

nielsen
.....

CANASTOS NIELSEN

Noviembre 2013

PULSO DE LOS CANASTOS NIELSEN

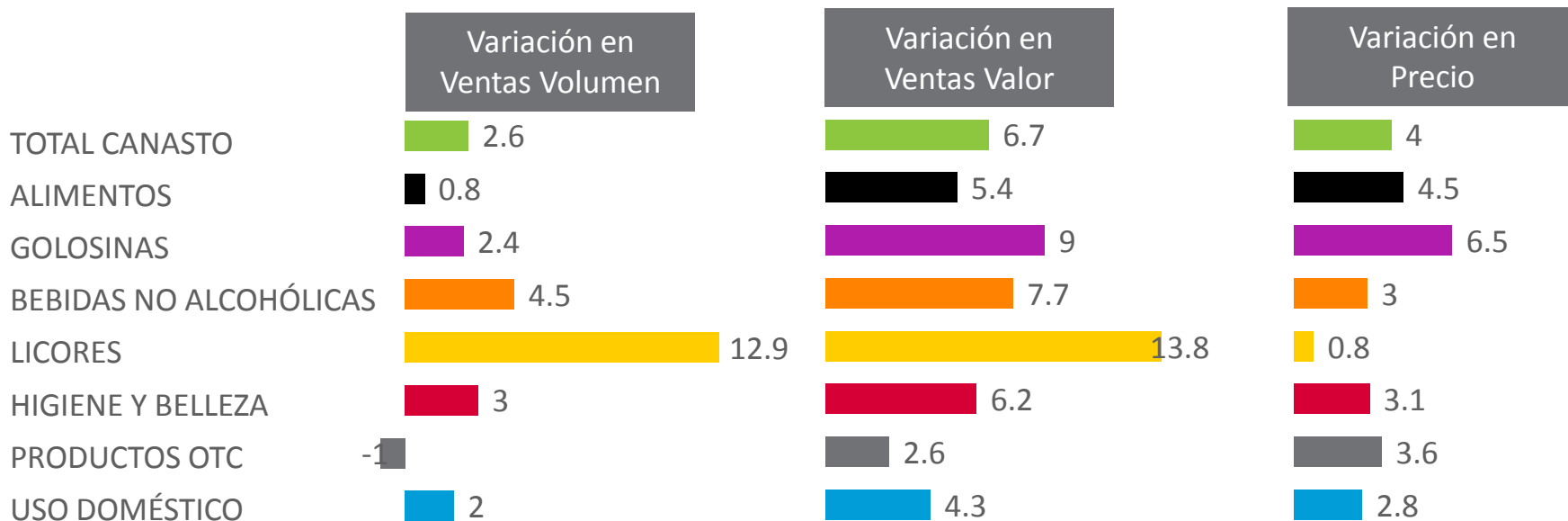
Para el periodo julio-septiembre 2013, comparando los últimos doce meses vs. los doce previos, los Canastos Nielsen mostraron un crecimiento de 2.6% en ventas volumen y 6.7% en valor, con un aumento en precios de 4.0%.

Analizando el crecimiento en ventas valor ya deflactadas, el Canasto de categorías de consumo masivo incrementó un 3.2%; si comparamos esta cifra con el crecimiento del PIB para el tercer trimestre del año 1.0% o con el pronóstico del PIB por el Banco de México del 1.4% para el 2013, las categorías de consumo masivo presentan un mejor desempeño.

Edgar Villa, Director de Cuenta de Nielsen México, comenta que los Canastos que aportan en mayor medida al crecimiento son los de Bebidas no alcohólicas e Higiene y Belleza. Para el caso de Bebidas el crecimiento está ligado a un incremento en la demanda, ya que los ajustes de precio en esta industria han venido decreciendo y se encuentran por debajo de la inflación; mientras en el Canasto de Higiene y Belleza, el ajuste de precios desde inicios del año ha impulsado su crecimiento con datos superiores al 3% para los últimos periodos.

El Canal Tradicional muestra una recuperación en el último periodo con 3.4% vs. el mismo periodo del año pasado, no obstante el promedio del año se encuentra en 1.3% en ventas volumen, este Canal sí muestra un crecimiento en valor por efecto de incrementos de precio.

