

nielsen
.....

CANASTOS NIELSEN

Diciembre, 2015

PULSO DE LOS CANASTOS NIELSEN

Los Canastos Nielsen mantienen la tendencia positiva en el consumo mostrada en los últimos meses. En el último periodo se alcanza nuevamente la mayor variación en volumen en lo que va de este año con un crecimiento de +2.7%, destacando en esta ocasión, el ritmo de crecimiento superior a la desaceleración mostrada en precio ya que, a diferencia de los anteriores meses, la variación en Ventas Valor es superior al periodo previo con un +5.5%.

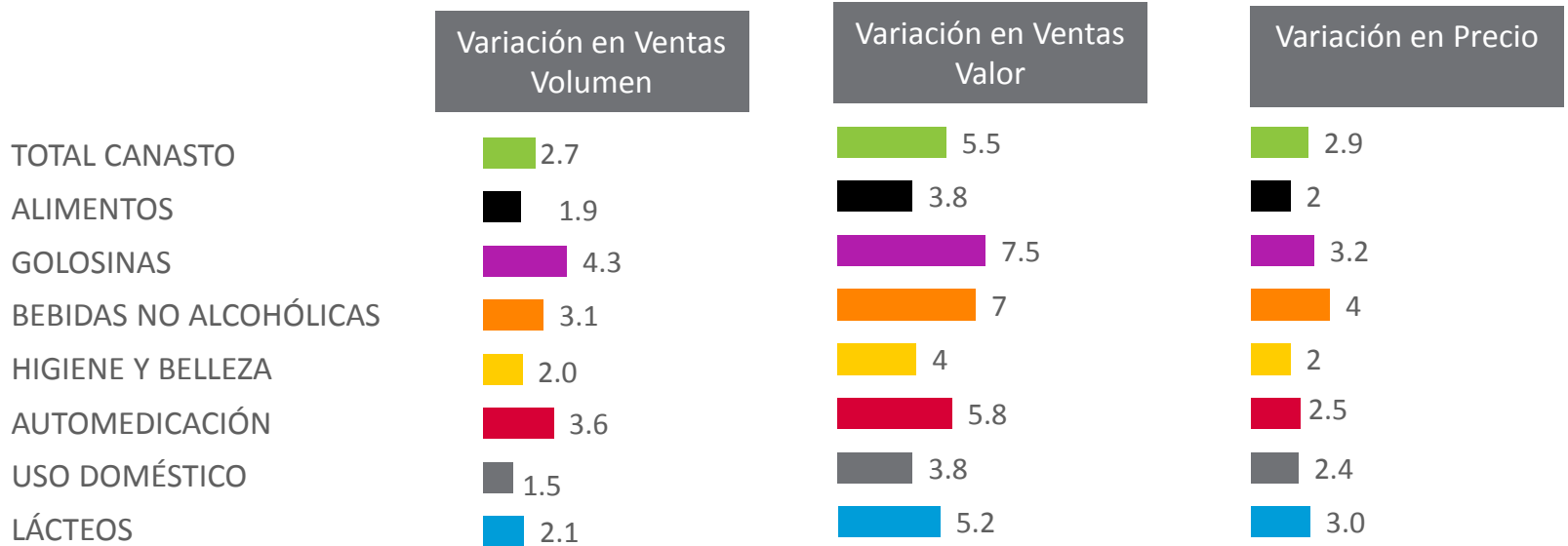
Daniel López, Director de Cuenta en Nielsen, comenta que sub-canastos como el de Golosinas y Bebidas no Alcohólicas muestran crecimientos en Ventas Volumen por encima del Total Canasto con +4.3% y +3.1% respectivamente, y aunque mantienen variaciones en precio superiores a la media del canasto, ambos sub-canastos se destacan por tener las mayores desaceleraciones en variaciones en este indicador a lo largo del año.

“Mientras el Canal Moderno se ha mostrado estable en cuanto a sus variaciones en volumen en los últimos periodos, el Canal Tradicional es el que ha mostrado un mejor dinamismo manteniendo una constante recuperación, pasando de -1.8% de variación en volumen vs. el Año Móvil Anterior a principios de año a +2.8% en el último periodo reportado, influenciado en gran medida por la desaceleración de precios que pasó de un +6.8% a un +3.0% en los mismo periodos”, apunta López.

