

# Perspectivas de consumo 2007

Venamcham

Enero 25 - Caracas





# 1er acto: Recuperación y bonanza 2003-2006



Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

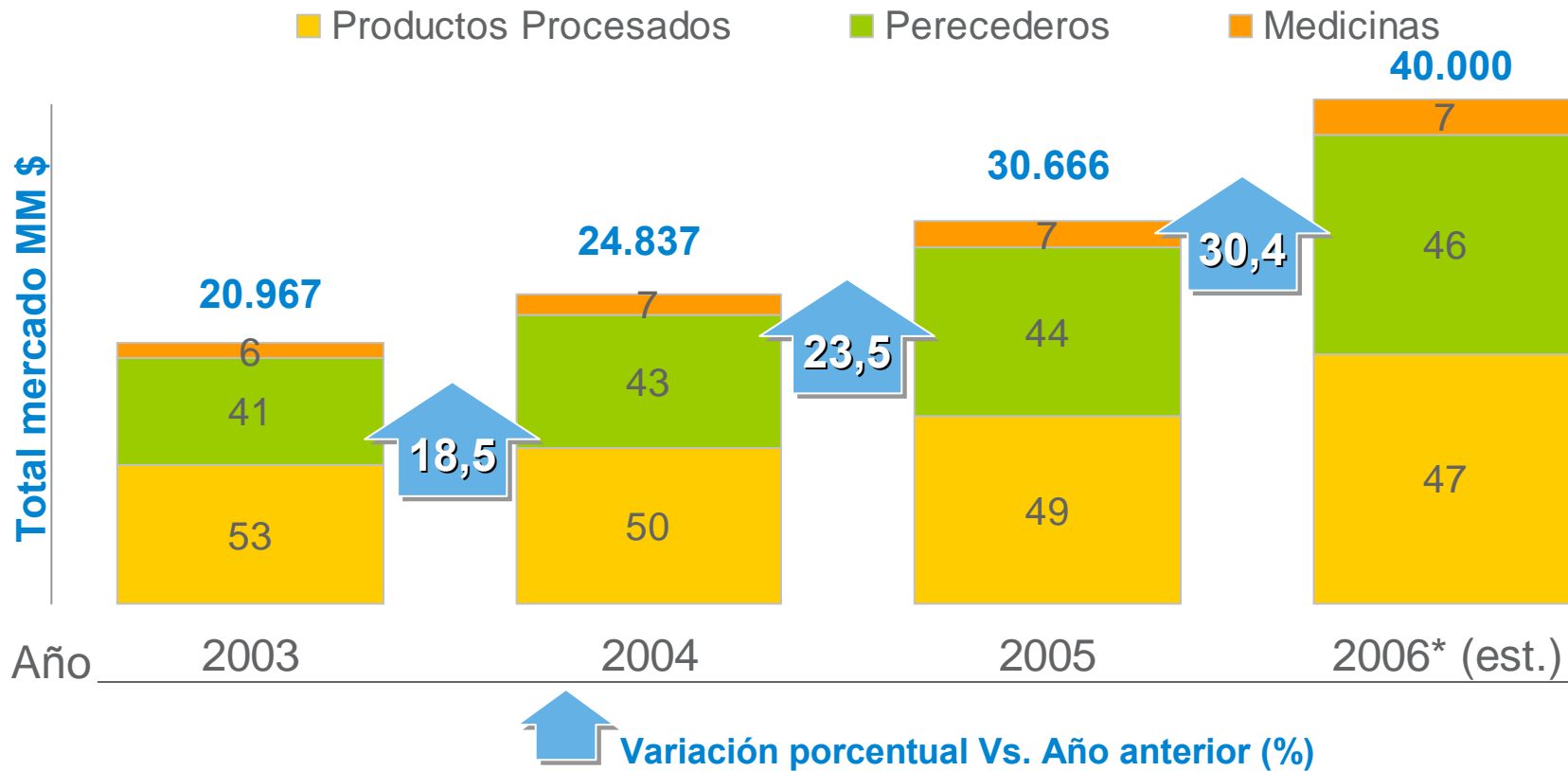
**nielsen**  
.....

