



ATENAS

TRENDS



J-29942968-6



Febrero 2022

Veamos cómo iniciaron las visitas a los puntos de venta por nuestros hogares durante ENERO

ÁREAS	ACTOS
Oriente Sur	11,3
Centro Occidente	10,4
Capital	10,2
Andes	9,6
Occidente	9,2
Centro	8,5
Oriente Norte	8,4

Para el mes de enero 2022 los hogares de **Oriente Sur** y **Centro Occidente** fueron los que hicieron más visitas a los puntos de ventas.



Harina de Maíz estuvo en más del 30% de los actos de compra, siendo la categoría con más presencia por acto de compra en todas las regiones



De cada 10 actos de compra de los hogares de **Centro Occidente**, **Huevos** está en 1,6 de ellos, **Margarinas** en 1,8 y **Pastas alimenticias** en 1,7



El porcentaje de actos de compra en los que se adquiere **Café** en la región **Centro** con un 17 % supera a las demás regiones del país

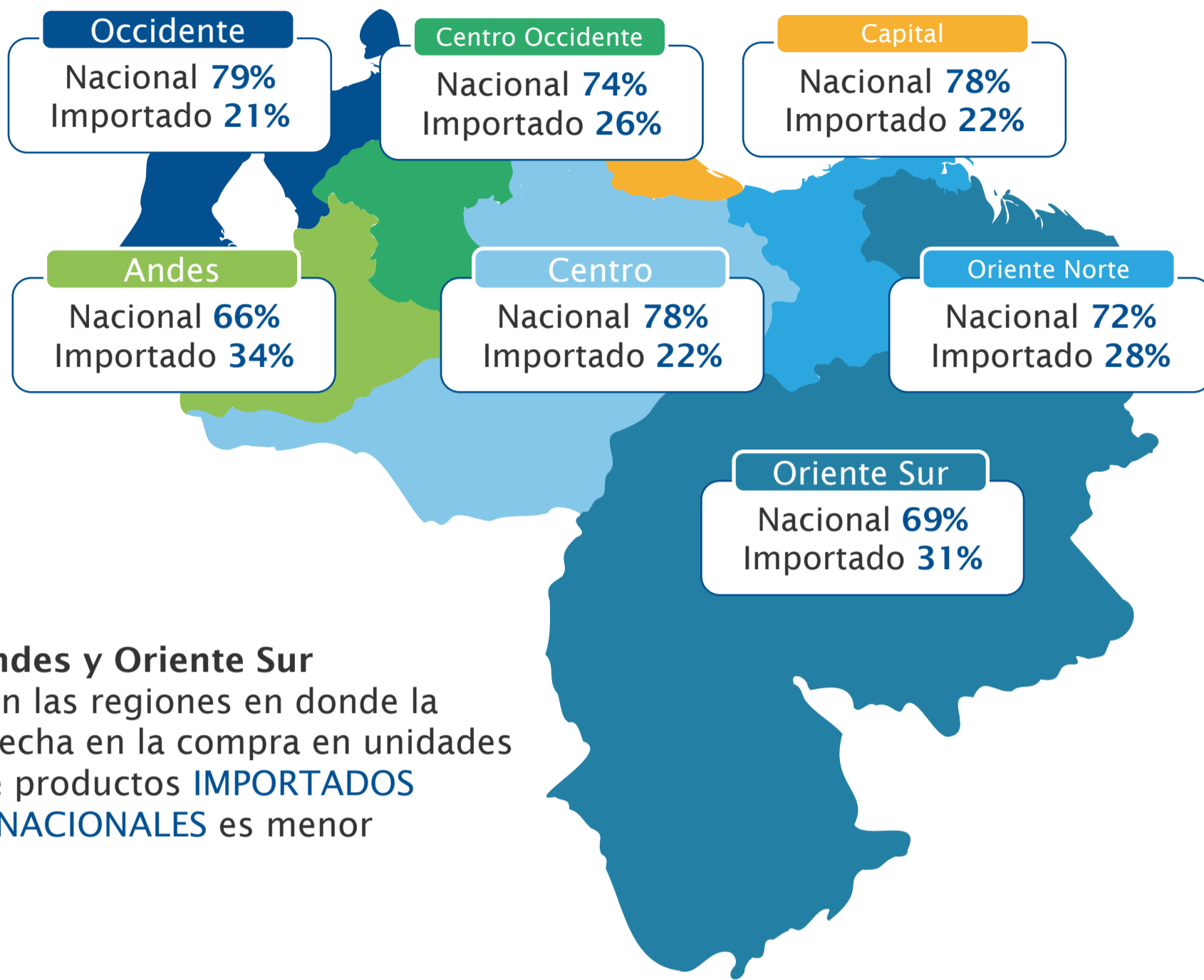


De cada 10 actos de compra que se hicieron en **Occidente** durante enero 2022, **Refrescos** estuvo presente en 2 de ellos



COMPORTAMIENTO DE IMPORTADO VS NACIONAL

Peso en Unidades de Importado y Nacional Enero 2022



Andes y Oriente Sur son las regiones en donde la brecha en la compra en unidades de productos **IMPORTADOS Y NACIONALES** es menor

En Occidente las cestas de Cuidado Personal y Mantenimiento del Hogar, presentaron más compras en unidades de productos importados que nacionales

Por su parte Alimentos y Bebidas No Alcohólicas fueron las Cestas en donde los hogares compraron más unidades de productos Nacionales

