

nielsen
.....

CANASTOS NIELSEN

Junio 2014

PULSO DE LOS CANASTOS NIELSEN

En comparación con el año móvil previo marzo-abril, el Canasto Nielsen muestra crecimiento tanto en valor como en volumen, a ritmos del 5.5% y 1.9% respectivamente; mientras el precio se mantiene en un nivel similar al del periodo anterior (+3.5%).

Higiene y Belleza es uno de los subcanastos que continúa con crecimientos moderados con un avance de 3.0% tanto en volumen como en valor y con incrementos en precio marginales de 0.3%. Las categorías que se destacan con este nivel de crecimiento marginal en precio, pero presentando bajas en los mismos, son principalmente: Colorantes, Desodorantes y Shampoo.

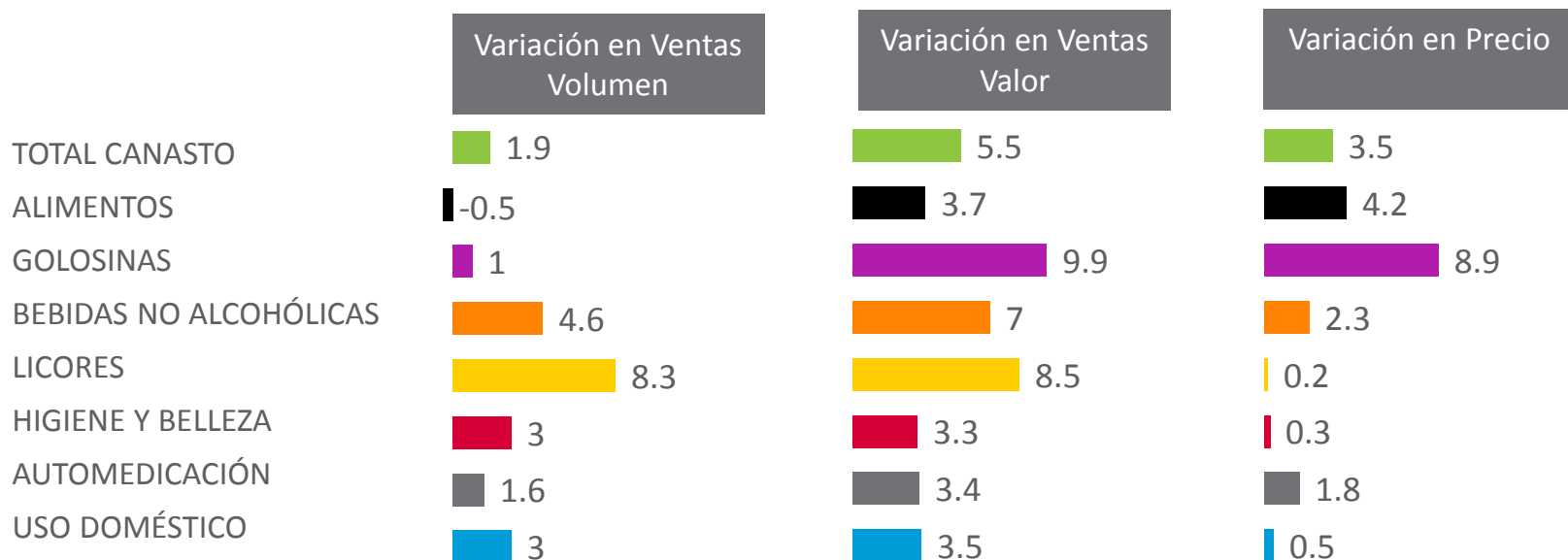
Destaca el subcanasto de Golosinas que muestra el mayor incremento de precios, (+8.9%) y con esto es el segundo subcanasto Nielsen con menor crecimiento en el año (+1.0%). Goma de Mascar, Pastelitos y Palomitas de Microondas son las categorías más afectadas en volumen contra el año anterior.

Luis Gradilla, Director de Cuenta de Nielsen México, comenta que “el escenario que vive hoy el consumidor frente a los incrementos de precio en categorías en las cuales se impusieron impuestos, están provocando que se perciba un estado de recesión y con ello se haga una redistribución del gasto, lo cual implica menos salidas de entretenimiento fuera del hogar y ahorros en marcas de precio bajo, incluidas las marcas genéricas”.

“Para este 2014 es clave contar con estrategias claras de apoyo en punto de venta, así como ofrecer una variedad en términos de portafolio, acertada y adecuada a los consumidores”, concluyó Gradilla.

