

Consumer Trends

La pandemia del covid-19 llegó sin dar aviso y cambió, de forma significativa, lo que conocíamos como normalidad.

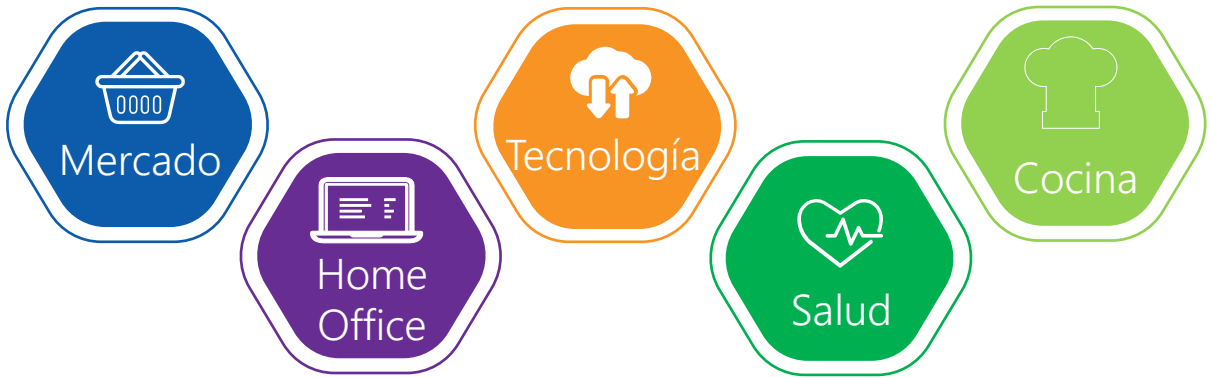
La nueva realidad que impuso la pandemia, generó impacto en el día a día de las personas, transformando sus hábitos de compra y consumo, sus actitudes y comportamientos.



En el reporte **Consumer Trends** de **dichter & neira**, analizamos el comportamiento de compra dentro del canal moderno durante los últimos tres años y compartimos hallazgos importantes sobre las preferencias de compra en el canal durante el período en Centroamérica.

Nuevas tendencias en el consumo

La adopción de nuevas formas de trabajar, consumir, ejercitar, cocinar y usar la tecnología en beneficio de muchas actividades, son tendencias que la pandemia deja como aprendizaje y seguramente muchas de ellas seguirán haciendo parte de nuestra realidad.