Top 5 categorías en productos importados Peso en unidades compradas



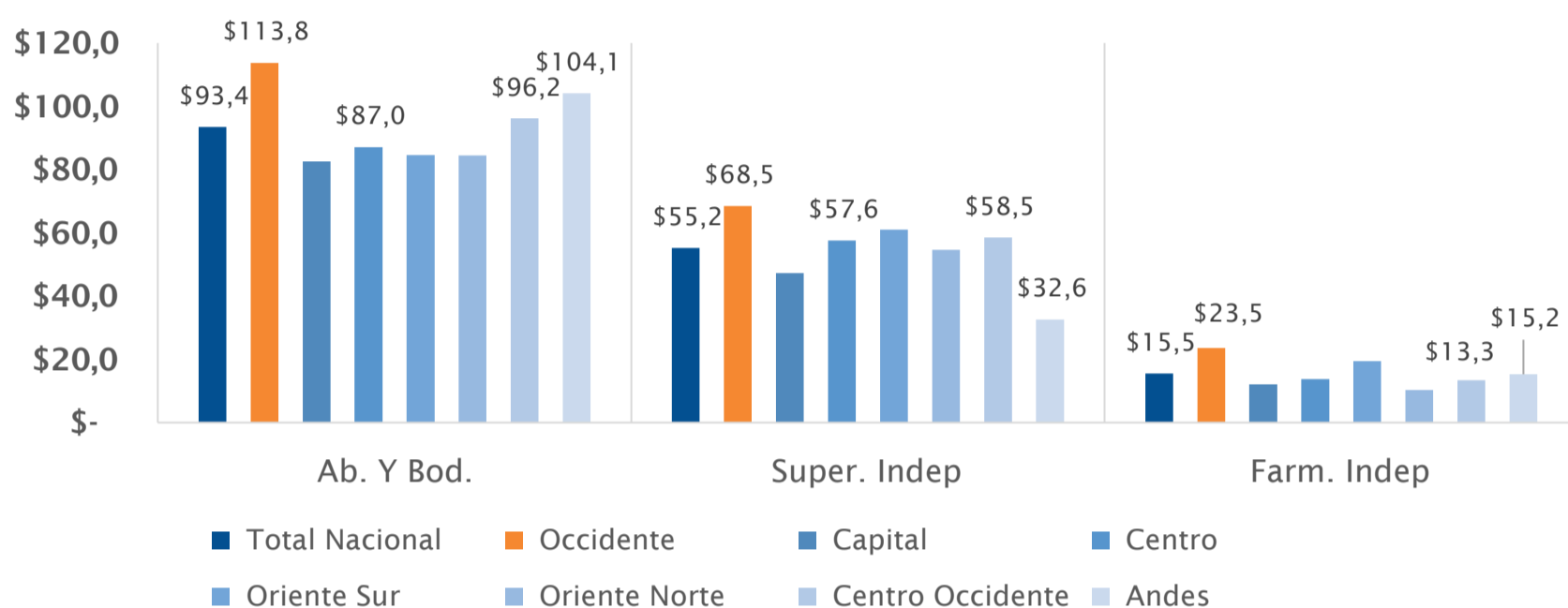
El 52% de las unidades que compraron los hogares de la categoría Azúcar y el 81% de las unidades de Harina de Trigo fueron Importadas.

IN DEPTH REGIONAL:

¿Qué distingue al consumidor de Occidente?

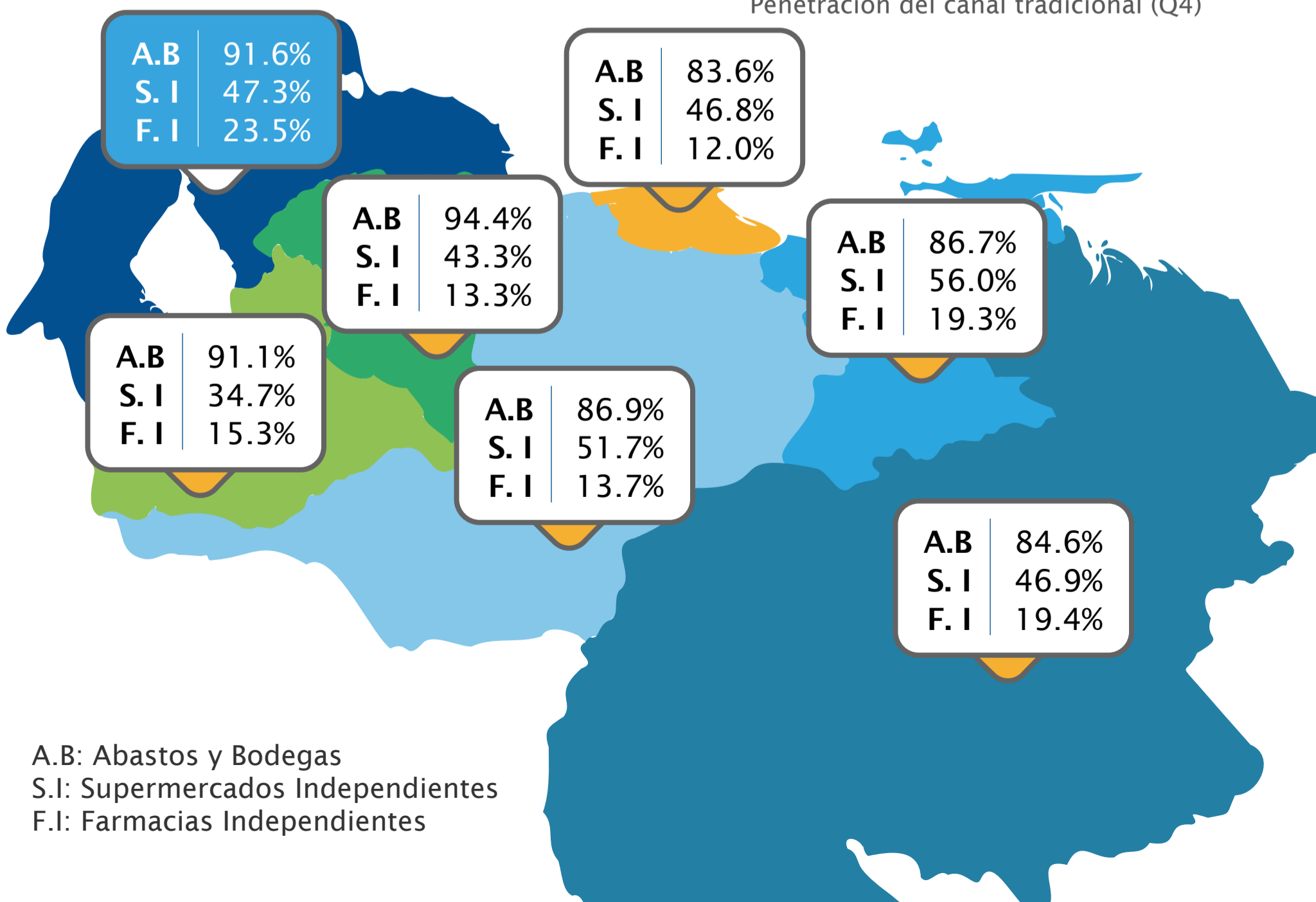
Los hogares de Occidente son los que gastan más en **Abastos y Bodegas, Supermercados independientes y Farmacias independientes** en comparación con los hogares de otras regiones