Perspectivas Consumo  
2007 - Venamcham



# Desde el 2003 el mercado en dólares se ha duplicado

## Evolución de la Importancia en Valor



Mercados promedio. Tasa de Cambio usada: 2003 -Bs.1600/ \$ - 2004 Bs. 1920/\$ 2005 y 2006- Bs. 2150/\$

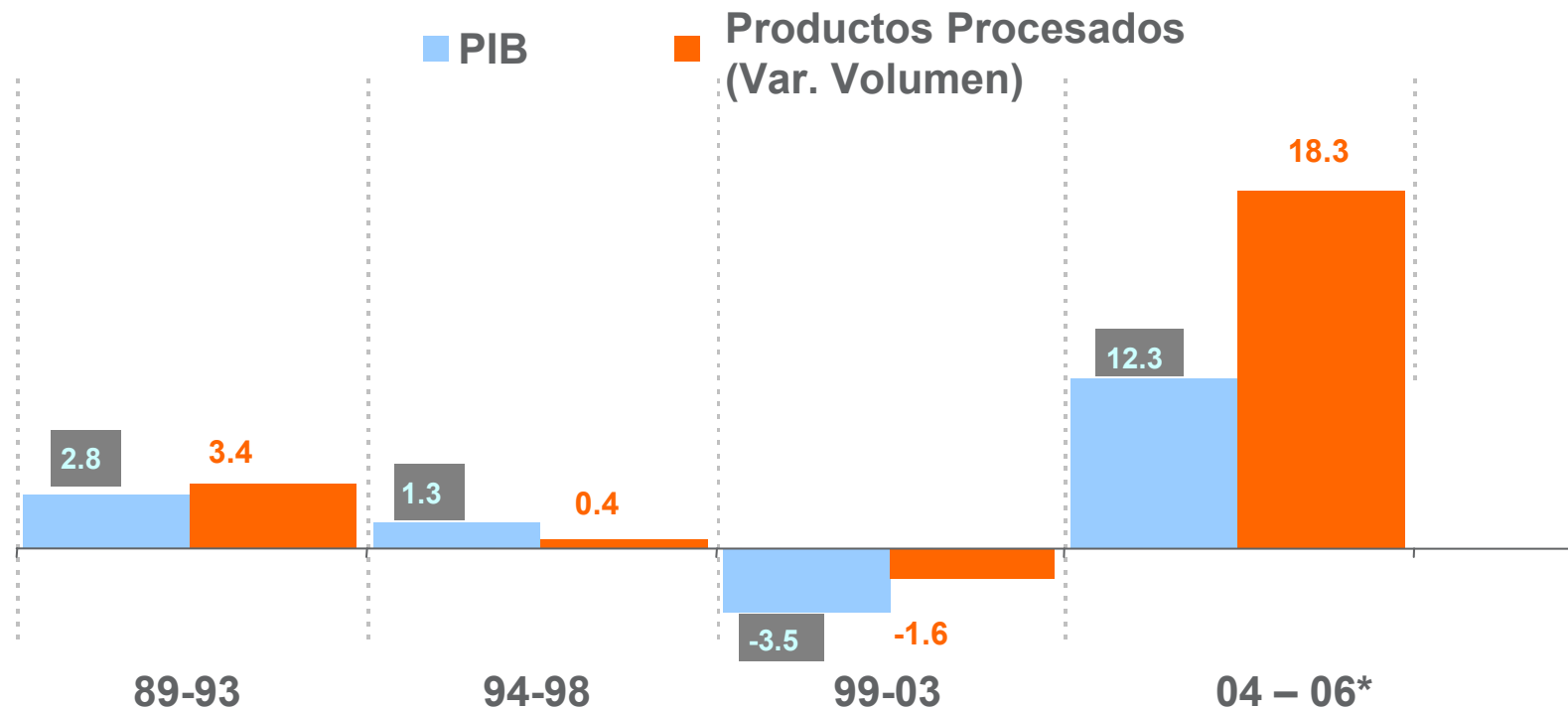
Fuente: ACNielsen Store Audit, Análisis y Estimaciones propias

Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

# El 2007 será el 4to año de crecimiento en PIB

Sería también el 4to año con incrementos en consumo masivo



\* Estimados

Fuente: BCV – ACNielsen  
Confidential & Proprietary

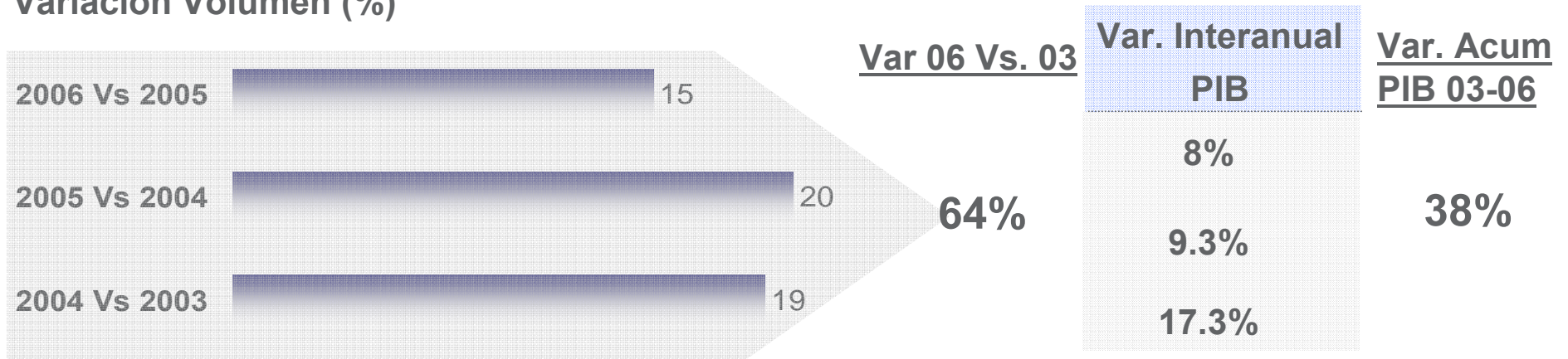
Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen

