

nielsen  
.....

# CANASTOS NIELSEN

Marzo, 2015

# PULSO DE LOS CANASTOS NIELSEN

Para el periodo Noviembre-Enero 2015, comparando los últimos doce meses vs. los doce previos, los Canastos Nielsen mostraron un crecimiento de apenas 0.1% en ventas volumen y 5.8% en valor, con un aumento en precios de 5.7%.

Analizando el crecimiento en ventas valor ya deflactadas, el Canasto de categorías de consumo masivo tuvo un aumento de 2.7%; si comparamos esta cifra con el crecimiento del PIB para el 2014 que fue de 2.1%, la cifra es mayor, dado que los canastos de Golosinas y Bebidas No Alcohólicas crecen a un mayor ritmo en Ventas Valor 10.3% y 10.8%, respectivamente.

Edgar Villa, Director de Cuenta de Nielsen México, comenta que los Canastos que tuvieron los mayores crecimientos son los que están impactados por el Impuesto Especial sobre Producción y Servicios (IEPS), esto ha tenido consecuencias importantes tanto en el consumidor, como en el tendero del canal tradicional.

Por una parte el consumidor mantiene un consumo muy similar al 2013 en los canastos con categorías con IEPS, ya que Golosinas solo decrece -2.1% en Ventas Volumen, mientras que el canasto de Bebidas No Alcohólicas disminuye -1.2%, por lo que el consumidor tiene que redistribuir su gasto en el resto de canastos, siendo los de menores crecimientos: Alimentos, Higiene y Belleza y Hogar, que promedian 3.1% en ventas valor vs. el año 2013.

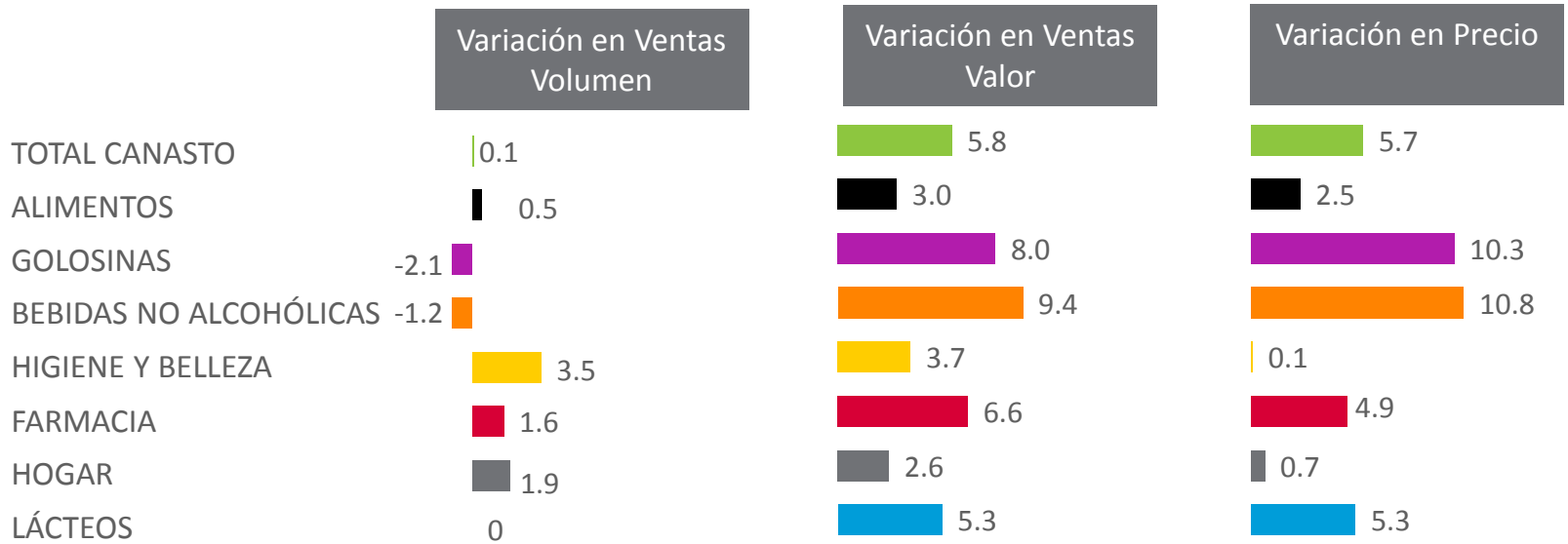
La otra cara de la moneda es el Canal Tradicional, que decreció -3.7% en sus Ventas Volumen; si bien crece en Valor +4.6%, todo este efecto es por el incremento de +8.6% de precios del tradicional, lo que hace que el tendero reajuste el gasto en el portafolio que maneja; esto se ve reflejado por una contracción en las Ventas Volumen en especial el canasto de Hogar que reporta una reducción de -6.2% vs. el periodo anual terminado en Enero de 2014.



