

Comportamiento del consumo masivo

NielsenIQ Centroamérica

Corte Julio 2024

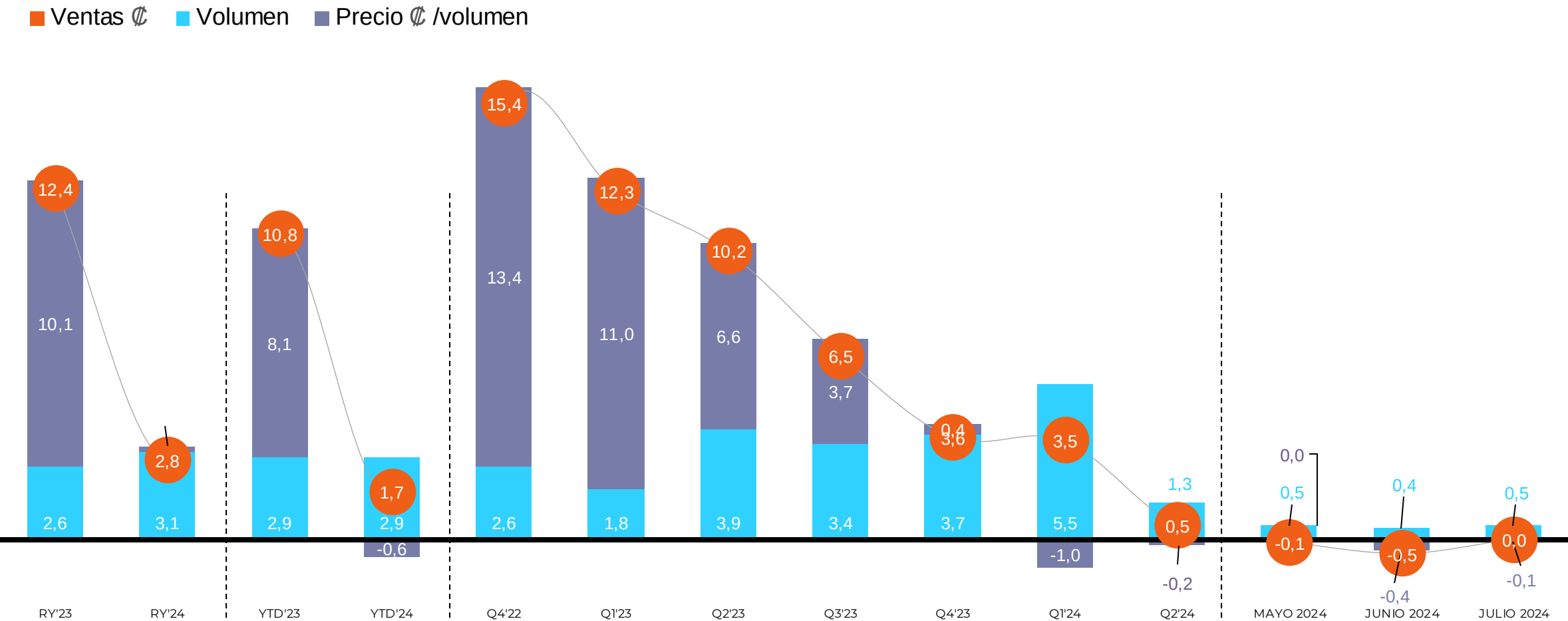
NielsenIQ

Comportamiento del consumo masivo

- NielsenIQ Costa Rica

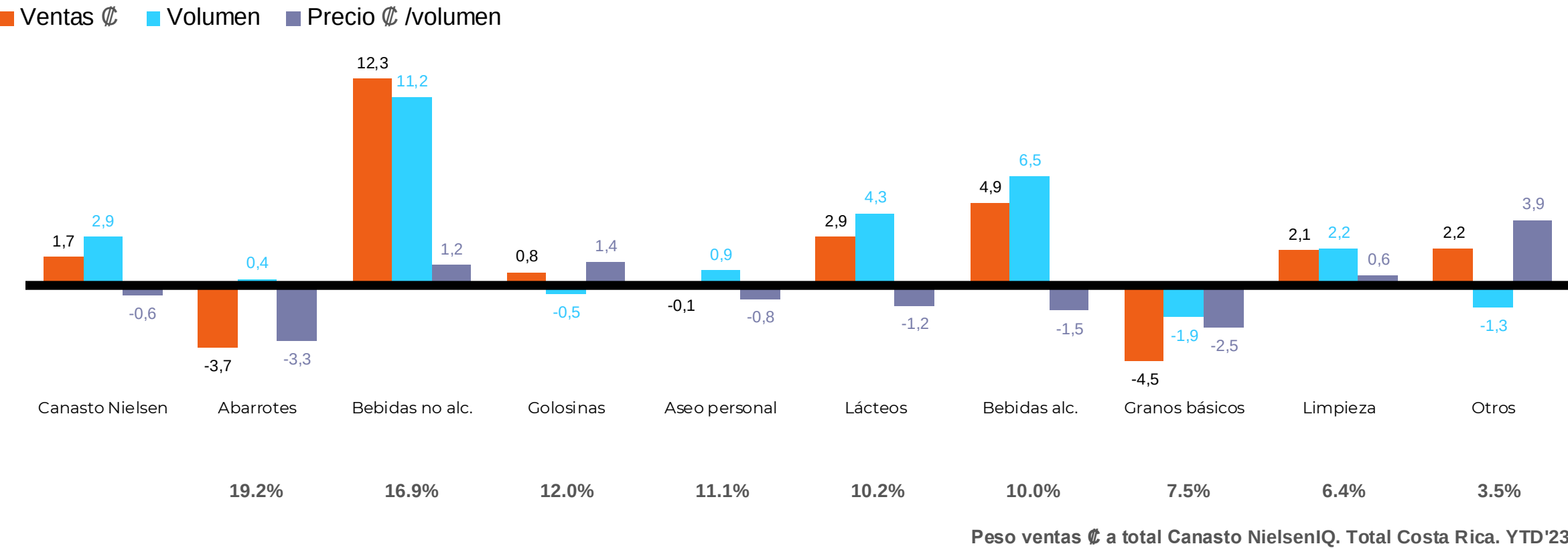
Se ha desacelerado la reducción de precios en Costa Rica, pero tambien el crecimiento en consumo. Por lo que la facturación está estable en los ultimos meses