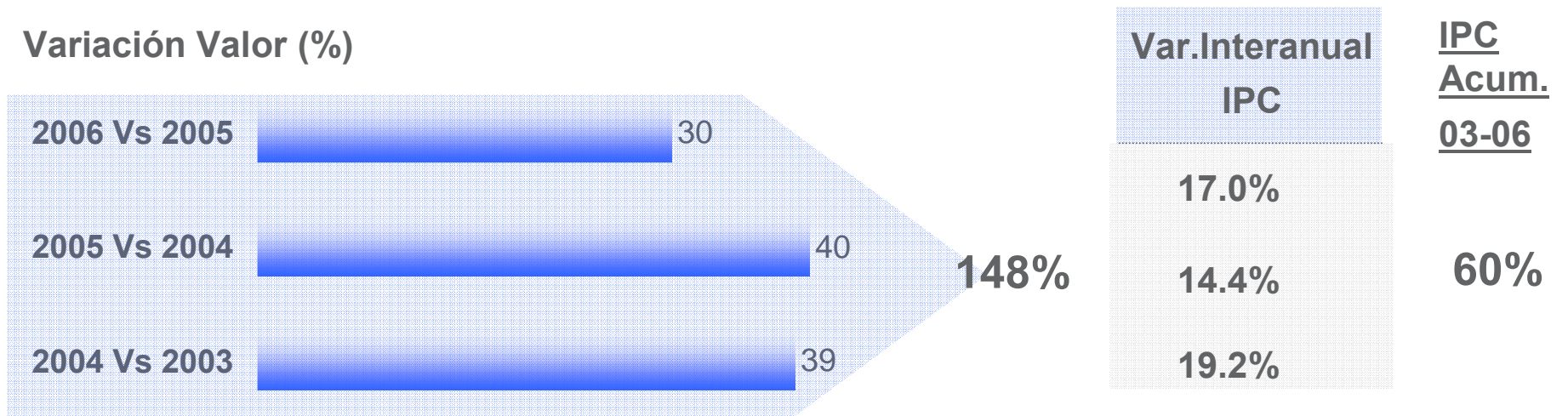
Perspectivas Consumo  
2007 - Venamcham

# 2006: el volumen continuó aumentando, para una variación acumulada de 64% Vs 03

## Variación Volumen (%)



## Variación Valor (%)

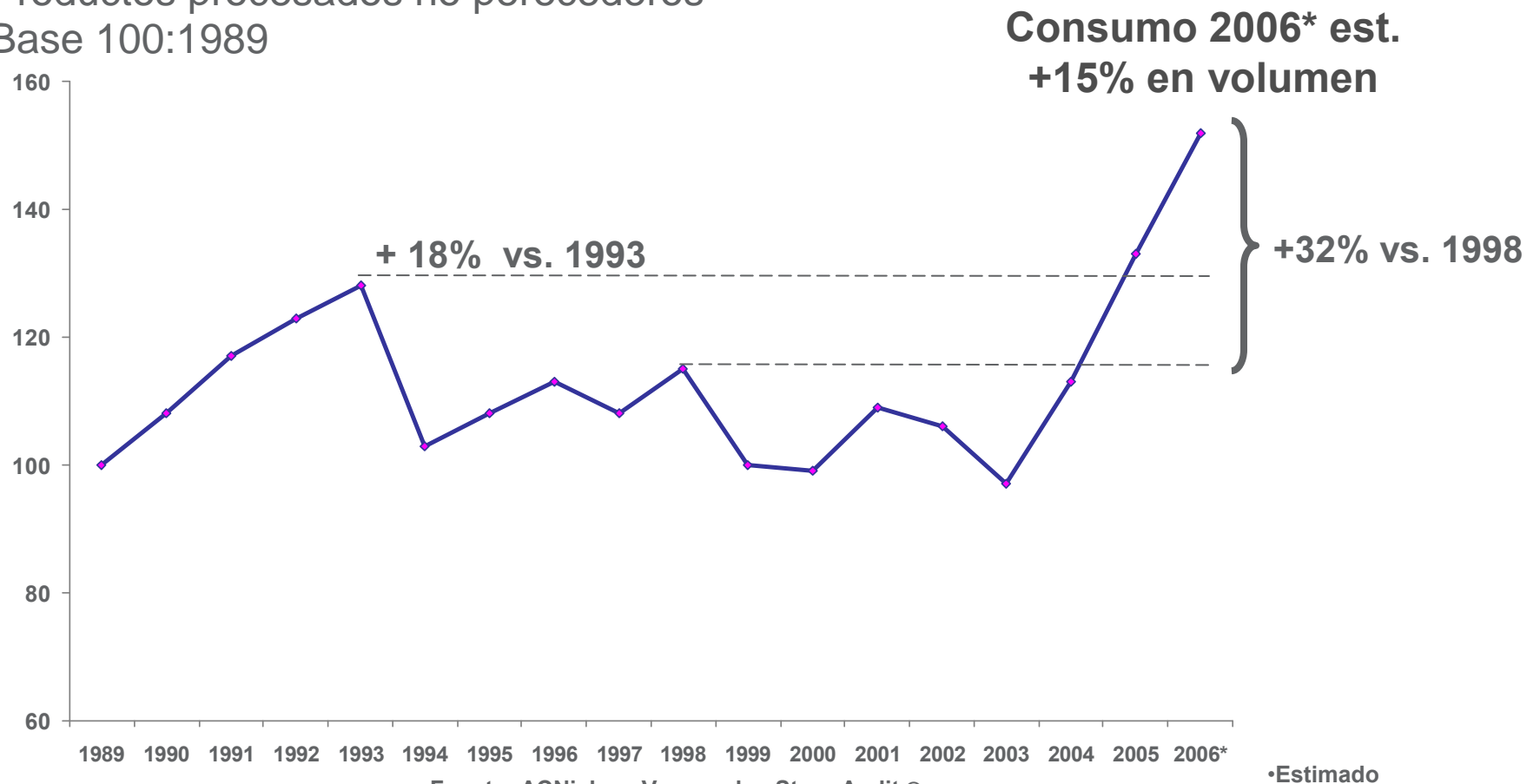


Fuente: Store Audit- ACNielsen

Confidential & Proprietary Copyright © 2007 The Nielsen Company

