

¡MUCHAS FELICIDADES A LOS GANADORES DEL CONCURSO MUCHOMÁS QUE FOTOS 2018!

Foto ganadora: Puesta de sol en el Mar Menor. Felicia Solano.

1º Finalista: Tren del Ilacs. Montse Losada.

2º Finalista: Marco natural. Margarita González.

CONCURSO MUCHOMÁS NAVIDAD 2018!

Participa en el concurso de dibujo para celebrar estas fiestas con todos los colaboradores de Muchomás. Encontrarás las bases del concurso en el interior.

PREMIOS PARA LA FELICITACIÓN GANADORA:

Felicitar con ella a todos nuestros colaboradores y ¡50.000 puntos! Para elegir un regalo del catálogo.

PROYECTO SOLIDARIO

Participa y colabora con nosotros y Unicef en la defensa de los derechos de la infancia, mejorando sus condiciones de vida y su futuro.

ESCRIBE Y PARTICIPA

No olvides poner tu número de colaborador, nombre y lugar de residencia. Usa el sobre adjunto para enviar tus cartas, no necesita sello.

Si prefieres el correo electrónico, envía tus mensajes a: muchomas@kantaworldpanel.com

Los deportistas pagan un 6% más por su alimentación

La práctica regular de deporte modifica nuestros hábitos de consumo, y eso repercute en el gasto que hacemos en alimentación. Esta es una de las principales conclusiones de nuestro informe **"Food of the Nation"**, el mayor estudio sobre hábitos de consumo de la población española.

El análisis, realizado sobre mayores de 35 años, revela que aquellos que practican deporte de forma habitual (tres o más veces por semana) realizan **90 actos de consumo más al año que aquellos que se declaran sedentarios**. Estos consumos adicionales se realizan sobre todo entre horas (+30,4%), mientras que se reducen un 6,7% en comidas principales (desayunos, almuerzos y cenas). Además, pagan un 6% más en sus comidas, ya que el precio medio de cada ingesta entre deportistas es de 4,13€/kg, frente a los 3,89€/kg de no deportistas.

El informe profundiza en los patrones de consumo de estos individuos para constatar su papel como "early adopters" de tendencias saludables: sus platos son más caseros (+4%), cocinan más al vapor (+46,2%), a la plancha (+8,4%) y en guisado (+6,3%), y consumen más proteínas (+3%) y menos azúcar (-15%) que la media de la población. En el menú, eso se traduce en que consumen el doble de ensaladas de arroz y legumbre, pero también más sepia, salmón, atún o bacalao. Los platos que menos destacan en sus dietas son las patatas fritas (-38%), la paella (-13%), la ternera (-11%) o el cerdo (-11%).

PARTICIPA EN LA PRÓXIMA REVISTA DE PRIMAVERA/VERANO

Envíanos haciendo click **aquí** antes del 15 de Marzo de 2019:

- Fotos, dedicatorias y cartas para todos los amigos Muchomás.
- Trucos caseros de hogar, belleza, bricolaje, cocina, etc...
- Escritos, poesías, curiosidades.
- Chistes y adivinanzas.
- Preséntanos lugares y tradiciones singulares de España.

RECUERDA PONER SIEMPRE TU NOMBRE, POBLACIÓN Y NÚMERO DE COLABORADOR

ASÍ SOMOS

Crecer a través del aprovechamiento de compradores



De media, un hogar visita ocho cadenas diferentes anualmente para sus compras de gran consumo, reduciéndose esta cifra a tres mensuales. Este comportamiento ya deja entrever la fuga de negocio que día a día viven los diferentes puntos de venta, ya que sus clientes solo realizan una parte de su compra en esa cadena. Captar el negocio perdido debería ser una de las principales palancas de la distribución para crecer. Para medir de manera precisa este potencial y concretar las acciones necesarias para materializarlo, debemos ponernos en la piel del comprador y no solo focalizarnos en la perspectiva de la cadena. A través del seguimiento de todos los actos de compra que realizan nuestros panelistas, podemos cuantificar el valor del negocio potencial en cada una de las categorías que

ofrece el distribuidor e identificar las áreas de trabajo para conseguirlo.

Más allá del market share

Cuando hablamos de la distribución y de sus principales actores, inevitablemente pensamos en términos de cuota de mercado. Esta medida es clave para dimensionar el tamaño y medir la evolución del distribuidor y de sus categorías.

Nadie cuestiona ya la relación que existe entre atraer clientes y generar negocio. Para los retailers, además, hemos demostrado que aquellos que consiguen una mayor penetración promedio por categoría son también los que más cuota de mercado alcanzan. Así pues, el aprovechamiento categoría a categoría es clave, de ahí la necesidad de tener un seguimiento continuo y en detalle de la capacidad de conseguir compradores por mercado.

