CONSUMER INSIGHTS 12

KANTAR WORLDPANEL High definition inspiration

Q1 2012 | SUMMARY LATAM

#ConsumoFlorece FMCG en positivo en la Región, se destaca Brasil y la excepción es Venezuela

#Macro Crecimiento LatAm se modera mas no se estanca, indicadores proyectan continuará así a pesar de la crisis. Desempleo de 1 dígito. Alerta a la evolución de la inflación en algunos países.

#CrecerDesdeLaBase NSE bajos con los mayores crecimientos en Brasil y Ecuador

#CanalModerno Crece en Argentina y Ecuador (Autoservicios). Marcas propias sostiene ascenso en Chile.

Var. Vol. Q1.12 vs. Q1.11

	ARG	BOL	BRA	CAM	CHI	COL**	ECU	MEX	PER	VEN
Total FMCG	Amarillo	Amarillo	Verde	Amarillo	Amarillo	Amarillo	Amarillo	Amarillo	Amarillo	Gris
Alimentos	Amarillo	Amarillo	Verde	Amarillo	Amarillo	Amarillo	Amarillo	Amarillo	Amarillo	Gris
Bebidas	Verde	Verde	Amarillo	Gris	Amarillo	Amarillo	Amarillo	Verde	Amarillo	Gris
Lácteos*	Amarillo	Amarillo	Verde	Verde	Verde	Verde		Verde	Gris	
Cuidado del Hogar	Verde	Verde	Amarillo	Gris	Amarillo	Verde	Verde	Amarillo	Verde	Gris
Cuidado Personal	Verde	Amarillo	Gris	Gris	Amarillo	Amarillo	Amarillo	Amarillo	Verde	Amarillo

Gris: Crecimiento ≤ -0,5% | Amarillo: -0,5% < Crecimiento ≤ 5% | Verde: Crecimiento > 5%

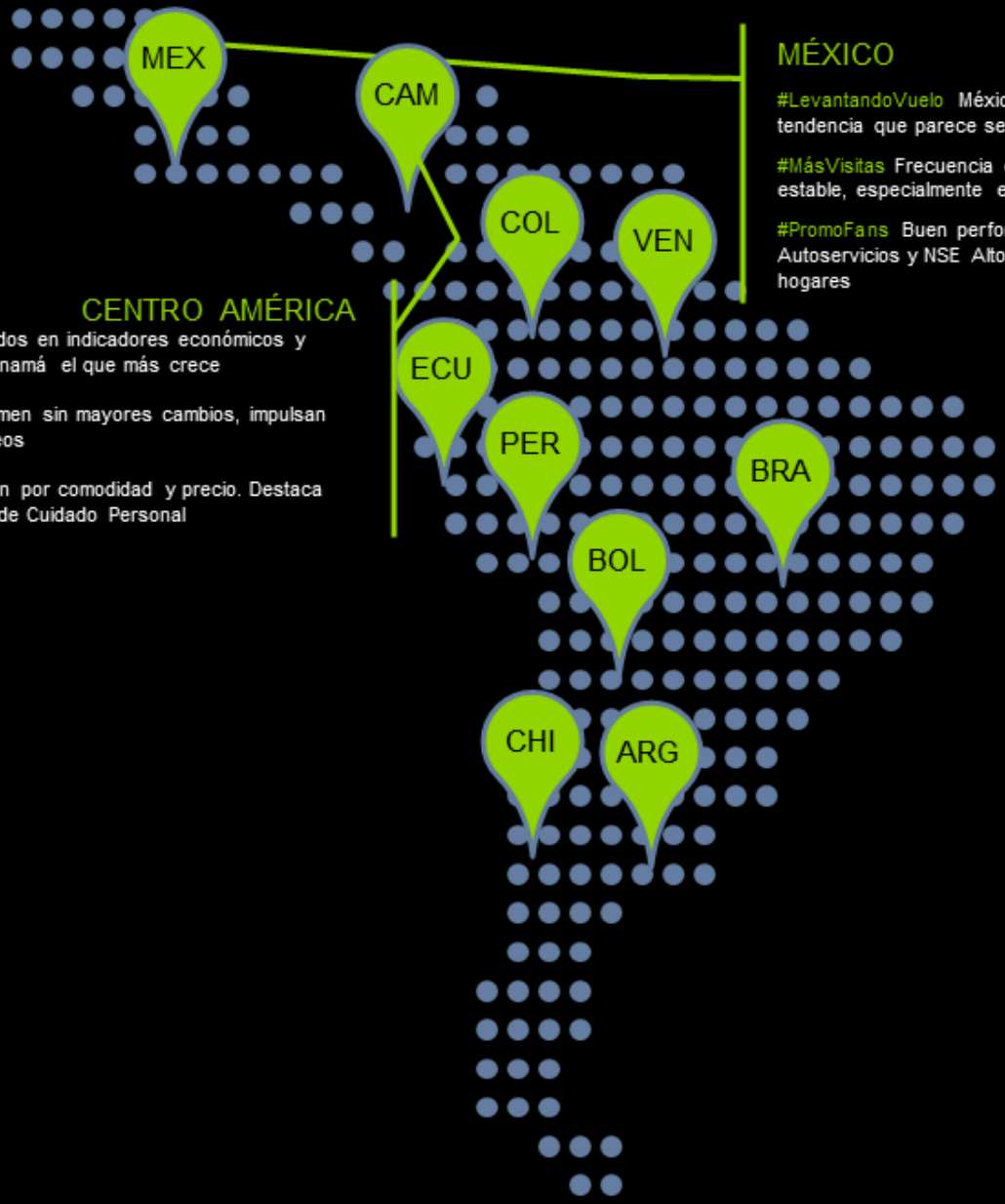
*En algunos países esta canasta no se mide separadamente de Alimentos y Bebidas; fue construida para CI LatAm