# 2006: Cada venezolano consume 32% más en toneladas hoy que en 1998

Índice de Consumo per cápita (toneladas)  
Productos procesados no perecederos  
Base 100:1989



Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

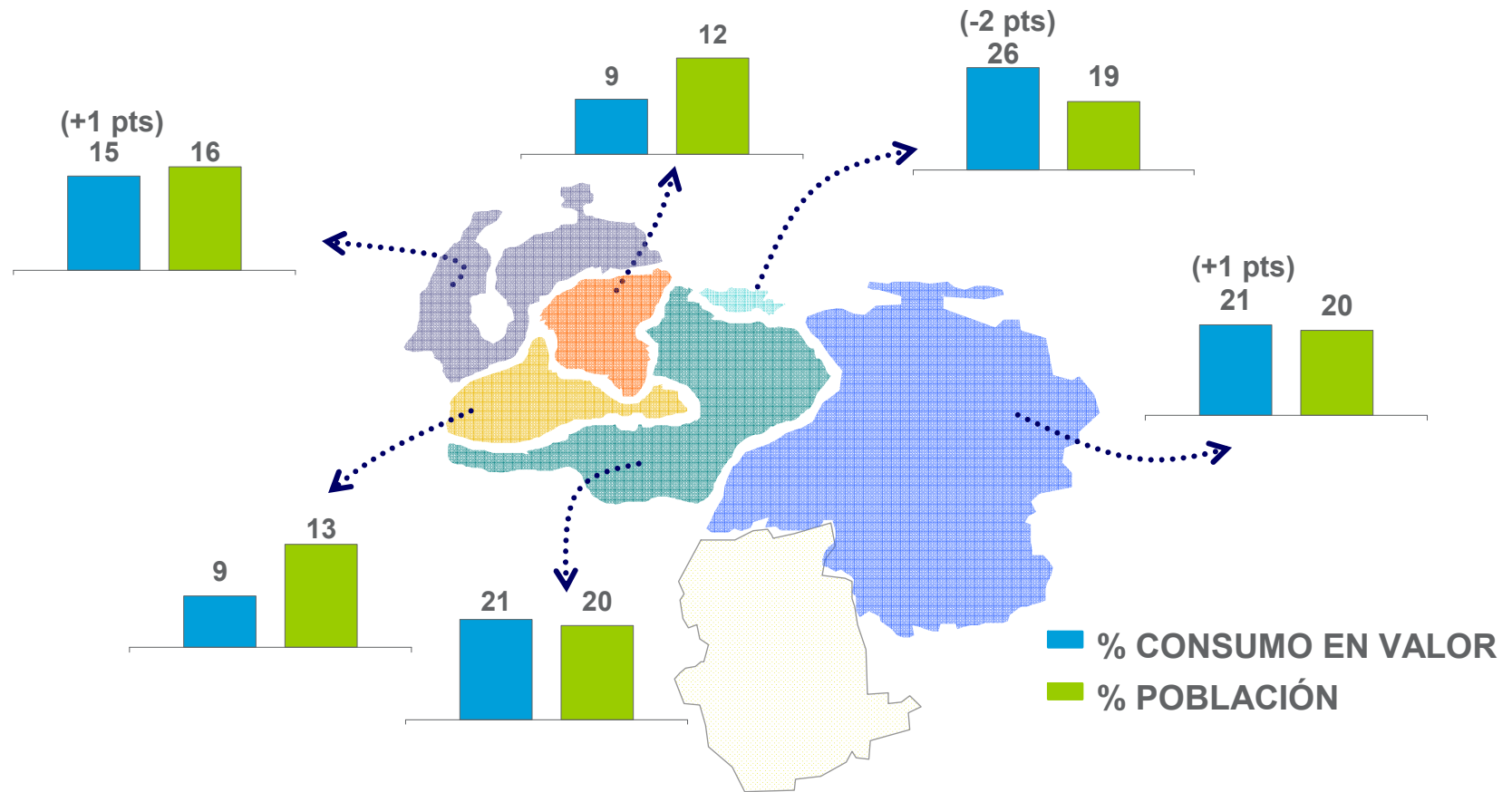
Fuente: ACNielsen Venezuela - Store Audit ®