Aprovechamiento de compradores

Analizando el desempeño de las cadenas en las diferentes categorías de alimentación, bebidas y droguería, un distribuidor sólo capta en promedio a uno de cada tres de sus compradores potenciales en una categoría. Es decir, dos de cada tres compradores entran en la tienda, pero deciden no comprar esa categoría en esta cadena, sino en una de sus competidores.

Las razones para esa 'no-compra' pueden ser de diversa índole: un surtido incompleto, promociones más interesantes en otras cadenas, precios poco atractivos, etc. Y la variable 'aprovechamiento de compradores' es la que mejor mide estos comportamientos, con lo que ha de ser uno de los indicadores claves a seguir para generar negocio.

Una vez hayamos convencido al 'shopper' para que compre esa categoría en la cadena, el siguiente paso será retenerle. Esto pasa por dimensionar su capacidad total de compra, tanto en actos de compra como en gasto por visita, y poner en marcha una estrategia de hábito de compra, de forma que concentremos la mayor proporción de ese gasto total.



Las cadenas no aprovechan al 73% de sus compradores potenciales

Solo 1 de cada 4 compradores que pasa por la tienda compra la categoría dentro de la tienda



Palancas de activación

Aprovechar el potencial del 'shopper' requiere por tanto analizar qué y cómo compra tanto dentro como fuera de la cadena, para definir después las acciones para alcanzar ese potencial, lo que implica:

- Definir la competencia real de la cadena, analizando dónde van esos compradores perdidos.
- Entender los aspectos más cualitativos de la compra y detectar las barreras que llevan al comprador a buscar alternativas.
- Conocer el detalle de su compra dentro y fuera para adecuar la oferta y gestión del punto de venta: productos, variedades, formatos, precios y promociones.

En definitiva, seguir en continuo esta variable debería ser una plataforma de trabajo común entre fabricantes y distribuidores que acabará por beneficiar a ambas partes.



Foto ganadora: Puesta de sol en el Mar Menor. Felicia Solano.



1° Finalista:
Tren del Ilacs.
Montse Losada.



2° Finalista:
Marco natural.
Margarita
González.



MUCHOMÁS QUE FOTOS 2018

Finalistas:

Gracia Medina
Begoña Gómez
Sarai Pérez
Paula Araya
Sandra Gómez



AMIGOS DE MUCHOMÁS

CHISTES Y TRUCOS

Mamá tu sabes Chino??? - Si hijo, si. - A ver, como se dice: no se nadar - Popokomahogo - alucino mamá.

Maribel. Almendralejo.

Capitán, capitán, se acercan muchas naves!!
- Una flota? - Noo!! Flotan toodas!!

Minerva. Mutxamel

A veces, al partir un huevo fresco, caen pequeños trozos de cáscara en el bol y es muy difícil retirarlos. Lo más fácil e higiénico es retirarlos con una mitad de la misma cáscara.

Esther. Busot.

Para conseguir un brillo espectacular en el cabello, al finalizar el lavado, con el pelo aun bien húmedo, lo frotamos con un pañuelo de seda.

Livia Margarita. San Cristóbal De La Laguna.

MUNDO ANIMAL

Las hormigas no duermen.

La jirafa es el único mamífero que no tiene cuerdas vocales, por lo que es completamente muda.

Los hipopótamos corren más rápido que un hombre. Hasta 30 km/h.

Los mosquitos tienen 47 dientes. Solo las hembras consumen sangre, los mosquitos machos se alimentan de las flores y del néctar.

Los camellos tienen tres párpados para protegerse de las tormentas de arena.

Para los cerdos es físicamente imposible mirar al cielo.

Las ovejas no beben agua en movimiento (rios u otros).

Los camellos aguantan hasta 10 días sin beber agua, pero pueden beber más de 100 litros en una sentada.

Los koalas duermen entre 20 y 22 horas al día.

Los sapos tiene que cerrar los ojos para tragar.

Lucía. Oviedo.

TINTERO

Cuentan que hace mucho, mucho tiempo, una gota de agua se cansó de estar en el mismo lugar, y quiso navegar por los aires como los pájaros, para conocer el mundo y visitar otras tierras.

Tal era el deseo, que un día le pidió al Sol que le ayudara: "Astro rey, ayúdame a elevarme hasta el cielo para conocer mejor el mundo". Y así lo hizo el Sol. Calentó la gotita con sus rayos, hasta que poco a poco, se fue convirtiendo en un vapor de agua. Cuando se quedó como un gas, la gotita de agua se elevó al cielo lentamente.

Desde arriba, pudo ver el lugar donde vivía, incluso más allá, pudo ver otros rincones del mundo, otros mares y otras montañas. Visitó lugares desconocidos, hizo amistades con los pájaros y de vez en cuando algún viento la ponía a danzar por todo el cielo azul.

Sin embargo, a los pocos días, la gotita comenzó a sentirse sola. A pesar de la compañía de los pájaros, y la belleza de la tierra, nuestra amiga quiso que otras gotas de agua le acompañaran en su aventura, así que decidió bajar a buscarlas y compartir con ellas todo lo que había vivido.

