

nielsen
.....

CANASTOS NIELSEN

Enero, 2016

PULSO DE LOS CANASTOS NIELSEN

Los Canastos Nielsen continúan mostrando un avance sostenido al presentar un crecimiento en volumen del 2.8%, mientras que en valor lo hace a ritmos del 5.4% respondiendo a la desaceleración en el alza de precios.

2015 fue un año marcado por la recuperación en el consumo, en donde el canasto de Golosinas mostró el mayor dinamismo con una variación de +4.5% y 7.4% en volumen y valor respectivamente, siendo la industria de Botanas quien lidera el crecimiento, seguida de Galletas.

Mientras tanto, Alimentos muestra el mayor rezago al crecer por debajo del total Canasto tanto en volumen como en valor, derivado del desempeño de Aceites y Café Soluble.

Hogar e Higiene y Belleza, presentan un crecimiento estable por debajo del Canasto, aunque vale la pena destacar que, vigoriza su desempeño en valor como resultado de una recuperación en los precios.

En comparación contra el mismo periodo del año anterior, los precios de la canasta comienzan a marcar una curva ascendente alcanzando niveles por arriba de la inflación (+3.6%) siendo el canal Proximidad quien ajusta sus precios a la alza en mayor magnitud seguido por el Canal Moderno y Tradicional.

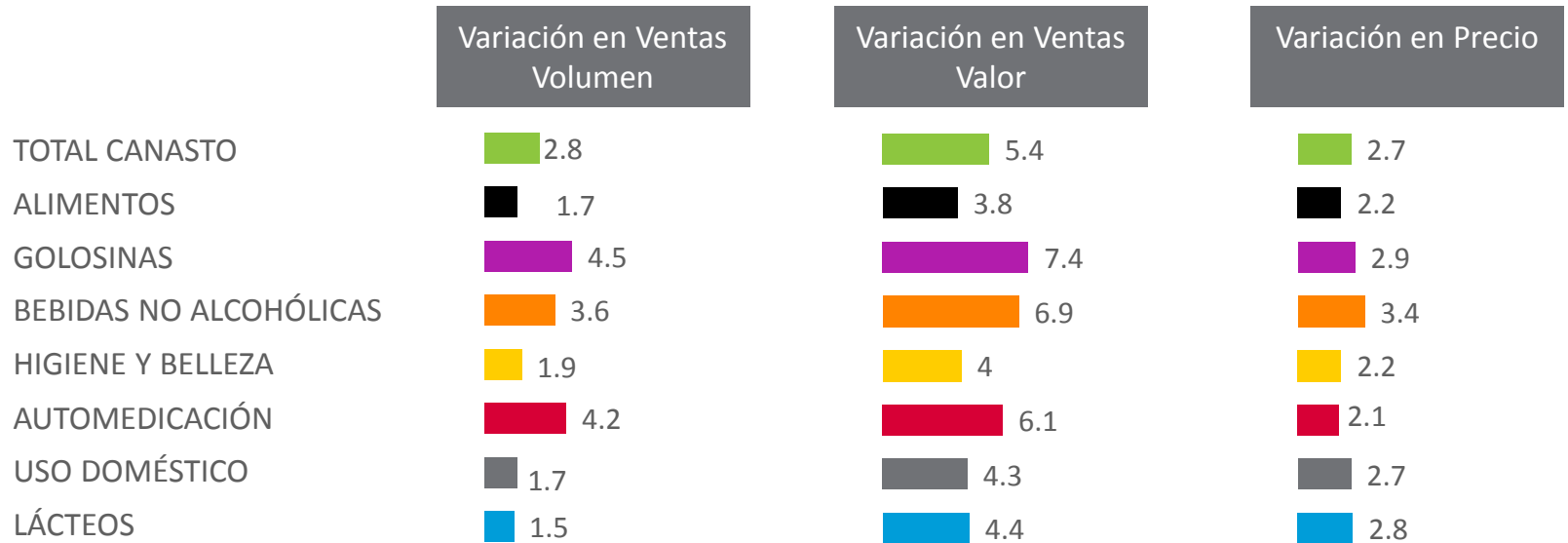
“Comienza a sentirse la presión de la apreciación del dólar en productos de la canasta cuya dependencia de importaciones o productos agropecuarios es alta. Es fundamental entender el impacto que esto generará en el mercado, y con ello, tomar decisiones asertivas en el manejo de precios, sin que la rentabilidad se vea comprometida” aseguró Yanira Reyes, Directora de cuenta de Nielsen .

