

FMCG PULSE: THE FULL VIEW

By NIQ

LATAM Edition - MAT Q4 2022

+17.4%

LATAM FMCG
Crecimiento del
valor unitario (MAT)

+1.7%

LATAM FMCG
Crecimiento ponderado
del volumen (MAT)

+19.0%

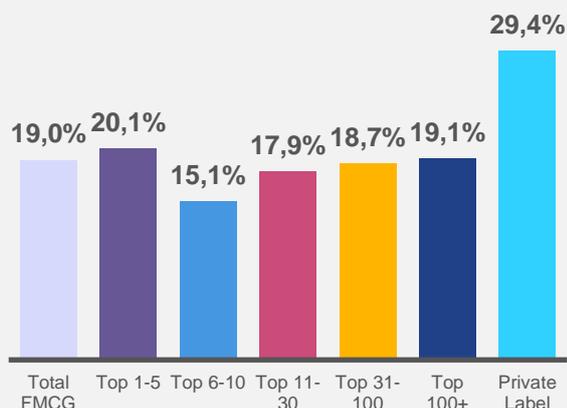
LATAM FMCG
Crecimiento nominal
(MAT)

2023 comenzó con unas previsiones de crecimiento económico inferiores a las del año anterior. Se estima que la región crecerá sólo un 1,6% en 2023, frente al 4,0% del año pasado, una tendencia a la desaceleración que comparten la mayoría de los países, incluidas las economías más fuertes de la región. Si bien el impulso económico positivo de 2022 ha tocado techo, la inflación subyacente sigue siendo obstinadamente elevada, lo que perjudica de manera desproporcionada a los hogares de renta baja, a pesar de la estabilización e incluso la desaceleración general de este primer trimestre. A pesar de esta tendencia económica, según el análisis más reciente de [NIQ Retail Measurement Services](#) sobre marcas excepcionales, hay un grupo importante de marcas en la región que consiguen ganar en este contexto, a pesar de tener incrementos de precios superiores a los de la categoría en la que compiten.

Dinámica del mercado FMCG Promedio ponderado (trimestral)

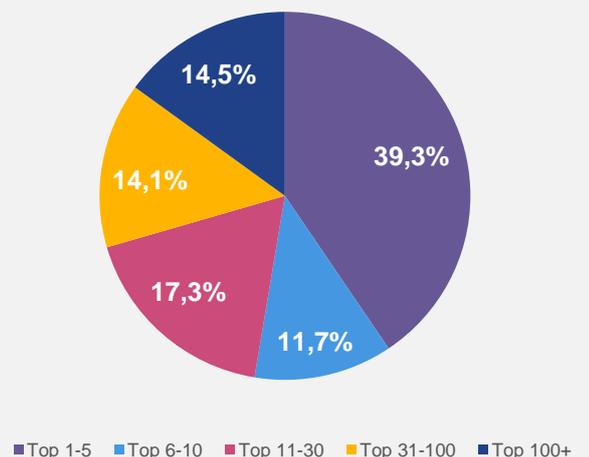


Desempeño fabricantes % Crecimiento vs YA (MAT)



Nota: Las tasas de crecimiento de FMCG difieren como resultado de fuentes de datos alternativas para ofrecer cifras de crecimiento de FMCG frente al desempeño de los fabricantes.

Desempeño fabricantes % Crecimiento vs YA (MAT)



Tendencias de crecimiento del mercado

% Crecimiento vs YA (MAT) por mercado



Resultados por países

Brazil Overview:

Brasil comenzó el año 2023 con una desaceleración continua de la tasa de inflación, cerrando el primer trimestre en 4,65%, el nivel más bajo de los dos últimos años, pero aún por encima del objetivo fijado por el Banco Central de Brasil. La tasa de desempleo se mantiene estable en este primer trimestre del año y los ingresos siguen aumentando. Sin embargo, el consumo sigue en alerta ya que el gasto promedio mensual en comercios minoristas no cubre el coste de la cesta básica de alimentos.

