



**ATENAS**  
GRUPO CONSULTOR

# ANÁLISIS ESPECIAL

CONVIVENCIA CATEGORÍAS

MAYO 2023



*Alimentos Polar*



**ATENAS**  
GRUPO CONSULTOR

# METODOLOGÍA HOME PANTRY

---



*Home Pantry cuenta con un panel de 2.120 hogares, los cuales nos reportan continuamente cada una sus compras mediante un aplicativo desde su teléfonos celulares*



**UNIVERSO**  
Hogares distribuidos en 7 regiones Atenas



**TAMAÑO DE LA MUESTRA**  
2.120 a nivel Nacional



**ESTADÍSTICOS**  
Error:  $\pm 2.5\%$   
Confianza: 90%



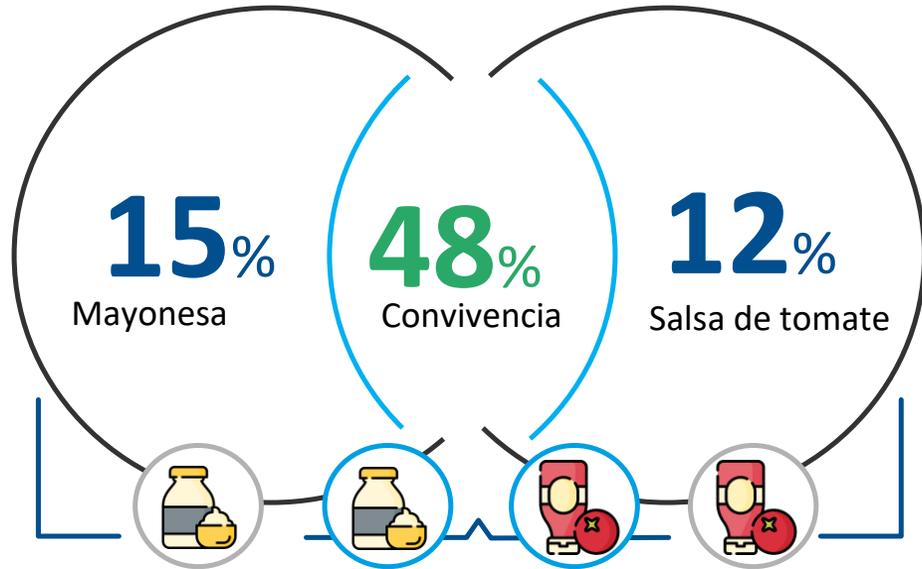
**ADQUISICIÓN**  
Autoadministrada mediante aplicativo web

*¿Quién compra? ¿Qué compran? ¿Cuánto compran? ¿Dónde lo compran? ¿Qué día compran? ¿Cuánto y cómo pagaron? ¿Qué tan leales son a una marca? ¿Con qué marcas convive tu producto?, etc.*



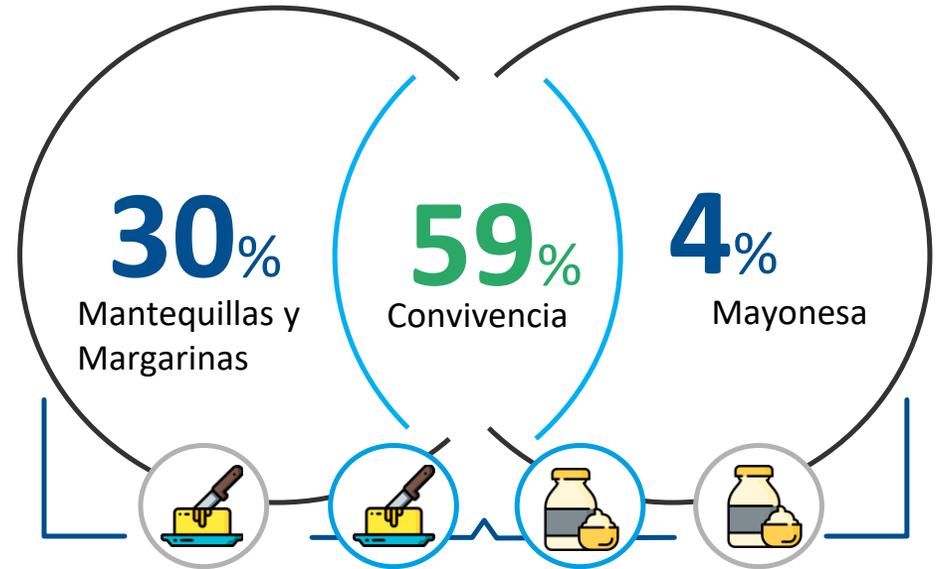


# ANÁLISIS DE CONVIVENCIA DE CATEGORÍAS



GASTO PROMEDIO POR HOGAR (\$)