Dado el impacto de la devaluación del peso se observa un crecimiento general en el precio de las canastas. En términos de precio, la categoría de alimentos es una de las de mayor crecimiento con un 2,4% seguido de la canasta de aseo con 1,2% y finalmente la canasta de miscelánea con 7,3%.

El Canasto de Bebidas no alcohólicas destaca también por su crecimiento, haciéndolo a ritmos de 3.6% en volumen y 6.9% en valor, apoyado por el impulso de Agua Natural a través de los formatos personales.

MÉXICO: TOTAL CANASTO

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



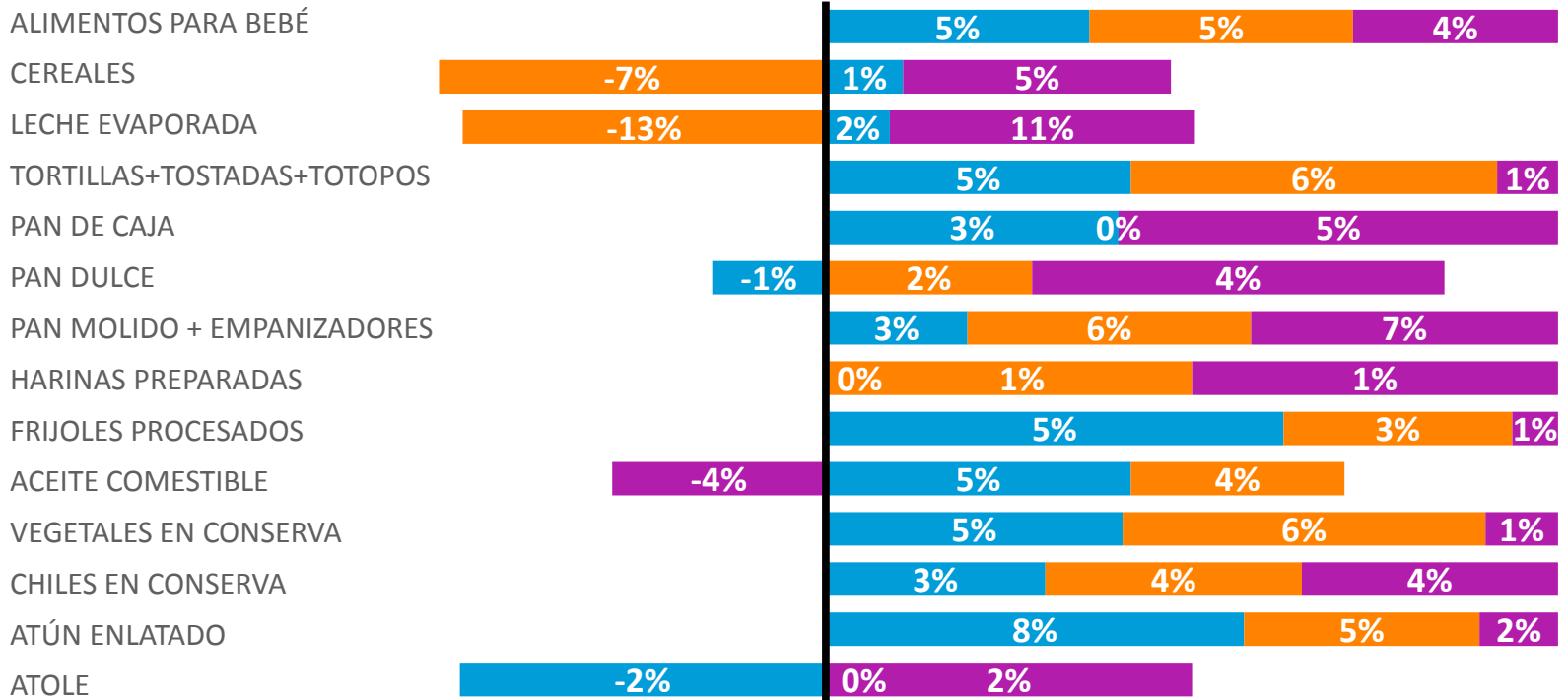
* Año móvil '15: Comprende del bimestre Ene-Feb 2015 al bimestre Oct-Nov 2015.