•Estimado

nielsen

Perspectivas Consumo  
2007 - Venamcham

# Occidente y Oriente ganan importancia en el consumo a costa del área Capital



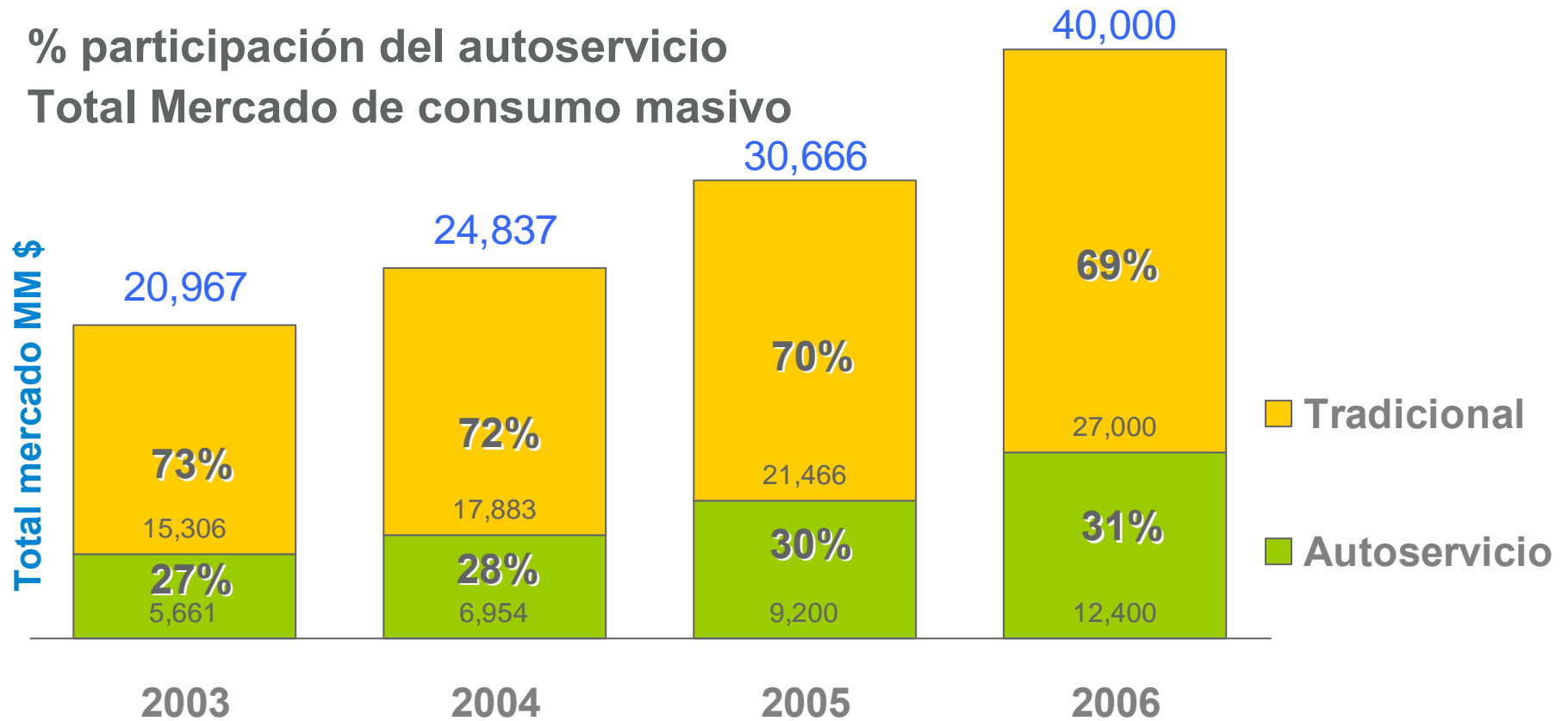
Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen

