

The background features a complex, abstract design. On the right side, there is a dense grid of thin, curved lines in various colors including blue, yellow, red, and purple, creating a sense of depth and movement. On the left side, several thin lines extend from the top towards the center, each ending in a small, solid-colored dot in shades of blue, green, and yellow.

nielsen
.....

CANASTOS NIELSEN

MAYO 2013

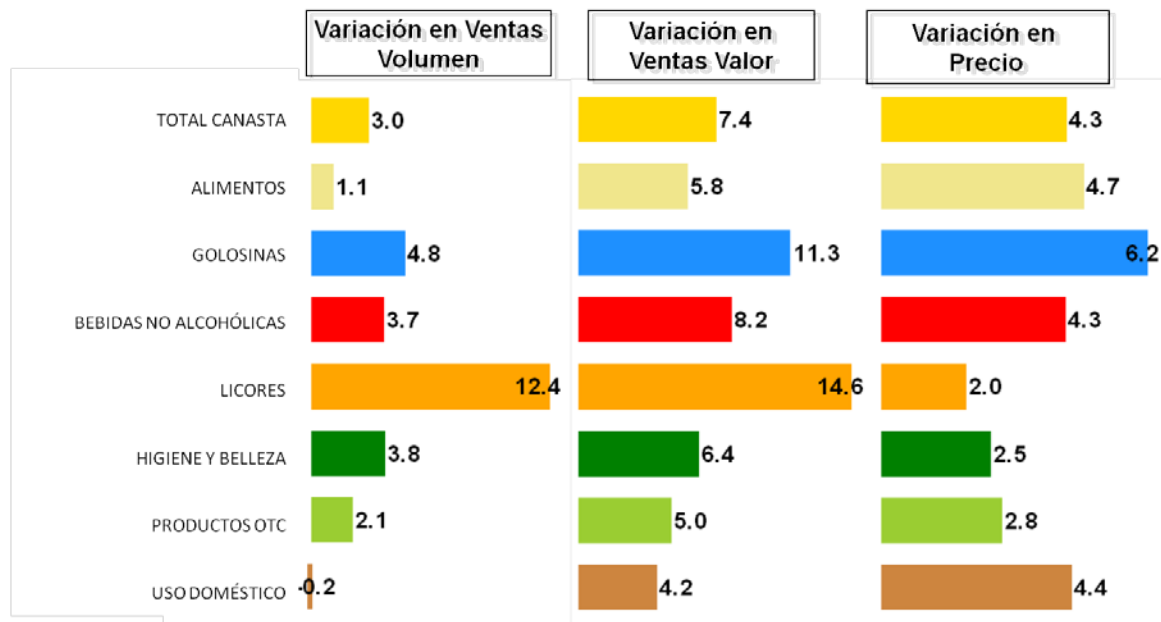
PULSO DE LOS CANASTOS NIELSEN

Para el periodo febrero-marzo de 2013, los Canastos Nielsen tienen un crecimiento de 3% en volumen y 7.4% en valor, con un aumento en precios del 4.3 %, cifra ligeramente inferior a la inflación. Lo destacable entre estos resultados es el dato positivo en volumen, la cual rompe con la tendencia de desaceleración que se venía experimentando durante el último año móvil.

Los subcanastos Nielsen que impulsan este comportamiento positivo en volumen son principalmente Golosinas, Higiene y Belleza, Bebidas y Licores; Alimentos y Uso Doméstico sí presentan crecimiento pero es más conservador que el promedio. En el caso concreto del Canasto de Alimentos, las categorías de Consomé, Atún, Modificadores de Leche y Leche en Polvo muestran contracciones en volumen comparadas con el año anterior, sin embargo, categorías como Cereales y Yogurt crecen a un ritmo del 2%.

Maria Luisa Villegas, Directora de Cuenta de Nielsen México, menciona que ante la presión de incrementos de precio para recuperar los costos de los insumos básicos, es importante desarrollar nuevas opciones de puntos de precio para lograr mantener al consumidor en las categorías y marcas que habitualmente compra, con su desembolso por ocasión acostumbrado.

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



* Año móvil '13: Comprende del bimestre Abr-May 2012 al bimestre Feb-Mar 2013.

