

La información es  
**PODER**



# ATENAS

## TRENDS



*Alimentos Polar*



J-29942968-6

Abril 2023

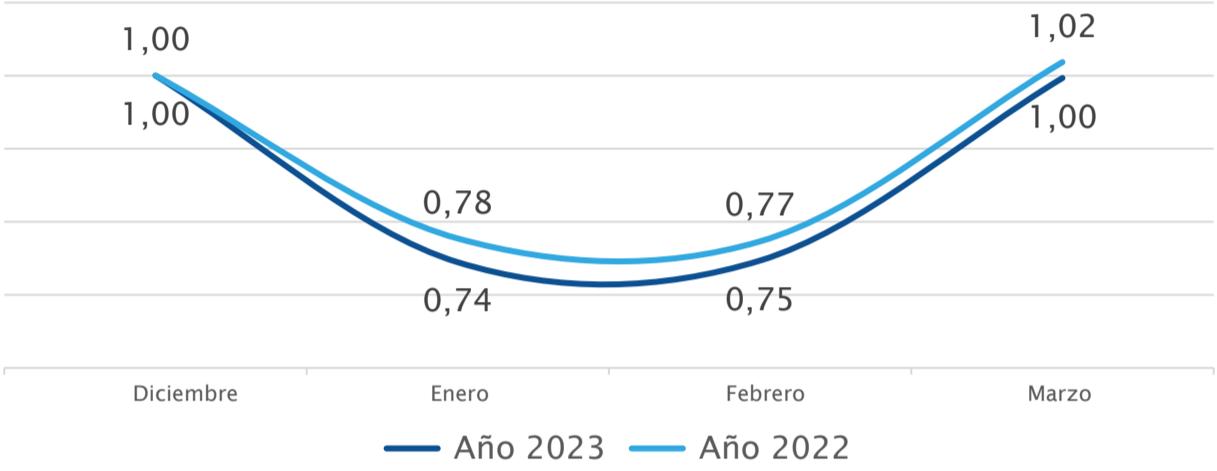


## ¿Cómo ha sido el comportamiento del mercado en el canal autoservicio, para el primer trimestre del año?

Mediante el índice de ventas unidad o valor, podemos comparar el comportamiento del canal autoservicio en el 2022 y 2023, tomando en cuenta los meses de diciembre 2021 y diciembre 2022 como meses bases para el índice.

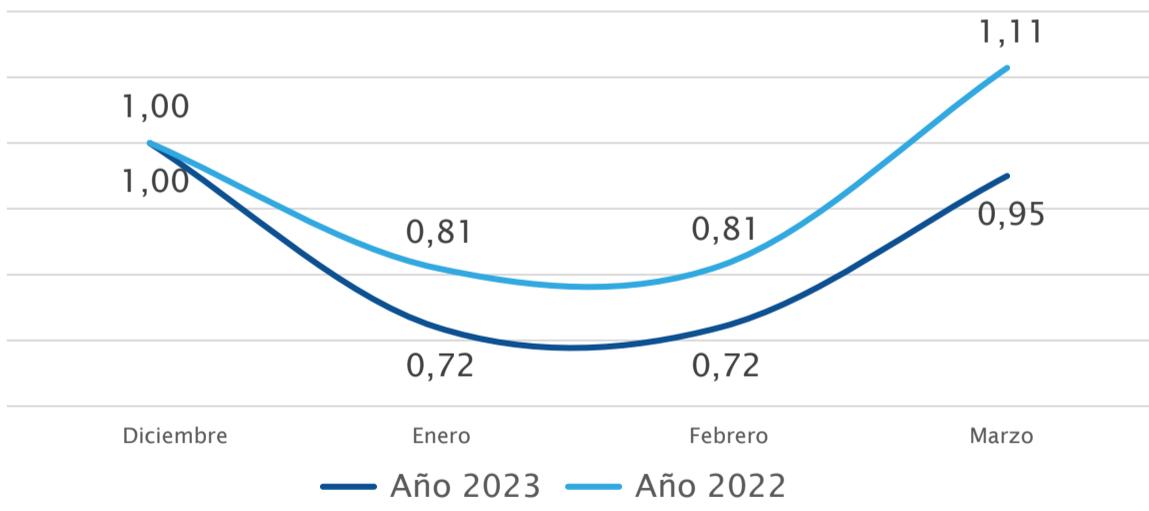
Nota: Para calcular el índice, dividimos las ventas en unidades de los meses del año 2022 entre diciembre 2021 y los meses del año 2023 entre diciembre 2022. Ejemplo: las ventas en unidades de enero 2022 entre las ventas en unidades de diciembre 2021 y las ventas en unidades de enero 2023 entre las ventas en unidades de diciembre 2022.