Perspectivas Consumo  
2007 - Venamcham

# El canal Autoservicios viene ganando importancia en valor



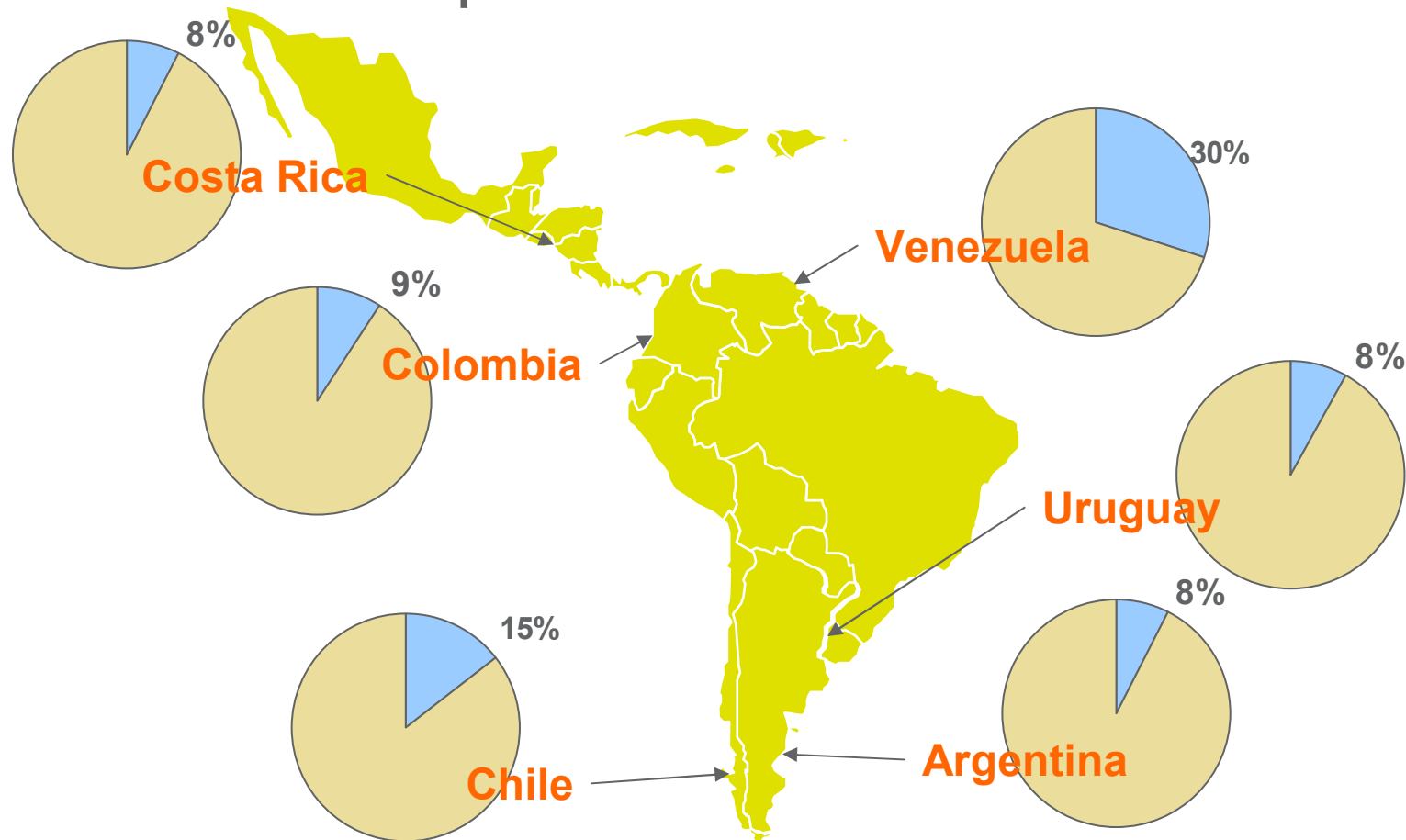
Mercados promedio. Tasa de Cambio usada: 2003 -Bs.1600/\$ - 2004 Bs. 1920/\$ 2005- Bs. 2150/\$  
Fuente: ACNielsen Store Audit Nacional , Análisis y Estimaciones propias