** Año móvil '12: Comprende del bimestre Abr May 2011 al bimestre Feb-Mar 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

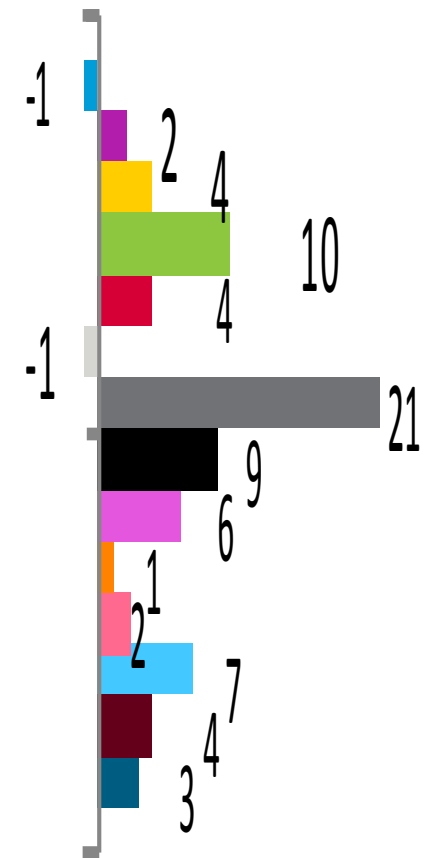
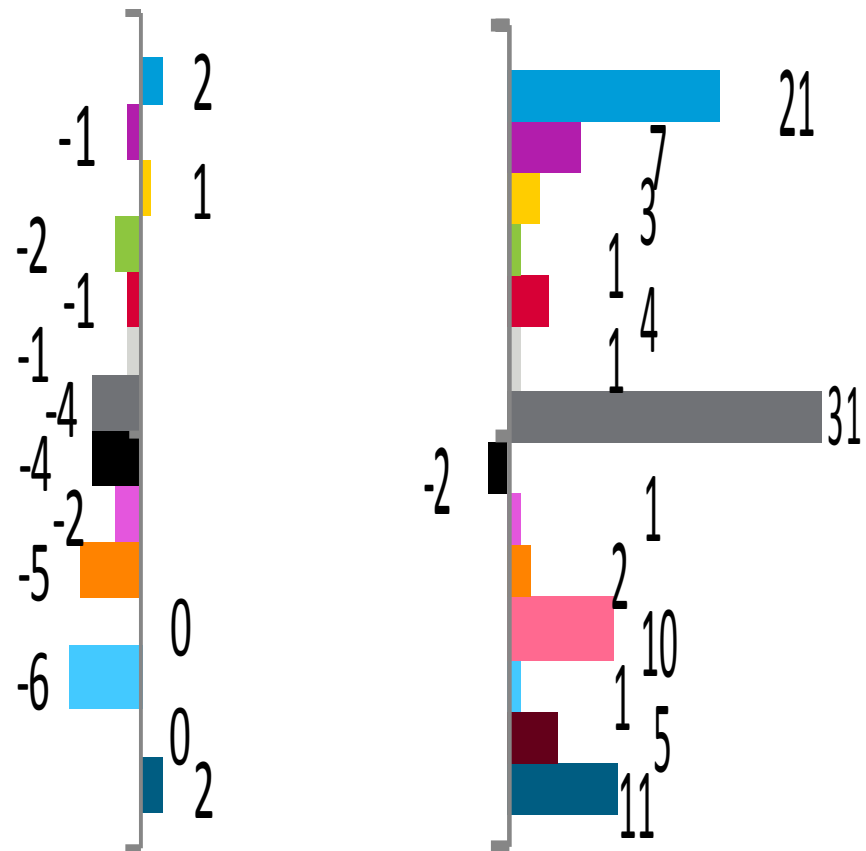
% Variación en Precio

Año Móvil '13
Vs.
Año Móvil '12

Feb-Mar '13
Vs.
Bimestre Anterior

Feb-Mar '13
Vs.
Mismo Periodo Año Anterior

- CEREALES ---
- SALSA CATSUP ---
- SOPAS PREPARADAS ---
- CONSOMÉ ---
- MAYONESESA ---
- PURÉ DE TOMATE ---
- ATÚN ENLATADO ---
- MOSTAZA ---
- MODIFICADORES DE LECHE ---
- SALSAS CASERAS ---
- ACEITE COMESTIBLE ---
- SAL ---
- PAN DE CAJA ---
- YOGHURT ---



Canastos Nielsen México. * Año móvil '13: Comprende del bimestre Abr-May 2012 al bimestre Feb-Mar 2013.