% Crecimiento interanual. Canasto NielsenIQ. Costa Rica.



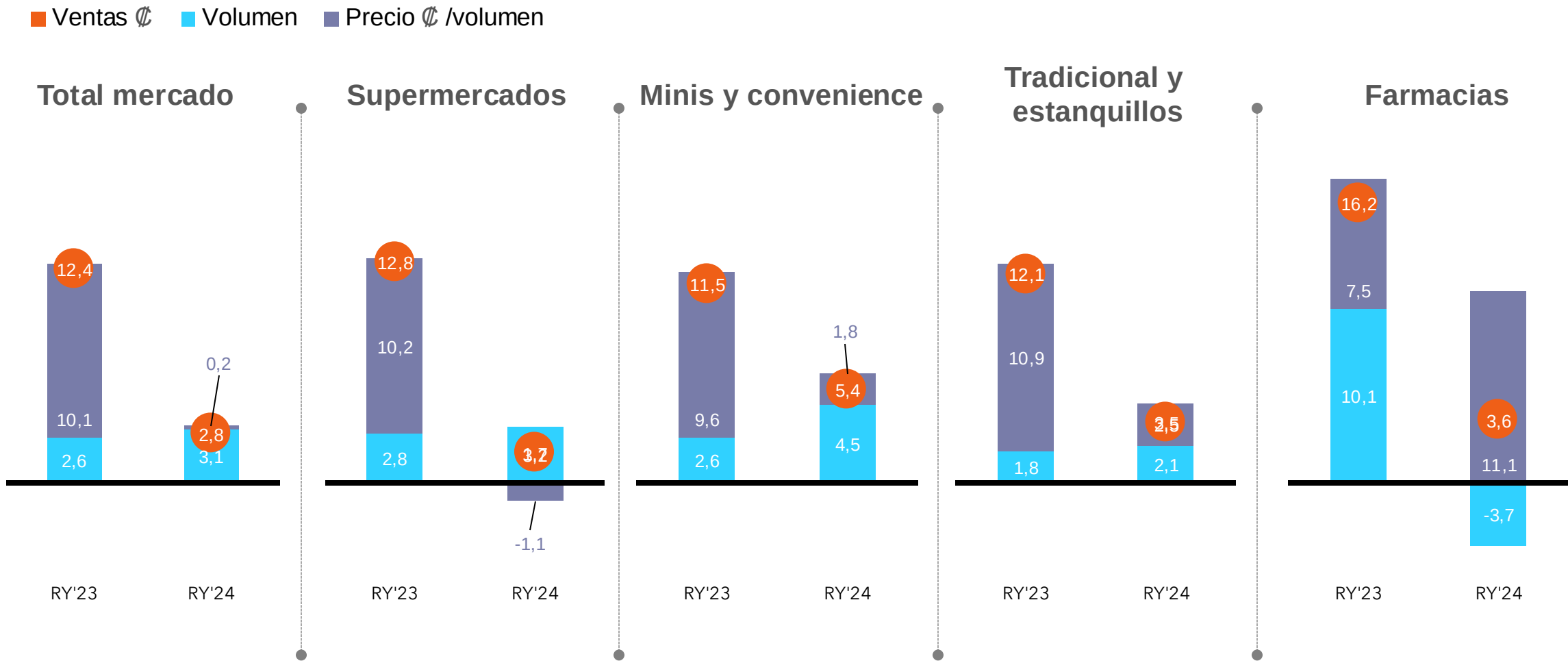
Nuevamente vemos una industria de bebidas, principalmente no alcohólicas, teniendo los mejores niveles de crecimiento en valor y volumen vs las demás canastas

% Crecimiento. Total **Costa Rica**. YTD'24 vs. YTD'23.