AN UNCOMMON SENSE OF THE CONSUMER™

# MÉXICO: TOTAL CANASTO

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



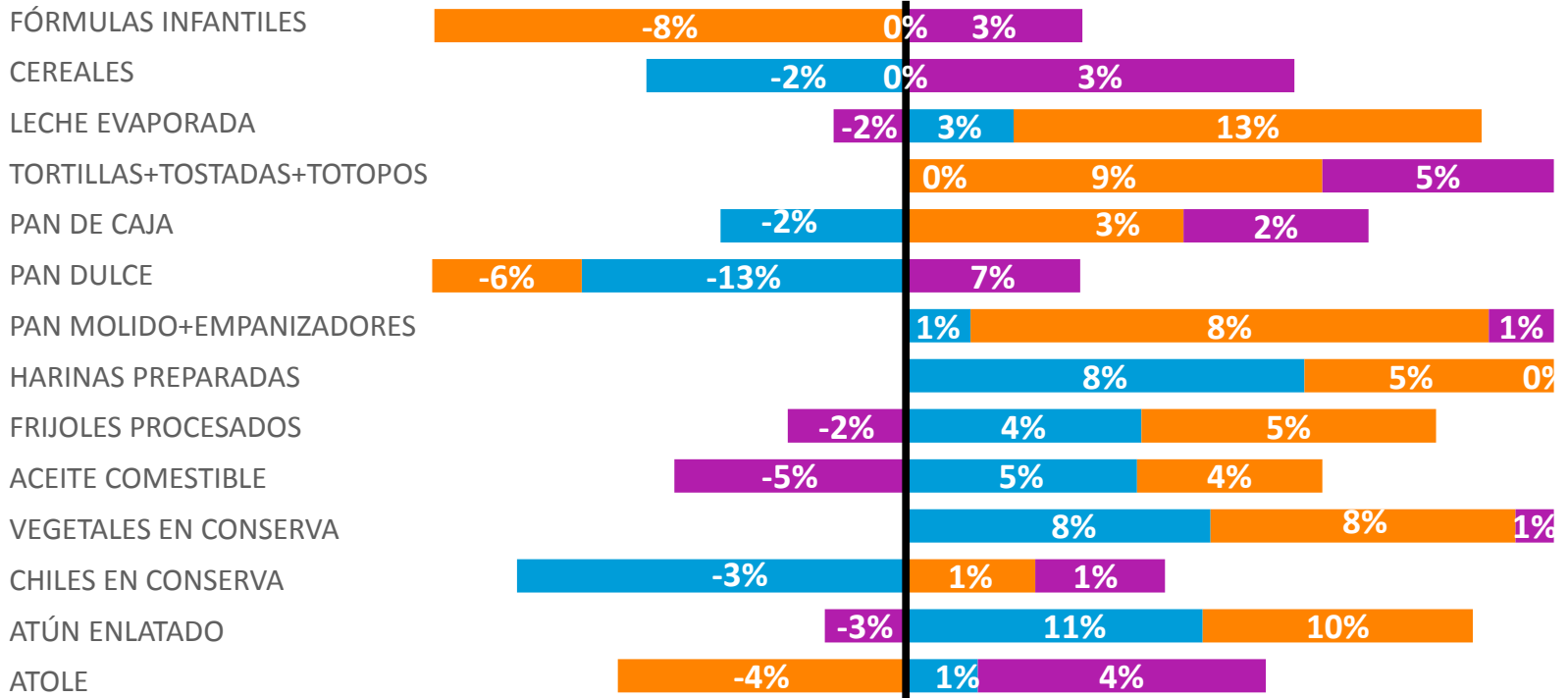
\*Año móvil '15: Comprende del bimestre Feb-Mar 2015 al bimestre Dic-Ene 2015.