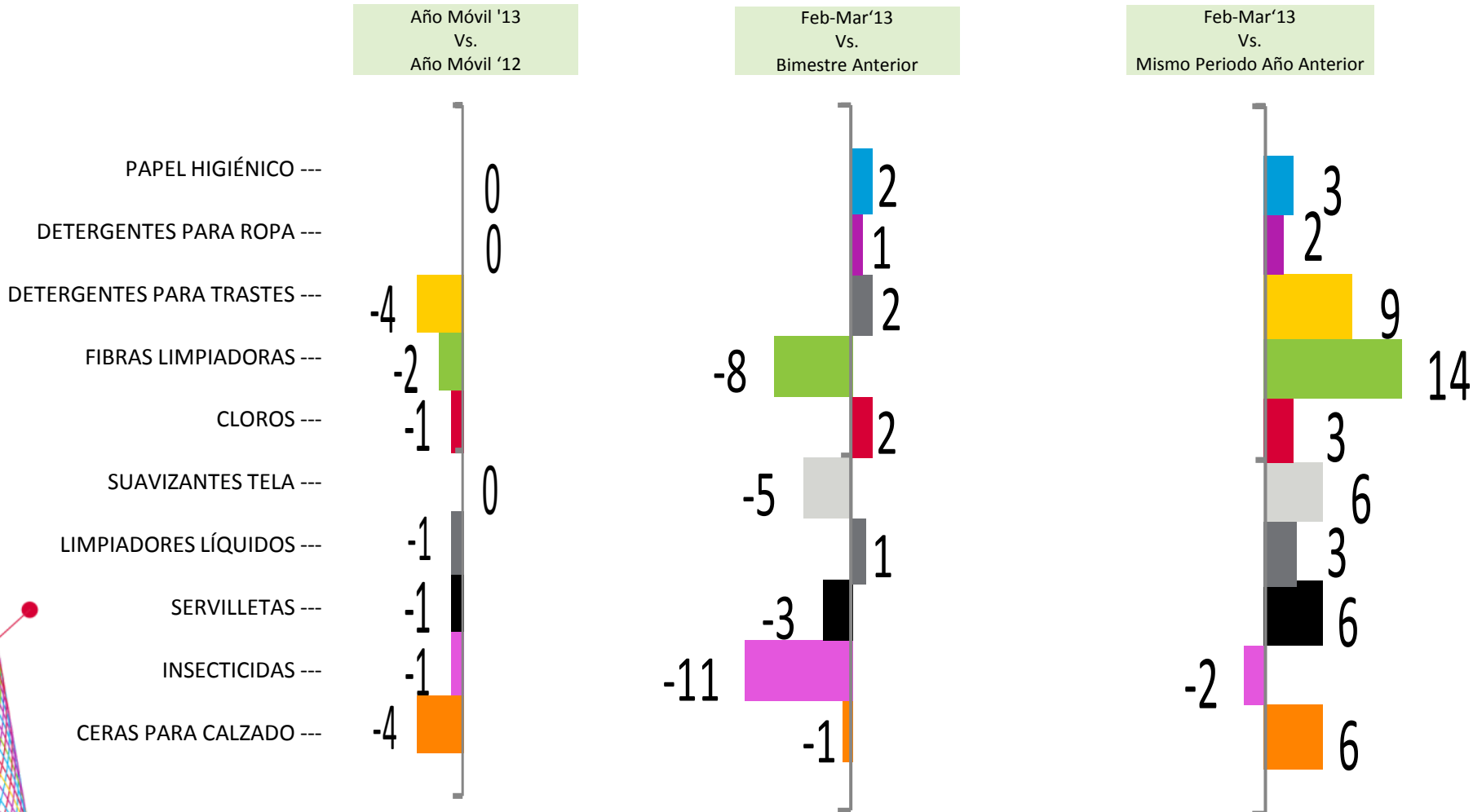
*** Año móvil '12: Comprende del bimestre Abr-May 2011 al bimestre Feb-Mar 2012.

