

nielsen
.....

CANASTOS NIELSEN

Abril, 2013

PULSO DE LOS CANASTOS NIELSEN

En comparación con el año móvil previo, el Canasto Nielsen continúa mostrando aumento en valor y volumen a ritmos del 6.1% y 2.7% respectivamente, con crecimientos sostenidos a medida que los incrementos en precio se desaceleran y se muestran menores a la tasa de inflación (+3.4%).

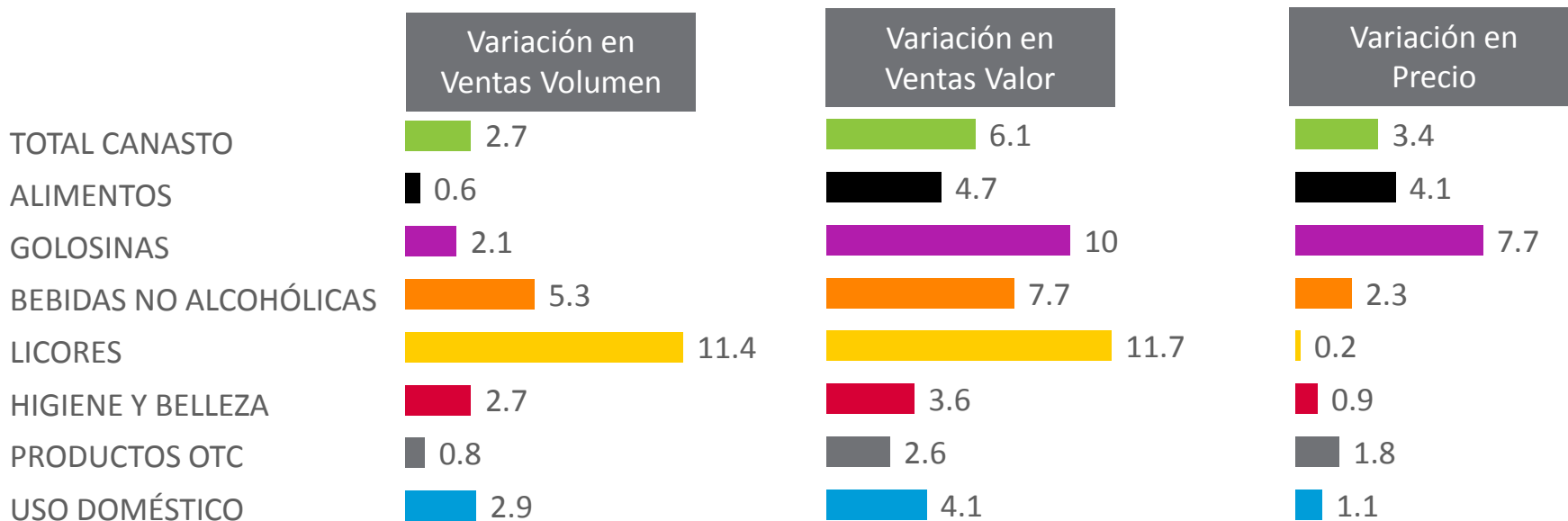
Isabel González, Directora de Cuenta de Nielsen México, comenta que el comienzo de año se muestra complicado por la aplicación de nuevos impuestos que están vulnerando principalmente a los consumidores de menor poder adquisitivo; las categorías impactadas representan cerca del 13% de su ingreso mensual y es el Canasto de Golosinas uno de los más afectados por la Reforma en el corto plazo, presentando las mayores contracciones en ventas.

“¿Las categorías no gravadas se ven afectadas? Si, los consumidores siguen comprando las categorías gravadas, sacrificando el gasto en aquellas no afectadas, gastando principalmente en Refrescos, Galletas y Botanas, donde el gasto incremental proviene de categorías de consumo masivo y del presupuesto que tiene para otros gastos generales”, menciona Isabel.

El Canal Tradicional es el más impactado por las reformas dada la importancia de las categorías impactadas para las ventas de este Canal.

En Autoservicios los incrementos en precios son menores, lo que apoya el crecimiento en unidades; destacan las variaciones en precio para Higiene y Belleza, así como Uso Doméstico.

México - Total Canasta. Variación porcentual año móvil vs. año móvil previo. Ventas volumen ponderado, ventas valor y precio.



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

** Año móvil '13: Comprende del bimestre Mar-Abr 2012 al bimestre Ene-Feb 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.