\*\* Año móvil '14: Comprende del bimestre Feb-Mar 2014 al bimestre Dic-Ene 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, Hogar, Golosinas, Bebidas, Farmacia y Lácteos. 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. Dic-Ene '15 vs. Mismo periodo año anterior
- %Variación Precio. Dic-Ene '15 vs. Mismo periodo año anterior



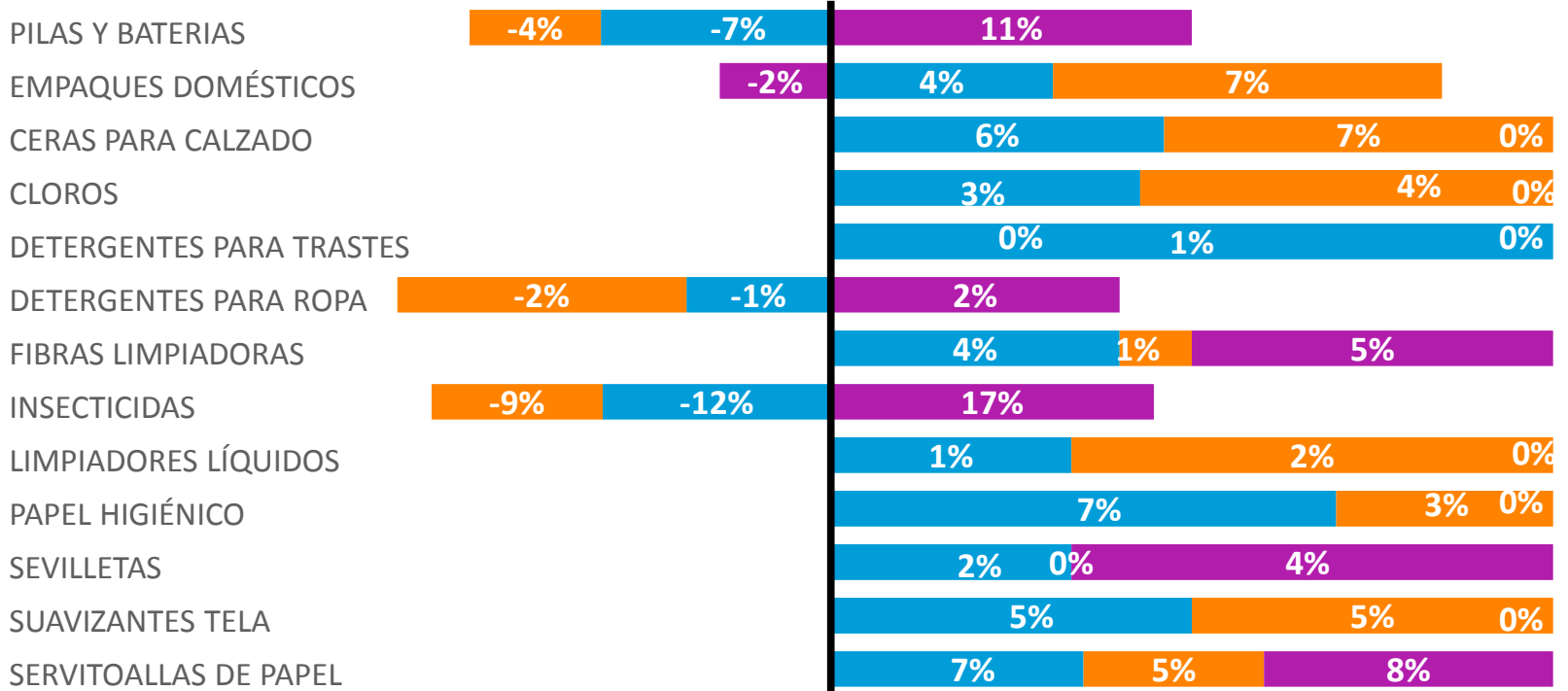
\*Año móvil '15: Comprende del bimestre Feb-Mar 2015 al bimestre Dic-Ene 2015.