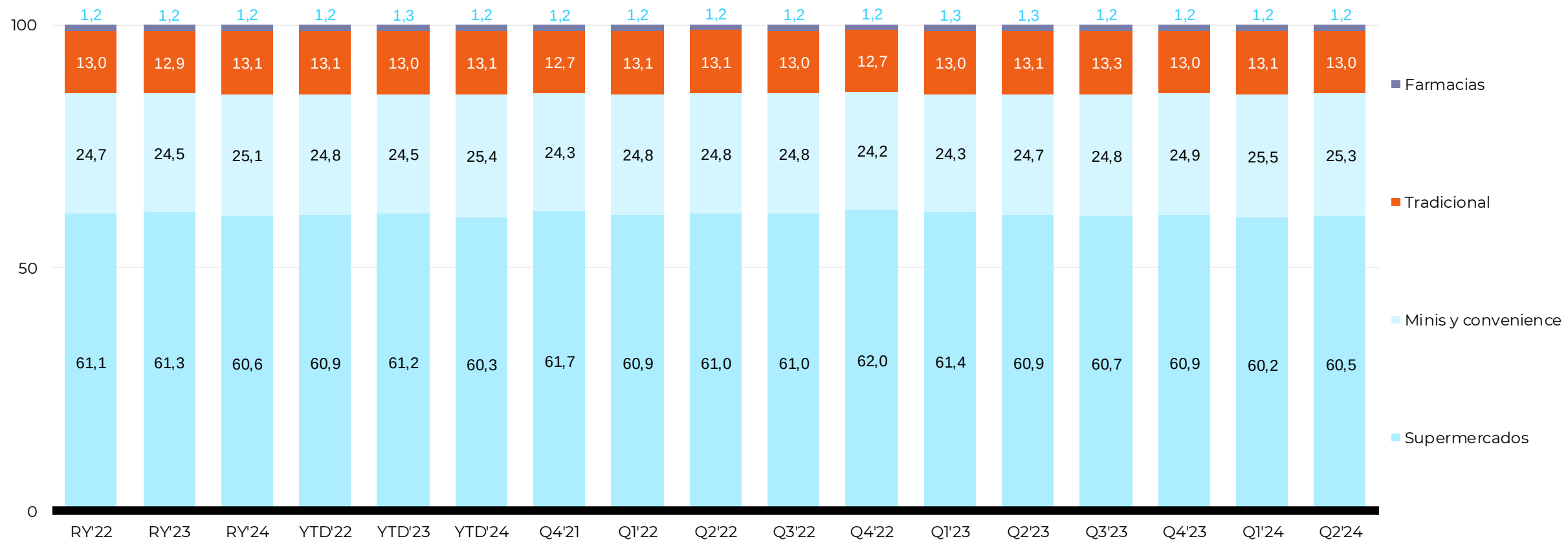
El crecimiento en consumo y valor se da en los canales indirectos como Minisupers y Tradicional, aunque estos presentan incrementos en precios vs la reducción de supermercados. El consumidor puede estar buscando desembolsos más bajos

% Crecimiento interanual. **Costa Rica**. Canasto NielsenIQ.



Supermercados es el canal más importante aunque cede un poco vs un minisupers con mejores tasas de crecimiento en el largo plazo y mantiene para los últimos trimestres

% Share ventas \$ a total **Costa Rica**. Canasto NielsenIQ.



Esa industria de bebidas es la que dinamiza el consumo en el canal de Minisupers, donde más enfocan su crecimiento y el que más aporta

% Crecimiento ventas ¢. Costa Rica. RY'24 vs. RY'23.

