

nielsen
.....

CANASTOS NIELSEN

Diciembre 2013

PULSO DE LOS CANASTOS NIELSEN

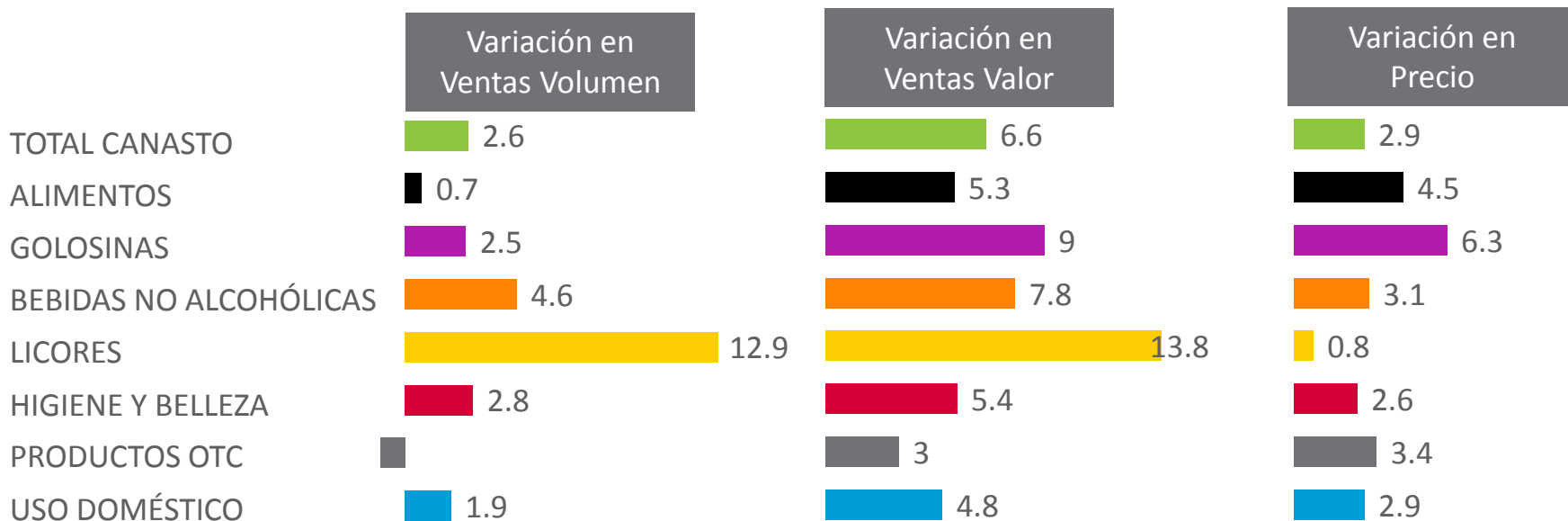
Para el periodo septiembre-octubre 2013, comparando el último año con el año previo, se observa un crecimiento de 2.6% en volumen y 6.6% en valor con una variación en precio 3.9% menor al incremento que se mostró en el bimestre previo.

Nuevamente el crecimiento en ventas valor deflactadas del Canasto de Alimentos de consumo masivo es de 3.1%, al compararlo con el crecimiento del PIB de octubre 2013 de 1.24%. Por este motivo se puede concluir que el crecimiento del Canasto se mantiene con buen desempeño.

Marcela Moreno, Directora de Cuenta Nielsen México, comenta que el Canasto que más aporta al crecimiento en valor es el de Licores, a pesar de que tuvo un menor incremento en precio contra el año pasado (0.8%), seguido por el Canasto de Golosinas; Galletas y Chocolate en Barra son las categorías dentro de este canasto que muestran mayor aportación y mayor incremento en precio (6.3%).

El consumidor mexicano se enfrenta a deudas mayores y menores ingresos por lo que busca ahorrar a través de un regreso hacia lo básico con tendencia a los productos familiares (*All Family*), tamaños adecuados que le den mayor rendimiento y múltiples beneficios.

México - Total Canasta. Variación porcentual año móvil 2013 vs. año móvil 2012. Ventas volumen ponderado, ventas valor y precio.



* Año móvil '13: Comprende del bimestre Nov-Dic 2012 al bimestre Sep-Oct 2013

** Año móvil '12: Comprende del bimestre Nov-Dic 2011 al bimestre Sep-Oct 2012

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.