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

Fuente: Nuevo Nielsen Retail Index

# CANASTO HOGAR

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



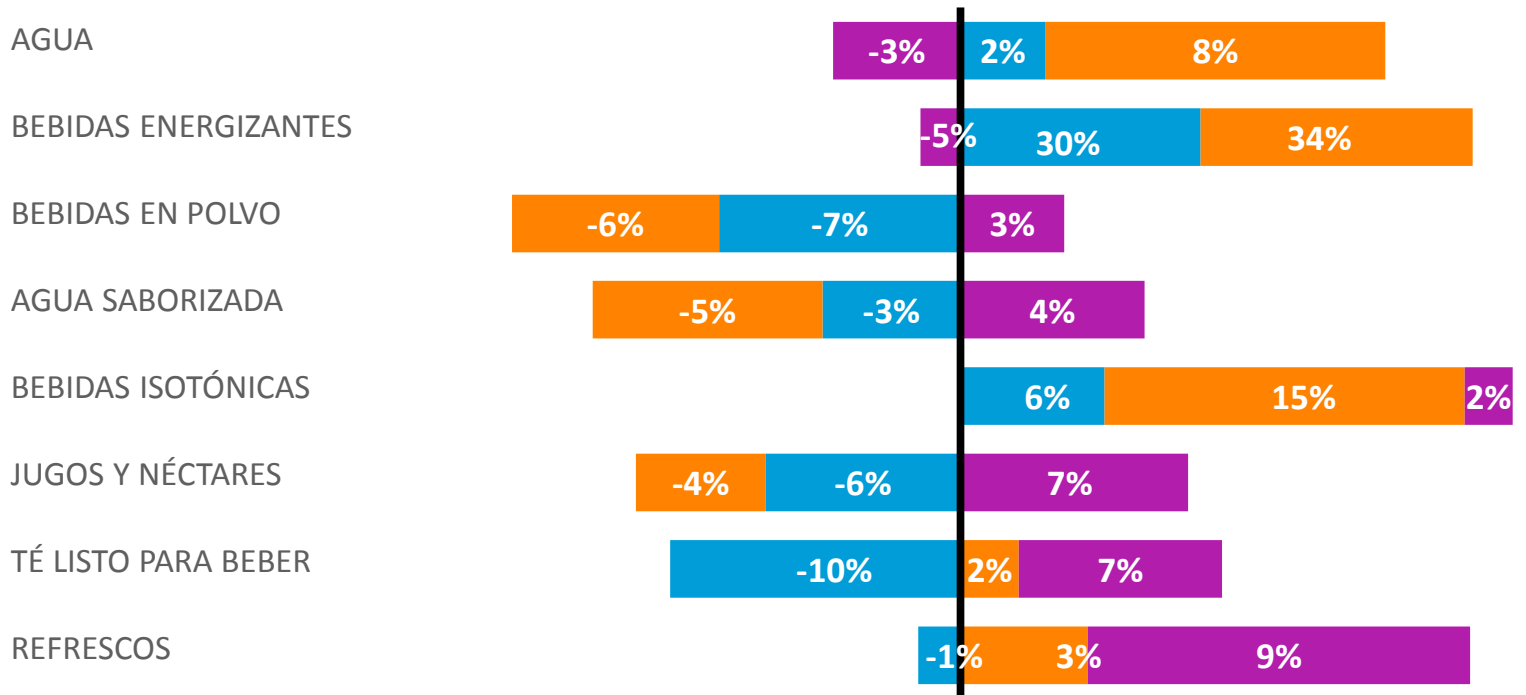
\*Año móvil '15: Comprende del bimestre Feb-Mar 2015 al bimestre Dic-Ene 2015.