**Var MAT marzo12 vs. MAT marzo11

LATAM EN 10 CLICKS

Haz click en cada país para mostrar u ocultar insights

Con 1 click sobre el país abres los 3 insights más relevantes, con otro click los cierras



MÉXICO

#LevantandoVuelo México mejoró sus indicadores socio-económicos, tendencia que parece seguirá

#MásVisitas Frecuencia de compra en aumento mientras el Ticket sigue estable, especialmente en autoservicios, RY Mar'12 vs. RY Mar'11

#PromoFans Buen performance de promociones, destacan en Autoservicios y NSE Altos, es un driver del aumento de SKU's en los hogares

CENTRO AMÉRICA

#EstabilidadMacro Buenos resultados en indicadores económicos y sociales, inflación de un dígito, Panamá el que más crece

#EstabilidadCanastas Valor y volumen sin mayores cambios, impulsan los NSE Medios, Alimentos y Lácteos

#ArribaD2D Aumenta la penetración por comodidad y precio. Destaca en NSE Bajo y Alto en categorías de Cuidado Personal

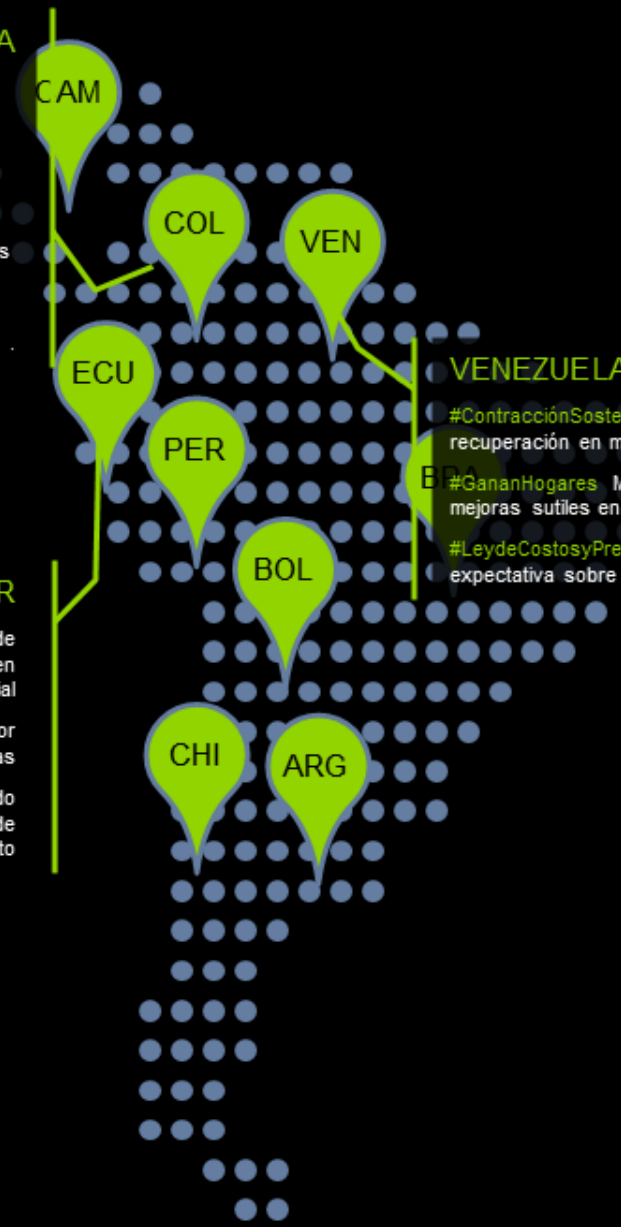
Con 1 click sobre el país abres los 3 insights más relevantes, con otro click los cierras