Esto demuestra la influencia que tiene el canal en el entorno de consumo en México, por lo que es cada vez más importante para los fabricantes tener una estrategia focalizada en los tenderos, apoyándolos en la recuperación mediante la entrega de formatos de producto atractivos para el consumidor (Innovaciones o reconfiguraciones de portafolio), sin perder de vista la capacidad adquisitiva de éstos, logrando así, incentivar la rotación en los puntos de venta.

MÉXICO: TOTAL CANASTO

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



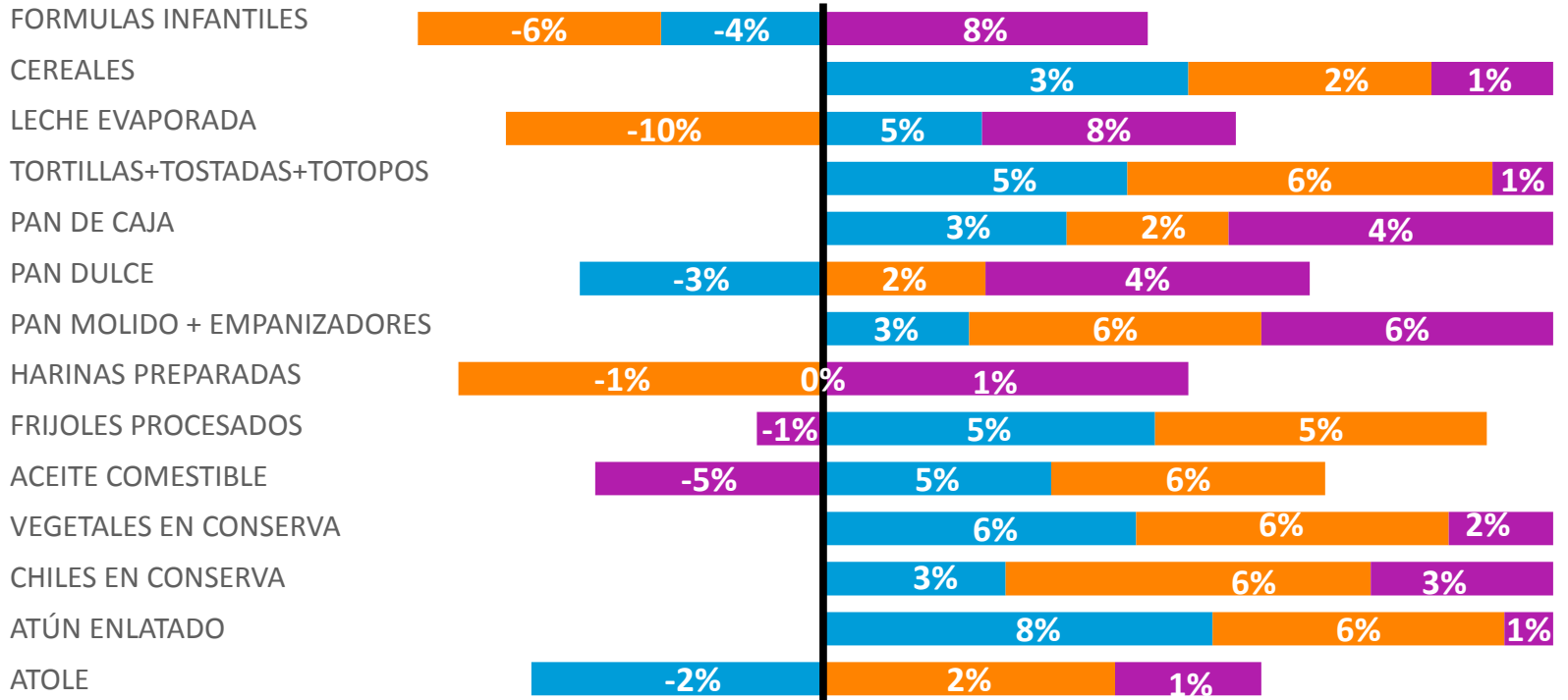
* Año móvil '15: Comprende del bimestre Nov-Dic 2014 al bimestre Sep-Oct 2015.

