



# Argentina

## ENERO 2023

Canasta de Consumo NielsenIQ



# Contenido

- 1 Consumo general
- 2 Consumo **bebidas**
- 3 Consumo **alimentos**
- 4 Consumo **consumo personal y limpieza**
- 5 Análisis adicionales
- 6 Glosario





# Consumo General





## Resumen ejecutivo

# +104,2%

El *precio promedio* supera el 100% interanual por segundo periodo en los últimos 13 meses.

# +5,4%

*Alimentos* crece impulsado por Golosinas (+8,4%). Alim. básicos crece (+2,5%) y no básicos (+4,3%), triplicando y duplicando el crecimiento del periodo anterior respectivamente.

# -2,4%

*Self Independiente* es el canal con mayor contracción en el período y también en lo que va del año. Con tendencia a la reducción

# +14,3%

*Bebidas* es la familia con mayor crecimiento. Impulsado por Bebidas no Alcohólicas (+16,6%). Alcohólicas crece (+9,6%) aproximadamente tres veces mayor que el bimestre anterior.

# 0,7%

*Cuidado personal y limpieza* Crece por primera vez en los últimos 5 periodos. Tocador cae -1,2%

# +22,4%

*Tradicionales* Continúa creciendo a doble dígito, con tendencia al aumento.



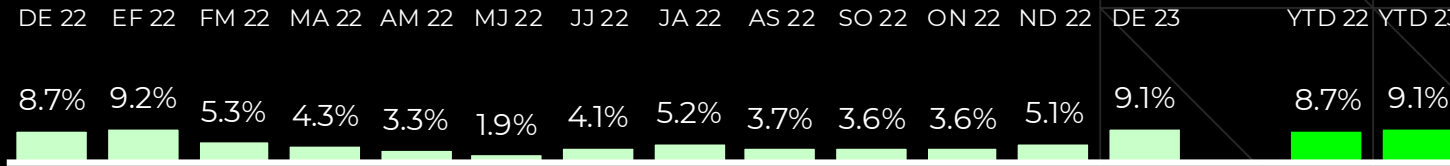
**Diciembre/Enero 2023 muestra un crecimiento del +9,1% en comparación con el mismo período del año anterior**

# Evolución general del consumo

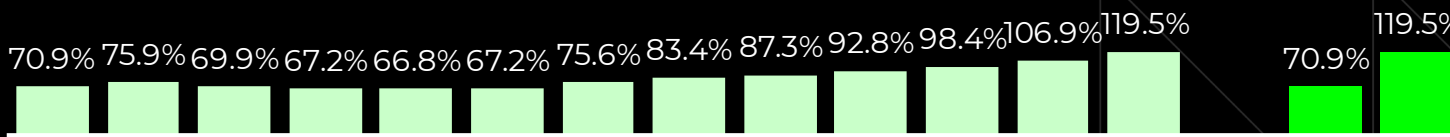
Variación vs. mismo periodo del año anterior



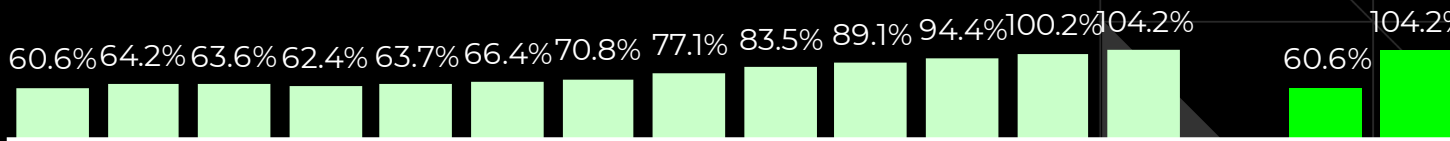
Consumo



Facturación

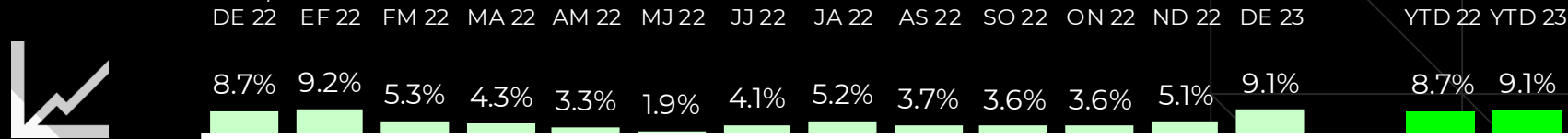


Precio Promedio Ponderado

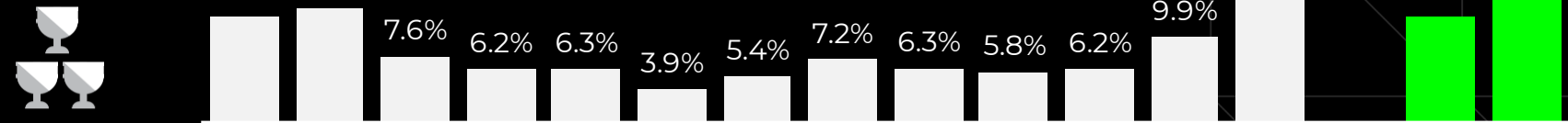


# Evolución general del consumo

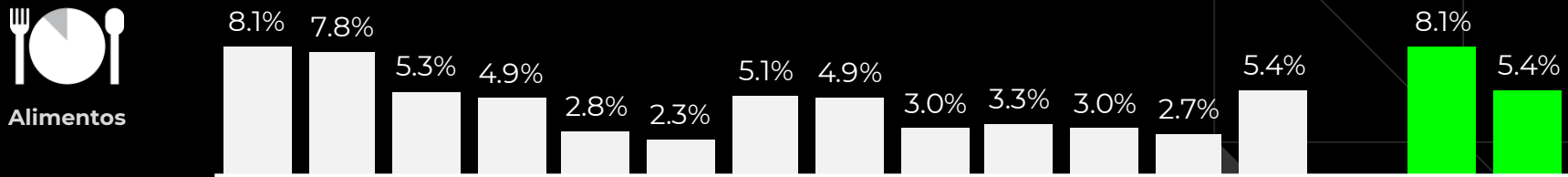
Variación vs. mismo periodo del año anterior