Confidential & Proprietary Copyright © 2007 The Nielsen Company



# Venezuela posee la mayor oportunidad de capitalizar el faltante en anaquel

% de Faltante de anaquel en el 2006



Fuente: GS1 Venezuela – Estudio Faltante en Anaquel ACNielsen para Gs1 Venezuela

Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen

Perspectivas Consumo  
2007 - Venamcham

# Un protagonista clave en la obra: el consumidor contento



Confidential & Proprietary

Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen

Perspectivas Consumo  
2007 - Venamcham



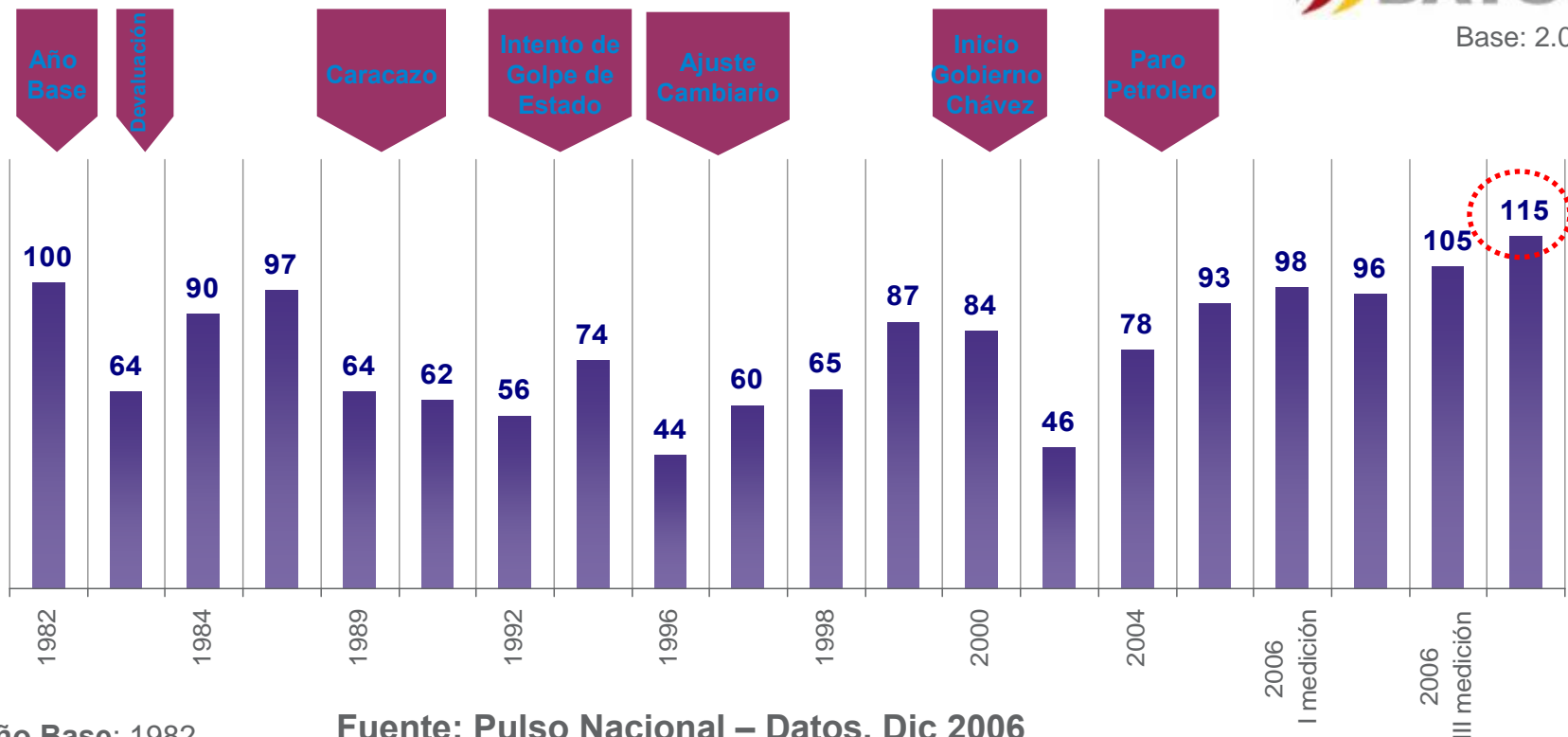
# La confianza del consumidor alcanza a finales del 2006 un nivel histórico