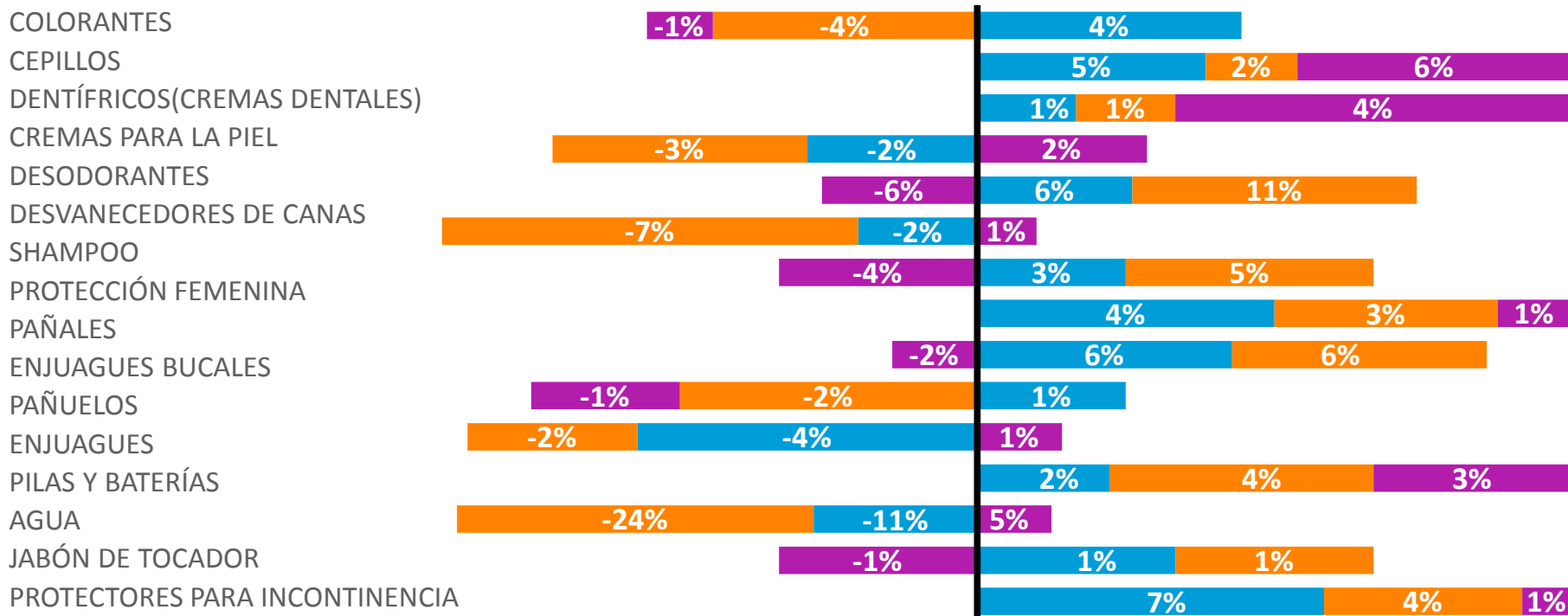
Acerca de Nielsen

Nielsen Holdings N.V. (NYSE: NLSN) es una compañía global de información y medición, con posiciones líderes en el sector de la mercadotecnia e información del consumidor, televisión y medición de otros medios de comunicación, inteligencia online, medición de telefonía móvil, ferias comerciales y propiedades relacionadas. Nielsen tiene presencia en aproximadamente 100 países y sus sedes se ubican en Nueva York, Estados Unidos y en Diemen, Países Bajos. Para mayor información por favor visite www.nielsen.com