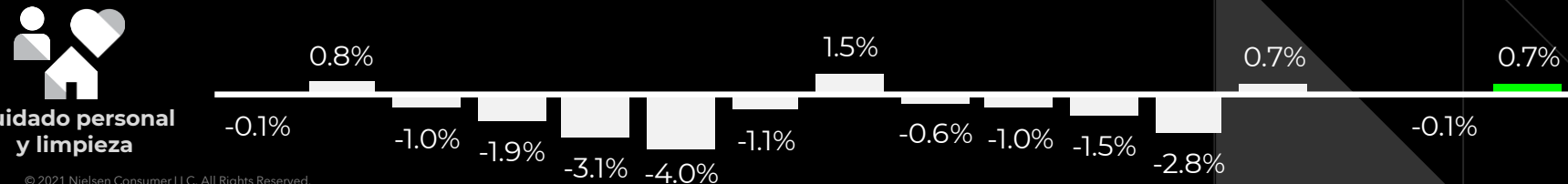
Consumo



Bebidas



Alimentos



Cuidado personal y limpieza

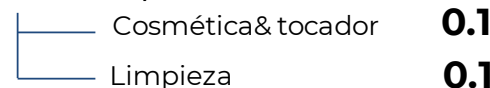
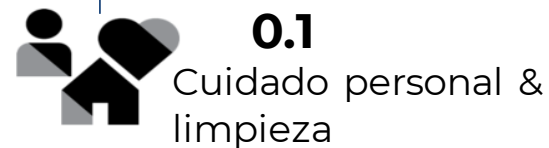
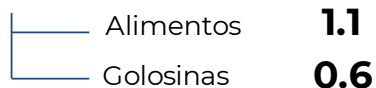
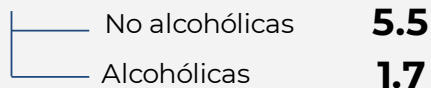
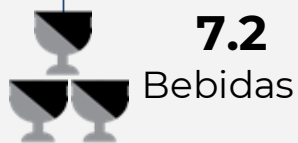
# Aporte por familia|categoría

Total YTD | Argentina



9.1

Canasta



## CATEGORIAS QUE MÁS APORTAN A LA CÁIDA|CRECIMIENTO POR INDUSTRIA

bebidas gaseosas  
cervezas  
aguas minerales saborizadas

amargos + gasificados.  
polvos chocolatados  
jugos concentrados

guarniciones para copetín  
snacks  
mayonesa

quesos rallados y en hebras  
tabletas  
gomas de mascar

desodorantes corporales  
bronc  
limpiadores líquidos

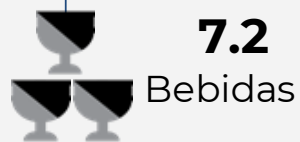
papel higiénico  
jabones de tocador-adulto  
pañales descartables p/bebes

# Aporte por familia|categoría

Variación vs. mismo periodo del año anterior | Argentina



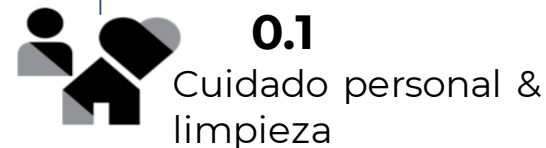
**9.1**  
Canasta



No alcohólicas **5.5**  
Alcohólicas **1.7**



Alimentos **1.1**  
Golosinas **0.6**



Cosmética & tocador **0.1**  
Limpieza **0.1**

## CATEGORÍAS QUE **MÁS APORTAN** A LA CAÍDA|CRECIMIENTO POR INDUSTRIA

bebidas gaseosas  
cervezas  
aguas minerales saborizadas

amargos + gasificados.  
polvos chocolatados  
jugos concentrados

guarniciones para copetin  
snacks  
mayonesa

quesos rallados y en hebras  
tabletas  
gomas de mascar

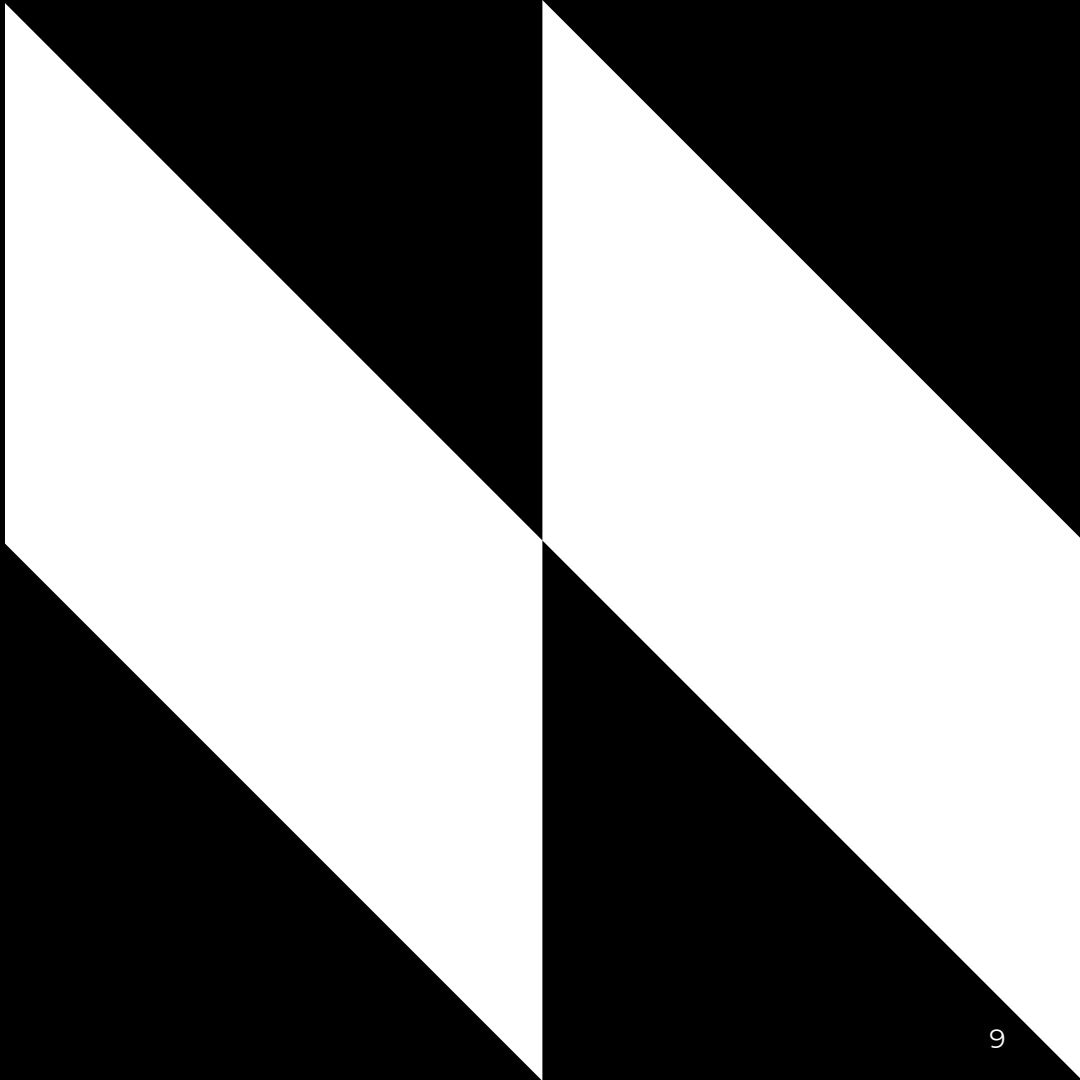
desodorantes corporales  
bronc  
limpiadores líquidos