"Viento, ayúdame a bajar del cielo para ir a buscar a mis amigas" Y el viento así lo hizo. Sopló y sopló un aire frío que congeló la gotita hasta volverse más pesada que el aire, tan pesada, que pronto comenzó a descender desde las alturas.

Al aterrizar en la tierra, lo hizo sobre un campo de trigo, donde había muchas gotitas que recién despertaban hechas rocío mañanero. "Queridas amigas, acompáñenme hasta el cielo" gritó la gotita y todas estuvieron de acuerdo. Entonces, el Sol las elevó hasta lo alto donde se convirtieron en una hermosa nube, pero al pasar el tiempo, las gotitas quisieron bajar nuevamente a contarles a otras gotitas sobre lo que habían visto.

Y desde entonces, siempre que llueve, significa que cada gota de agua ha venido a buscar a su amiga para jugar y bailar en el cielo.

RETO MUCHOMAS

Rosa Pinós

Directora de Panel Samples



Película, ¿Con o sin palomitas?

¡Con!

¿Compras on-line o en tiendas físicas?

Mucho más en tiendas físicas.

¿Dónde ha sido tu último viaje?

Londres.

¿Qué superpoder te gustaría tener?

La teletransportación.

¿Novela/Película romántica o policíaca?

Novela policíaca, pero película romántica.

¿Mensaje de texto o llamada telefónica?

Llamada.

¿Qué fondo de pantalla tienes en el ordenador?

El logo de la empresa.

¿Cantarías en Karaoke?

¡Si! Nino Bravo

Si pudieras ver el futuro. ¿Qué te gustaría ver?

A mis hijos.

¿Crees que es necesario reciclar y ser ecológico por el bien del planeta?

Si, es imprescindible.

¿Conductor o copiloto?

Conductor.

¿En que animal te reencarnarías?

En delfín.

Próxima entrega: Jorge Folch, Director General Sur de Europa



¡Envíanos tus preguntas **aquí!** Sumaremos **100 puntos extra** a las personas que nos envíen las preguntas seleccionadas para la entrevista. (En caso de preguntas repetidas, entregaremos los puntos a la primera recibida.)

CONCURSO MUCHOMAS NAVIDAD. EDICIÓN 2018

¿Cómo participar?

Enviar un dibujo antes del 14/12/2018:

- Por email a:
muchomas@kantarworldpanel.com
- Por correos en uno de los sobres adjuntos.

El dibujo ganador se publicará el día 19/12/2018 en la web www.mizonadeconsumo.com para felicitar la Navidad a todos nuestros colaboradores. El ganador recibirá 50.000 puntos para elegir un regalo del catálogo.

Se avisará telefónicamente a la persona ganadora del concurso antes de su publicación en la web.

1. El tema es la Navidad.
2. Sólo se admitirá un dibujo por colaborador.
3. Los dibujos enviados no serán devueltos.
4. Los autores de los dibujos presentados renuncian expresamente a cualquier derecho que pudiera corresponderles en virtud de lo dispuesto en la ley 22/87 de propiedad intelectual.



Envíanos **aquí** la solución de la sección de **INGENIO**. ¡Si aciertas, ganarás **100 puntos**!

Recuerda anotar tu nº de colaborador.

INGENIO

1. Busca las 5 diferencias



2. Resuelve los 2 acertijos

2.1 - Aliméntame y viviré, dame agua y moriré. ¿Qué soy? _____

2.2 - ¿Qué es lo que siempre aumenta, pero nunca disminuye? _____

Solución Ingenio nº Anterior

Crucigrama.

H.: 1.Acero, 2.Laser, 3.Tio;D, 4. AD;Ne, 5. Razón.

V.: 1.Altar, 2.Caida, 3.Eso;Z, 4.Re;No, 5.Orden.

Números
ocultos:

6	6	6	6	6
4	4	4	4	4
8	6	7	8	6
4	4	9	4	4

PROYECTO SOLIDARIO

"BRIGHTER FUTURES"

Colabora con Kantar Worldpanel y Unicef para conseguir mejorar el futuro de la infancia en:

Bangladesh y Bolivia: plantando cara a la explotación infantil y la discriminación.

Malawi: continuando con el proyecto "Children's Corners".

Mauritania: apoyando la prevención de la neumonía y la diarrea.

CÓMO PARTICIPAR:

Sólo necesitas darte de alta una vez. Restaremos de tu cuenta los puntos que hayas indicado una vez al año y si lo deseas podrás modificar los puntos o darte de baja llamándonos o enviándonos un email.

Además de participar en el Proyecto Solidario, puedes donar puntos a UNICEF siempre que lo desees.

Ayuda con tus puntos en construir un futuro mejor con UNICEF y Kantar Worldpanel.

BRIGHTER FUTURES



KANTAR **WORLD**PANEL