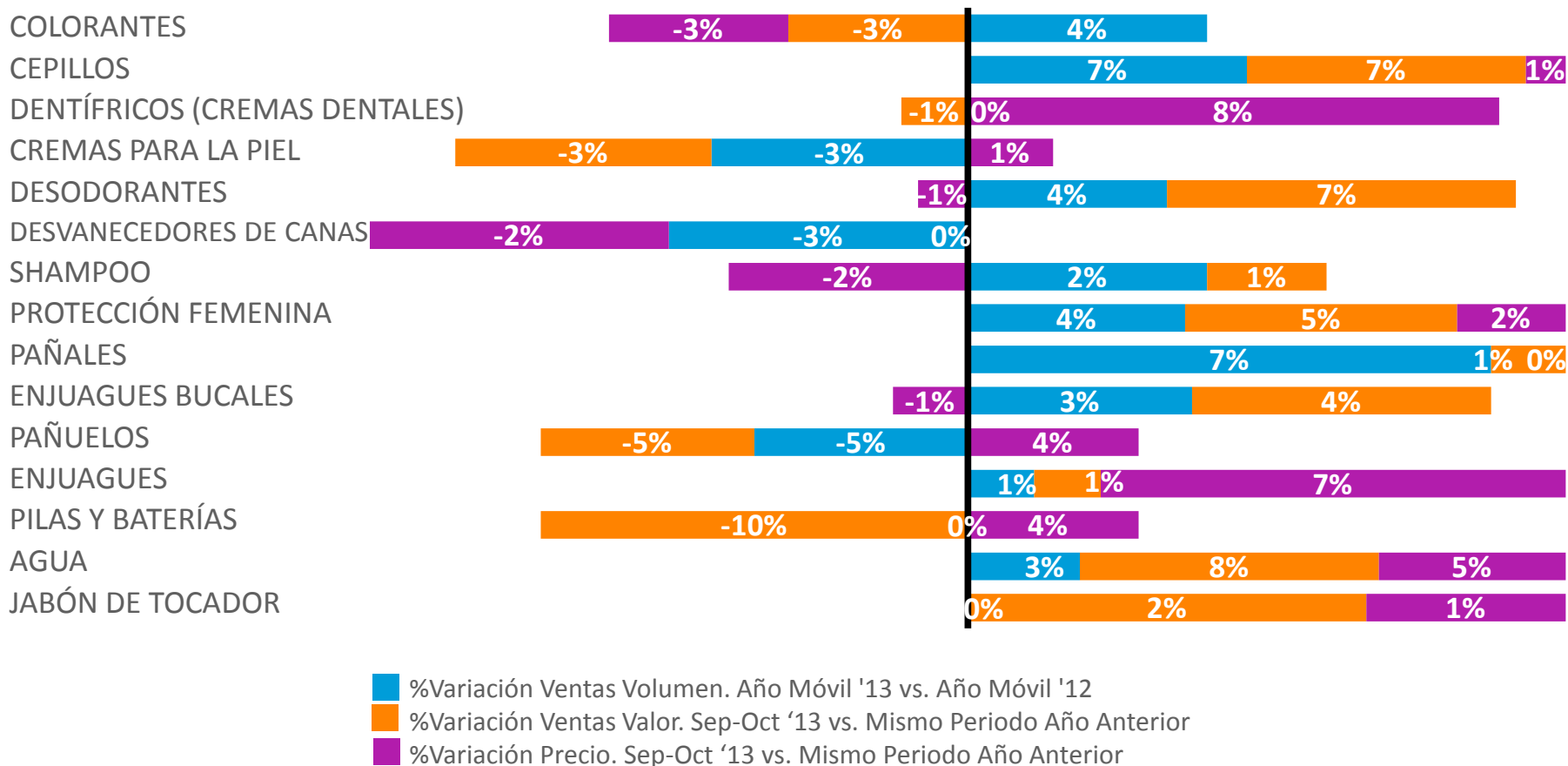
Acerca de Nielsen

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

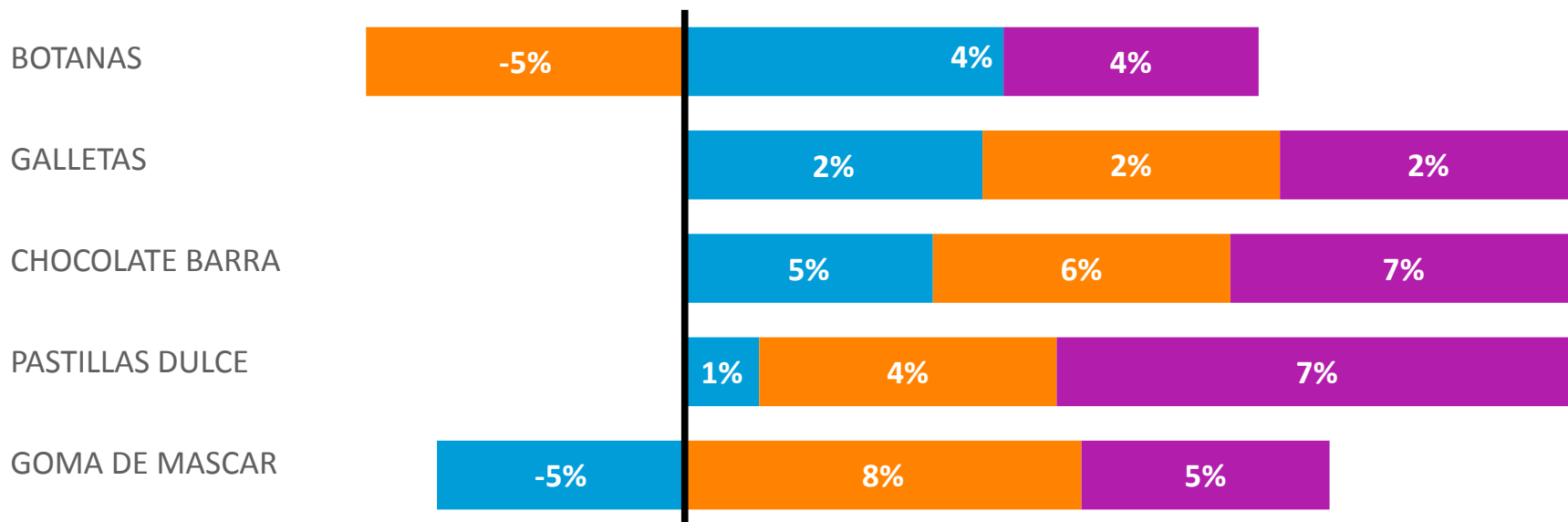


Canastos Nielsen México. *Año móvil '13: Comprende del bimestre Nov-Dic 2012 al bimestre Sep-Oct 2013.

** Año móvil '12: Comprende del bimestre Nov-Dic 2011 al bimestre Sep-Oct 2012.

CANASTO GOLOSINAS

Fuente: Nielsen Retail Index



- %Variación Ventas Volumen. Año Móvil '13 Vs. Año Móvil '12
- %Variación Ventas Valor. Sep-Oct '13 Vs. Mismo Periodo Año Anterior
- %Variación Precio. Sep-Oct '13 Vs. Mismo Periodo Año Anterior

Canastos Nielsen México * Año móvil '13: Comprende del bimestre Nov-Dic 2012 al bimestre Sep-Oct 2013.

** Año móvil '12: Comprende del bimestre Nov-Dic 2011 al bimestre Sep-Oct 2012.



CANASTO HIGIENE Y BELLEZA
Evolución por categorías en Ventas Unidades
TOTAL MÉXICO
Periodo Reportado: Bimestre Sep-Oct 2013

Categorías	% Variación Ventas Unidades			% Variación Precio
	Año Móvil '13 vs. Año Móvil '12	Sep-Oct '13 vs. Bimestre Anterior	Sep-Oct '13 vs. Mismo Periodo Año Anterior	Sep-Oct '13 vs. Mismo Periodo Año Anterior
COLORANTES	4	-23	-3	-3
CEPILLOS	7	-5	7	1