MÉXICO: TOTAL CANASTO

Variación porcentual año móvil vs. año móvil previo.
Ventas volumen ponderado, ventas valor y precio.



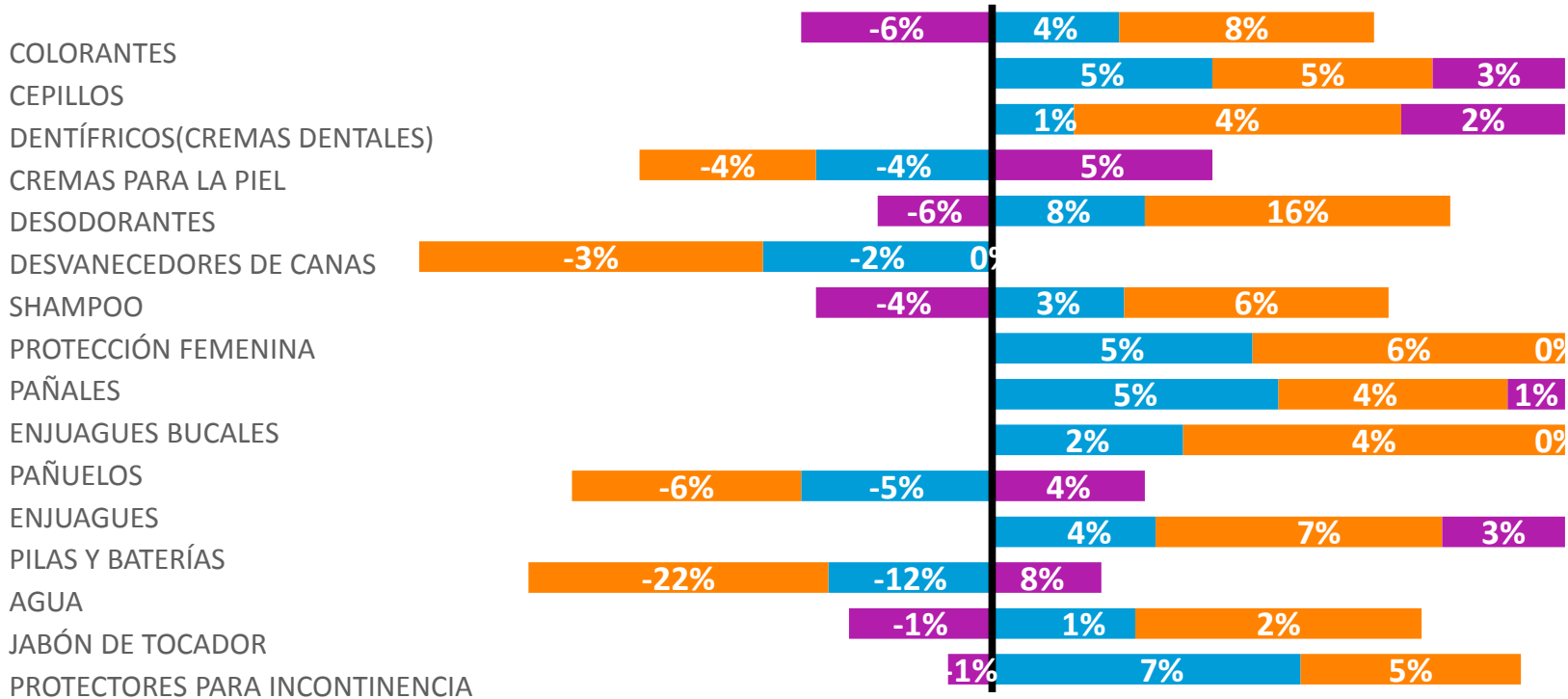
* Año móvil '14: Comprende del bimestre May-Jun 2013 al bimestre Mar-Abr 2014.

** Año móvil '13: Comprende del bimestre May-Jun 2012 al bimestre Mar-Abr 2013.

Los Canastos Nielsen miden y analizan el comportamiento de los productos de consumo masivo, que incluyen más de 100 categorías entre productos de Alimentos, Higiene y Belleza, Cuidado del Hogar, Golosinas, Bebidas, Licores y Productos OTC. La información reportada incluye mediciones en los canales de: Autoservicios, Tiendas de Conveniencia, Minisúpers, Abarrotes, Misceláneas, Farmacias y Estanquillos.