** Año móvil '14: Comprende del bimestre Ene-Feb 2014 al bimestre Oct-Nov 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. Oct-Nov'15 vs. Mismo periodo año anterior
- %Variación Precio. Oct-Nov'15 vs. Mismo periodo año anterior



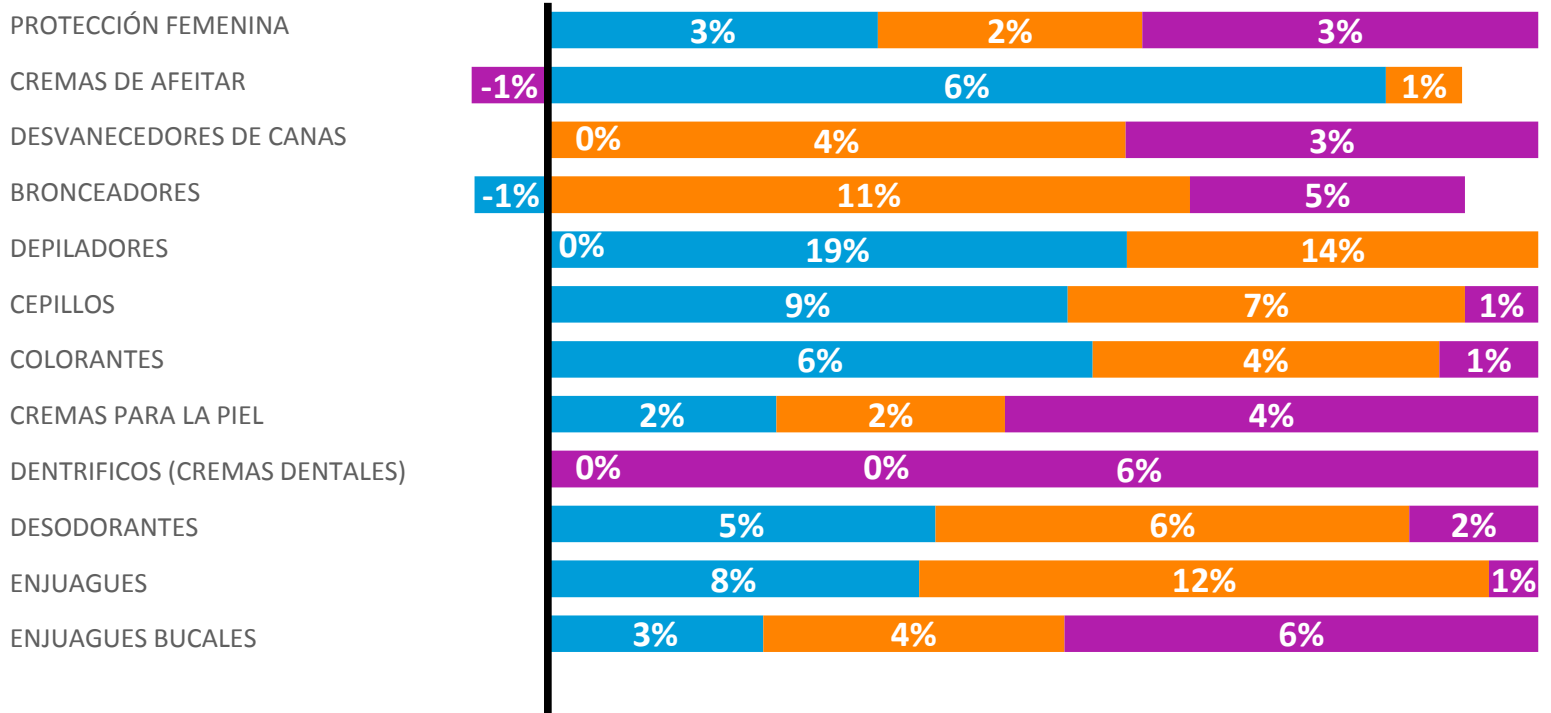
* Año móvil '15: Comprende del bimestre Ene-Feb 2015 al bimestre Oct-Nov 2015.