6	10.2	7.1	3.5
UNIDADES COMPRADAS POR HOGAR (UND)			
2.3	3.6	3.0	2.2
COMPRA MEDIA POR HOGAR (KG O LTS)			
0.8	1.3	1.1	0.8
ACTOS DE COMPRA			
2.1	3.3	2.8	2.1
GASTO POR ACTO DE COMPRA			
2.9	3.1	2.6	1.7
UNIDADES POR ACTO DE COMPRA			
1.1	1.1	1.1	1.1
VOLUMEN POR ACTO DE COMPRA			
0.4	0.4	0.4	0.4
PENETRACIÓN			
15%	48%	48%	12%



GASTO PROMEDIO POR HOGAR (\$)

8.0	11.6	9.4	5.3
UNIDADES COMPRADAS POR HOGAR (UND)			
5.1	6.5	3.3	2.0
COMPRA MEDIA POR HOGAR (KG O LTS)			
1.7	2.4	1.2	0.7
ACTOS DE COMPRA			
4.4	5.6	3.1	1.7
GASTO POR ACTO DE COMPRA			
1.8	2.1	3.0	3.2
UNIDADES POR ACTO DE COMPRA			
1.2	1.2	1.1	1.2
VOLUMEN POR ACTO DE COMPRA			
0.4	0.4	0.4	0.4
PENETRACIÓN			
30%	59%	59%	4%

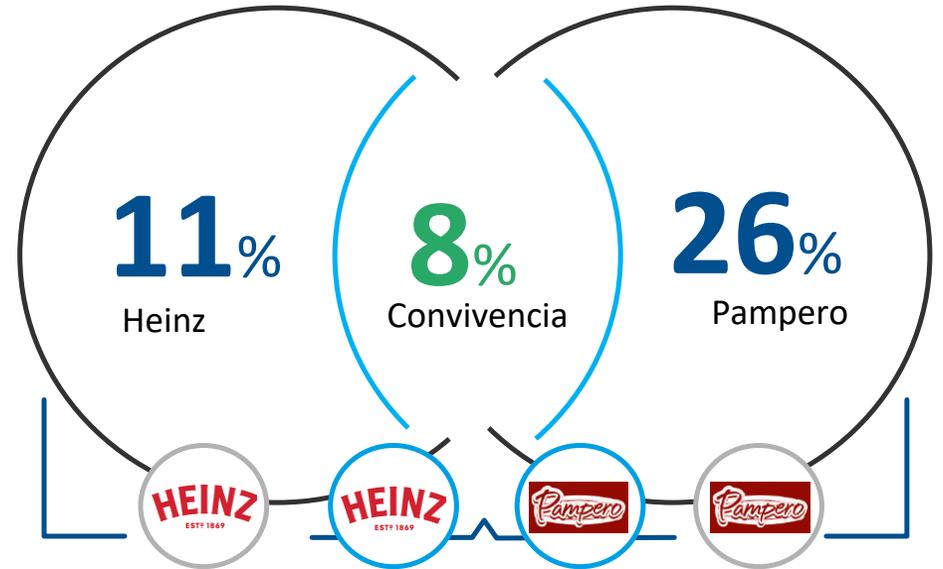
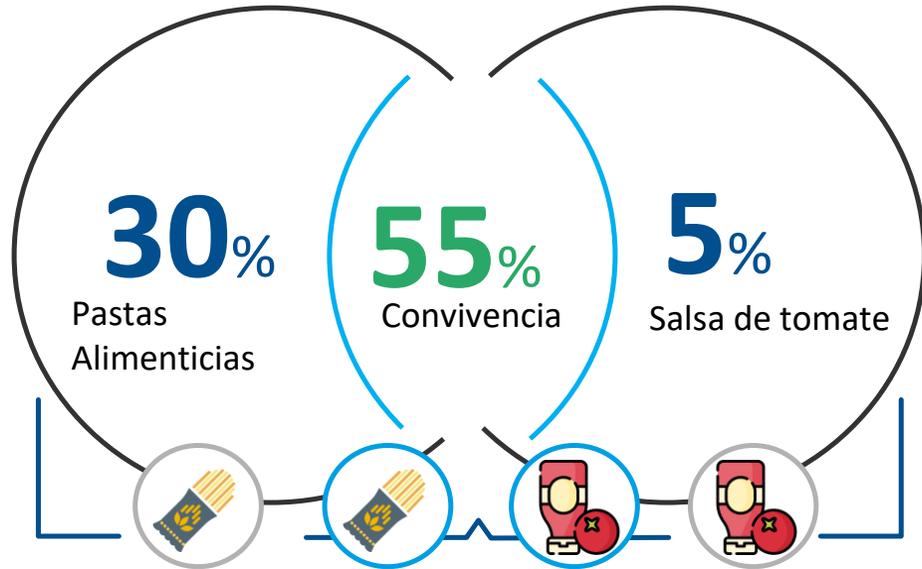
FUENTE: HOME PANTRY – UTM (FEB23-ABR23)