CANASTO HIGIENE Y BELLEZA

- %Variación Ventas Unidades. Año Móvil '14 Vs. Año Móvil '13
- %Variación Ventas Unidades. Mar-Abr '14 Vs. Mismo Periodo, Año Anterior
- %Variación Precio. Mar-Abr '14 Vs. Mismo Periodo, Año Anterior



* Año móvil '14: Comprende del bimestre May-Jun 2013 al bimestre Mar-Abr 2014.

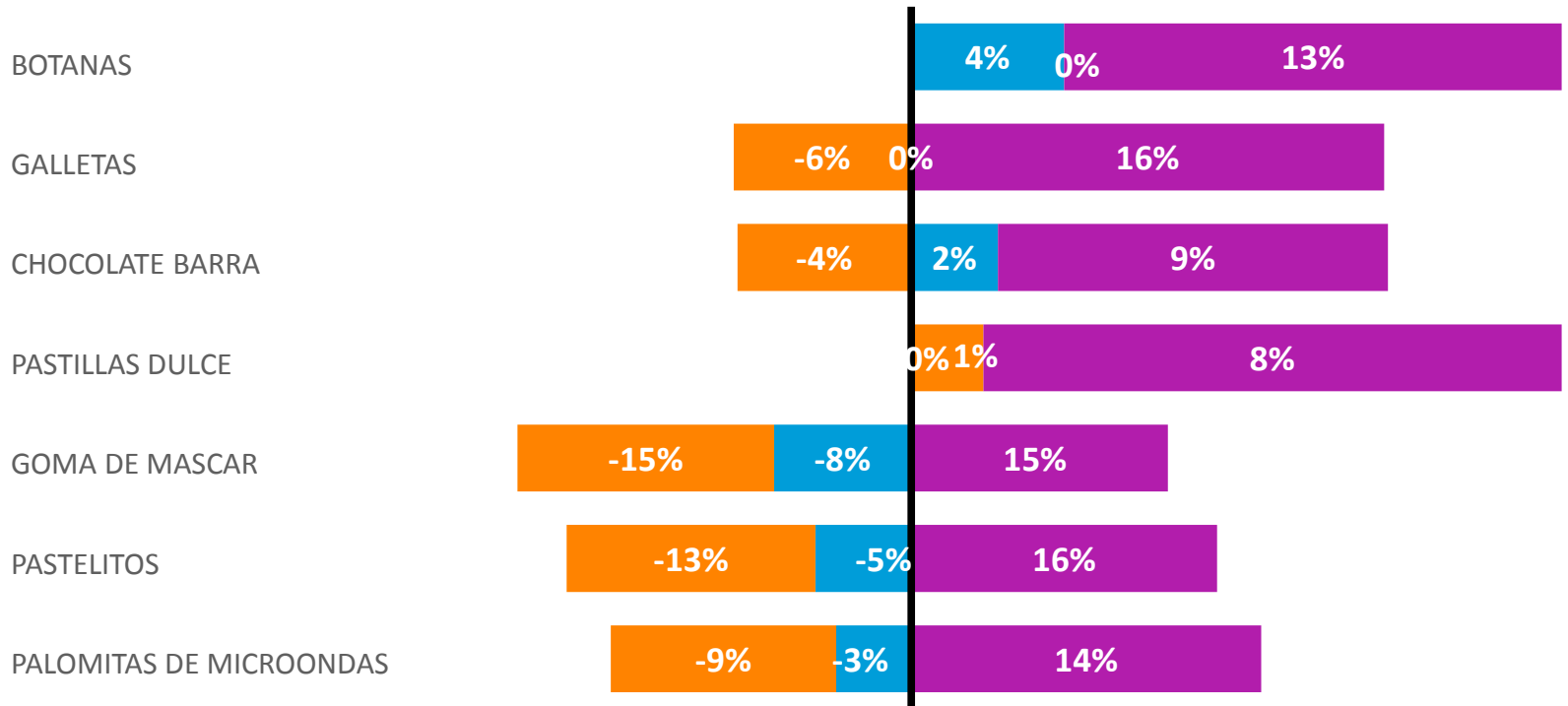
** Año móvil '13: Comprende del bimestre May-Jun 2012 al bimestre Mar-Abr 2013.