Gasto promedio por hogar por trimestre (Q4)



Adicionalmente, Occidente es la región del país en la que las **Farmacias Independientes** presentan la mayor penetración (23.5%), y la segunda región en cuanto a penetración del canal **Abastos y Bodegas** (91.6%), solo superado por Centro Occidente

Penetración del canal tradicional (Q4)

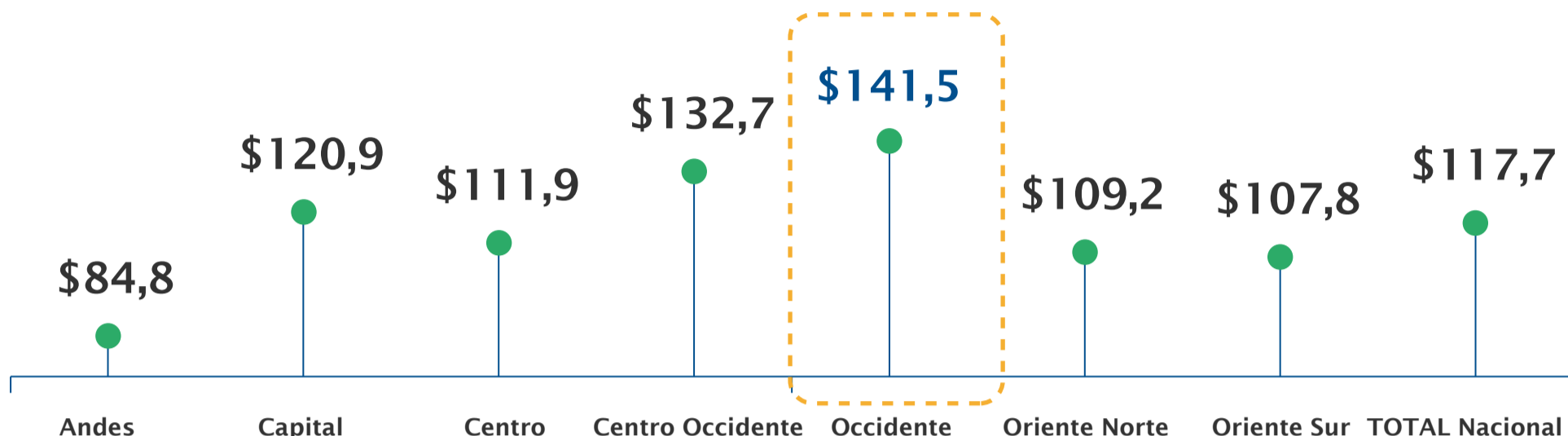


A.B: Abastos y Bodegas
 S.I: Supermercados Independientes
 F.I: Farmacias Independientes

IN DEPTH REGIONAL:

¿Qué distingue al consumidor de Occidente?

Gasto Promedio por Hogar con Tarjeta de Débito (Q4)

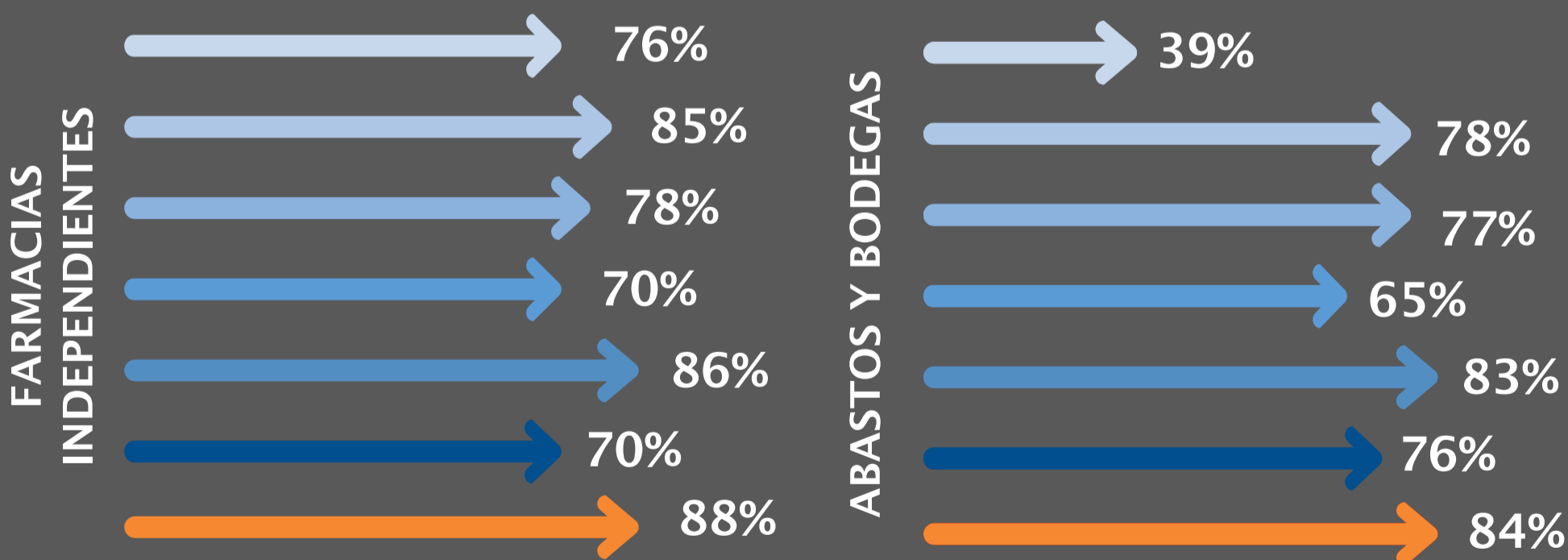


En cuanto a métodos de pago, el gasto promedio por hogar efectuado con tarjeta de débito en **Occidente**, supera al de las demás regiones del país