# ANÁLISIS DE CONVIVENCIA POR CATEGORÍA Y POR MARCAS



## Salsa de Tomate



	GASTO PROMEDIO POR HOGAR (\$)			
	9.9	10.8	6.7	3.6
	UNIDADES COMPRADAS POR HOGAR (UND)			
	8.7	9.0	2.9	2.3
	COMPRA MEDIA POR HOGAR (KG O LTS)			
	6.3	6.9	1.1	0.8
	ACTOS DE COMPRA			
	4.1	4.7	2.7	2.1
	GASTO POR ACTO DE COMPRA			
	2.4	2.3	2.5	1.7
	UNIDADES POR ACTO DE COMPRA			
	2.1	1.9	1.1	1.1
	VOLUMEN POR ACTO DE COMPRA			
	1.5	1.5	0.4	0.4
	PENETRACIÓN			
	30%	55%	55%	5%

	GASTO PROMEDIO POR HOGAR (\$)			
	3.0	2.8	3.7	3.4
	UNIDADES COMPRADAS POR HOGAR (UND)			
	1.8	1.6	2.2	2.1
	COMPRA MEDIA POR HOGAR (KG O LTS)			
	0.7	0.6	0.8	0.7
	ACTOS DE COMPRA			
	1.7	1.5	2.1	2.0
	GASTO POR ACTO DE COMPRA			
	1.8	1.8	1.8	1.8
	UNIDADES POR ACTO DE COMPRA			
	1.1	1.1	1.1	1.1
	VOLUMEN POR ACTO DE COMPRA			
	0.4	0.4	0.4	0.4
	PENETRACIÓN			
	11%	8%	8%	26%

FUENTE: HOME PANTRY – UTM (FEB23-ABR23)