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 Oct-Nov 2012 al bimestre Ago-Sep 2013.

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

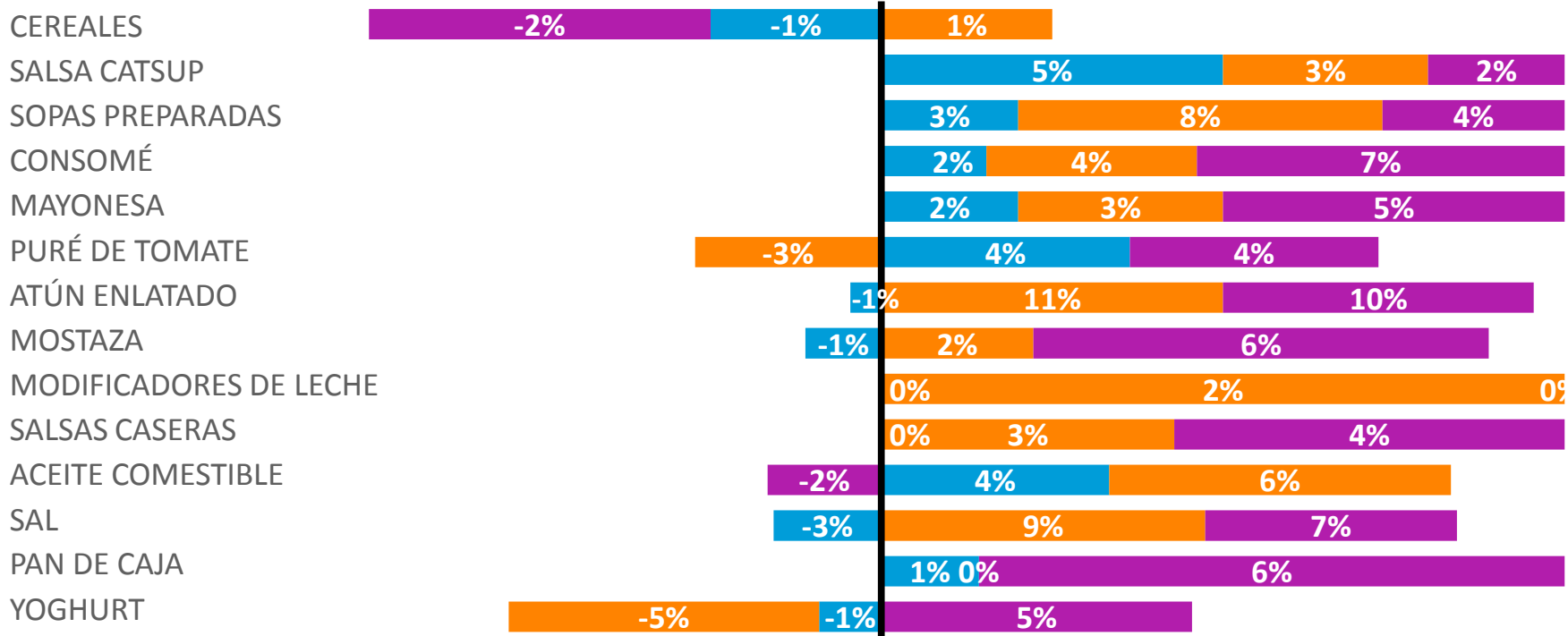
Acerca de Nielsen

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 ALIMENTOS

Fuente: Nielsen Retail Index



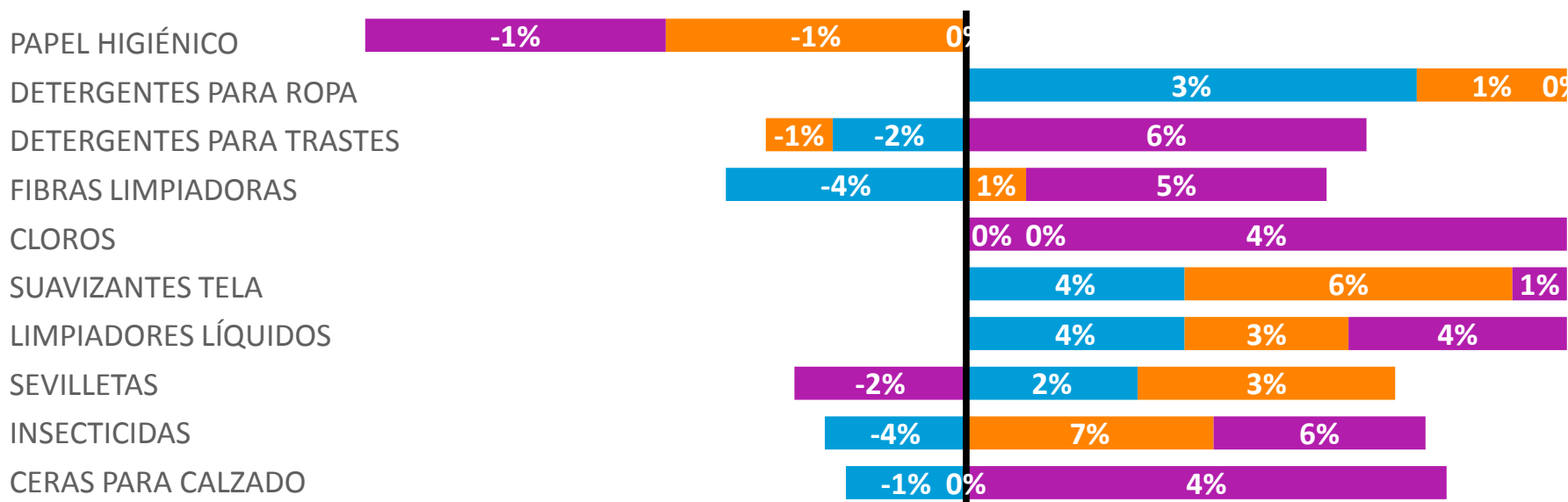
- %Variación Ventas Volumen. Año móvil '13 vs. Año móvil '12
- %Variación Ventas Valor. Ago-Sep '13 vs. Mismo periodo, año anterior