Contacto de Medios: margarita.zanella@nielsen.com

CANASTO HIGIENE Y BELLEZA

Fuente: Nielsen Retail Index



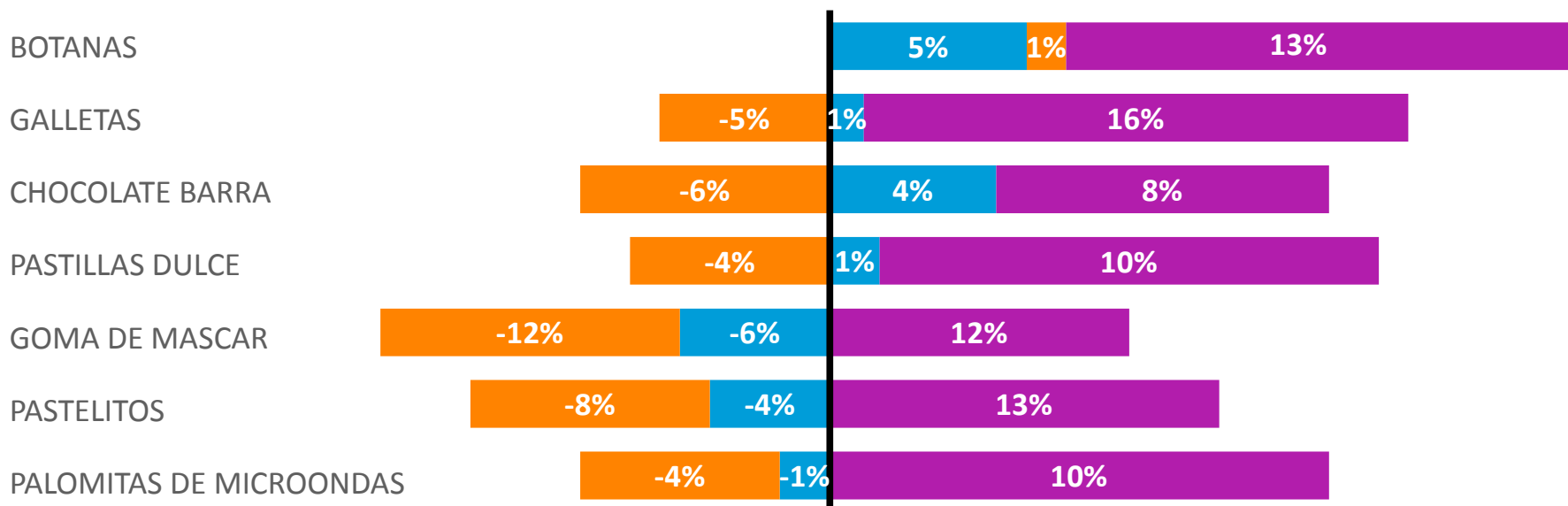
- %Variación Ventas Volumen. Año Móvil '14 Vs. Año Móvil '13
- %Variación Ventas Valor. Ene-Feb 14 Vs. Mismo Periodo Año Anterior
- %Variación Precio. Ene-Feb 14 Vs. Mismo Periodo Año Anterior

Canastos Nielsen México. *Año móvil '14: Comprende del bimestre Mar-Abr 2013 al bimestre Ene-Feb 2014.

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

CANASTO GOLOSINAS

Fuente: Nielsen Retail Index



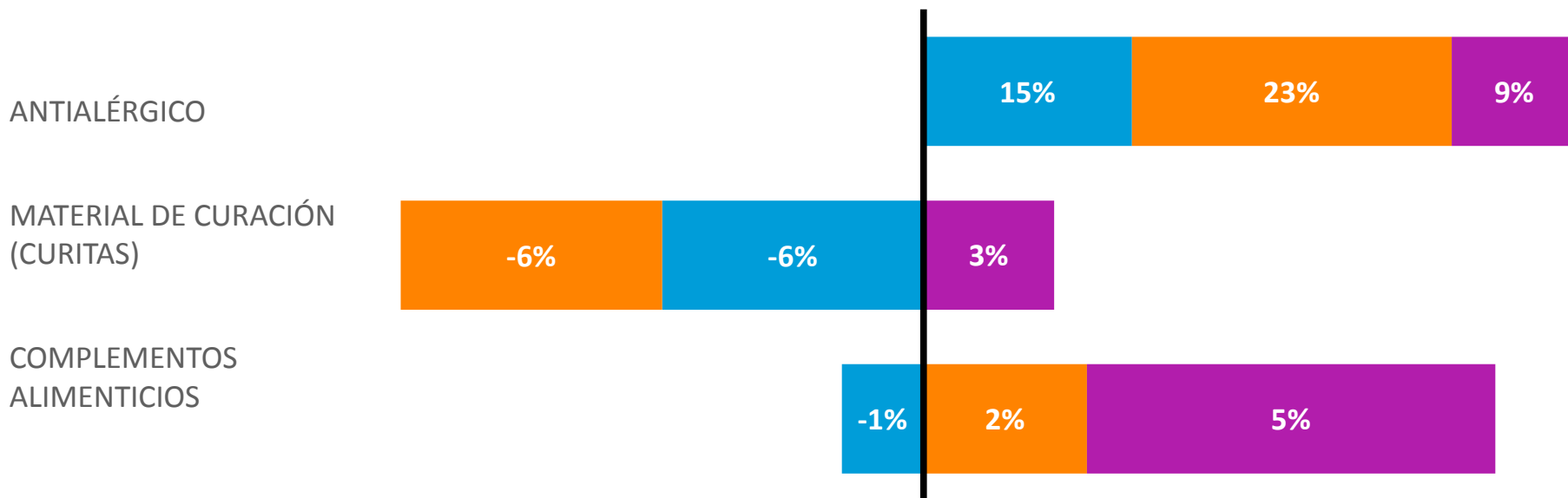
- %Variación Ventas Unidades. Año Móvil '14 Vs. Año Móvil '13
- %Variación Ventas Unidades. Ene-Feb '14 Vs. Mismo Periodo Año Anterior
- %Variación Precio. Ene-Feb '14 Vs. Mismo Periodo Año Anterior