AN UNCOMMON SENSE OF THE CONSUMER™

CANASTO GOLOSINAS

- %Variación Ventas Unidades. Año Móvil '14 Vs. Año Móvil '13
- %Variación Ventas Unidades. Mar-Abr '14 Vs. Mismo Periodo, Año Anterior
- %Variación Precio. Mar-Abr '14 Vs. Mismo Periodo, Año Anterior

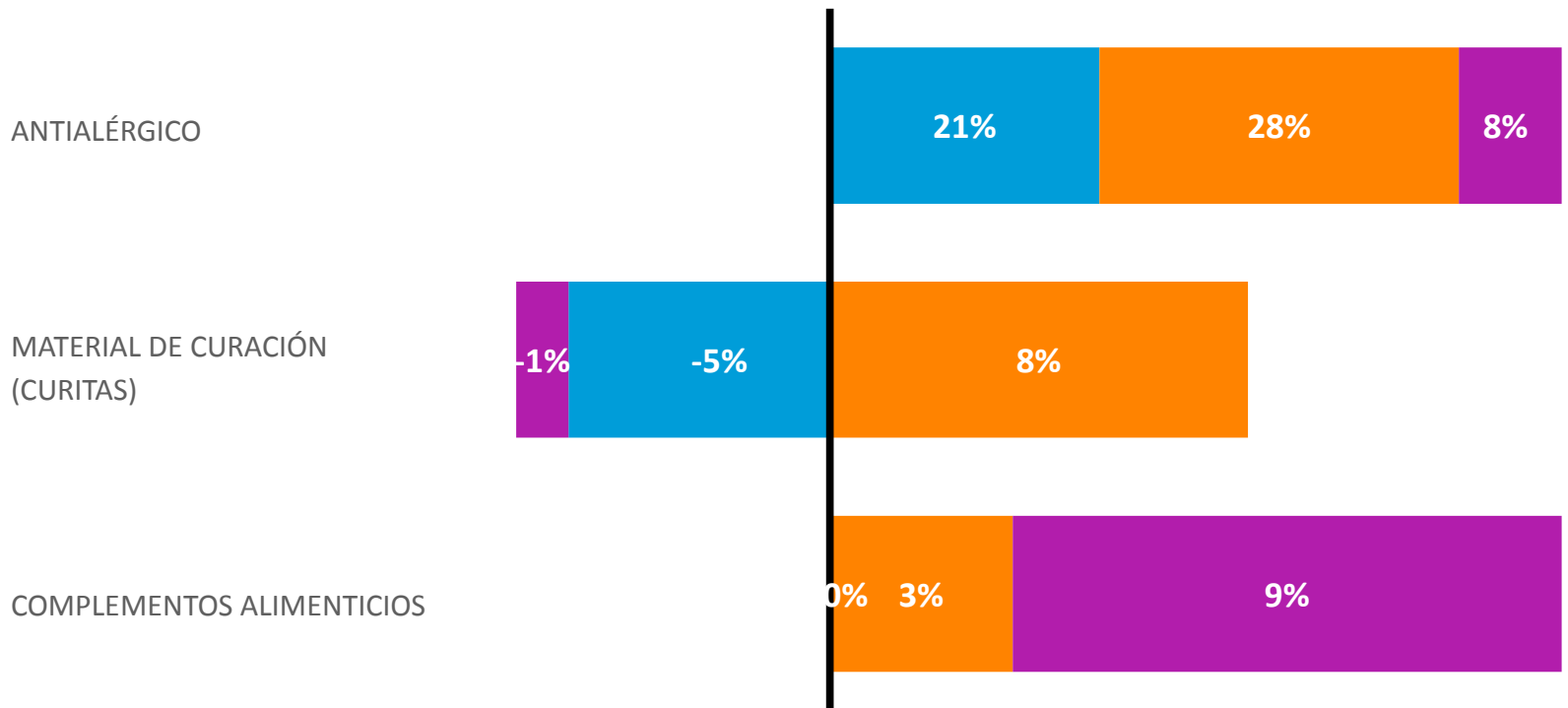


* Año móvil '14: Comprende del bimestre May-Jun 2013 al bimestre Mar-Abr 2014.

** Año móvil '13: Comprende del bimestre May-Jun 2012 al bimestre Mar-Abr 2013.

CANASTO AUTOMEDICACIÓN

- %Variación Ventas Unidades. Año Móvil '14 Vs. Año Móvil '13
- %Variación Ventas Unidades. Mar-Abr '14 Vs. Mismo Periodo, Año Anterior
- %Variación Precio. Mar-Abr '14 Vs. Mismo Periodo, Año Anterior



* Año móvil '14: Comprende del bimestre May-Jun 2013 al bimestre Mar-Abr 2014.

** Año móvil '13: Comprende del bimestre May-Jun 2012 al bimestre Mar-Abr 2013.