El Espíritu Territorial Bruto alcanza el nivel más alto desde 1982

## Índice de Confianza del Consumidor



Base: 2.000



Año Base: 1982

Fuente: Pulso Nacional – Datos, Dic 2006

Confidential & Proprietary

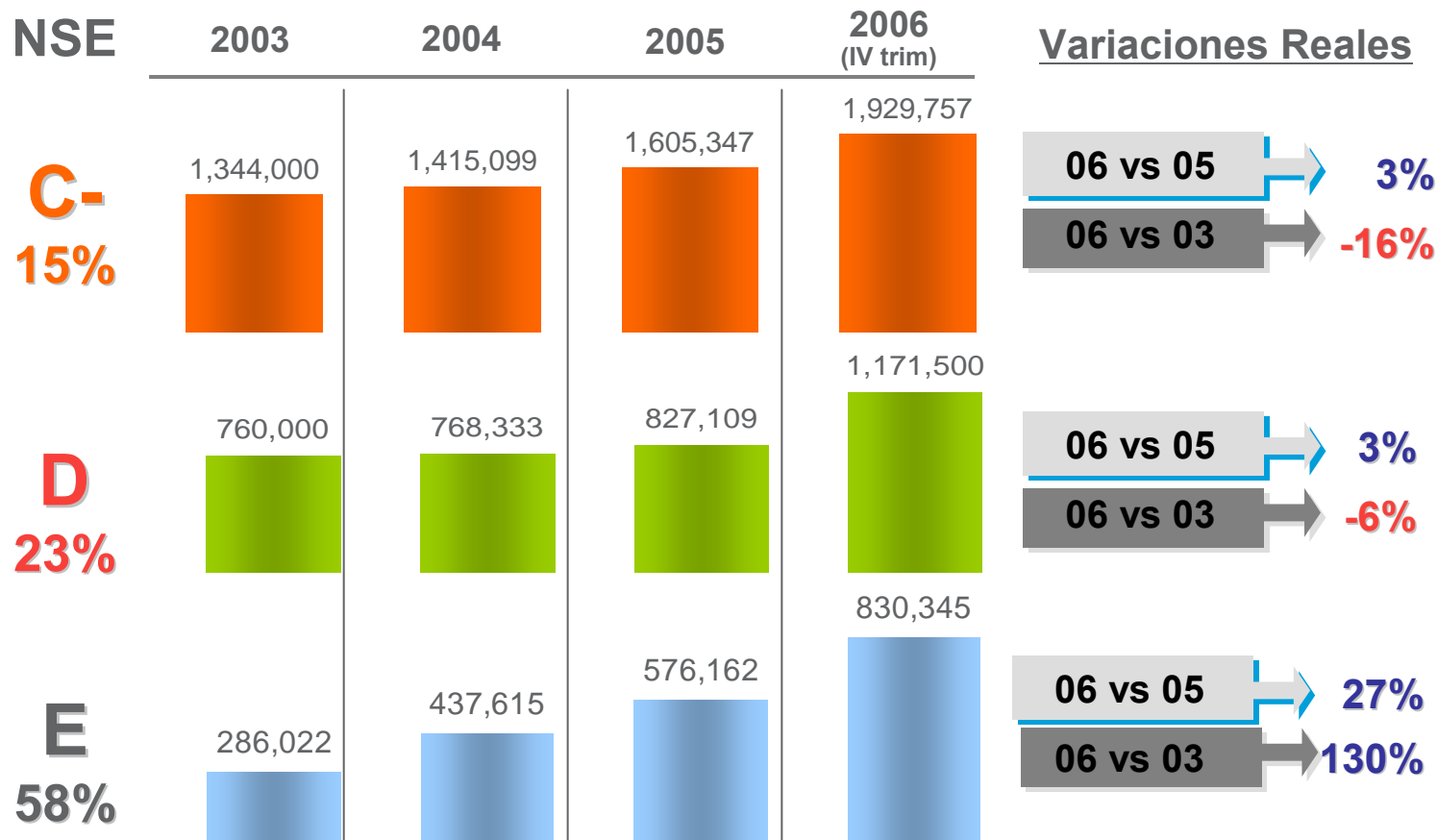
Copyright © 2007 The Nielsen Company

nielsen

Perspectivas Consumo  
2007 - Venamcham

# En los últimos 3 años, sólo el ingreso del nivel E ha aumentado en términos reales

Ingreso promedio mensual por hogar (Bs. Corrientes)



Fuente: Pulso Nacional, Datos – Dic 2006

Confidential & Proprietary

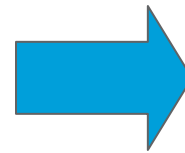
Copyright © 2007 The Nielsen Company



Perspectivas Consumo  
2007 - Venamcham

# 1er acto: Recuperación y bonanza 2003-2006

- Crecimiento sostenido del PIB y el gasto público durante 3 años
- Aumento real del poder adquisitivo del nivel E
- El mercado en dólares se duplicó en tamaño en este período



# ¿Cómo termina la obra?



nielsen

The logo for Nielsen, featuring the word "nielsen" in a serif font. The letter "n" is blue, while the rest of the letters are grey. Below the text is a horizontal row of nine grey dots.