El peso del gasto con tarjeta de débito en Farmacias Independientes (88%) y Abastos y Bodegas de occidente (84%), es mayor al de las demás regiones

Importancia en valor (\$) de las compras con tarjeta de débito en el canales tradicionales



- ANDES
- ORIENTE NORTE
- CENTRO OCCIDENTE
- OCCIDENTE
- ORIENTE SUR
- CAPITAL
- CENTRO

Esto nos indica que de cada \$100 que gasta el hogar de Occidente en Farmacias Independientes, **\$88 lo paga con tarjeta de debito**

El mercado venezolano cambia y los comerciantes se han visto en la necesidad de adaptarse, lo cual se ve reflejado en ajustes de portafolio de venta o apertura de nuevos establecimientos comerciales.

Occidente se caracteriza por ser una de las regiones donde los hogares destinan un mayor gasto durante el último trimestre en comparación con el resto de las regiones.

El canal tradicional es relevante en esta región, por lo que debemos conocer posibles aliados comerciales o competidores para establecer estrategias que nos ayuden a posicionarnos.

En Caracas logramos levantar información de más de 10 mil establecimientos comerciales en sus cinco municipios, lo cual se traduce en nuevas oportunidades para la industria

Entendiendo las necesidades del mercado te anunciamos que estamos por iniciar nuestro:

Censo de establecimientos en Maracaibo 2022



Sabemos que en Maracaibo también tienes oportunidades así que ¿Por qué no te sumas?

¿En qué podrá ayudarte participar en el Censo de Maracaibo?

Los datos hablan más que palabras, así que veamos los resultados de nuestro Censo en Caracas

Top 5 en cantidad de tiendas en Caracas

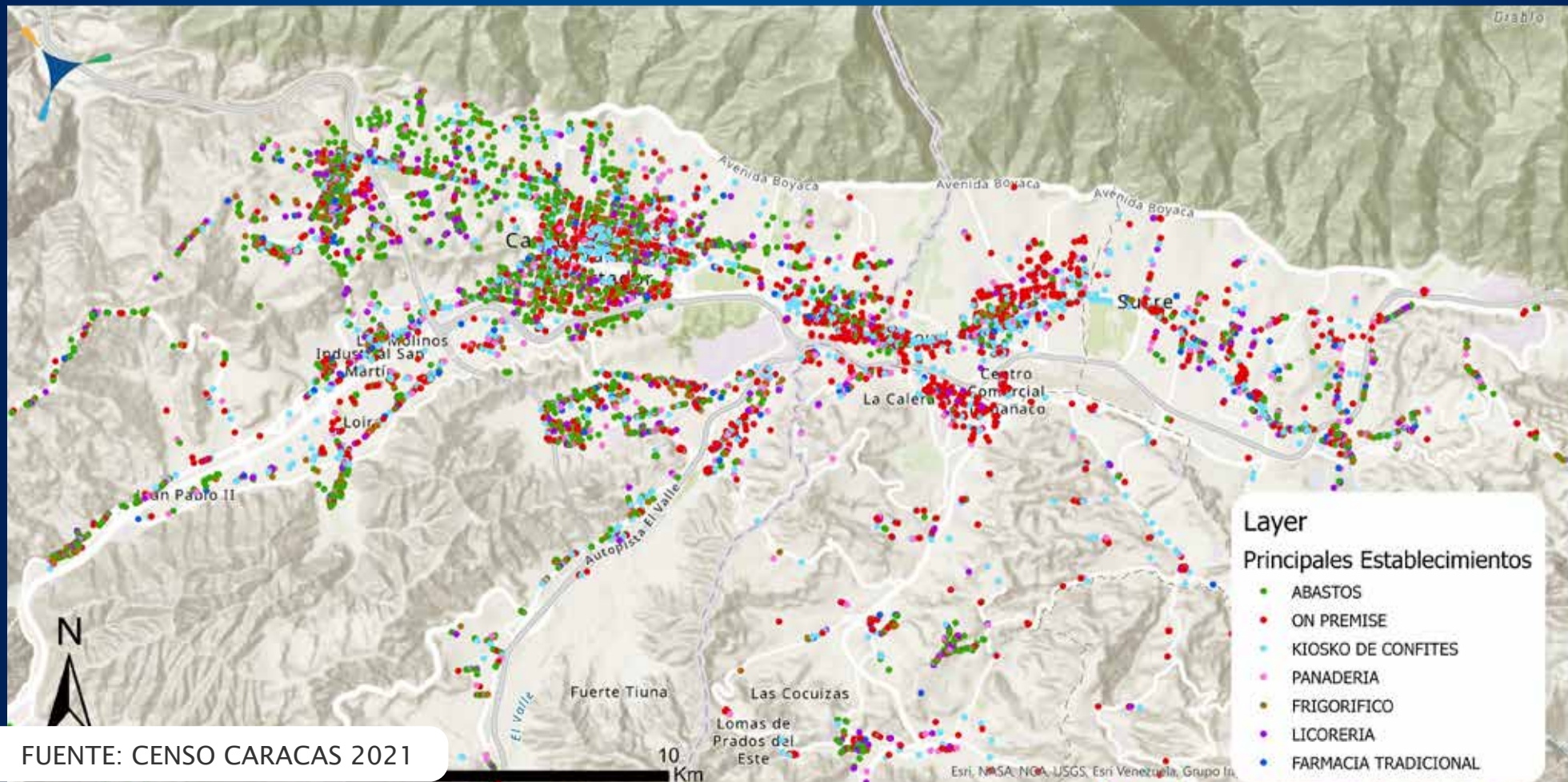
ABASTOS Y BODEGAS
25%

ON PREMISE
22%

KIOSKOS
12%

PANADERÍA
6%

FRIGORÍFICO
6%





84% de los Abastos y el 70% DE LAS LICORERÍAS en Caracas se encuentran en el municipio Libertador