** Año móvil '14: Comprende del bimestre Ene-Feb 2014 al bimestre Oct-Nov 2014.

Fuente: Nuevo Nielsen Retail Index

CANASTO HIGIENE Y BELLEZA

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



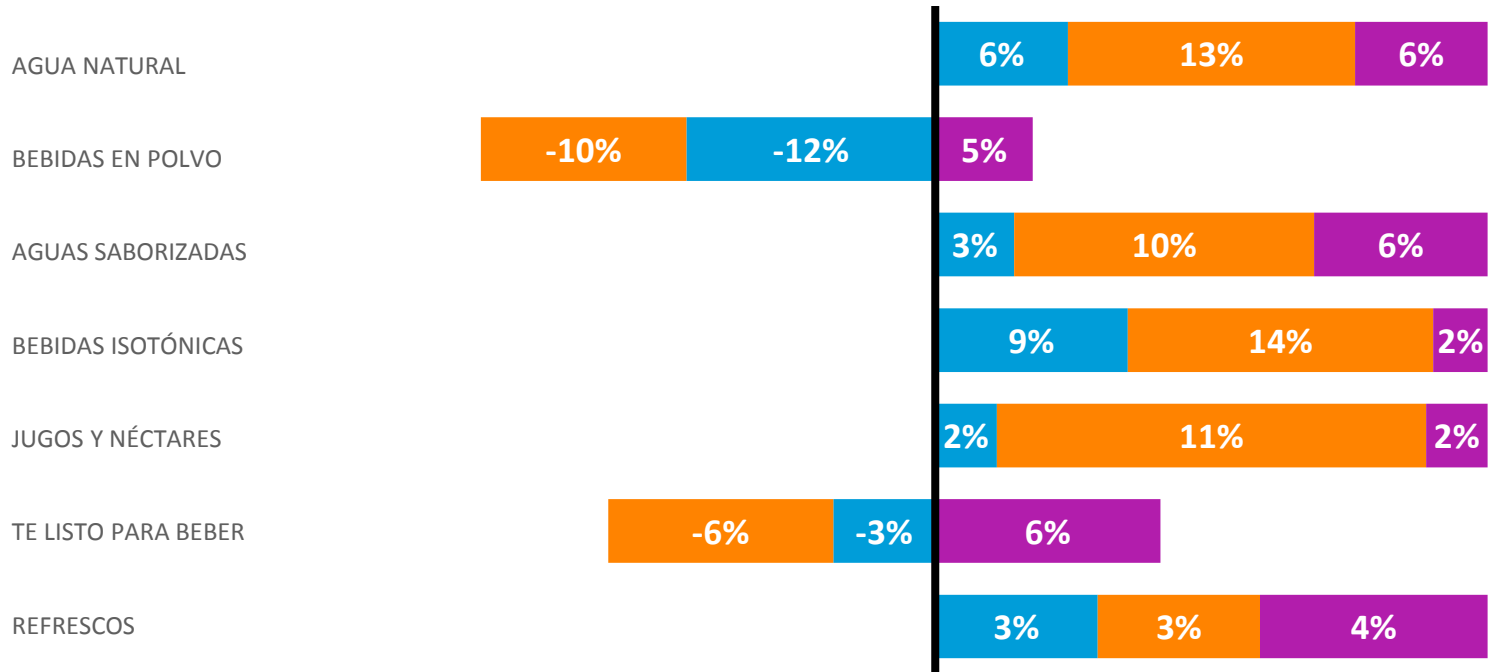
* Año móvil '15: Comprende del bimestre Ene-Feb 2015 al bimestre Oct-Nov 2015.