CANASTO USO DOMÉSTICO

Fuente: Nielsen Retail Index

% Variación Ventas Volumen

% Variación en Precio

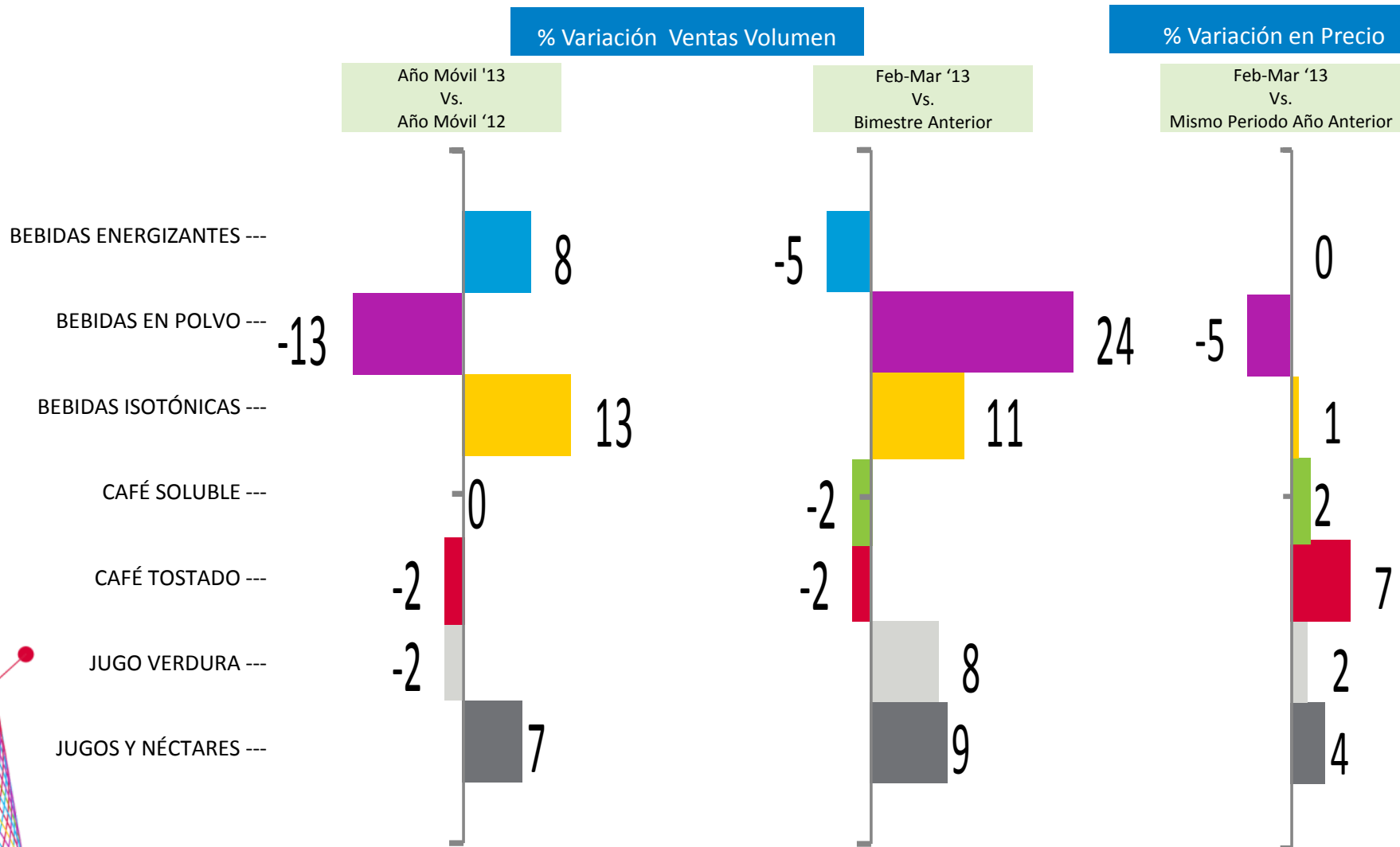


Canastos Nielsen México. * Año móvil '13: Comprende del bimestre Abr-May 2012 al bimestre Feb-Mar 2013.

*** Año móvil '12: Comprende del bimestre Abr-May 2011 al bimestre Feb-Mar 2012.

CANASTO BEBIDAS

Fuente: Nielsen Retail Index



Canastos Nielsen México. * Año móvil '13: Comprende del bimestre Abr-May 2012 al bimestre Feb-Mar 2013.