### Índice de Ventas Unidad



Tanto en enero 2023 como enero 2022 hubo una caída similar en comparación a diciembre, siendo estas de -26% y -22% respectivamente. Por otro lado, aunque marzo 2023 obtuvo el mismo valor vs. diciembre 2022, se observa un crecimiento de marzo 2023 vs. enero 2023 de un 34%.

### Índice de Ventas Valor



Al igual que las ventas en unidades, el año 2023 tuvo una caída en ventas valor de diciembre 2022 a enero 2023 de -28%, sin embargo, esta caída es más pronunciada que en el año anterior; donde la caída de enero 2022 con respecto a diciembre 2021 fue de -19%.

Esta brecha entre la disminución en ventas unidades con respecto a la disminución de ventas valor, se debe a una disminución de precios de enero 2023 con respecto a diciembre 2022 del -3%, acentuándose en marzo 2023 con -5%.



Y viendo el comportamiento de los hogares  
**¿La variación en el precio promedio por unidad de marzo 2023 vs. febrero 2023 es igual a la de hace un año?**

Para marzo 2022 vs. febrero 2022 veíamos un incremento en el precio promedio por unidad del 11% a total mercado, donde las cestas que más incrementaron en precios fueron: Proteínas, Bebidas No Alcohólicas e Impulsivos.

### Precio promedio por Unidad por Cestas - Mar22 Vs Feb22

Cestas	feb-22	mar-22	%Var. Mar22 vs. Feb22
Alimentos	\$1,25	\$1,30	4%
Alimentos Básicos	\$1,18	\$1,25	6%
Bebidas No Alcohólicas	\$0,93	\$1,03	10%
Cuidado Personal	\$1,18	\$1,28	8%
Impulsivos	\$0,96	\$1,03	7%
Lácteos	\$2,35	\$2,42	3%
Licores	\$1,20	\$1,24	3%
Mantenimiento del Hogar	\$1,18	\$1,20	2%
Medicinas	\$3,85	\$4,07	6%
Proteínas	\$2,76	\$3,09	12%
<b>Total Mercado</b>	<b>\$1,37</b>	<b>\$1,52</b>	<b>11%</b>

Por otra parte si comparamos marzo 2023 vs. febrero 2023, vemos como la tendencia cambia y el precio promedio por unidad se contrae en un -3% a total mercado, siendo las cestas de Proteínas y Alimentos Básicos las que más influyen en este comportamiento.

### Precio promedio por Unidad por Cestas - Mar23 vs. Feb23

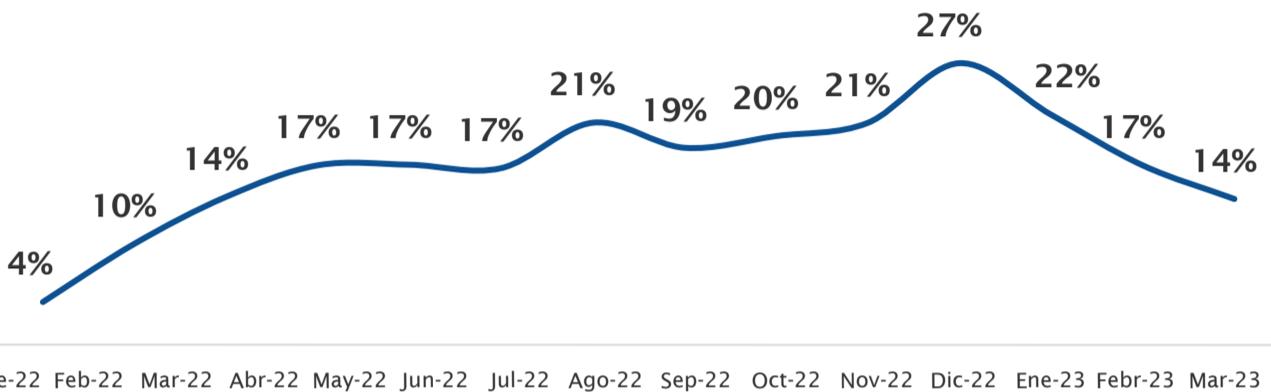
Cestas	feb-23	mar-23	%Var. Mar23 vs. Feb23
Alimentos	\$1,45	\$1,45	0%
Alimentos Básicos	\$1,37	\$1,33	-3%
Bebidas No Alcohólicas	\$0,89	\$0,94	6%
Cuidado Personal	\$1,41	\$1,44	2%
Impulsivos	\$1,09	\$1,06	-3%
Lácteos	\$4,27	\$4,23	-1%
Licores	\$1,21	\$1,11	-8%
Mantenimiento del Hogar	\$1,32	\$1,25	-5%
Medicinas	\$3,70	\$4,05	10%
Proteínas	\$3,59	\$3,29	-8%
<b>Total Mercado</b>	<b>\$1,94</b>	<b>\$1,87</b>	<b>-3%</b>