** Año móvil '14: Comprende del bimestre Nov-Dic 2013 al bimestre Sep-Oct 2014.

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 ALIMENTOS

- %Variación Ventas Unidades. Año móvil '15 vs. Año móvil '14
- %Variación Ventas Unidades. Sep-Oct'15 vs. Mismo periodo año anterior
- %Variación Precio. Sep-Oct'15 vs. Mismo periodo año anterior



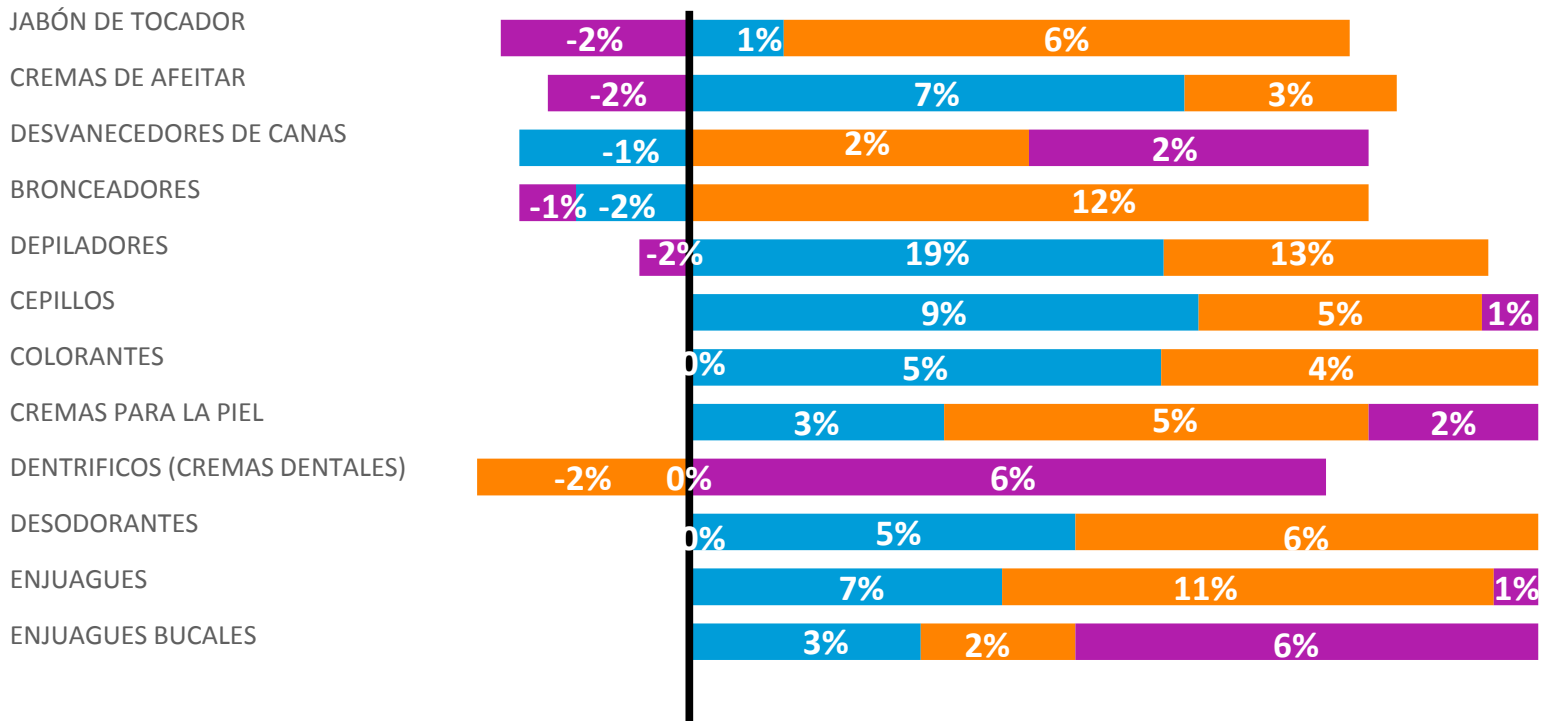
* Año móvil '15: Comprende del bimestre Nov-Dic 2014 al bimestre Sep-Oct 2015.

** Año móvil '14: Comprende del bimestre Nov-Dic 2013 al bimestre Sep-Oct 2014.

Fuente: Nuevo Nielsen Retail Index

CANASTO HIGIENE Y BELLEZA

- %Variación Ventas Unidades. Año móvil '15 vs. Año móvil '14
- %Variación Ventas Unidades. Sep-Oct '15 vs. Mismo periodo año anterior
- %Variación Precio. Sep-Oct'15 vs. Mismo periodo año anterior



* Año móvil '15: Comprende del bimestre Nov-Dic 2014 al bimestre Sep-Oct 2015.