DENTÍFRICOS(CREMAS DENTALES)	0	-6	-1	8
CREMAS PARA LA PIEL	-3	-20	-3	1
DESODORANTES	4	-12	7	-1
DESVANECEDORES DE CANAS	-2	-9	0	-2
SHAMPOO	2	-13	1	-2
PROTECCIÓN FEMENINA	4	-5	5	2
PAÑALES	7	2	1	0
ENJUAGUES BUCALES	3	-14	4	-1
PAÑUELOS	-5	-10	-5	4
ENJUAGUES	1	-15	1	7
PILAS Y BATERÍAS	0	-2	-10	4
AGUA	3	-5	8	5
JABÓN DE TOCADOR	0	-9	2	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 '13: Comprende del bimestre Nov-Dic 2012 al bimestre Sep-Oct 2013.

** Año móvil '12: Comprende del bimestre Nov-Dic 2011 al bimestre Sep-Oct 2012.



CANASTO GOLOSINAS

Evolución por categorías en Ventas Unidades
TOTAL MÉXICO

Periodo Reportado: Bimestre Sep-Oct 2013

Categorías	% Variación Ventas Unidades			% Variación Precio
	Año Móvil '13 vs. Año Móvil '12	Sep-Oct '13 vs. Bimestre Anterior	Sep-Oct '13 vs. Mismo Periodo Año Anterior	Sep-Oct '13 vs. Mismo Periodo Año Anterior
BOTANAS	5	0	8	5
GALLETAS	2	1	4	7
CHOCOLATE BARRA	5	3	6	7
PASTILLAS DULCE	1	7	2	2
GOMA DE MASCAR	-5	-1	-5	4

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 '13: Comprende del bimestre Nov-Dic 2012 al bimestre Sep-Oct 2013.

** Año móvil '12: Comprende del bimestre Nov-Dic 2011 al bimestre Sep-Oct 2012.