Veamos de manera **TENDENCIAL** cómo se ha comportado la variación en los precios promedio por unidad

Para medir las variaciones de precios, se tomaron 772 SKUs con presencia estable en el mercado, para monitorear semanalmente sus variaciones de precios. Se incluyen en este análisis productos de todas las cestas **ATENAS**.

### Variación de precios con respecto a enero 2022 - Total Mercado



Ene-22 Feb-22 Mar-22 Abr-22 May-22 Jun-22 Jul-22 Ago-22 Sep-22 Oct-22 Nov-22 Dic-22 Ene-23 Febr-23 Mar-23

#### Total Mercado

%Var. Precio Promedio por Unidad mar 23 vs. ene 22

↑ +14%

%Var. Precio Promedio por Unidad mar 23 vs. ene 23

↓ -7%

Al comparar los precios promedios de cada mes vs. enero 2022, podemos observar como durante el primer trimestre de este año hay una disminución en la variación del precio después de diciembre 2022.

Las cestas que acompañan esta tendencia principalmente son Proteínas, Alimentos Básicos y Mantenimiento del Hogar.

#### Proteínas

%Var. Precio Promedio por Unidad mar 23 vs. ene 22

↑ +7%

%Var. Precio Promedio por Unidad mar 23 vs. ene 23

↓ -7%

#### Alimentos Básicos

%Var. Precio Promedio por Unidad mar 23 vs. ene 22

↑ +20%

%Var. Precio Promedio por Unidad mar 23 vs. ene 23

↓ -7%

#### Mant. del Hogar

%Var. Precio Promedio por Unidad mar 23 vs. ene 22

↑ +13%

%Var. Precio Promedio por Unidad mar 23 vs. ene 23

↓ -3%



# ¿Cómo se comporta el precio según el rol de las categorías en Supermercados Cadenas?

De acuerdo con la teoría del **Category Management**, las estrategias de precios, surtido, promociones y exhibición dependerán del rol de las categorías. Haciendo un ejercicio de asignación de roles para un formato de Supermercados Cadenas, obtuvimos la siguiente distribución, análisis de peso y comportamiento de precios.

## RUTINA

Cubren el papel de la compra habitual, satisfacen necesidades frecuentes y reales.

Galletas	Pasapalos	Jugos y Bebidas Saborizadas
Atún	Papel Higiénico	Cereales Listos
Chocolates	Mayonesa	Detergentes

## DESTINO

Son las categorías de mayor rotación en el punto de venta y las que influyen en la decisión de compra del shopper.

Mantequillas y Margarinas	Pan Industrial	Café
Pastas Alimenticias	Lácteos larga duración	Azúcar
Harina de Maíz	Refrescos	Arroz