- %Variación Precio. Ago-Sep '13 vs. Mismo periodo, año anterior

•Año móvil '13: Comprende del bimestre Oct-Nov 2012 al bimestre Ago-Sep 2013.

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

CANASTO USO DOMÉSTICO

Fuente: Nielsen Retail Index



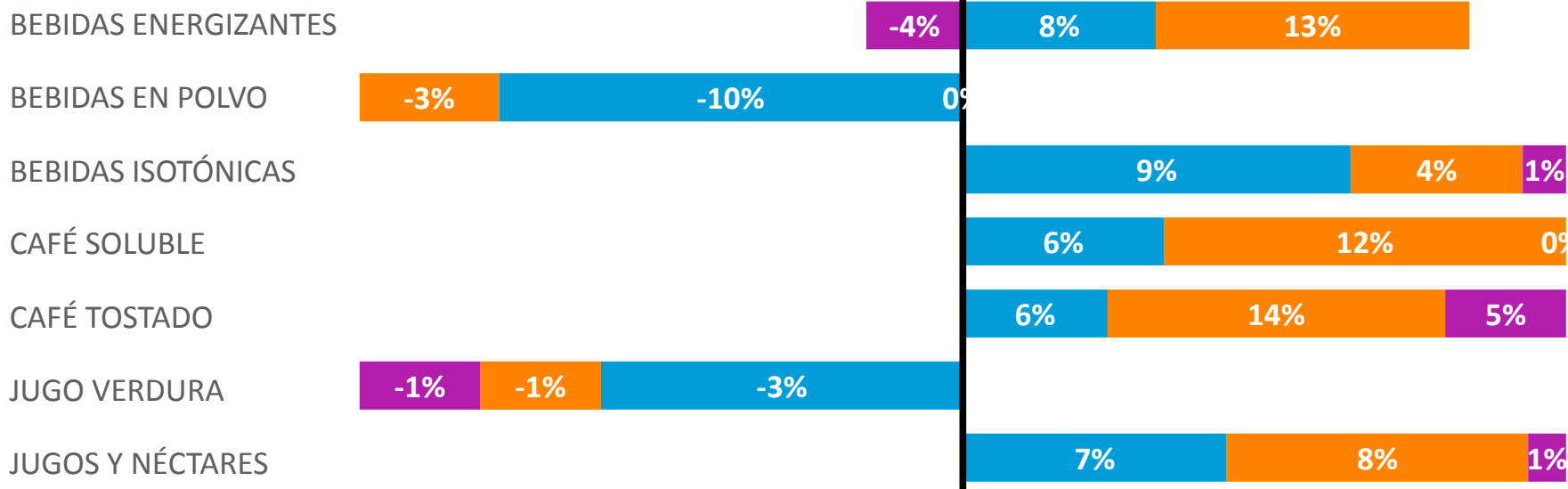
- %Variación Ventas Volumen. Año móvil '13 vs. Año móvil '12
- %Variación Ventas Valor. Ago-Sep '13 vs. Mismo periodo, año anterior
- %Variación Precio. Ago-Sep '13 vs. Mismo periodo, año anterior