54% de los bodegones están en los municipios Baruta y Chacao



El 49% de los establecimientos ubicados en el Municipio El Hatillo son ON PREMISE

Chacao es el municipio que registra mayor proporción de Kioskos en comparación con el resto del municipios, donde por cada 100 establecimientos se registran 19 Kioskos

30%



El 30% de los establecimientos ubicados en el Municipio Libertador son Abastos y Bodegas

Con nuestro Censo podrás tener dirección del establecimiento, su formato de tienda, métodos de pago, información de delivery o presencia de tu categoría



El 52% de los establecimientos no aceptan pago móvil

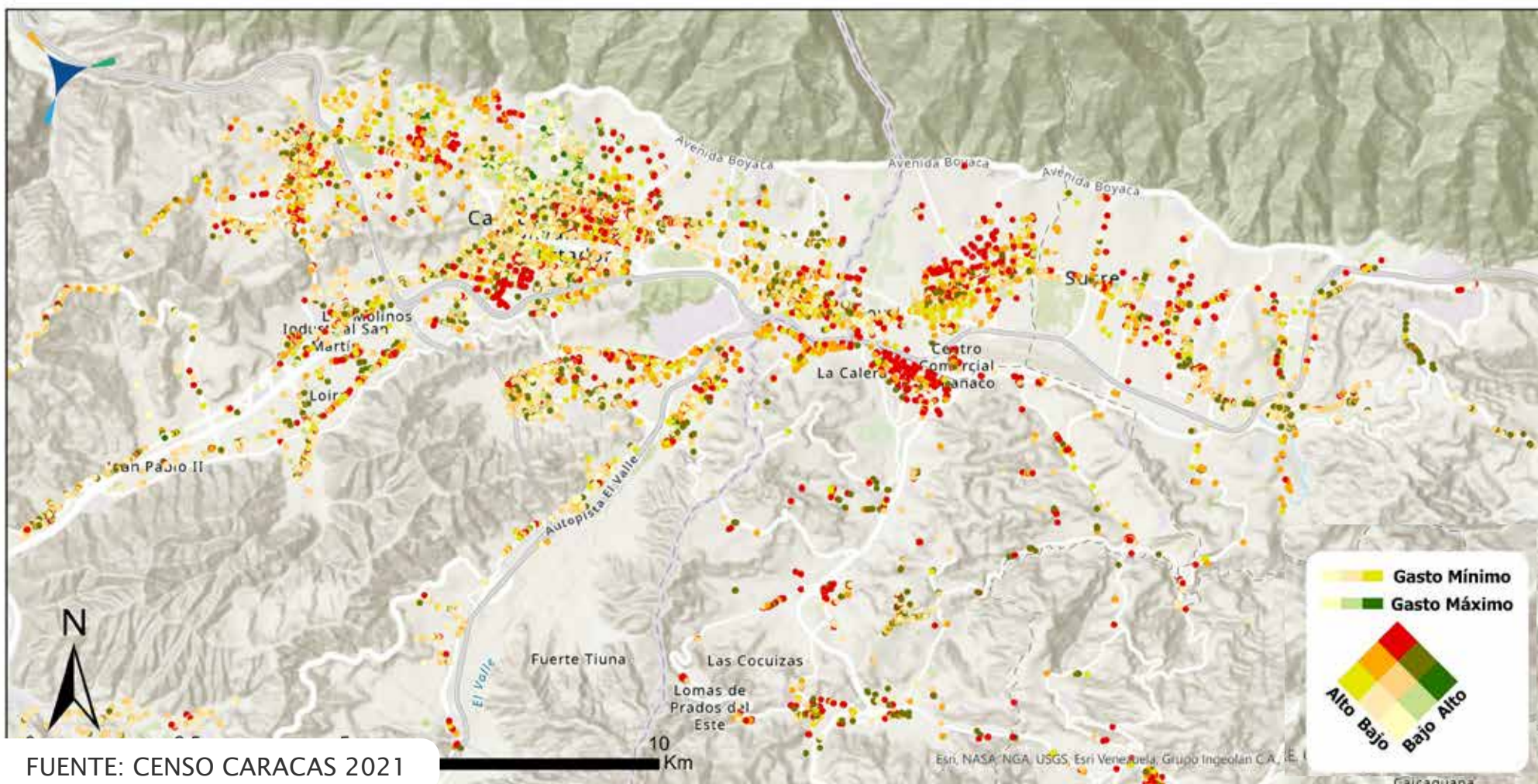


Zelle es aceptado en el 5% del total de tiendas



Solo el 0,5% de los establecimientos aceptan Criptomonedas

Mapa de calor de acuerdo a GASTO MÁXIMO Y GASTO MÍNIMO por establecimiento censado

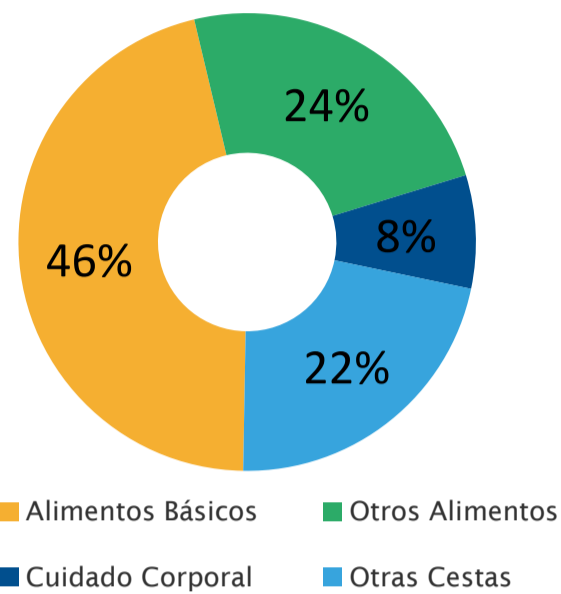


Cesta de Cuidado Personal

La penetración de la cesta de cuidado personal se contrajo 2pp para el último trimestre del año 2021, por lo que **menos hogares compraron productos de cuidado personal, especialmente desodorante y jabón tocador**