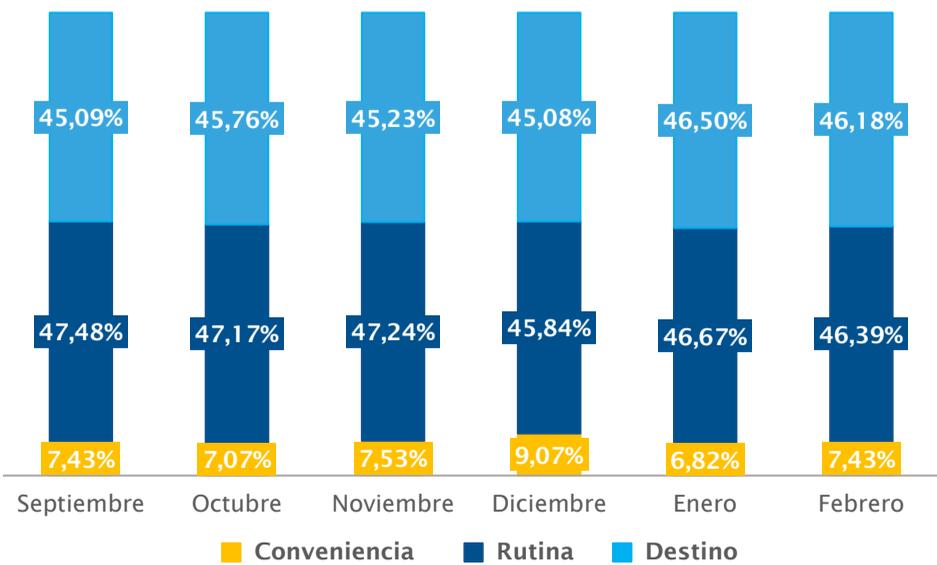
## CONVENIENCIA

Son categorías que satisfacen necesidades menos planificadas o de sustitución y van más allá de la oferta principal.

Cervezas	Compotas	Servilletas y Toallas	Bizcochos
Vinos	Helados	Alimentos para perros	Ron y Licor Seco de Ron

Los roles que generan un 90.7% de las ventas unidad para este ejercicio adaptado a un Supermercado Cadena son **RUTINA Y DESTINO**

### Peso en unidades por rol mensual – Total Venezuela



%Var. ventas unidades UTM vs PTM

- 19.01%
- 22.97%
- 30.94%

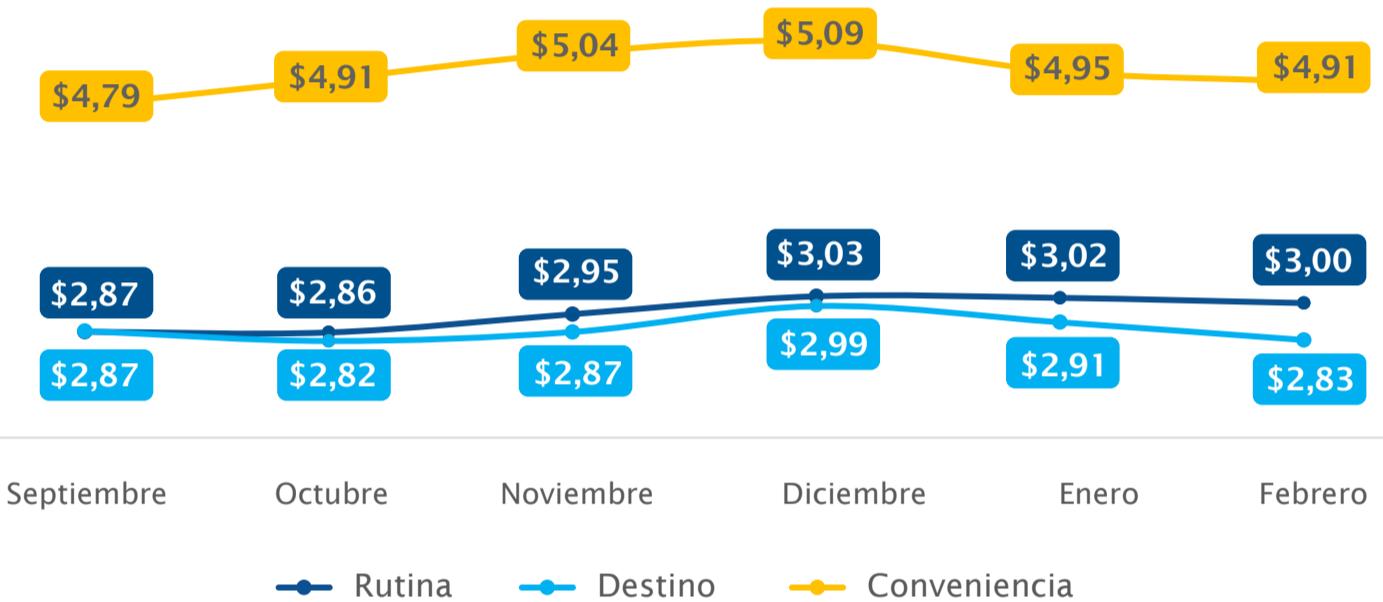
Fuente: Retail Scanning  
Periodos: UTM (dic22 - feb23) / PTM (sep22 - nov22)