•Año móvil '13: Comprende del bimestre Oct-Nov 2012 al bimestre Ago-Sep 2013.

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

CANASTO BEBIDAS

Fuente: Nielsen Retail Index



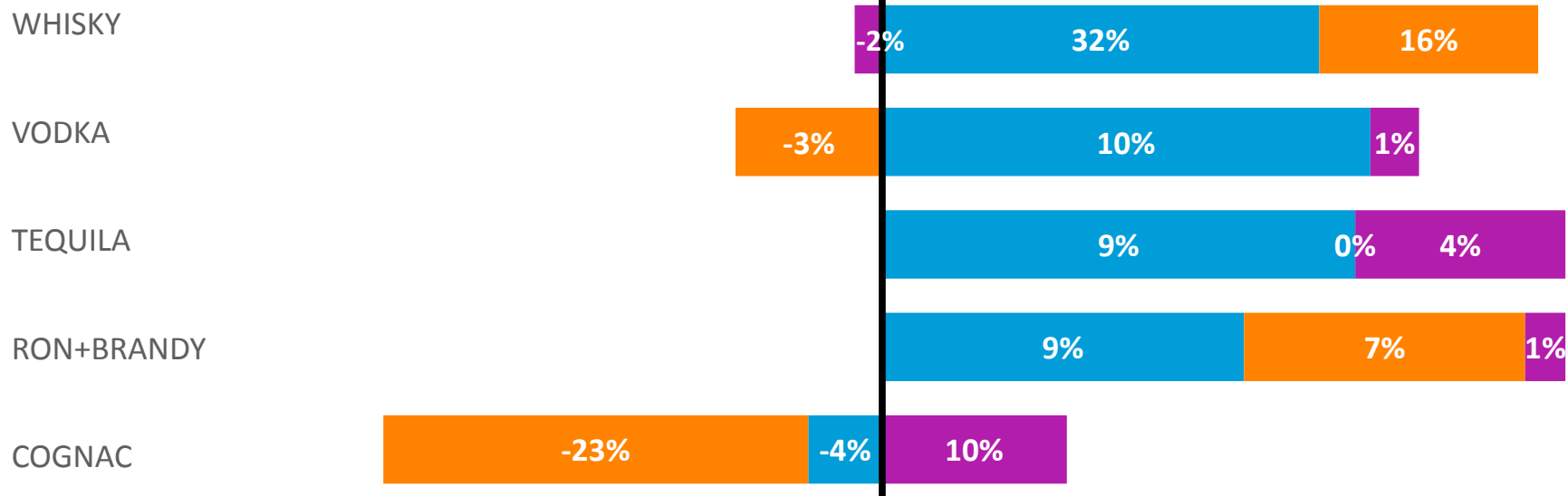
- %Variación Ventas Volumen. Año móvil '13 vs. Año móvil '12
- %Variación Ventas Valor. Ago-Sep '13 vs. Mismo periodo, año anterior
- %Variación Precio. Ago-Sep '13 vs. Mismo periodo, año anterior

•Año móvil '13: Comprende del bimestre Oct-Nov 2012 al bimestre Ago-Sep 2013.

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

CANASTO LICORES

Fuente: Nielsen Retail Index



- %Variación Ventas Volumen. Año móvil '13 vs. Año móvil '12
- %Variación Ventas Valor. Ago-Sep '13 vs. Mismo periodo, año anterior
- %Variación Precio. Ago-Sep '13 vs. Mismo periodo, año anterior

•Año móvil '13: Comprende del bimestre Oct-Nov 2012 al bimestre Ago-Sep 2013.