** Año móvil '14: Comprende del bimestre Nov-Dic 2013 al bimestre Sep-Oct 2014.

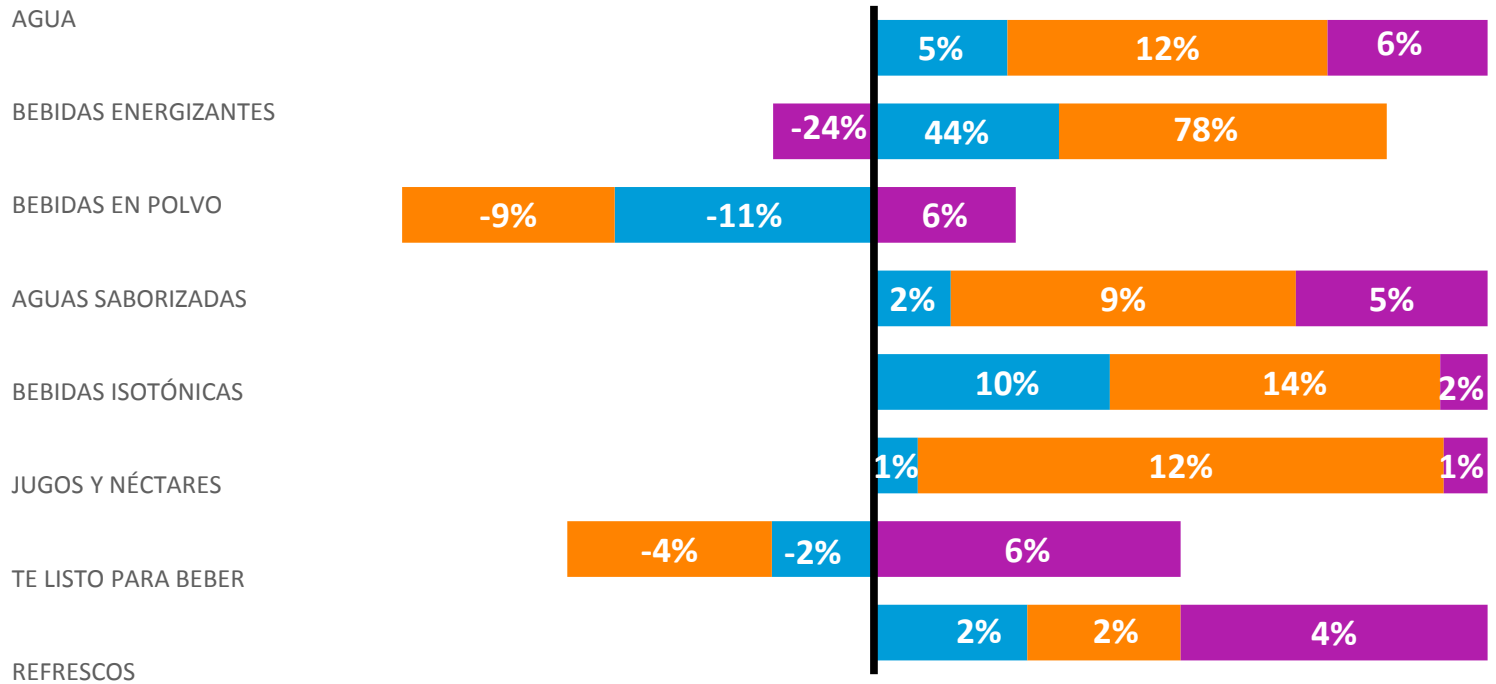
Fuente: Nuevo Nielsen Retail Index



AN UNCOMMON SENSE OF THE CONSUMER™

CANASTO BEBIDAS

- %Variación Ventas Unidades. Año móvil '15 vs. Año móvil '14
- %Variación Ventas Unidades. Sep-Oct '15 vs. Mismo periodo año anterior
- %Variación Precio. Sep-Oct '15 vs. Mismo periodo año anterior