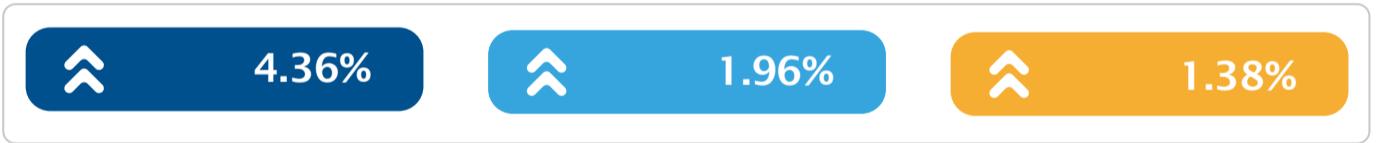
# ¿Cómo se comporta el precio según el Rol de las categorías en Supermercados Cadenas?

Este crecimiento en unidades superior al +20%, ocurrió en paralelo a un crecimiento del precio promedio por unidad de +2.7% en el UTM vs PTM, que estuvo impulsado por diciembre. Sin embargo, en los meses del 2023 observamos una caída en dicho precio, sobre todo de las categoría **DESTINO** y **CONVENIENCIA**, debido al fenómeno de ofertas que existió a inicio del año 2023

### Precio promedio por rol mensual - Total Venezuela



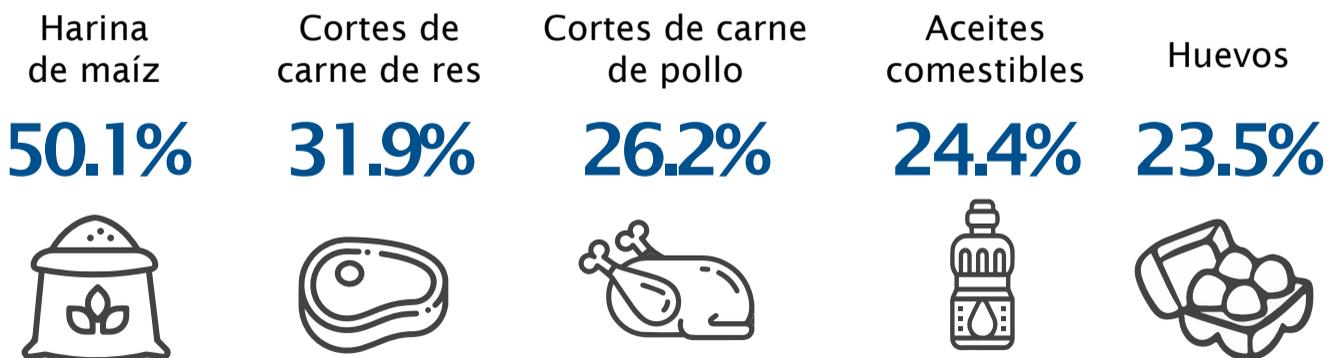
### %Var. Precio promedio por Rol - UTM vs. PTM



Fuente: Retail Scanning  
Periodos: UTM (dic22 - feb23) / PTM (sep22 - nov22)

Tener regularmente ofertas en las categorías destino, es beneficioso porque los shoppers las consideran marcadores de precio de acuerdo con una pregunta que realizamos en nuestro Ómnibus

Imagina que te encuentras en un supermercado el cual estás visitando por primera vez, ¿Cuáles son las principales categorías a las que les consultarías el precio para determinar si se trata de un establecimiento con precios accesibles? A lo que los hogares del panel respondieron:



Harina de maíz, carne y pollo fueron las categorías más mencionadas por 1.324 hogares a Nivel Nacional