papel higiénico  
jabones de tocador-adulto  
pañales descartables p/bebe





# Desarrollo de productos



# Desarrollo por familia

Variación vs. mismo periodo del año anterior

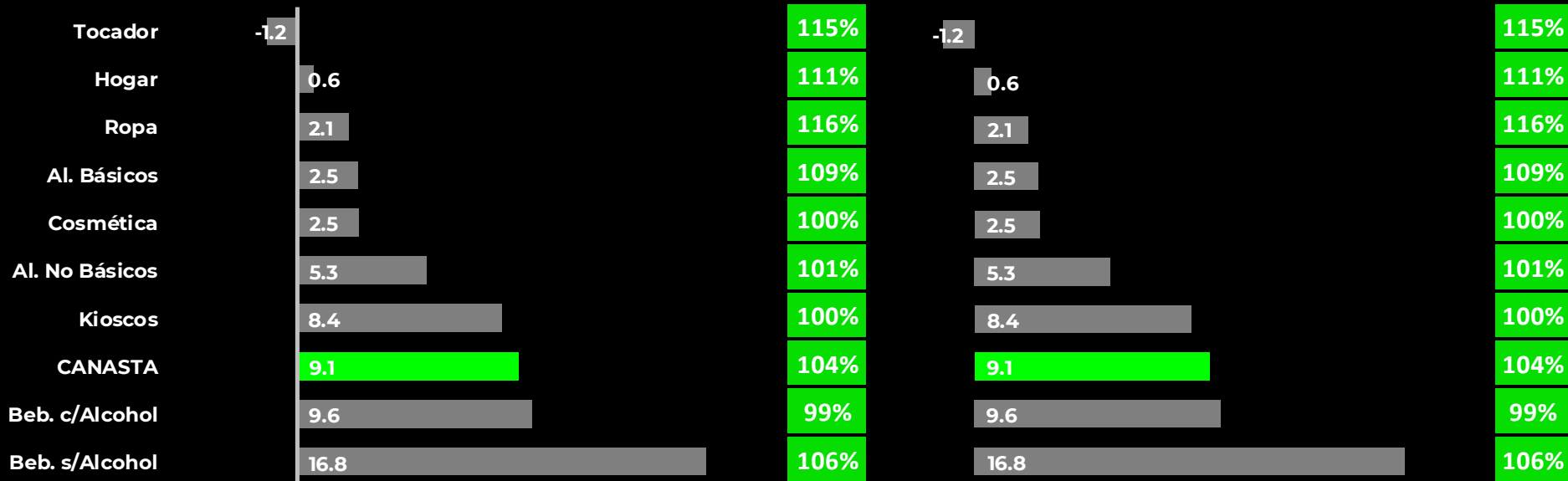
Var. % YTD 23 vs YTD 22

CONSUMO

\$  
PPP

CONSUMO

\$  
PPP




# Top & Bottom five


Var vs. mismo período año anterior | YTD 23


## Var. % YTD 23 vs YTD 22


### ALIMENTOS


### BEBIDAS


 **TOP 5** CATEGORIAS QUE MAS  
CRECEN/MENOS CAEN

 polvos para preparar helados  
pan arabe y tortillas  
postres  
mayonesa  
pure instantaneo

 energy drink  
jugos isotonicos  
aguas minerales saborizadas  
bebidas gaseosas  
aguas minerales puras

 **BOTTOM 5** CATEGORIAS QUE MAS  
CAEN/MENOS CRECEN


 rianes  
mousse  
poisas p/norno  
alimentos infantiles  
sopas


 amargos + gasificados.  
tes  
poivos p/pre.jugos  
poivos cnocoiatados  
jugos concentrados


### GOLOSINAS


### LIMPIEZA DEL HOGAR Y DE LA ROPA


### COSMETICA Y TOCADOR


 snacks  
guarniciones para copetin  
nuevos y figuras de cnocoiate  
arajores  
cnocoiate p/taza repos.y cobertur

 productos para el lavado tino  
quitamanchas y prelavado  
limpiadores liquidos  
detergentes liquidos  
lavandinas

 bronc  
desodorantes corporales  
l.urinaria  
nojas y sist.de areitar  
pastas dentales

 obleas y galletitas  
pompones y bocaditos  
tabletas  
mani c/cnocoiate  
gomas de mascar

 japon en barra  
limpiadores y dese.no liq.  
lustramuebles  
desodorizantes y desint.ambient.  
rollos de papel p/cocina

 jabones de tocador-adulto  
tinturas  
pañales descartables p/bebes  
enjuagues bucaies  
toallas numerdas

# Top & Bottom five

Var vs. mismo período año anterior | DE 23

## Var. % DE 23 vs DE 22



### ALIMENTOS



### BEBIDAS



**TOP 5** CATEGORIAS QUE MAS  
CRECEN/MENOS CAEN



poivos para preparar helados  
pan arabe y tortillas  
postres  
mayonesa  
pure instantaneo



energy drink  
jugos isotonicos  
aguas minerales saborizadas  
bebidas gaseosas  
aguas minerales puras



**BOTTOM 5** CATEGORIAS QUE MAS  
CAEN/MENOS CRECEN



tianes  
mousse  
poisas p/orno  
alimentos infantiles  
sopas



amargos + gasificados.  
tes  
poivos p/pre.jugos  
poivos cnocoiatados  
jugos concentrados



### GOLOSINAS



### LIMPIEZA DEL HOGAR Y DE LA ROPA



### COSMETICA Y TOCADOR



snacks  
guarniciones para copetin  
nuevos y figuras de chocolate  
alfajores  
chocolate p/taza repos.y cobertur



productos para el lavado tino  
quitamanchas y prelavado  
limpiadores liquidos  
detergentes liquidos  
lavandinas



bronc  
desodorantes corporales  
l.urinaria  
nojas y sist.de areitar  
pastas dentales



obleas y galletitas  
bombones y pocalitos  
tabletas  
mani c/chocolate  
gomas de mascar