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

Fuente: Nuevo Nielsen Retail Index

# CANASTO BEBIDAS

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



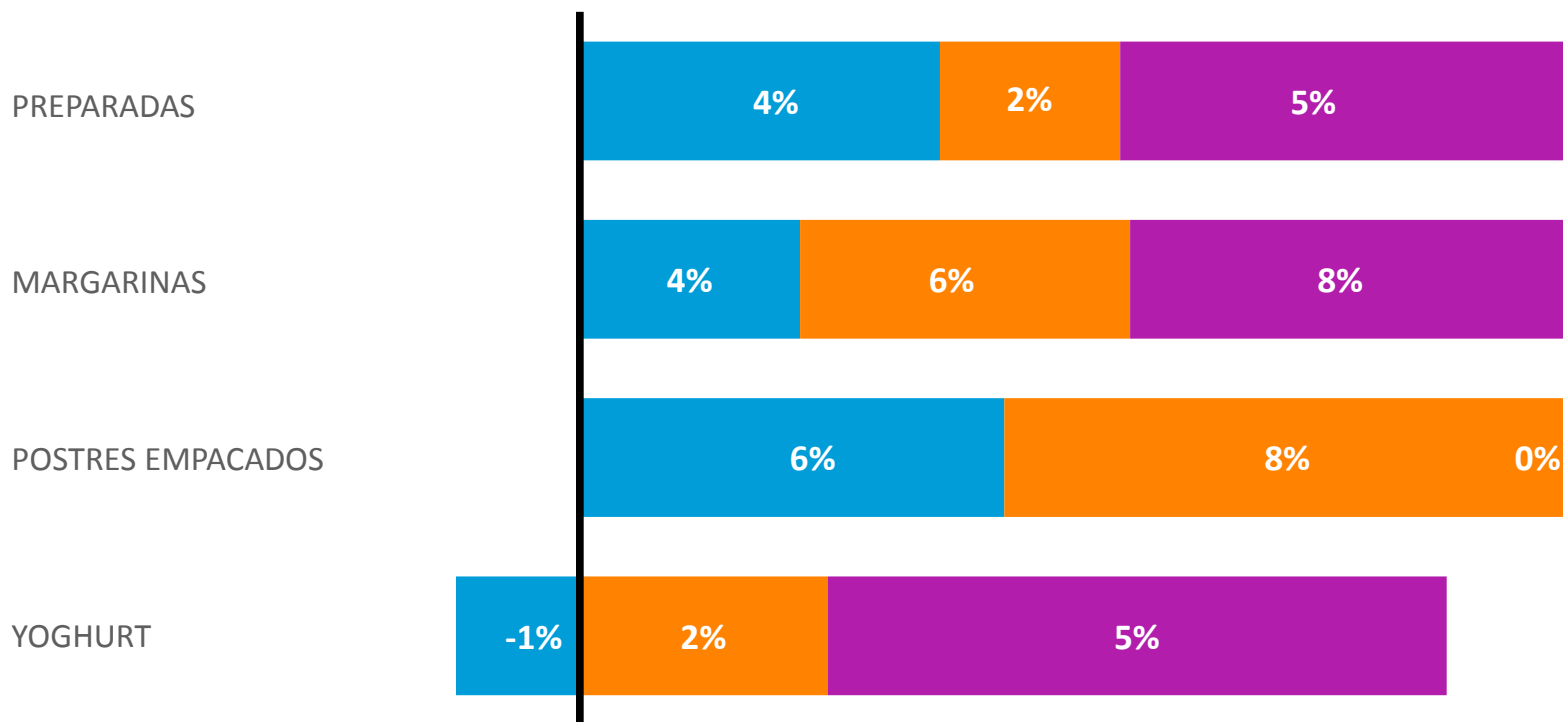
\*Año móvil '15: Comprende del bimestre Feb-Mar 2015 al bimestre Dic-Ene 2015.

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

Fuente: Nuevo Nielsen Retail Index

# CANASTO LÁCTEOS

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



\*Año móvil '15: Comprende del bimestre Feb-Mar 2015 al bimestre Dic-Ene 2015.

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

Fuente: Nuevo Nielsen Retail Index