

# FMCG PULSE: THE FULL VIEW

By NIQ

Edição LATAM - MAT Q1 2023

**+17.4%**

LATAM FMCG Unit  
Value Growth (MAT)

**+1.7%**

LATAM FMCG  
Weighted Volume  
Growth (MAT)

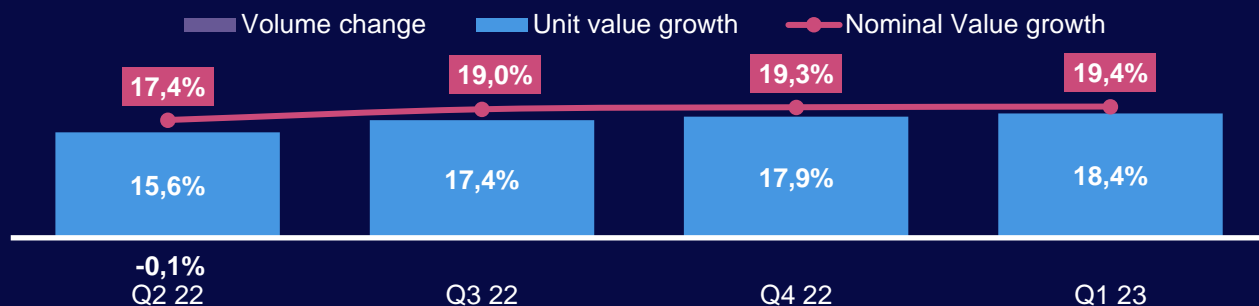
**+19.0%**

LATAM FMCG  
Nominal Growth (MAT)

2023 começou com projeções de crescimento econômico mais baixas do que no ano anterior. Estima-se que a região crescerá apenas 1,6% em 2023, em comparação com 4,0% no ano passado, uma tendência de desaceleração que é compartilhada pela maioria dos países, incluindo as economias mais fortes da região. Embora o impulso econômico positivo de 2022 tenha atingido o pico, o núcleo da inflação continua persistentemente alto, prejudicando desproporcionalmente as famílias de baixa renda, não obstante a estabilização e até mesmo a desaceleração geral neste primeiro trimestre. Apesar dessa tendência econômica, de acordo com a análise mais recente de marcas excepcionais da [NIQ Retail Measurement Services](#), há um grupo importante de marcas na região que consegue vencer nesse contexto, embora tenham aumentos de preços mais altos do que a categoria em que competem.

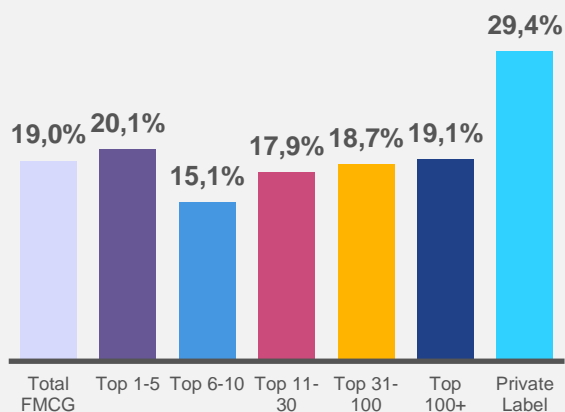
## Dinâmica do mercado FMCG

Média ponderada (trimestralmente)



## Desempenho do fabricante

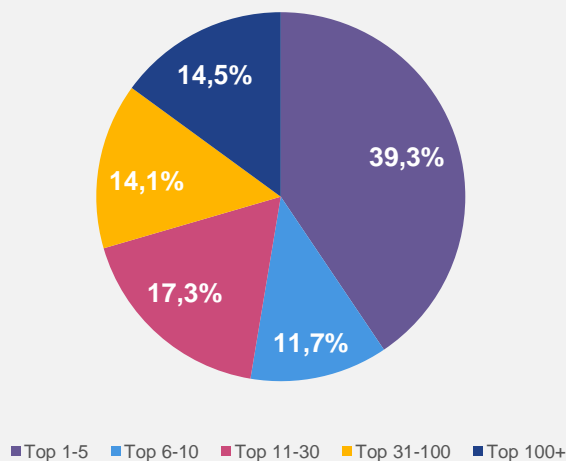
% Growth vs YA (MAT)



Observação: as taxas de crescimento de FMCG diferem como resultado de fontes de dados alternativas para fornecer números de crescimento de FMCG em comparação com o desempenho do fabricante.

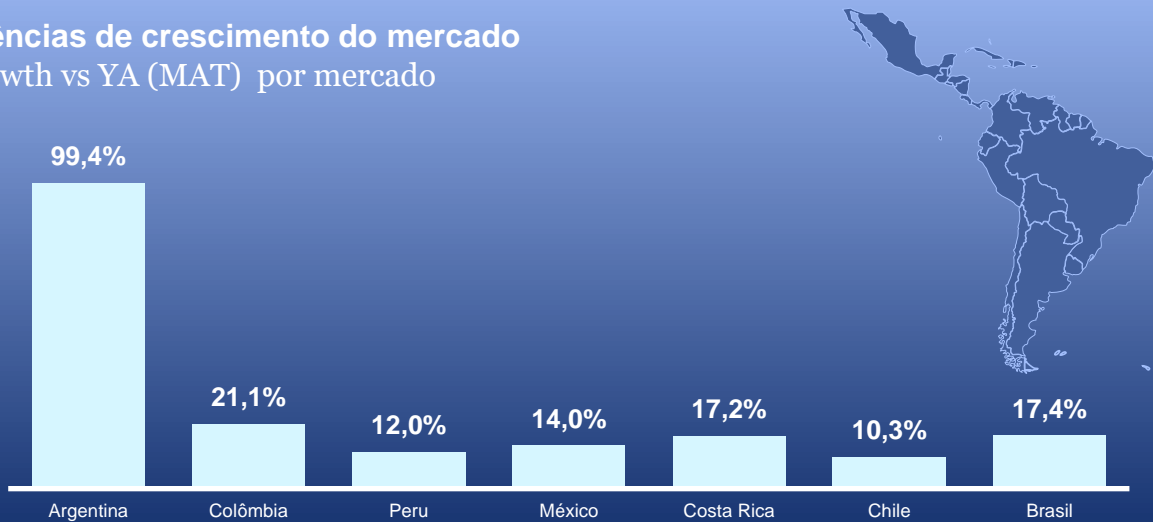
## Desempenho do fabricante

% Value Contribution vs YA (MAT)