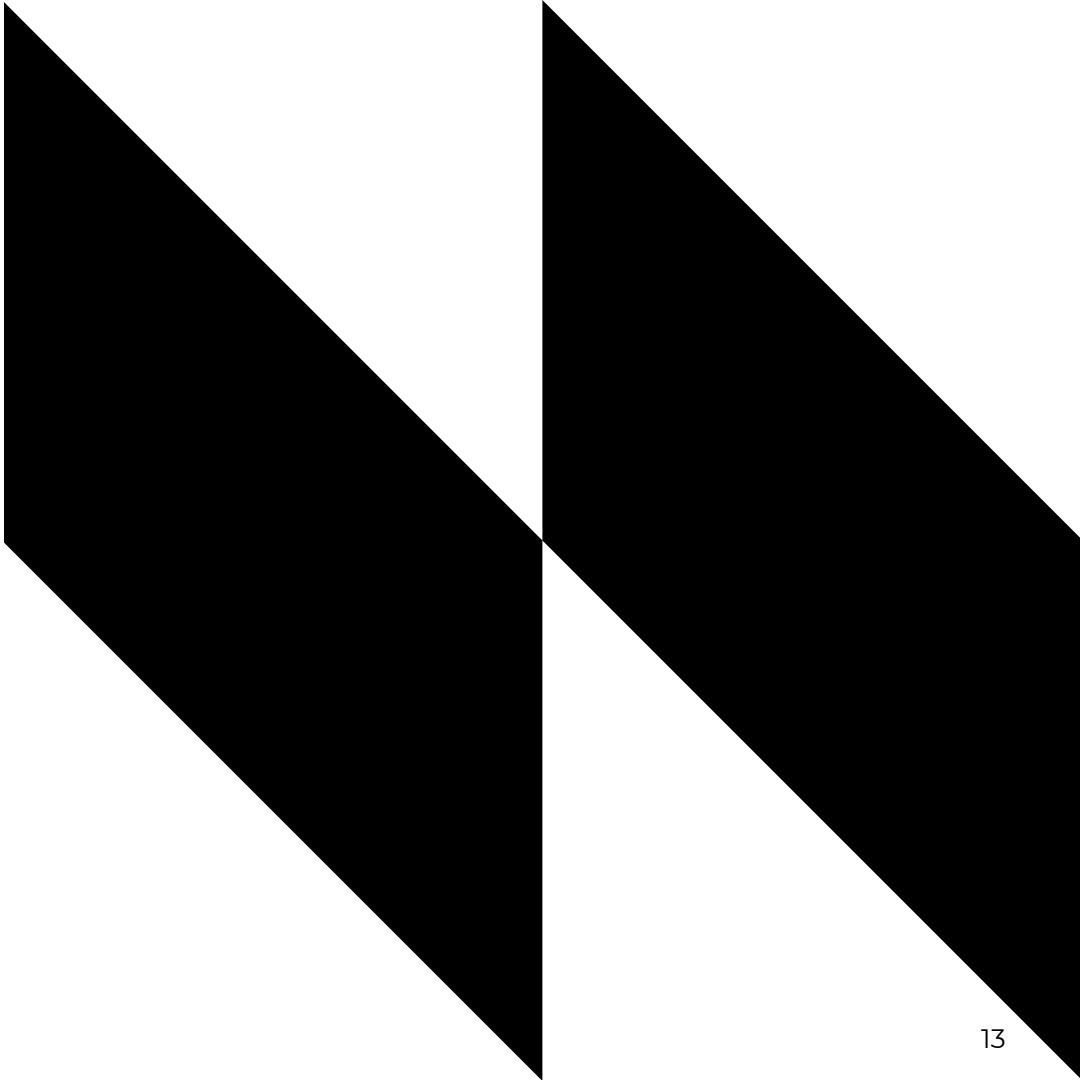
japon en barra  
limpiadores y dese.no liq.  
lustramuebles  
desodorizantes y desint.ambient.  
rollos de papel p/cocina



japones de tocador-adulto  
tinturas  
paniales descartables p/bebes  
enjuagues bucales  
toallas numeradas