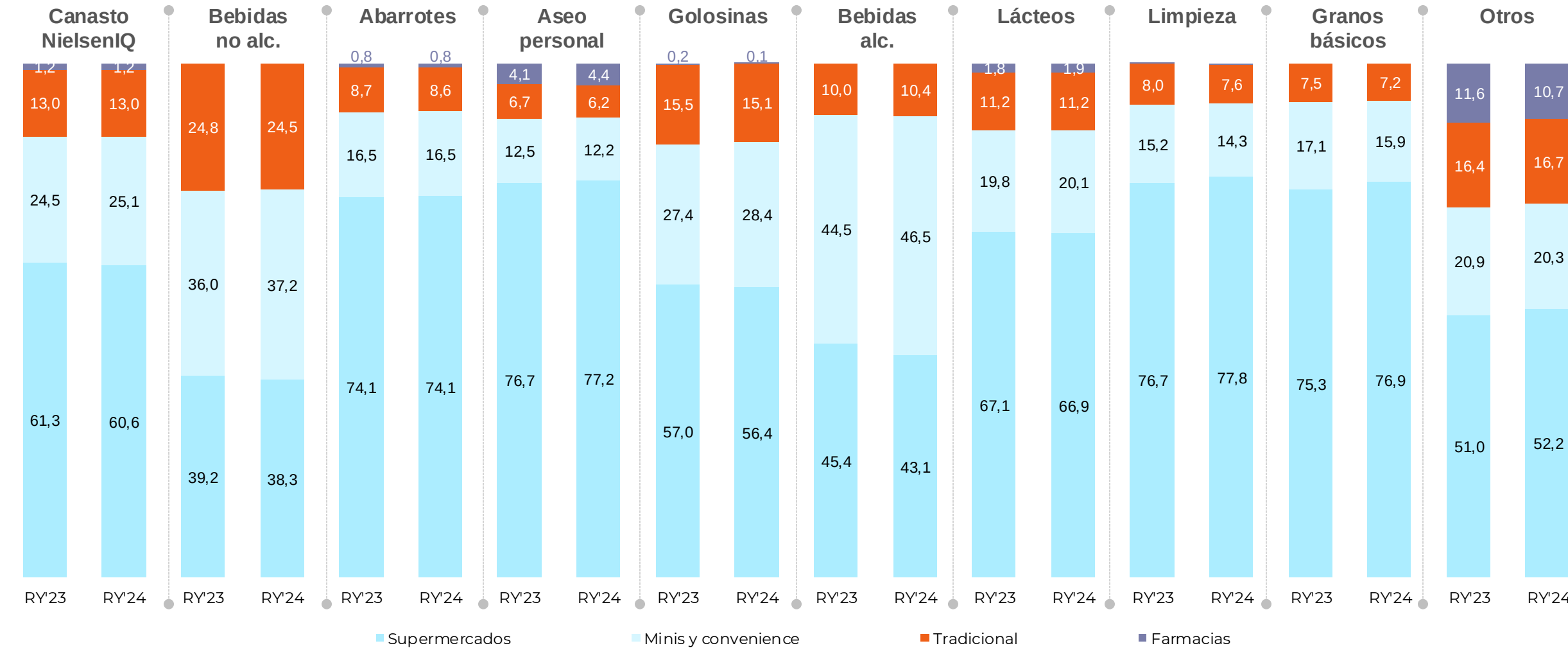
	NielsenIQ	Abarrotes	Bebidas no alc.	Golosinas	Aseo personal	Lácteos	Bebidas alc.	Granos básicos	Limpieza	Otros
Total	2.8%	-2.4%	13.2%	2.2%	2.5%	4.0%	4.5%	-3.3%	3.6%	2.6%
Supermer.	1.7%	-2.3%	10.7%	1.1%	3.1%	3.7%	-0.9%	-1.3%	5.2%	5.2%
Minis y conv.	5.4%	-2.3%	17.1%	6.1%	0.1%	5.1%	9.2%	-10.0%	-2.4%	-0.8%
Trad. y estanq.	3.5%	-2.8%	11.7%	-0.1%	-4.9%	4.2%	8.6%	-7.4%	-1.3%	4.6%
Farmacias	3.6%	0.6%	2,050.5%	-5.8%	10.6%	5.5%	-100.0%	-69.7%	99.6%	-5.2%

% Aporte a la variación ventas ¢. Costa Rica. RY'24 vs. RY'23.

	NielsenIQ	Abarrotes	Bebidas no alc.	Golosinas	Aseo personal	Lácteos	Bebidas alc.	Granos básicos	Limpieza	Otros
Total	2.8%	-2.4%	13.2%	2.2%	2.5%	4.0%	4.5%	-3.3%	3.6%	2.6%
Supermer.	1.0%	-1.7%	4.2%	0.6%	2.4%	2.5%	-0.4%	-1.0%	4.0%	2.7%
Minis y conv.	1.3%	-0.4%	6.1%	1.7%	0.0%	1.0%	4.1%	-1.7%	-0.4%	-0.2%
Trad. y estanq.	0.5%	-0.2%	2.9%	0.0%	-0.3%	0.5%	0.9%	-0.6%	-0.1%	0.8%
Farmacias	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%	0.1%		0.0%	0.1%	-0.6%

Ese comportamiento también se puede apreciar desde las importancias de los canales para cada canasta. Minisupers gana relevancia para Bebidas, Golosinas y Lacteos

% Peso ventas \$ a total mercado. **Costa Rica**



For more insights:

niq.com/global/en/insights/