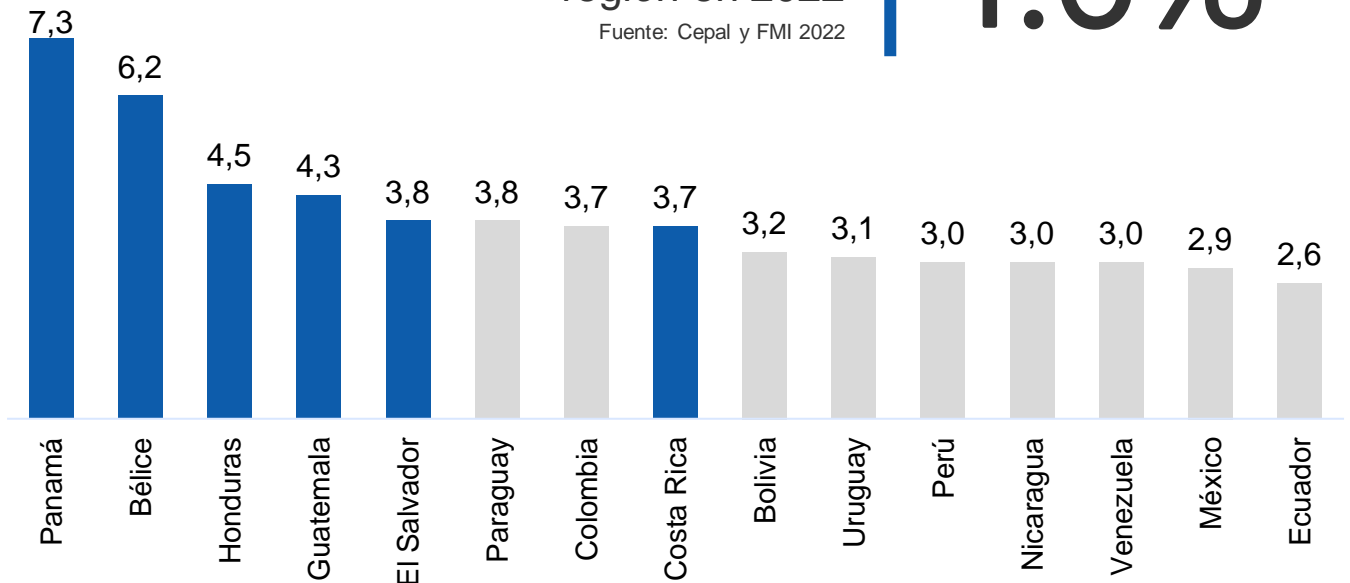


Perspectivas Centroamérica

Crecimiento del PIB para la región en 2022

Fuente: Cepal y FMI 2022

4.6%



3 de los 6 países de Centroamérica con buenas perspectivas de crecimiento económico para el año.



Crecimiento sostenible

El Canal Moderno en Centroamérica experimentó un crecimiento sostenible en los últimos dos años

% Var vs año previo – Canasto Centroamérica – Canal Moderno

+ 8%

Es el **crecimiento 2021 vs 2019** en ventas dentro del canal de supermercados en Centroamérica

El **crecimiento 2021** comparado al año anterior fue de **4.6%** en ventas valor en el canal moderno



Menos visitas y más gastos

Hoy más que nunca es fundamental vigilar la **ejecución y disponibilidad** de nuestras marcas en el punto de venta para aprovechar cada visita del consumidor

% Var 2021 vs 2019



+40%

Ticket Promedio



+8%

Ventas USD



-23%

Visitas PDV

El shopper y su comportamiento

\$19.74

Es el gasto promedio del shopper en cada visita al canal moderno

\$14.15



2019

\$19.54



2020

\$19.74



2021

Los fines de semana pierden relevancia durante el COVID-19



Miércoles y Jueves

crecen un 18% en ventas durante el 2020. A pesar del levantamiento de medidas, el día domingo no logra volver a su importancia 2019

Panamá



\$22

Viernes con mayor venta

Costa Rica



\$24

Sábado con mayor venta

Honduras



\$ 29

Miércoles, jueves y Viernes con mayor venta

Guatemala



\$16

Domingo con mayor venta

El Salvador



\$17

Miércoles, jueves y viernes con mayor venta

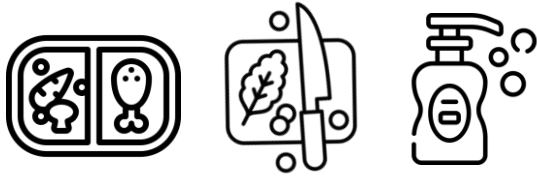
Nicaragua



\$ 18

Días de semana con mayor venta

El shopper y su comportamiento



Productos congelados, para cocinar y destinados al cuidado de la salud lideran el listado de categorías que crecen de manera sostenida en los últimos 2 años. Tendencias de la pandemia que permanecen en los días actuales.

CATEGORÍAS

PRECIOS



Hoy nuestras canastas son más robustas y con un valor 40% más que en 2019 debido a un mayor número de unidades y no impulsado por precio

La gran mayoría de las categorías altamente exploradas en los períodos críticos de la pandemia, hoy cuentan con una base superior a la del 2019



En los países donde las medidas afectaron el consumo de fin de semana, vemos que los días de semana cobraron alta relevancia, generando tráfico superior al del 2019

A pesar de la alta especulación en precios, un grupo importante de SKU's analizados en la region, en el corto plazo tienen precio muy similares a los del Q1 2019



CANASTAS

DÍAS DE COMPRA

Fuente: d&n - total canasto Canal Moderno

Sobre dichter & neira

Somos una agencia líder en la región Latam, con presencia en 13 países de la región. Nos apasiona entender e integrar analíticamente la dinámica del punto de venta, mejorar la ejecución dentro de la tienda, y entender la relación del consumidor y las marcas, ofreciendo a nuestros clientes una perspectiva única en el mercado.

Para más información, síguenos en LinkedIn [dichter & neira Research](#) o envía un correo para marketing@dichter-neria.com.