COLOMBIA

##VientoAFavor +8% en Canasta, impulsada por buenos resultados macro. Aseo y Cuidado Personal la menos dinámica con +4%. Crece la confianza del consumidor 3,3%

#Canales Cadenas frena su desaceleración. Tradicional continúa liderando

#StockeoYPlanificación La última tendencia: envases más grandes, más fuerte en Bebidas y Cuidado Hogar, crecen misiones de compra de despensa y reposición.



VENEZUELA

#ContracciónSostenida En consumo -3% vs. Q4'11, con cierta recuperación en marzo

#GananHogares Mercal, D2D y Farmacias independientes, reflejan mejoras sutiles en abastecimiento

#LeydeCostosyPreciosJustos Se implementará en Q2, genera expectativa sobre su impacto en consumo

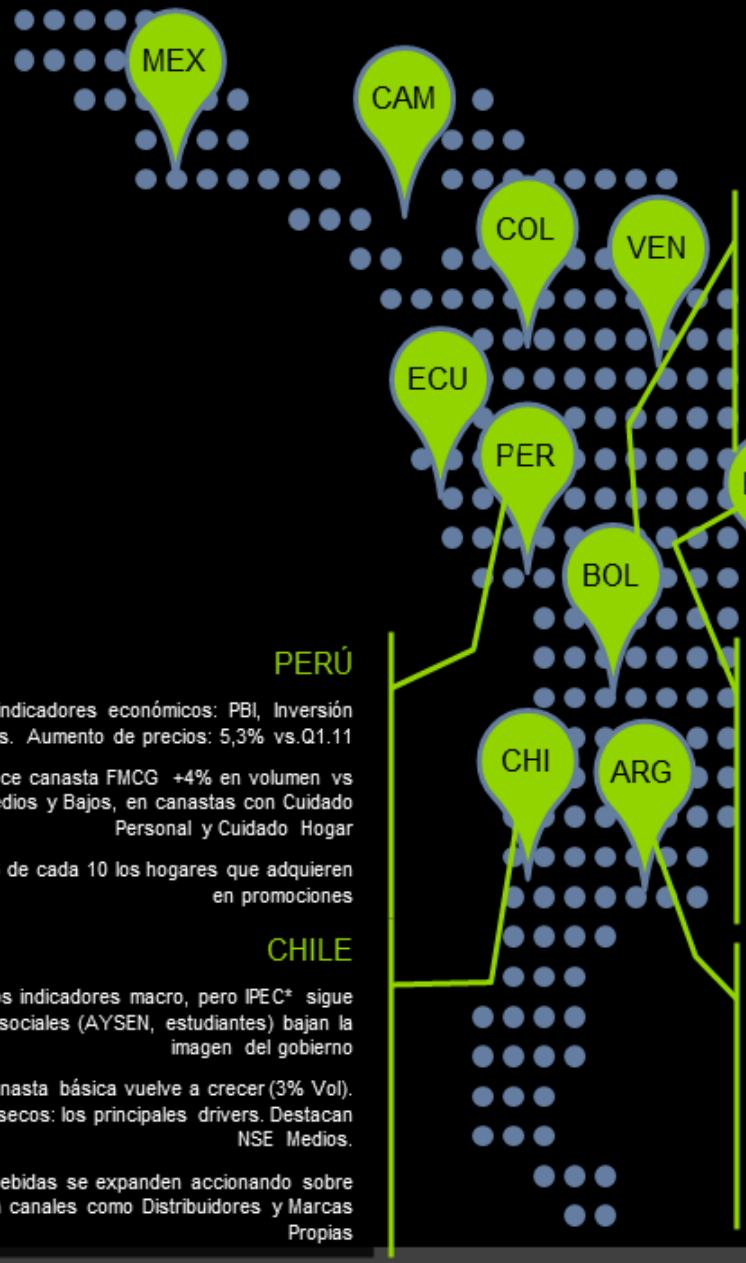
ECUADOR

#IndicadoresMacro Inflación de 5% aprox., esperable por el nivel de crecimiento. Ligera caída en ingreso de remesas, mayor equilibrio en Saldo Comercial

#CrecerDesdeAbajo NSE Bajos los que más aumentaron en valor (+11%) vs. Q1.11, destacan en Cuidado Personal y en el canal Tiendas

#BolsilloDeVariosGustos Cae el volumen en unidades en FMCG debido a la preferencia por empaques grandes y el aumento en consumo de otras industrias gracias al crédito

Con 1 click sobre el país abres los 3 insights más relevantes, con otro click los cierras



BOLIVIA

#MásConsumo +5% en volumen, influyen NSE Medios. Aumento de inflación se refleja en facturación, crece +13%

#CanastasEnAscenso Todas crecen, en especial Bebidas Refrescantes y Limpieza con Aguas y Detergentes

#Saludables En Bebidas Refrescantes y Alimentos, destacan productos healthy como Aguas, Yogurt, Avenas y Cereales

PERÚ