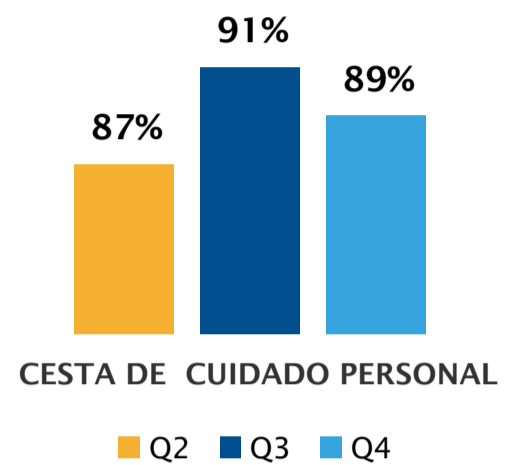


PESO EN VALOR DEL TOP CESTAS
Último semestre del 2021

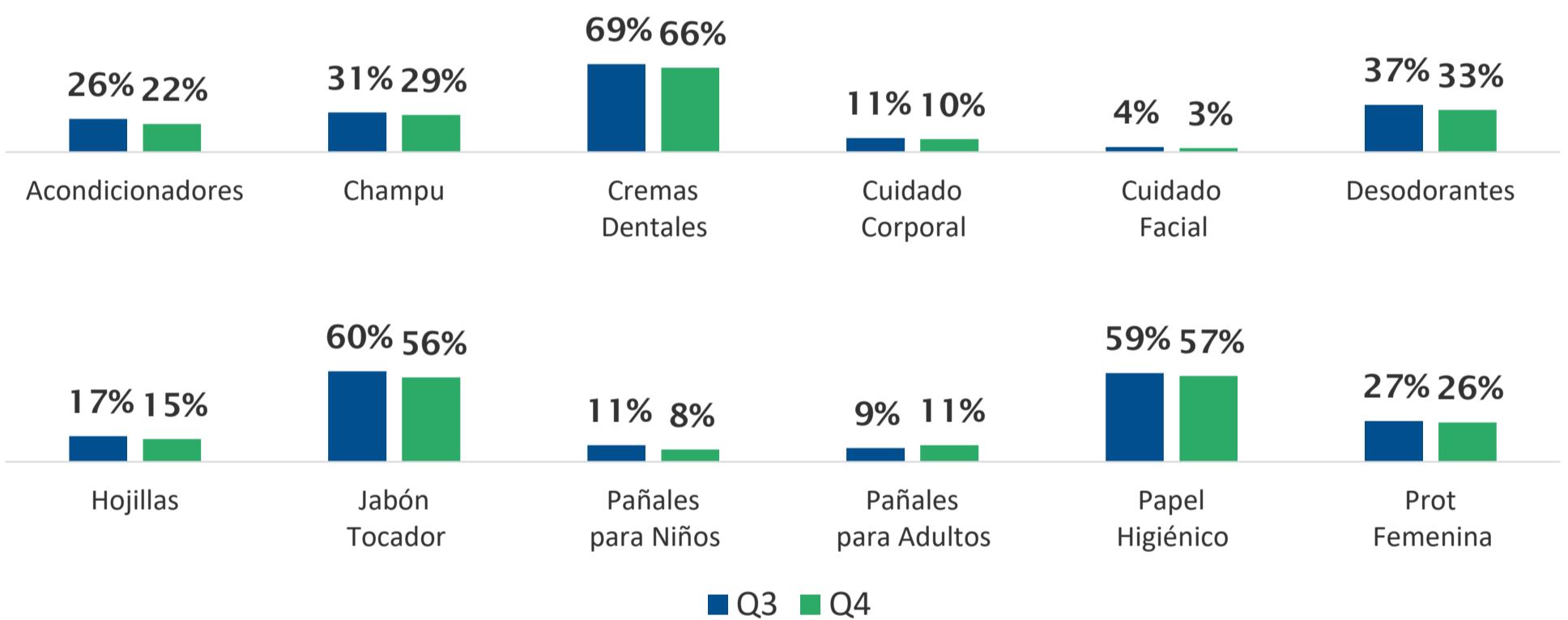


La cesta de Cuidado Personal presentó un crecimiento del +27% en términos de valor para el segundo semestre del 2021 donde los hogares gastaron en promedio \$24,5 en productos de la cesta