Fuente: Ómnibus, abril 2023. Base: 1.326 hogares - Total Nacional

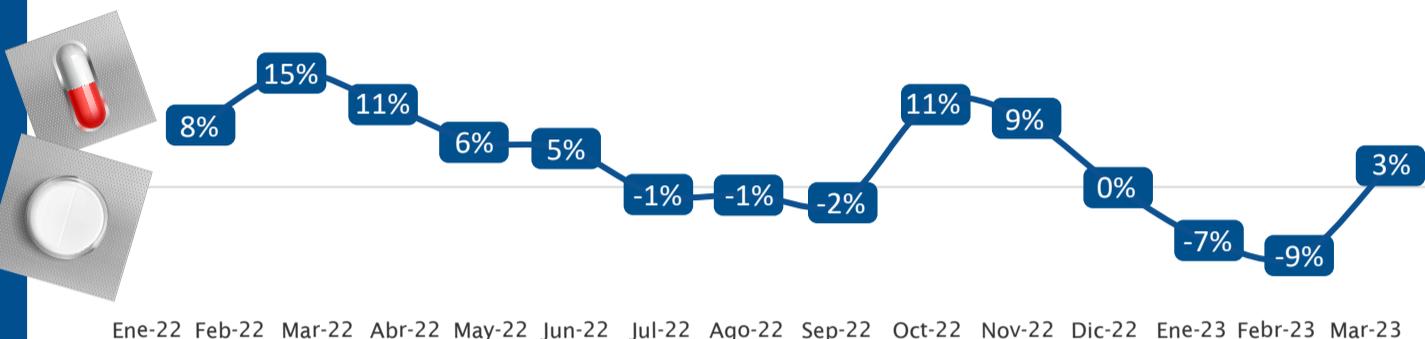


# MEDICINAS

Veamos el comportamiento de la cesta de medicinas en cuanto a las variaciones de precios.



## Variación de precios con respecto a enero 2022 - Total Medicinas



## CESTA DE MEDICINAS

%Var. precio promedio por unidad mar 2023 vs. ene 2022

↑ +3%

%Var. precio promedio por unidad mar 2023 vs. ene 2023

↑ +1%

En cuanto a la Cesta de Medicinas, al comparar el precio promedio mensual con enero 2022, vemos como la caída más fuerte en este indicador se da durante los primeros 2 meses del 2023. Sin embargo, para marzo 2023 se observa un aumento en el precio promedio por unidad.

## Variación del precio del Top Categorías de la Cesta de Medicinas

Categorías	Feb-22	Mar-22	%Var. Mar22 vs. Feb22	Feb-23	Mar-23	%Var. Mar23 vs. Feb23
Med Respiratorio	\$3,5	\$3,5	1%	\$3,5	\$3,9	12%
Med Antihipertensivos	\$4,3	\$4,1	3%	\$4,2	\$4,4	6%
Med AINES-Anestésicos	\$2,2	\$2,3	4%	\$2,0	\$2,4	22%
Med Vitaminas	\$4,7	\$4,6	3%	\$3,8	\$4,4	16%
Med Antibióticos-Antiinfeciosos	\$5,2	\$6,1	18%	\$4,4	\$5,3	20%
Med Digestivos	\$3,9	\$4,6	18%	\$3,9	\$4,0	2%

Si comparamos marzo 2023 vs febrero 2023, el precio promedio en la Cesta de Medicinas incrementó en un 9%, donde Med Aines-Anestésicos y Med Antibióticos-Antiinfeciosos son las categorías del Top que más incrementan en este indicador con un 22% y 20% respectivamente.





# ATENAS

GRUPO CONSULTOR



Alexander Cabrera - Socio Director:  
[Alexandercabrera@atenasconsultores.com](mailto:Alexandercabrera@atenasconsultores.com)

Gloria Benatuil - Gerente Comercial  
[gloriabenatuil@atenasconsultores.com](mailto:gloriabenatuil@atenasconsultores.com)

Barbara Fischer - Gerente Comercial:  
[barbarafischer@atenasconsultores.com](mailto:barbarafischer@atenasconsultores.com)

Alexmary Montiel - Gerente de Consumer Insight:  
[alexmarymontiel@atenasconsultores.com](mailto:alexmarymontiel@atenasconsultores.com)



[@atenasgrupoconsultor](https://www.instagram.com/atenasgrupoconsultor)