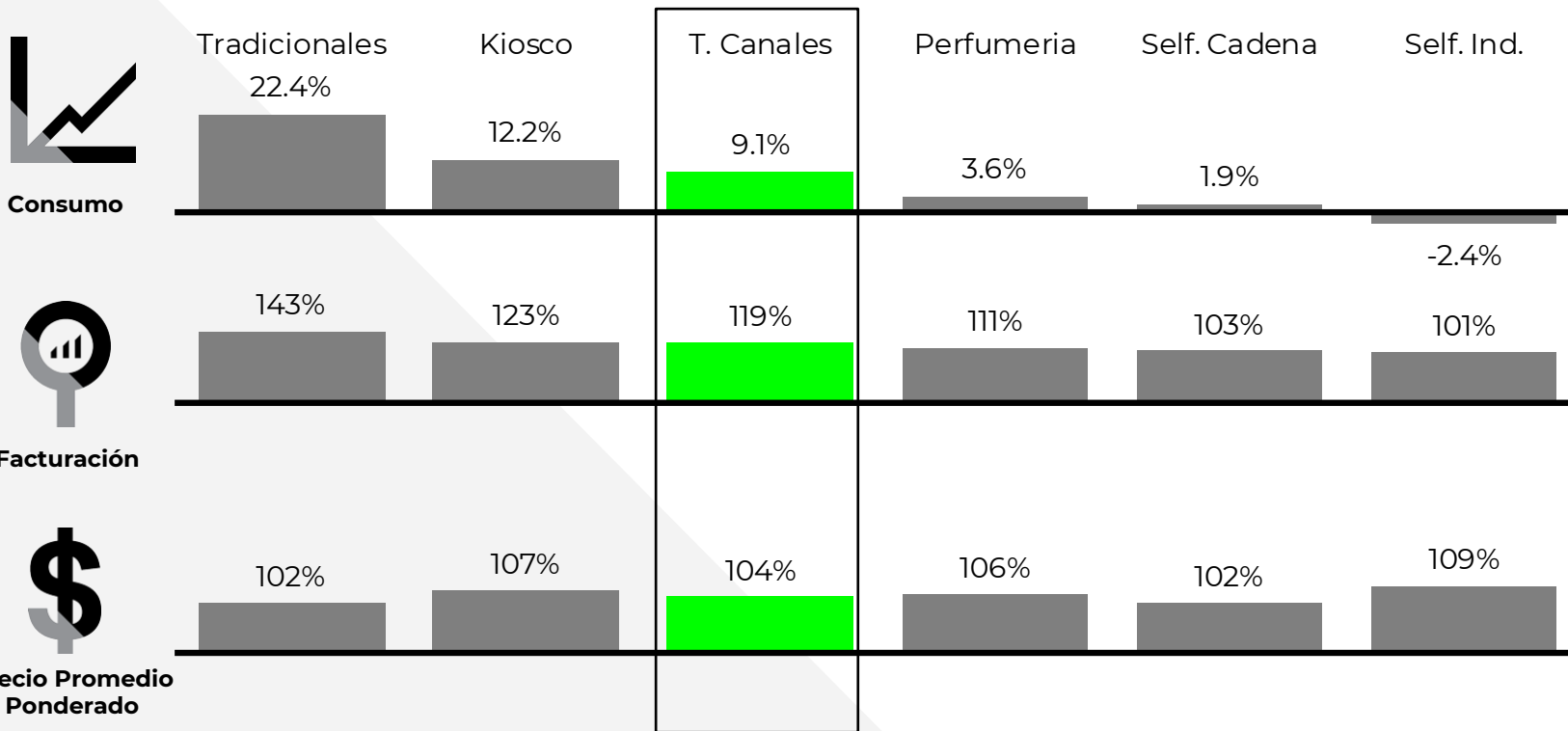
# Desarrollo de canales



# Evolución general del consumo

Argentina por Canal | YTD 23 vs YTD 22

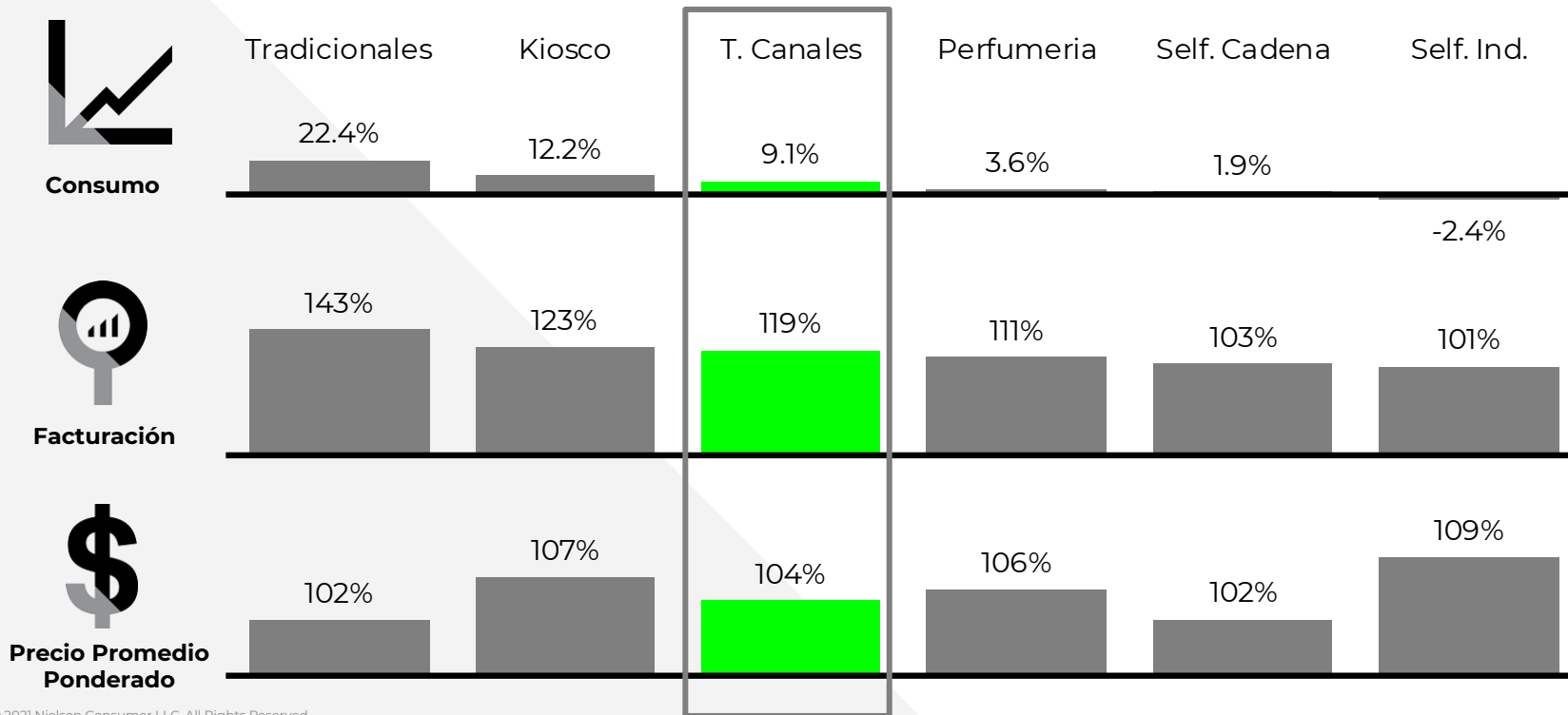
Tradicionales y Kioscos son los canales que crecen por encima de la canasta y Self Independiente que **se contrae**