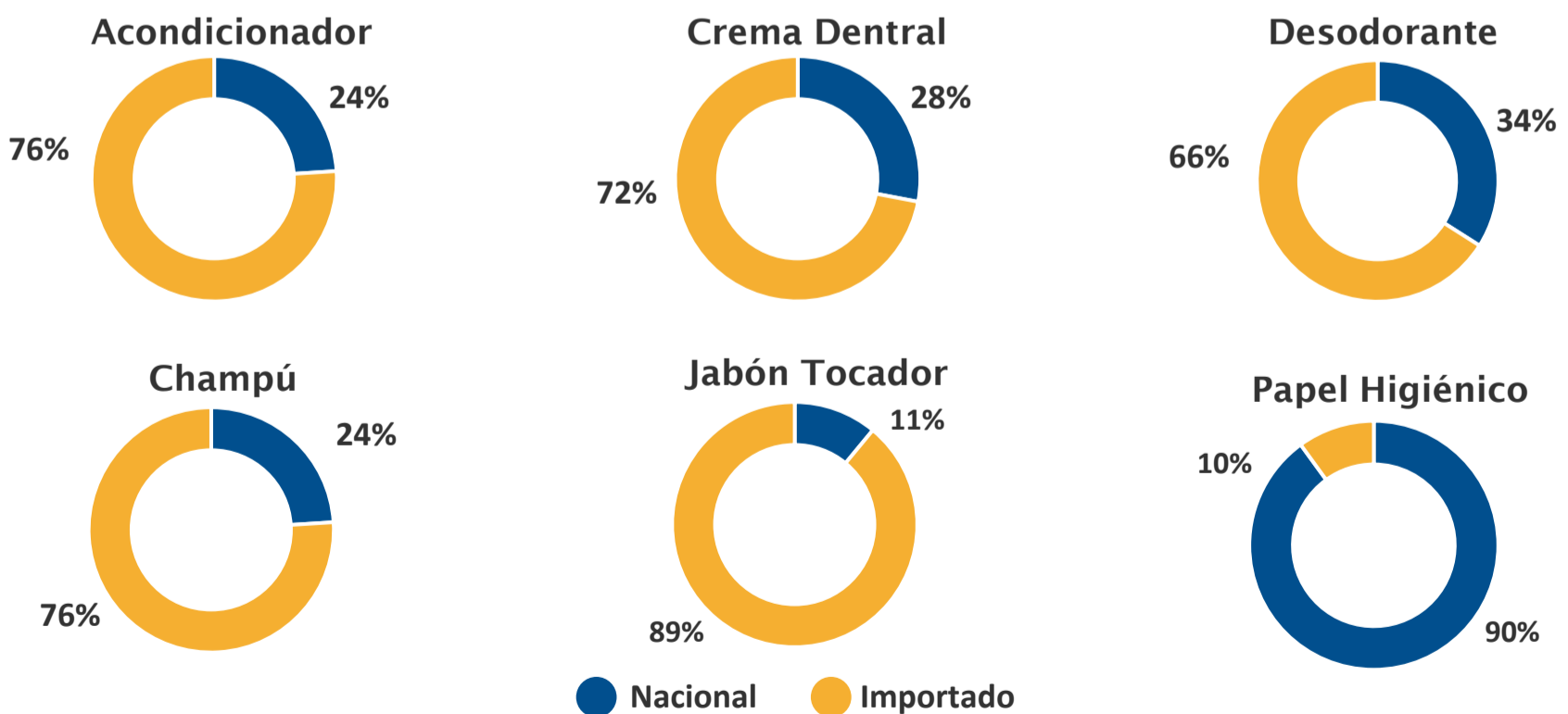
PENETRACIÓN CESTA DE CUIDADO PERSONAL - TOTAL NACIONAL



PENETRACIÓN CATEGORÍAS DE LA CESTA DE CUIDADO PERSONAL



Peso en unidades de importado vs nacional en las principales categorías de la cesta de Cuidado Personal

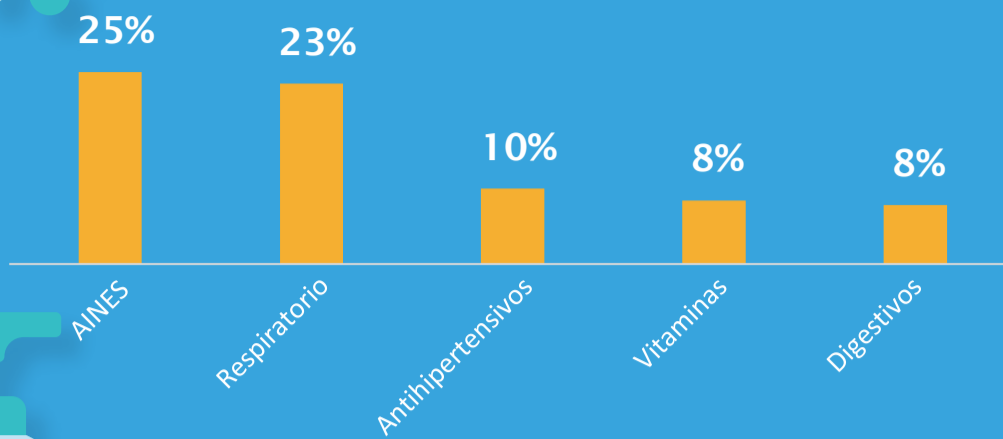


Clasificación mediante el prefijo del código de barra (UPC)

Champú, Acondicionadores y Jabón de Tocador son las categorías que presentan una mayor compra en unidades de productos importados. Mientras que, la compra de Papel Higiénico es la de menos peso de importados de toda la cesta de Cuidado personal

