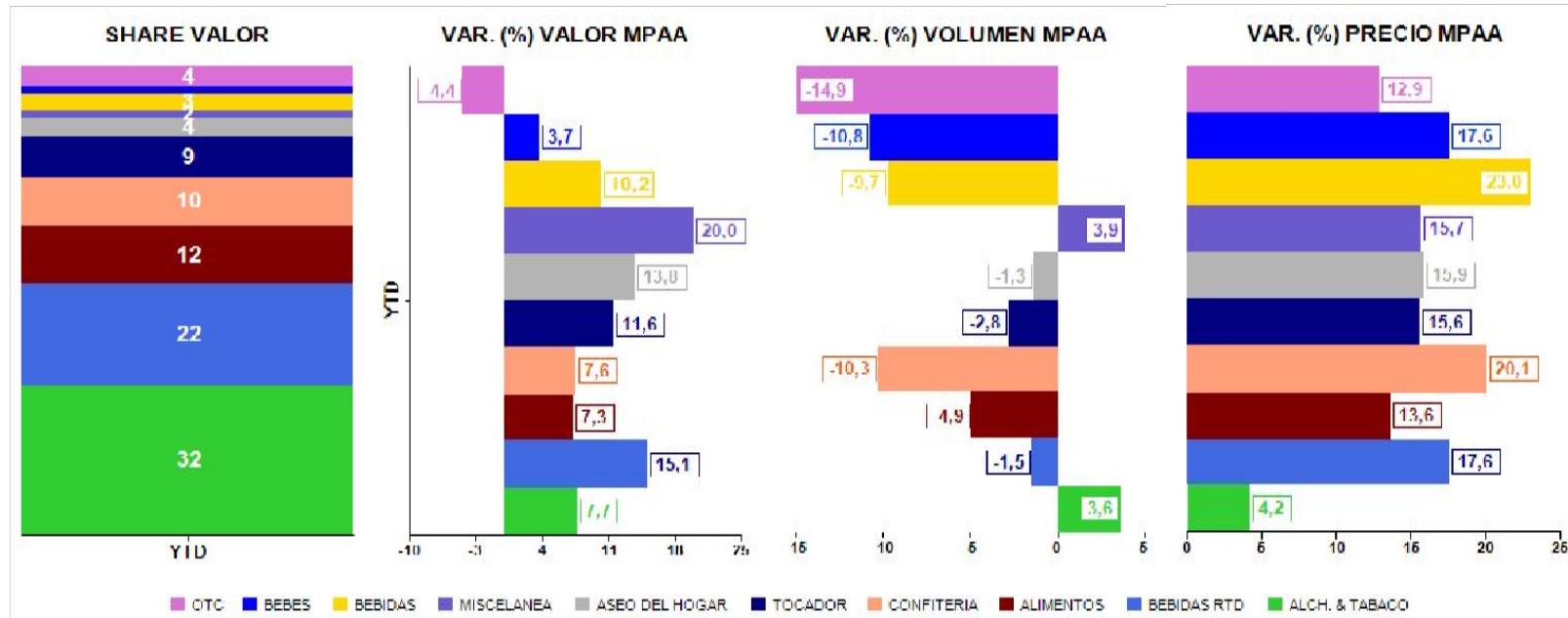
Ind. HPC



Fuente: Nielsen RMS corte Diciembre 2023

# Dinámica General Subcanastas | Pacifico | YTD

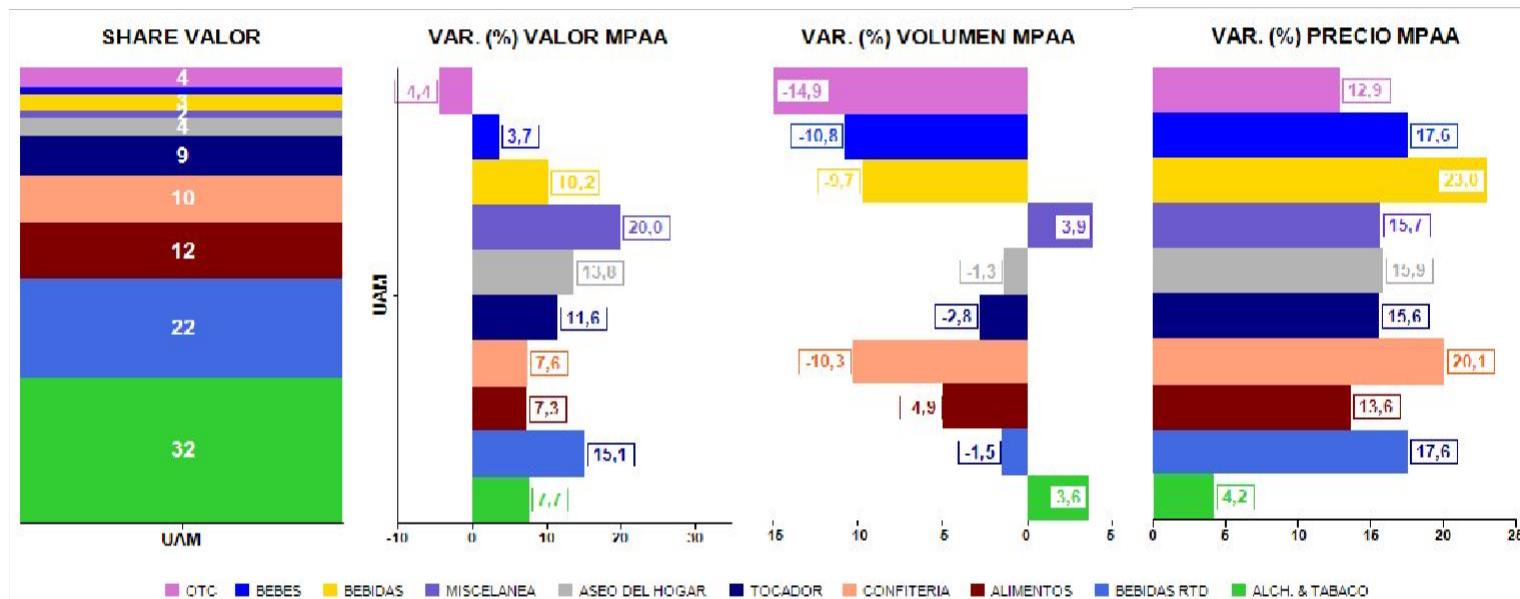
## T. Pacifico



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

# Dinámica General Subcanastas | Pacifico | UAM

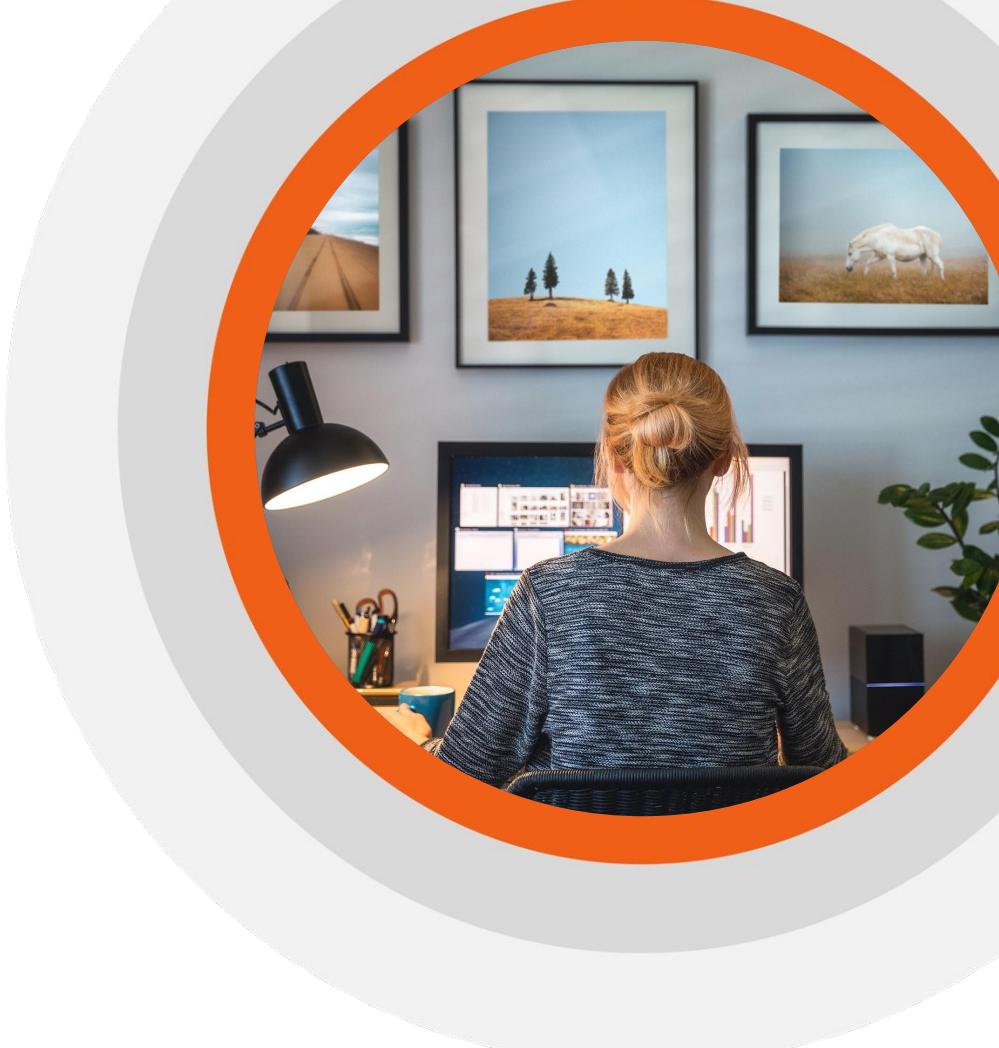
## T. Pacifico



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

# Glosario

**NIQ**



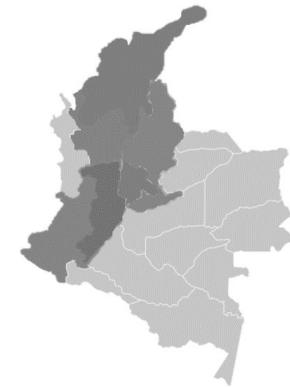