*** Año móvil '12: Comprende del bimestre Abr-May 2011 al bimestre Feb-Mar 2012.

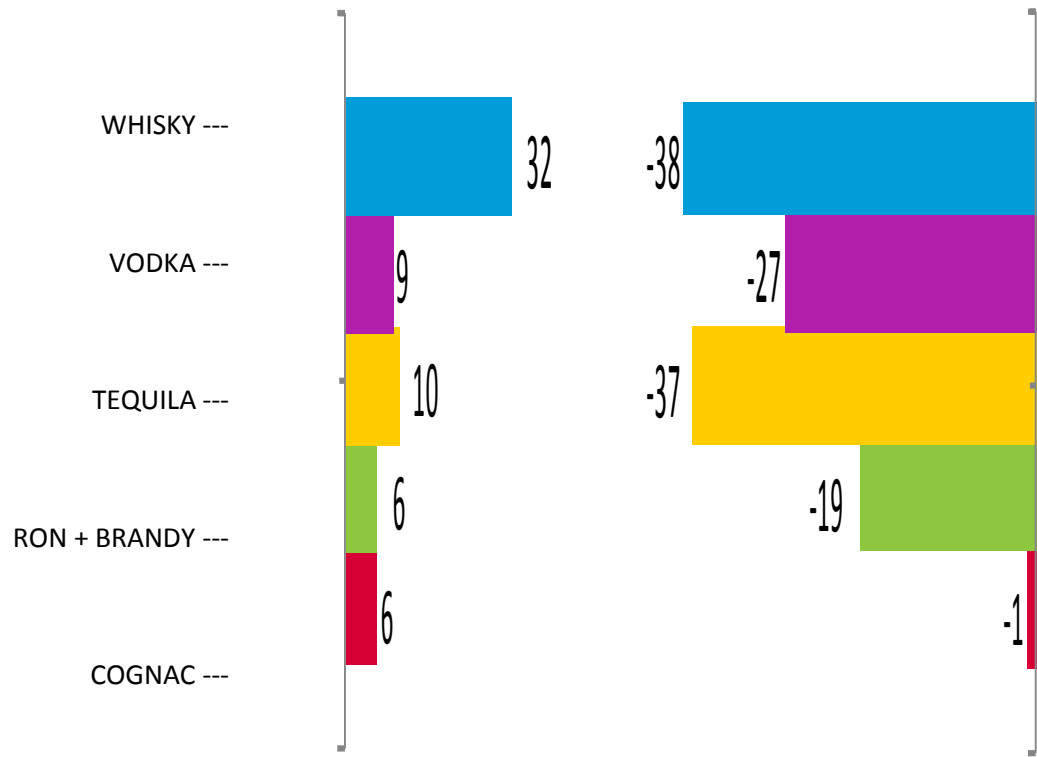
CANASTO LICORES

Fuente: Nielsen Retail Index

% Variación Ventas Volumen

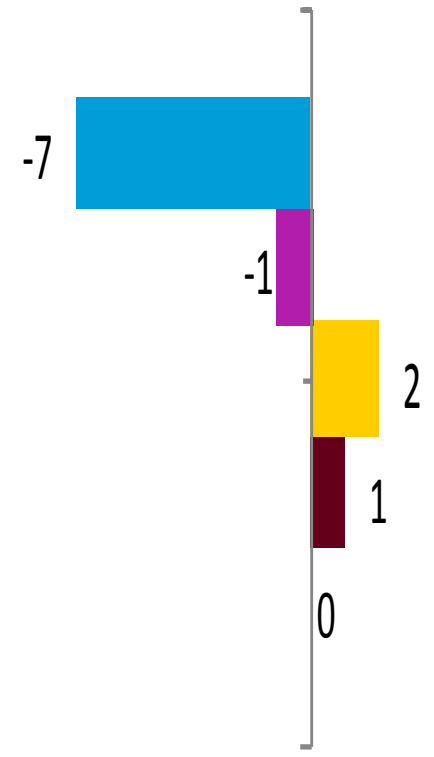
Año Móvil '13
Vs.
Año Móvil '12

Feb-Mar '13
Vs.
Bimestre Anterior



% Variación en Precio

Feb-Mar '13
Vs.
Mismo Periodo Año Anterior



Canastos Nielsen México. * Año móvil '13: Comprende del bimestre Abr-May 2012 al bimestre Feb-Mar 2013.