** Año móvil '14: Comprende del bimestre Ene-Feb 2014 al bimestre Oct-Nov 2014.

Fuente: Nuevo Nielsen Retail Index

CANASTO BEBIDAS

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



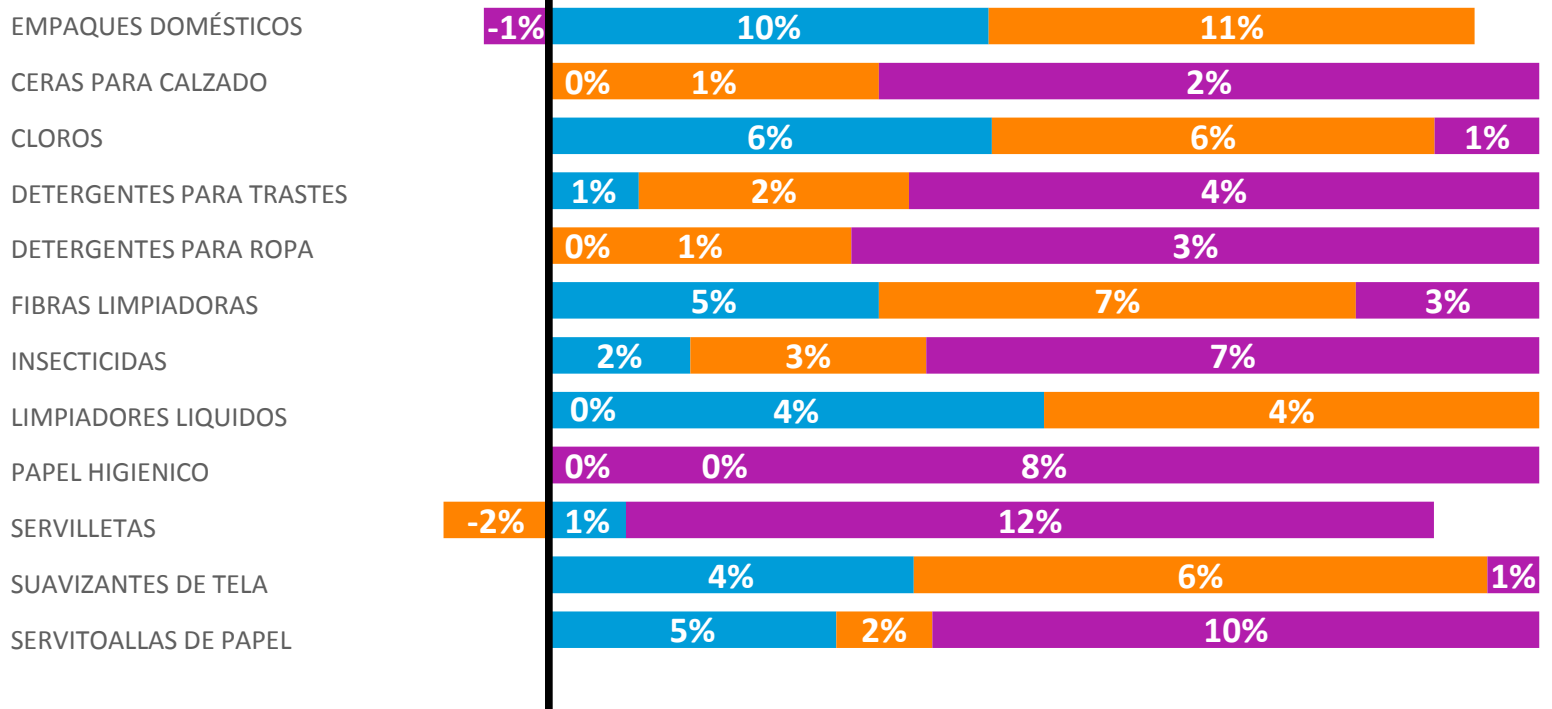
* Año móvil '15: Comprende del bimestre Ene-Feb 2015 al bimestre Oct-Nov 2015.

** Año móvil '14: Comprende del bimestre Ene-Feb 2014 al bimestre Oct-Nov 2014.

Fuente: Nuevo Nielsen Retail Index

CANASTO USO DOMÉSTICO

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



* Año móvil '15: Comprende del bimestre Ene-Feb 2015 al bimestre Oct-Nov 2015.

** Año móvil '14: Comprende del bimestre Ene-Feb 2014 al bimestre Oct-Nov 2014.

Fuente: Nuevo Nielsen Retail Index