# Evolución general del consumo

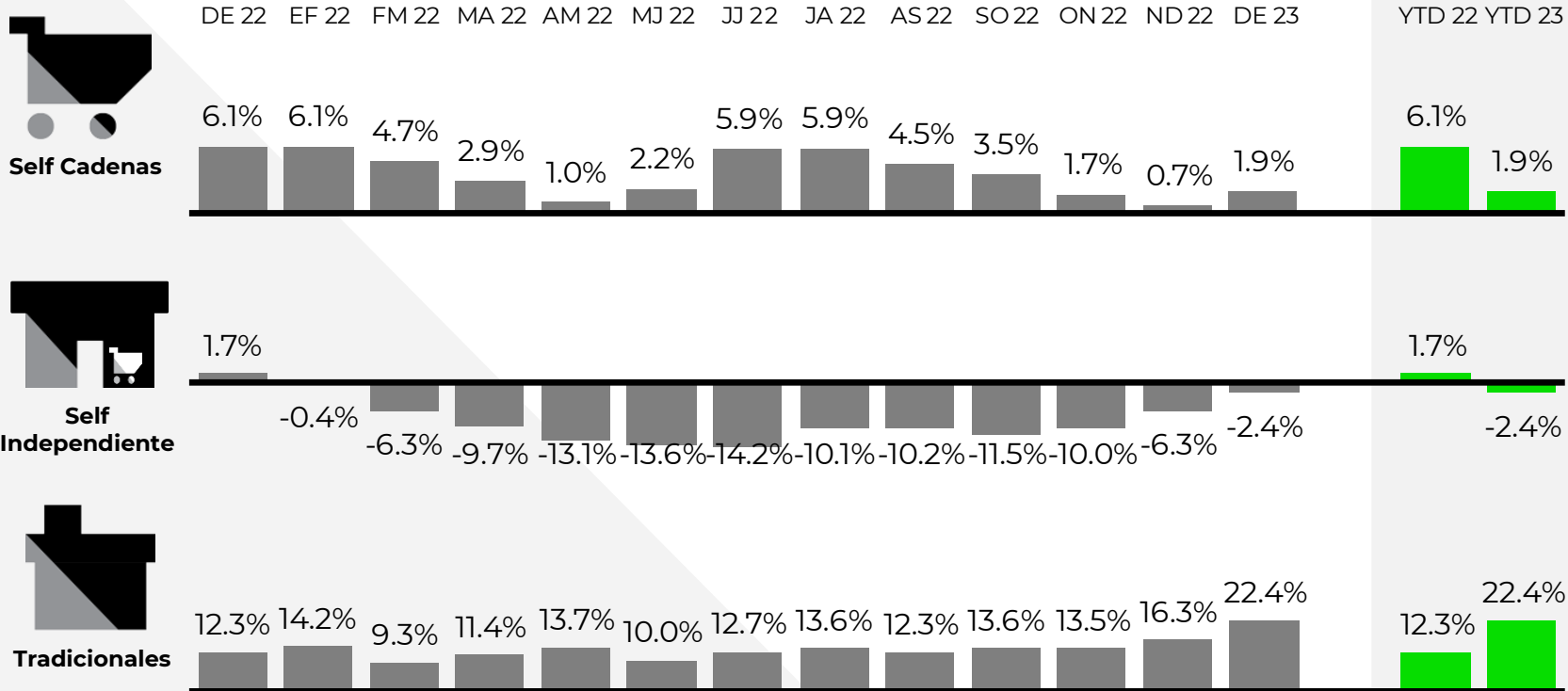
Argentina por Canal | DE 23 vs DE 22

Tradicionales y Kioscos son los canales que crecen por encima de la canasta y Self Independiente que **se contrae**



# Evolución general del consumo

Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



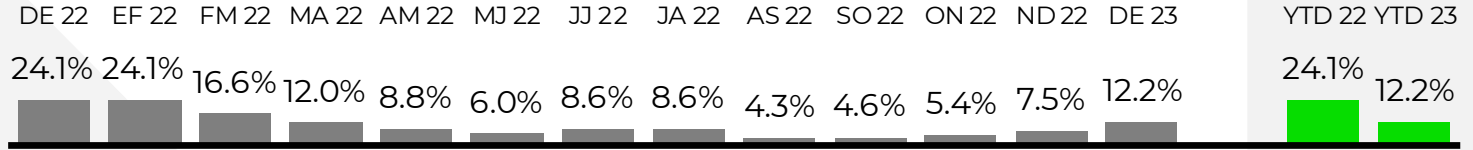


# Evolución general del consumo

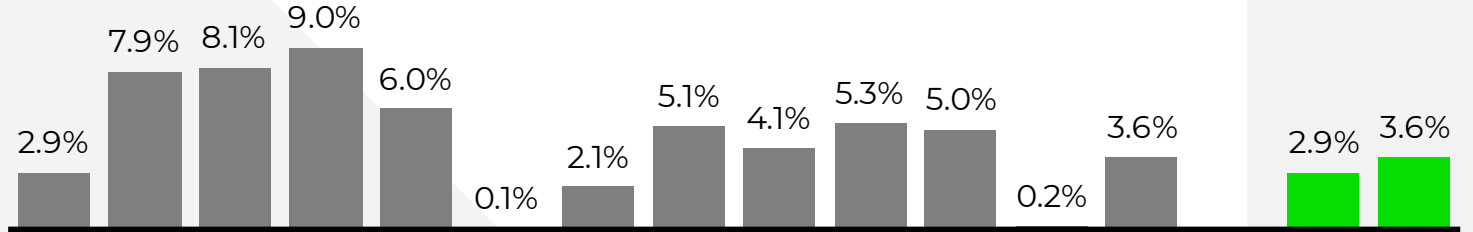
Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