## Tendências de crescimento do mercado

% Growth vs YA (MAT) por mercado



### Desempenho do país

#### Panorama do Brasil:

O Brasil iniciou o ano de 2023 com uma desaceleração contínua na taxa de inflação, fechando o primeiro trimestre em 4,65%, atingindo o menor nível dos últimos dois anos, mas ainda acima da meta estabelecida pelo Banco Central do Brasil. A taxa de desemprego permanece estável nesse primeiro trimestre do ano e a renda continua aumentando. Mas o consumo continua em alerta, pois o gasto médio mensal no varejo não cobre o custo da cesta básica.

#### Brasil

##### % Growth vs YA (MAT)

+2.2%  
Volume change

+15.2%  
Unit value change

+17.4%  
Nominal value growth

### Desempenho do país

#### Panorama do México:

Para o primeiro trimestre de 2023, o México começou o ano com desaceleração na taxa de inflação, fechando em 7,12%, atingindo o nível mais baixo no ano passado, mas ainda acima da meta estabelecida pelo Banco Central. Isso é muito relevante, pois a taxa de inflação pressiona as famílias nas várias dimensões dos gastos domésticos. 55% definem os preços como sua principal preocupação, e 61% declaram ter apenas o suficiente para alimentação, moradia e itens básicos. Os consumidores mexicanos estão tendo que se adaptar a essa situação, reduzindo suas viagens de compras (-4,9%) e aumentando seus gastos em 17,8% por ocasião.

#### México

##### % Growth vs YA (MAT)

▼ +1.3%  
Volume change

▲ +12.7%  
Unit value change

▲ +14.0%  
Nominal value growth

▼▲ Indica um crescimento mais rápido ou mais lento do que o MAT no ano anterior

## Desempenho da Argentina

### Panorama da Argentina:

Durante o primeiro trimestre do ano, a atividade econômica da Argentina mostra uma desaceleração significativa, fechando em +0,4%, após a recuperação pós-pandemia. Para o resto do ano, espera-se um congelamento da economia em vista das eleições presidenciais no final do ano.

A inflação tem apresentado uma forte aceleração desde meados de 2022 e, em 2023, tem um aumento mínimo de 100% (IPC). A renda das famílias não aumentou no mesmo nível dos preços, o que deve impactar o consumo nos próximos meses.

### Argentina % Growth vs YA (MAT)

**+5.5%**  
Volume change

**+93.8%**  
Unit value change

**+99.4%**  
Nominal value growth

## Desempenho do país

### Colombia % Growth vs YA (MAT)

**▼ +3.4%**  
Volume change

**▲ +17.7%**  
Unit value change

**▲ +21.1%**  
Nominal value growth

**▼▲** Indica um crescimento mais rápido ou mais lento do que o MAT no ano anterior

## Desempenho do país

### Chile % Growth vs YA (MAT)

**▼ -5.4%**  
Volume change

**▲ +15.7%**  
Unit value change

**▼ +10.3%**  
Nominal value growth

**▼▲** Indica um crescimento mais rápido ou mais lento do que o MAT no ano anterior

## Definições e fontes

### Dinâmica do mercado FMCG

Compara a dinâmica geral do mercado (valor e crescimento unitário) no setor de FMCG com base no monitoramento de vendas que a NIQ realiza nos mercados mencionados. A definição de FMCG baseia-se na mais ampla cesta possível de categorias de produtos que são continuamente monitoradas pela NIQ em cada um desses países e canais.

**Nominal value growth:** Variação percentual no valor das vendas (despesas), medida pela cesta total das categorias de produtos informadas.

**Volume growth:** Mudança percentual no volume comprado (quantidade) de produtos.

**Unit value growth (≈ Alteração de 'preço'):** Reflete como os consumidores vivenciam o "custo de vida" em seu comportamento real de compras de mantimentos. As alterações no preço médio por unidade podem resultar de:

- Mudanças de preço de produtos individuais;
- Mudança no mix de produtos comprados;
- Troca de canal;
- As mudanças no mix de produtos ou canais podem ser induzidas por mudanças de preço ou podem ser apenas o resultado da dinâmica do mercado.

## Precisa de mais informações?



Envie sua mensagem ou solicitação por [meio deste formulário](#)



Consulte a página web da [NIQ Retail Measurement Services](#)

# NIQ

### Sobre NIQ

NIQ, empresa líder mundial em inteligência do consumidor, revela novos caminhos para o crescimento de varejistas e fabricantes de bens de consumo. Com operações em mais de 100 países, a NIQ oferece a mais completa e clara compreensão do comportamento de compra do consumidor por meio de uma avançada plataforma de inteligência de negócios com análise preditiva integrada. *A NIQ oferece a Visão Completa.*

A NIQ foi fundada em 1923 e é uma empresa do portfólio da Advent International. Para obter mais informações, visite [NIQ.com](https://www.niq.com)