*** Año móvil '12: Comprende del bimestre Abr-May 2011 al bimestre Feb-Mar 2012.



CANASTO ALIMENTOS

Evolución por categorías en Ventas Unidades
TOTAL MÉXICO

Periodo Reportado: Bimestre Feb-Mar 2013

Categorías	% Variación Ventas Unidades			% Variación Precio
	Año Móvil '13 Vs. Año Móvil '12	Feb-Mar 13 Vs. Bimestre Anterior	Feb-Mar 13 Vs. Mismo Periodo Año Anterior	Feb-Mar 13 Vs. Mismo Periodo Año Anterior
CEREALES	2	21	8	-1
SALSA CATSUP	-1	7	4	2
SOPAS PREPARADAS	1	3	6	4
CONSOMÉ	-2	1	2	10
MAYONESA	-1	4	5	4
PURÉ DE TOMATE	-1	1	8	-1
ATÚN ENLATADO	-4	31	2	21
MOSTAZA	-4	-2	6	9
MODIFICADORES DE LECHE	-2	1	1	6
SALSAS CASERAS	-5	2	-1	1
ACEITE COMESTIBLE	0	10	9	2
SAL	-6	1	-3	7
PAN DE CAJA	0	5	4	4
YOGHURT	2	11	2	3

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 Abr-May 2012 al bimestre Feb-Mar 2013.

** Año móvil '12: Comprende del bimestre Abr-May 2011 al bimestre Feb-Mar 2012.



CANASTO USO DOMESTICO
 Evolución por categorías en Ventas Unidades
 TOTAL MÉXICO
 Periodo Reportado: Bimestre Feb-Mar 2013

Categorías	% Variación Ventas Unidades			% Variación Precio
	Año Móvil '13 Vs. Año Móvil '12	Feb-Mar 13 Vs. Bimestre Anterior	Feb-Mar 13 Vs. Mismo Periodo Año Anterior	Feb-Mar 13 Vs. Mismo Periodo Año Anterior
PAPEL HIGIÉNICO	0	2	0	3
DETERGENTES PARA ROPA	0	1	5	2
DETERGENTES PARA TRASTES	-4	2	0	9
FIBRAS LIMPIADORAS	-2	-8	-4	14
COLORS	-1	2	0	3
SUAVIZANTES TELA	0	-5	3	6
LIMPIADORES LÍQUIDOS	-1	1	5	3
SERVILLETAS	-1	-3	2	6
INSECTICIDAS	-1	-11	-6	-2
CERAS PARA CALZADO	-4	-1	0	6

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 Abr-May 2012 al bimestre Feb-Mar 2013.

** Año móvil '12: Comprende del bimestre Abr-May 2011 al bimestre Feb-Mar 2012.



CANASTO BEBIDAS

Evolución por categorías en Ventas Unidades
TOTAL MÉXICO

Periodo Reportado: Bimestre Feb-Mar 2013

Categorías	% Variación Ventas Unidades			% Variación Precio
	Año Móvil '13 Vs. Año Móvil '12	Feb-Mar 13 Vs. Bimestre Anterior	Feb-Mar 13 Vs. Mismo Periodo Año Anterior	Feb-Mar 13 Vs. Mismo Periodo Año Anterior
BEBIDAS ENERGIZANTES	8	-5	5	0
BEBIDAS EN POLVO	-13	24	-6	-5
BEBIDAS ISOTÓNICAS	13	11	19	1
CAFÉ SOLUBLE	0	-2	9	2
CAFÉ TOSTADO	-2	-2	4	7
JUGO VERDURA	-2	8	3	2
JUGOS Y NÉCTARES	7	9	9	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 Abr-May 2012 al bimestre Feb-Mar 2013.

** Año móvil '12: Comprende del bimestre Abr-May 2011 al bimestre Feb-Mar 2012.



CANASTO LICORES

Evolución por categorías en Ventas Unidades
TOTAL MÉXICO

Periodo Reportado: Bimestre Feb-Mar 2013

Categorías	% Variación Ventas Unidades			% Variación Precio
	Año Móvil '13 Vs. Año Móvil '12	Feb-Mar 13 Vs. Bimestre Anterior	Feb-Mar 13 Vs. Mismo Periodo Año Anterior	Feb-Mar 13 Vs. Mismo Periodo Año Anterior
WHISKY	32	-38	44	-7
VODKA	9	-27	22	-1
TEQUILA	10	-37	23	2
RON+BRANDY	6	-19	16	1
COGNAC	6	-1	18	0

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 Abr-May 2012 al bimestre Feb-Mar 2013.

** Año móvil '12: Comprende del bimestre Abr-May 2011 al bimestre Feb-Mar 2012.