**Kioscos & Minimercados**



**Farmacias & Perfumerías**



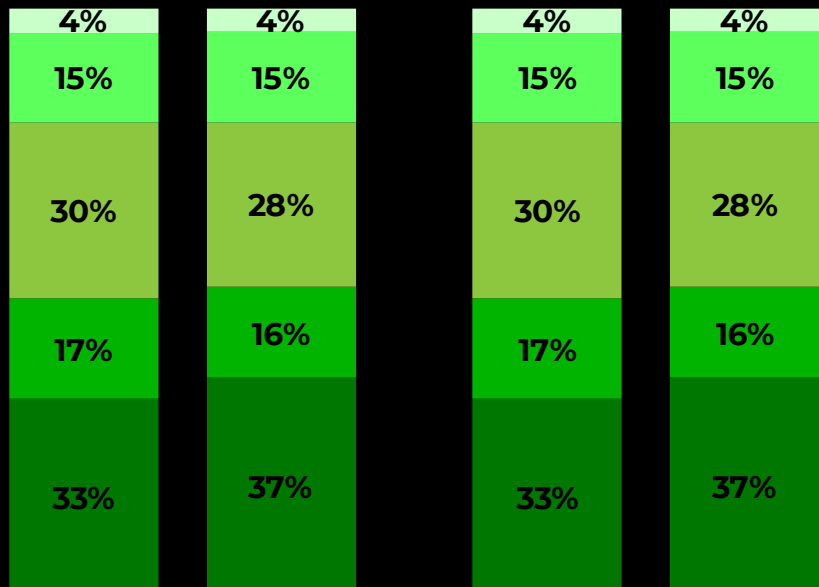
# Estructura del mercado argentino

Variación vs. mismo periodo del año anterior

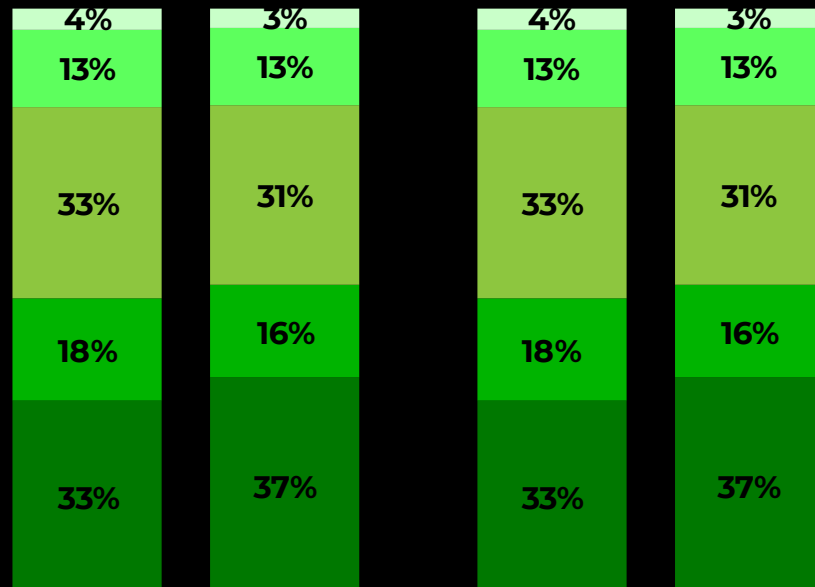
- Farmacias & Perfumerías
- Kioscos & Minimercados
- Self Cadenas
- Self Independientes
- Tradicionales



## MIX EN FACTURACIÓN



## MIX EN VOLUMEN



YTD 22

YTD 23

DE 22

DE 23

YTD 22

YTD 23

DE 22

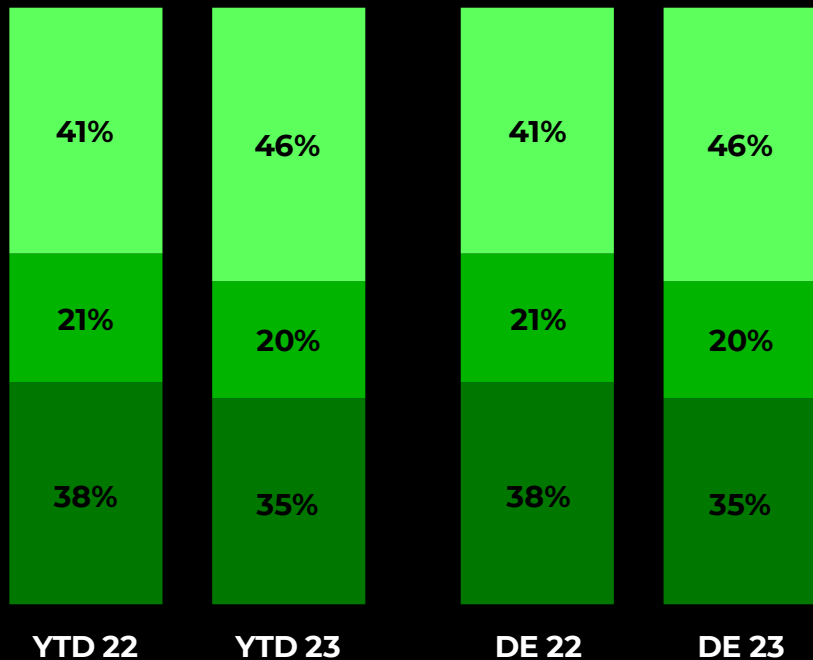
DE 23

# Estructura del mercado argentino

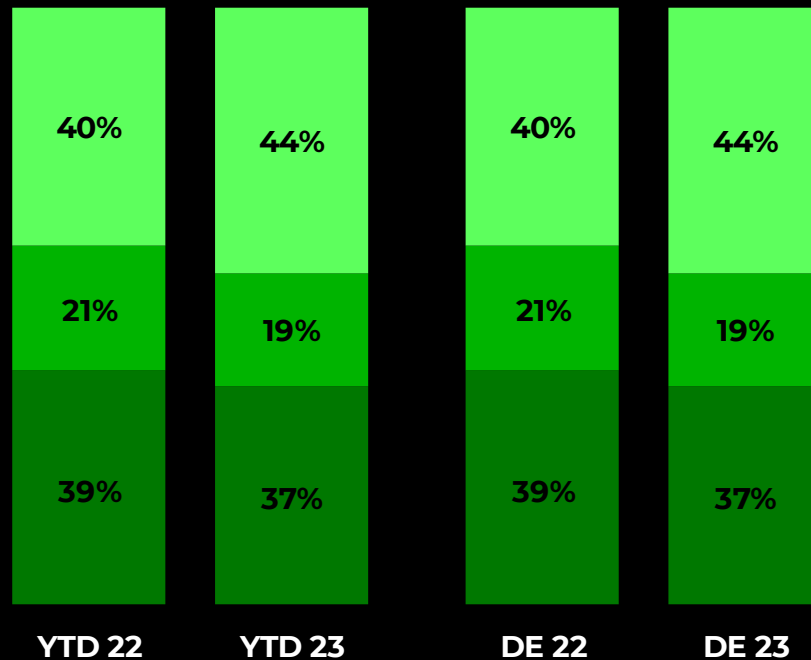
Variación vs. mismo periodo del año anterior



## MIX EN FACTURACIÓN



## MIX EN VOLUMEN



- Tradicionales
- Self Independientes
- Self Cadenas

# Top & Bottom five – Self Cadenas

Var vs. mismo período año anterior | YTD 23

## Var. % YTD 23 vs YTD 22



### ALIMENTOS



### BEBIDAS



**TOP 5** CATEGORIAS QUE MAS  
CRECEN/MENOS CAEN



mayonesa  
povos para preparar helados  
ketchup  
postres  
mousse



cervezas  
energy drink  
jugos isotonicos  
jugos listos p/beber  
aguas minerales puras



**BOTTOM 5** CATEGORIAS QUE MAS  
CAEN/MENOS CRECEN



galletitas cereales  
galletitas dulces rellenas  
quesos rallados y en nebras  
alimentos infantiles  
sopas



povos chocolatados  
povos p/pre.jugos  
whisky  
tes  
jugos concentrados



### GOLOSINAS



### LIMPIEZA DEL HOGAR Y DE LA ROPA



### COSMETICA Y TOCADOR



gomas de mascar  
pompones y bocaditos  
snacks  
guarniciones para copetin  
aitajores



productos para el lavado tino  
quitamanchas y prelavado  
limpiadores liquidos  
lustramuebles  
detergentes liquidos



l.urinaria  
nojas y sist.de areitar  
cepillos dentales  
pastas dentales  
protectores



nuevos y figuras de chocolate  
otros panados  
chocolate contitado  
obleas y galletitas  
mani c/chocolate



jabones y detergentes en poi  
jabon en barra  
rollios de papel p/cocina  
desodorizantes y desint.ambient.  
lavandinas



papel higienico  
pañales descartables p/bebes  
cremas faciales  
toallas numedas  
enjuagues bucales