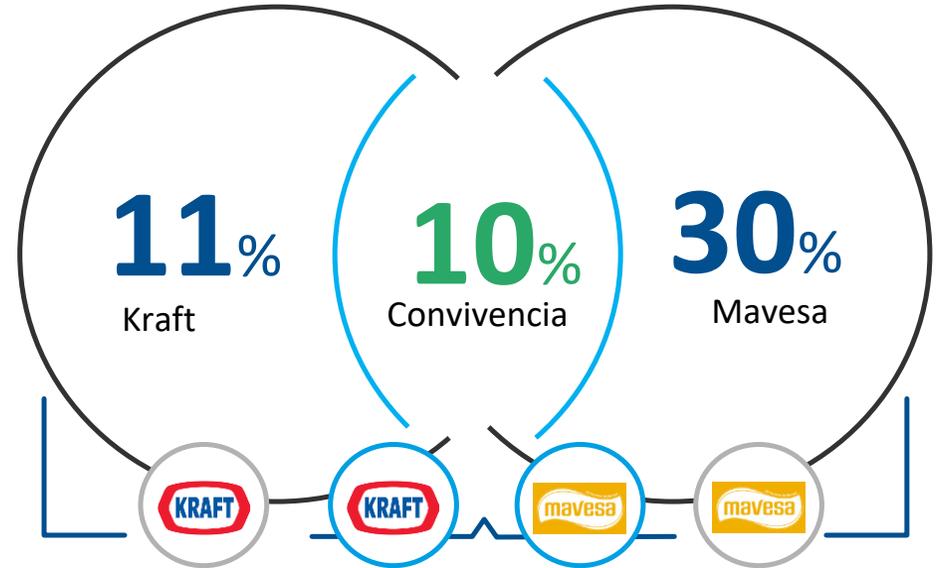
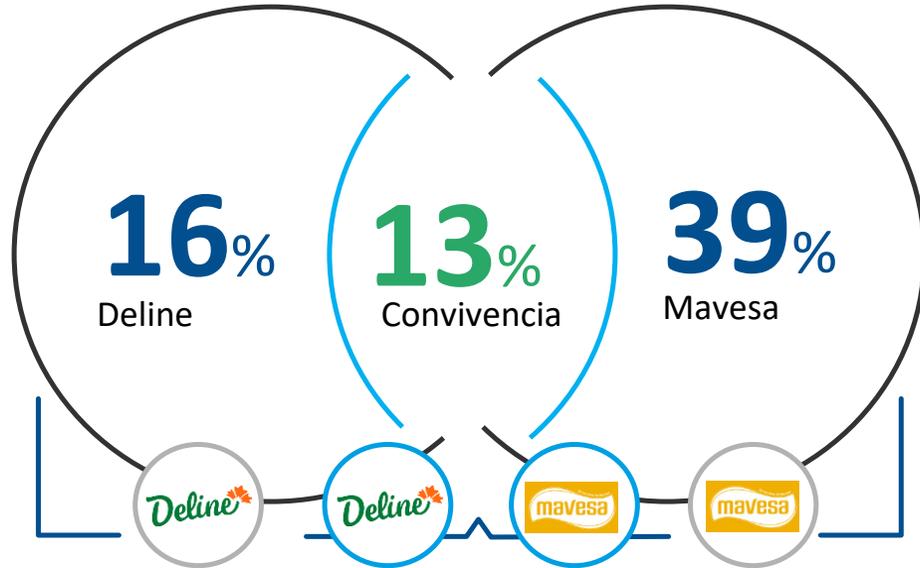


# ANÁLISIS DE CONVIVENCIA POR MARCAS



## Mantequillas y Margarinas

## Mayonesa



	Deline	Convivencia	Mavesa
GASTO PROMEDIO POR HOGAR (\$)	4.8	4.2	5.5
UNIDADES COMPRADAS POR HOGAR (UND)	4.2	3.5	2.7
COMPRA MEDIA POR HOGAR (KG O LTS)	1.2	1.0	1.1
ACTOS DE COMPRA	3.3	2.9	2.5
GASTO POR ACTO DE COMPRA	1.4	1.4	2.2
UNIDADES POR ACTO DE COMPRA	1.3	1.2	1.1
VOLUMEN POR ACTO DE COMPRA	0.3	0.3	0.4
PENETRACIÓN	16%	13%	13%

	Kraft	Convivencia	Mavesa
GASTO PROMEDIO POR HOGAR (\$)	5.8	6.3	8.2
UNIDADES COMPRADAS POR HOGAR (UND)	2.1	2.1	2.5
COMPRA MEDIA POR HOGAR (KG O LTS)	0.7	0.7	0.9
ACTOS DE COMPRA	2.0	2.0	2.4
GASTO POR ACTO DE COMPRA	3.0	3.2	3.4
UNIDADES POR ACTO DE COMPRA	1.1	1.1	1.1
VOLUMEN POR ACTO DE COMPRA	0.3	0.4	0.4
PENETRACIÓN	11%	10%	10%

FUENTE: HOME PANTRY – UTM (FEB23-ABR23)

# LA INFORMACIÓN ES PODER



**ENRIQUE JUARISTI**  
EJECUTIVO COMERCIAL  
[ENRIQUEJUARISTI@ATENASCONSULTORES.COM](mailto:ENRIQUEJUARISTI@ATENASCONSULTORES.COM)

**GLORIA BENATOUIL**  
GERENTE ÁREA COMERCIAL  
[GLORIABENATOUIL@ATENASCONSULTORES.COM](mailto:GLORIABENATOUIL@ATENASCONSULTORES.COM)

**ALEXANDER CABRERA**  
DIRECTOR COMERCIAL  
[ALEXANDERCABRERA@ATENASCONSULTORES.COM](mailto:ALEXANDERCABRERA@ATENASCONSULTORES.COM)