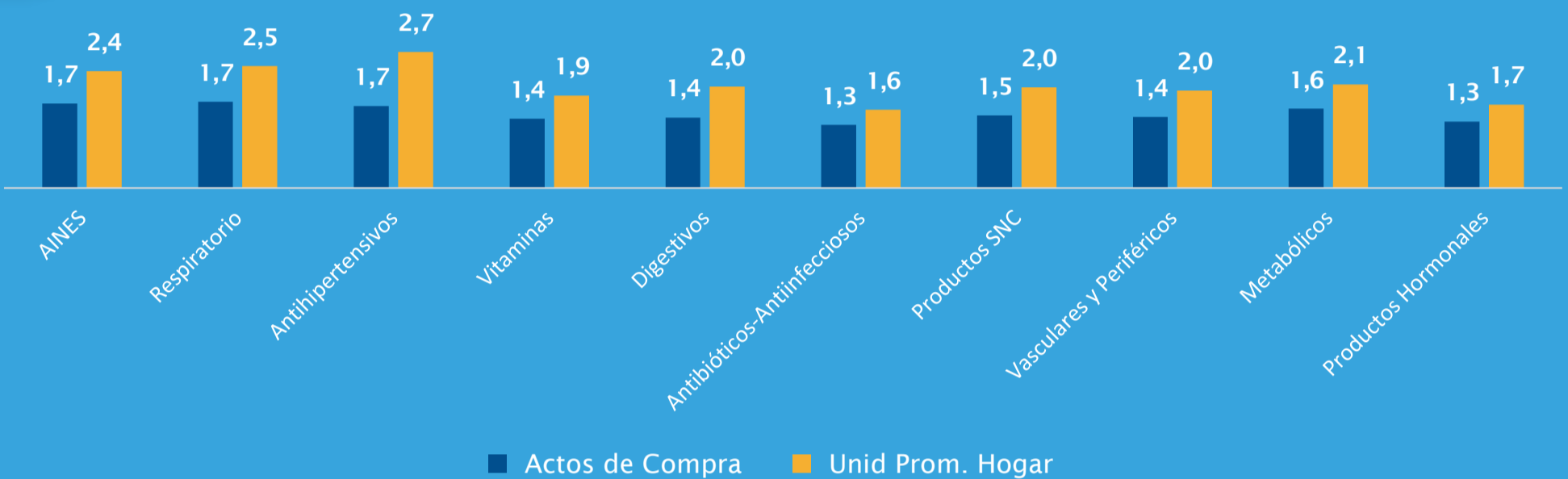
Categorías de la Cesta de Medicinas

Peso en compras en unidades – Top 5 Categorías Acumulado Nov21-Ene22



El 25% de las unidades compradas por los hogares de la Cesta de Medicinas, pertenecen a la categoría AINES, siendo esta la categoría que lidera en compras en unidades junto a Respiratorios y Antihipertensivos

Unidades Promedio y actos de compra por Hogar Top categorías Medicinas Trim. Oct, Nov, Dic 2021



AINES, Respiratorios y Antihipertensivos tienen la misma cantidad de Actos de Compra, sin embargo, los hogares compran más unidades de Antihipertensivos cada vez que visitan el punto de venta.

De 10 actos de compra de medicinas que se hicieron en **Centro y Oriente Norte**, Respiratorios estuvo presente en 5 de ellos

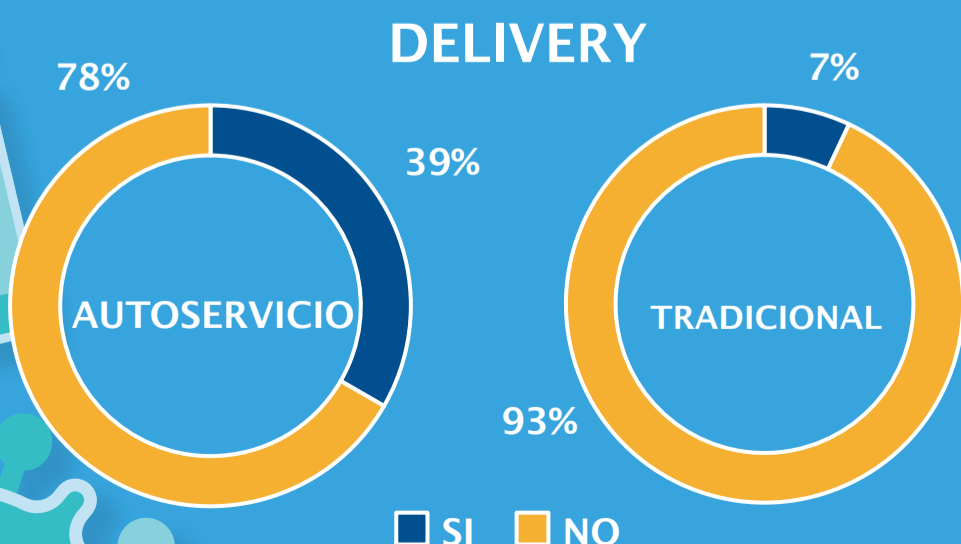
Vitaminas estuvo presente en el **20%** de los actos de compra que se hicieron en **Andes**

De todos los actos que se hicieron en **Capital, AINES y Respiratorios** estuvieron presentes en el **30%** de ellos

FUENTE: HOME PANTRY NOVIEMBRE 2021-ENERO 2022

CENSO CARACAS 2021

En Caracas, el 60% de las farmacias tienen un formato tradicional, sin embargo, al hacer un zoom por municipios en Baruta, Chacao y El Hatillo, predominan los formatos autoservicio con más del 60% de tiendas bajo este formato

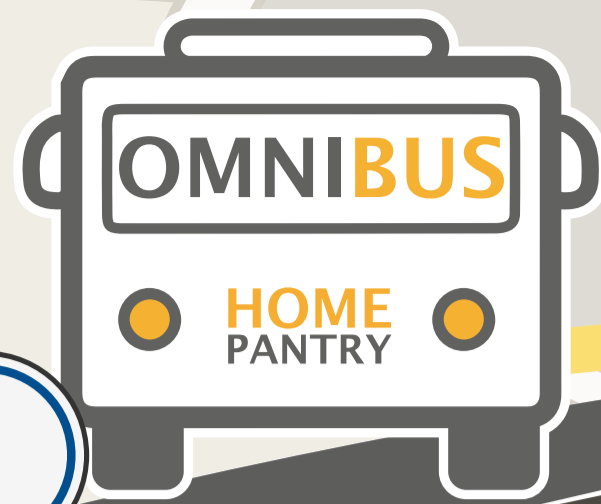


Top 5 parroquias en importancia según cantidad de tiendas

Autoservicio	Tradicional
Chacao	Sucre
Baruta	Petare
Petare	La Candelaria
El Recreo	El Recreo
El Cafetal	Santa Rosalía

ÓMNIBUS HOME PANTRY

Es un servicio de encuestas que llega en sus dos esquemas de contratación, para hacer aun más accesible la voz del shopper para nuestros clientes:



1

Marzo

CONTRATACIÓN PUNTUAL

Oportunidad de contratar:
Entre 1 y 25 preguntas cerradas
y semiabiertas, por medición

CONTRATACIÓN ANUAL

Oportunidad de contratar:
50 PREGUNTAS entre cerradas
y semiabiertas, financiadas a lo largo
del año

2

Mayo

3

Julio

BONO
ANUAL +
Atenas Special ó,
Money Market

4

Septiembre

5

Noviembre

Tendremos 5 paradas durante el año,
donde podrás colocar entre 1 y 25
preguntas que te permitirán escuchar
LA VOZ DEL SHOPPER

¡Móntate que **ESTAMOS POR ARRANCAR!**



ATENAS

GRUPO CONSULTOR



Alexandercabrera@atenasconsultores.com
Barbarafischer@atenasconsultores.com



@atenasgrupoconsultor