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



CANASTO ALIMENTOS

Evolución por categorías en Ventas Unidades
TOTAL MÉXICO

Periodo Reportado: Bimestre Ago-Sep 2013

Categorías	% Variación Ventas Unidades			% Variación Precio
	Año Móvil '13 Vs. Año Móvil '12	Ago-Sep '13 Vs. Bimestre Anterior	Ago-Sep '13 Vs. Mismo Periodo Año Anterior	Ago-Sep '13 Vs. Mismo Periodo Año Anterior
CEREALES	-1	-1	1	-2
SALSA CATSUP	5	-6	3	2
SOPAS PREPARADAS	3	5	8	4
CONSOMÉ	2	1	4	7
MAYONESA	2	4	3	5
PURÉ DE TOMATE	4	0	-3	4
ATÚN ENLATADO	-1	10	11	10
MOSTAZA	-1	0	2	6
MODIFICADORES DE LECHE	0	2	2	0
SALSAS CASERAS	0	3	3	4
ACEITE COMESTIBLE	4	5	6	-2
SAL	-3	8	9	7
PAN DE CAJA	1	4	0	6
YOGHURT	-1	-2	-5	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 '13: Comprende del bimestre Oct-Nov 2012 al bimestre Ago-Sep 2013.

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



CANASTO USO DOMÉSTICO

Evolución por categorías en Ventas Unidades
TOTAL MÉXICO

Periodo Reportado: Bimestre Ago-Sep 2013

Categorías	% Variación Ventas Unidades			% Variación Precio
	Año Móvil '13 Vs. Año Móvil '12	Ago-Sep '13 Vs. Bimestre Anterior	Ago-Sep '13 Vs. Mismo Periodo Año Anterior	Ago-Sep '13 Vs. Mismo Periodo Año Anterior
PAPEL HIGIÉNICO	0	-9	-1	-1
DETERGENTES PARA ROPA	3	-5	1	0
DETERGENTES PARA TRASTES	-2	-2	-1	6
FIBRAS LIMPIADORAS	-4	-2	1	5
CLOROS	0	-1	0	4
SUAVIZANTES TELA	4	1	6	1
LIMPIADORES LÍQUIDOS	4	-3	3	4
SERVILLETAS	2	-3	3	-2
INSECTICIDAS	-4	16	7	6
CERAS PARA CALZADO	-1	10	0	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 Oct-Nov 2012 al bimestre Ago-Sep 2013.

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



CANASTO BEBIDAS

Evolución por categorías en Ventas Unidades
TOTAL MÉXICO

Periodo Reportado: Bimestre Ago-Sep 2013

Categorías	% Variación Ventas Unidades			% Variación Precio
	Año Móvil '13 Vs. Año Móvil '12	Ago-Sep '13 Vs. Bimestre Anterior	Ago-Sep '13 Vs. Mismo Periodo Año Anterior	Ago-Sep '13 Vs. Mismo Periodo Año Anterior
BEBIDAS ENERGIZANTES	8	1	13	-4
BEBIDAS EN POLVO	-10	-5	-3	0
BEBIDAS ISOTÓNICAS	9	-5	4	1
CAFÉ SOLUBLE	6	8	12	0
CAFÉ TOSTADO	6	2	14	5
JUGO VERDURA	-3	4	-1	-1
JUGOS Y NÉCTARES	7	2	8	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 Oct-Nov 2012 al bimestre Ago-Sep 2013.

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



CANASTO LICORES

Evolución por categorías en Ventas Unidades
TOTAL MÉXICO

Periodo Reportado: Bimestre Ago-Sep 2013

Categorías	% Variación Ventas Unidades			% Variación Precio
	Año Móvil '13 Vs. Año Móvil '12	Ago-Sep '13 Vs. Bimestre Anterior	Ago-Sep '13 Vs. Mismo Periodo Año Anterior	Ago-Sep '13 Vs. Mismo Periodo Año Anterior
WHISKY	32	3	16	-2
VODKA	10	7	-3	1
TEQUILA	9	12	0	4
RON+BRANDY	9	7	7	1
COGNAC	-4	8	-23	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 '13: Comprende del bimestre Oct-Nov 2012 al bimestre Ago-Sep 2013.

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