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

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

CANASTO AUTOMEDICACIÓN

Fuente: Nielsen Retail Index



- %Variación Ventas Unidades Año Móvil '14 Vs. Año Móvil '13
- %Variación Ventas Unidades. Ene-Feb '14 Vs. Mismo Periodo Año Anterior
- %Variación Precio. Ene-Feb '14 Vs. Mismo Periodo Año Anterior

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

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



CANASTO HIGIENE Y BELLEZA
 Evolución por categorías en Ventas Unidades
 TOTAL MÉXICO
 Periodo Reportado: Bimestre Ene-Feb 2014

Categorías	% Variación Ventas Unidades			% Variación Precio
	Año Móvil '14 Vs. Año Móvil '13	Ene-Feb 14 Vs. Bimestre Anterior	Ene-Feb 14 Vs. Mismo Periodo Año Anterior	Ene-Feb 14 Vs. Mismo Periodo Año Anterior
COLORANTES	4	-19	-4	-1
CEPILLOS	5	5	2	6
DENTÍFRICOS (CREMAS DENTALES)	1	-4	1	4
CREMAS PARA LA PIEL	-2	3	-3	2
DESODORANTES	6	-5	11	-6
DESVANECEDORES DE CANAS	-2	-4	-7	1
SHAMPOO	3	-5	5	-4
PROTECCIÓN FEMENINA	4	1	3	1
PAÑALES	6	2	6	-2
ENJUAGUES BUCALES	1	-4	-2	-1
PAÑUELOS	-4	16	-2	1
ENJUAGUES	2	-4	4	3
PILAS Y BATERÍAS	-11	5	-24	5
JABÓN DE TOCADOR	1	-5	1	-1
PROTECTORES PARA INCONTINENCIA	7	3	4	1

Fuente: Nielsen Retail Index

NOTAS TÉCNICAS:

Canasto: Conjunto de clases de producto auditados por Nielsen que se utiliza para analizar el comportamiento global de un mercado.

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

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



CANASTO GOLOSINAS

Evolución por categorías en Ventas Unidades
TOTAL MÉXICO

Periodo Reportado: Bimestre Ene-Feb 2014

Categorías	% Variación Ventas Unidades			% Variación Precio
	Año Móvil '14 Vs. Año Móvil '13	Ene-Feb 14 Vs. Bimestre Anterior	Ene-Feb 14 Vs. Mismo Periodo Año Anterior	Ene-Feb 14 Vs. Mismo Periodo Año Anterior
BOTANAS	5	-2	1	13
GALLETAS	1	-5	-5	16
CHOCOLATE BARRA	4	3	-6	8
PASTILLAS DULCE	1	-5	-4	10
GOMA DE MASCAR	-6	-9	-12	12
PASTELITOS	-4	-7	-8	13
PALOMITAS DE MICROONDAS	-1	0	-4	10

Fuente: Nielsen Retail Index

NOTAS TÉCNICAS:

Canasto: Conjunto de clases de producto auditados por Nielsen que se utiliza para analizar el comportamiento global de un mercado.

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

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



CANASTO AUTOMEDICACIÓN
 Evolución por categorías en Ventas Unidades
 TOTAL MÉXICO
 Periodo Reportado: Bimestre Ene-Feb 2014

Categorías	% Variación Ventas Unidades			% Variación Precio
	Año Móvil '14 Vs. Año Móvil '13	Ene-Feb 14 Vs. Bimestre Anterior	Ene-Feb 14 Vs. Mismo Periodo Año Anterior	Ene-Feb 14 Vs. Mismo Periodo Año Anterior
ANTIALÉRGICO	15	6	23	9
MATERIAL DE CURACIÓN (CURITAS)	-6	1	-6	3
COMPLEMENTOS ALIMENTICIOS	-1	-2	2	5

Fuente: Nielsen Retail Index

NOTAS TÉCNICAS:

Canasto: Conjunto de clases de producto auditados por Nielsen que se utiliza para analizar el comportamiento global de un mercado.

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

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