#TendenciasPositivas En indicadores económicos: PBI, Inversión Privada, Exportaciones. Aumento de precios: 5,3% vs.Q1.11

#MásDineroMásConsumo Crece canasta FMCG +4% en volumen vs Q1.12, impulso en: NSE Medios y Bajos, en canastas con Cuidado Personal y Cuidado Hogar

#MenosEfectivas Pasa de 8 a 6 de cada 10 los hogares que adquieren en promociones

BRASIL

#ImpulsoalCrecimiento A través de medidas económicas sobre: impuestos, crédito e inflación

#ArribaNSEBajos Son los de mayor y más parejo crecimiento en volumen y valor, impulsan consumo en Interior

#CrecimientoSustentable Relación costo-beneficio de packs económicos e individuales, premiumización y uso de bolsas ecológicas/retornables promueve tendencia ecológica

CHILE

#EconómicaYPolítica Mejoran los indicadores macro, pero IPEC* sigue descendiendo y conflictos sociales (AYSEN, estudiantes) bajan la imagen del gobierno

#RecuperandoCanastas Canasta básica vuelve a crecer (3% Vol). Bebestibles Fríos y Alimentos secos: los principales drivers. Destacan NSE Medios.

#EnAscenso Cereales y Bebidas se expanden accionando sobre tamaño y packaging. Crecen canales como Distribuidores y Marcas Propias

ARGENTINA

#SituaciónMacro crece la Economía, pero hay incertidumbre política: inflación, paritarias, trabas a la importación y controles de cambio endurecidos

#RecuperaciónDelVolumen al nivel de 2010, con impulso de Interior, NSE Medio-Bajo y Bajo-Inferior.

#ModernoGanaTerreno NSE Bajos con compras más grandes, Medios y Altos achican el tamaño de carrito

Con 1 click sobre el país abres los 3 insights más relevantes, con otro click los cierras

CONSUMER INSIGHTS 12

Contacto: info.latam@kantarworldpanel.com

KANTAR WORLDPANEL High definition inspiration