## Industrias



## 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  
Limpiaadores 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

Condones

Expectorantes

Sistema Circulatorio

Suplementos Alimenticios

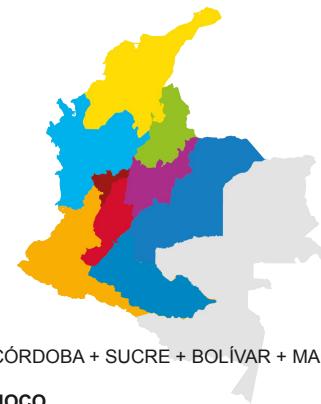
Vitaminas

# 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

**99.1%**  
De la población  
Colombiana



22%	ATLÁNTICO	ATLÁNTICO + CÓRDOBA + SUCRE + BOLÍVAR + MAGDALENA + CESAR + GUAJIRA
14%	ANTIOQUIA-CHOCÓ	ANTIOQUIA + <u>CHOCÓ</u>
7%	SANTANDERES	SANTANDER + NORTE DE SANTANDER
25%	CUNDI - BOYACENSE	CUNDINAMARCA + BOYACÁ
4%	LLANOS	CAQUETÁ + META + <u>CASANARE</u> + ARAUCA
5%	EJE CAFETERO	RISARALDA + CALDAS + QUINDÍO
5%	CENTRO	TOLIMA + HUILA
17%	PACÍFICO	VALLE + CAUCA + NARIÑO + <u>PUTUMAYO</u>

— Apertura únicamente a Total Colombia

\*Independientes incluye también Otras Cadenas no colaboradoras



Para mayor información, contacte a su ejecutivo de cuenta

**NIQ**