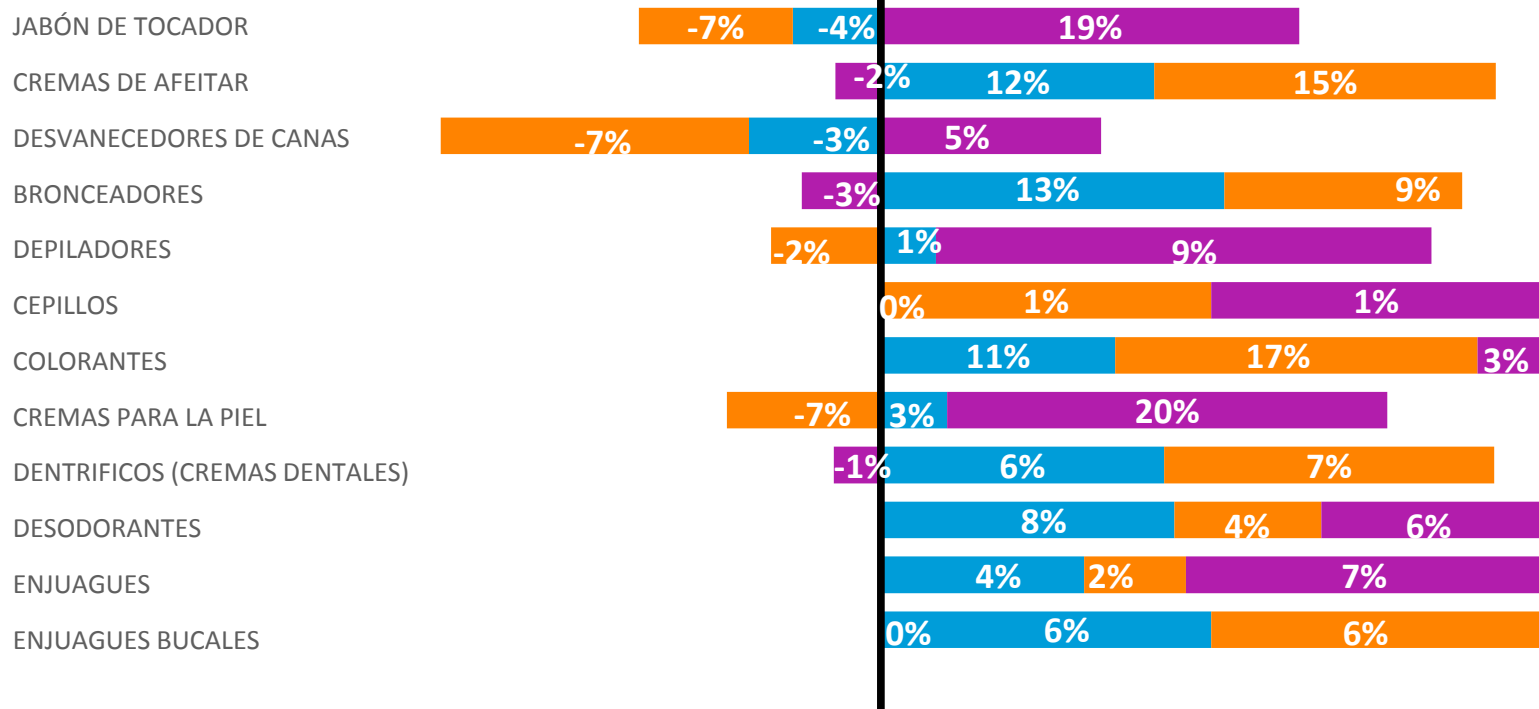
* Año móvil '15: Comprende del bimestre Nov-Dic 2014 al bimestre Sep-Oct 2015.

** Año móvil '14: Comprende del bimestre Nov-Dic 2013 al bimestre Sep-Oct 2014.

Fuente: Nuevo Nielsen Retail Index

CANASTO USO DOMÉSTICO

- %Variación Ventas Unidades. Año móvil '15 vs. Año móvil '14
- %Variación Ventas Unidades. Sep-Oct '15 vs. Mismo periodo año anterior
- %Variación Precio. Sep-Oct '15 vs. Mismo periodo año anterior



* Año móvil '15: Comprende del bimestre Nov-Dic 2014 al bimestre Sep-Oct 2015.

** Año móvil '14: Comprende del bimestre Nov-Dic 2013 al bimestre Sep-Oct 2014.

Fuente: Nuevo Nielsen Retail Index