Brazil

% Crecimiento vs YA (MAT)

+2.2%
Cambio de volumen

+15.2%
Cambio del valor unitario

+17.4%
Crecimiento del valor nominal

Resultados por países

Mexico Overview:

Para el primer trimestre de 2023, México inició el año con una desaceleración en la tasa de inflación, cerrando en 7.12%, alcanzando el nivel más bajo del último año, pero aún por encima de la meta establecida por el Banco Central. Este dato es muy relevante, ya que la tasa de inflación presiona a las familias en las distintas dimensiones del gasto del hogar. El 55 por ciento define a los precios como su principal preocupación, y el 61 por ciento dice tener lo justo para alimentos, vivienda y artículos básicos. Los consumidores mexicanos están adaptándose a esta situación, reduciendo sus viajes de compras (-4,9%) y aumentando su gasto en un 17,8% por ocasión.

Mexico

% Crecimiento vs YA (MAT)

▼ +1.3%
Cambio de volumen

▲ +12.7%
Cambio del valor unitario

▲ +14.0%
Crecimiento del valor nominal

▼▲ Indica un crecimiento más rápido o más lento que el MAT del año anterior

Resultados por países

Argentina Overview:

Durante el primer trimestre del año, la actividad económica argentina muestra una desaceleración significativa cerrando en +0,4%, tras la recuperación post pandemia. Para el resto del año se espera una congelación de la economía de cara a las elecciones presidenciales de finales de año.

La inflación ha mostrado una fuerte aceleración desde mediados de 2022 y en 2023 tiene un aumento mínimo del 100% (IPC). Los ingresos familiares no han aumentado al mismo nivel que los precios, lo que debería repercutir en el consumo en los próximos meses.

Argentina % Growth vs YA (MAT)

+5.5%
Cambio de volumen

+93.8%
Cambio del valor unitario

+99.4%
Crecimiento del valor nominal

Resultados por países

Colombia % Crecimiento vs YA (MAT)

▼ +3.4%
Cambio de volumen

▲ +17.7%
Cambio del valor unitario

▲ +21.1%
Crecimiento del valor nominal

▼▲ Indica un crecimiento más rápido o más lento que el MAT del año anterior

Resultados por países

Chile % Crecimiento vs YA (MAT)

▼ -5.4%
Cambio de volumen

▲ +15.7%
Cambio del valor unitario

▼ +10.3%
Crecimiento del valor nominal

▼▲ Indica un crecimiento más rápido o más lento que el MAT del año anterior

Definiciones y fuentes

Dinámica del mercado de FMCG

Compara la dinámica general del mercado (valor y crecimiento unitario) en la industria de productos de consumo masivo (FMCG), basándose en el seguimiento de las ventas que NIQ realiza en los mercados mencionados. La definición de FMCG se basa en la cesta más amplia posible de categorías de productos que NIQ rastrea continuamente en cada uno de estos países y canales.

Crecimiento del valor nominal: Variación porcentual del valor de las ventas (gastos) medido por la cesta total de categorías de productos declaradas.

Crecimiento del volumen: Variación porcentual del volumen de compras (cantidad) de productos.

Crecimiento del valor unitario (\approx variación del "precio"): Refleja cómo perciben los consumidores el "coste de vida" en su comportamiento real de compra de comestibles. Los cambios en el precio medio por unidad pueden deberse a:

- Cambios en los precios de los distintos productos
- Cambio en la combinación de productos adquiridos
- Cambio de canal
- Los cambios en la combinación de productos o canales pueden estar inducidos por un cambio de precios o ser simplemente el resultado de la dinámica del mercado.

¿Necesita más información?



Envíe su mensaje o solicitud [a través de este formulario](#)



Consulte la página web de [Retail Measurement Services de NIQ](#)

NIQ

Acerca de NIQ

NIQ, la empresa líder mundial en inteligencia de consumo, revela nuevas vías de crecimiento para minoristas y fabricantes de bienes de consumo. Con operaciones en más de 100 países, NIQ ofrece la comprensión más completa y clara del comportamiento de compra de los consumidores a través de una avanzada plataforma de inteligencia de negocio con análisis predictivo integrado. *NIQ ofrece la visión completa del mercado.*

NIQ se fundó en 1923 y es una empresa del portafolio de Advent International. Para más información, visite [NIQ.com](https://www.niq.com)