# Top & Bottom five – Self Independientes

Var vs. mismo período año anterior | YTD 23

## Var. % YTD 23 vs YTD 22



### ALIMENTOS



### BEBIDAS



**TOP 5** CATEGORIAS QUE MAS  
CRECEN/MENOS CAEN



poivos para preparar neizados  
pure instantaneo  
ketcnup  
galletitas duices rellenas  
leches vegetales



energy drink  
aguas minerales saborizadas  
aperit.alcono.y no alcono.  
bebidas gaseosas  
jugos isotonicos



**BOTTOM 5** CATEGORIAS QUE MAS  
CAEN/MENOS CRECEN



salsa goit  
quesos rallados y en nebras  
cereales listos  
aceites comestibles  
mousse



tes  
whisky  
poivos cnocoiatados  
amargos + gasificados.  
jugos concentrados



### GOLOSINAS



### LIMPIEZA DEL HOGAR Y DE LA ROPA



### COSMETICA Y TOCADOR



snacks  
otros panados  
obleas y galletitas  
mani c/cnocoiate  
atajores



productos para el lavado tipo  
limpiadores liquidos  
quitamanchas y prelavado  
limpiadores y dese.no liq.  
detergentes liquidos



pronc  
desodorantes corporales  
enjuagues bucales  
nojas y sist.de areitar  
toallas femeninas



tabletas  
gomas de mascar  
cnocoiate p/taza repos.y cobertur  
nuevos y figuras de cnocoiate  
bombones y bocaditos



lavanainas  
jabones y detergentes en poi  
desodorizantes y desint.ambient.  
jabon en barra  
rollos de papel p/cocina



papel higienico  
paniales descartables p/pepes  
cremas faciales  
tinturas  
toallas numeradas

# Top & Bottom five - Tradicionales

Var vs. mismo período año anterior | YTD 23

## Var. % YTD 23 vs YTD 22



### ALIMENTOS



### BEBIDAS



**TOP 5** CATEGORIAS QUE MAS  
CRECEN/MENOS CAEN



poivos para preparar helados  
galletitas cereales  
levaduras  
pan arabe y tortillas  
hamburguesas



energy drink  
cate soluble  
whisky  
jugos isotonicos  
aguas minerales saborizadas



**BOTTOM 5** CATEGORIAS QUE MAS  
CAEN/MENOS CRECEN



tianes  
sopas  
poisas p/norno  
mousse  
leches vegetales



yerbas comunes y compuestas  
cervezas  
poivos chocoiatados  
poivos p/pre.jugos  
jugos concentrados



### GOLOSINAS



### LIMPIEZA DEL HOGAR Y DE LA ROPA



### COSMETICA Y TOCADOR



otros banados  
snacks  
bombones y bocaditos  
guarniciones para copetin  
nuevos y figuras de chocolate



productos para el lavado tino  
lavandinas  
jabones y detergentes en pol  
rollos de papel p/cocina  
desodorizantes y desint.ambient.



pastas dentales  
papel higienico  
protectores  
desodorantes corporales  
shampoo



aitajores  
chocolate contitado  
obleas y galletitas  
tabletas  
gomas de mascar



jabon en barra  
detergentes liquidos  
suavizante  
limpiadores y dese.no liq.  
lustramuebles



tampones  
paniales descartables p/pebes  
toallas numeradas  
cepillos dentales  
enjuagues bucales

# Industria de bebidas

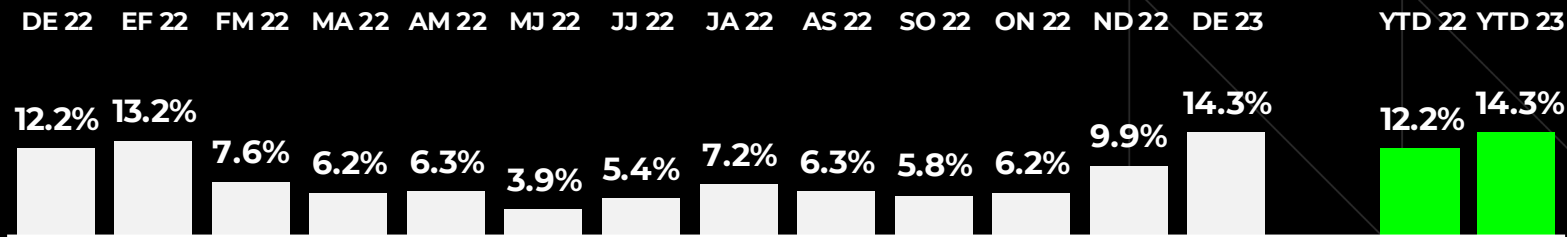


# Evolución general del consumo | BEBIDAS

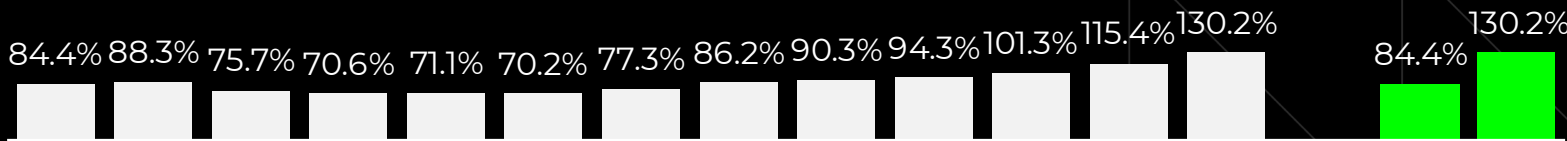
Variación vs. mismo periodo del año anterior



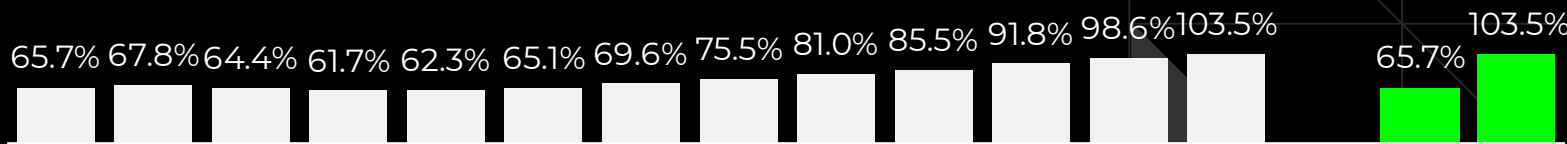
Consumo



Facturación



Precio Promedio Ponderado



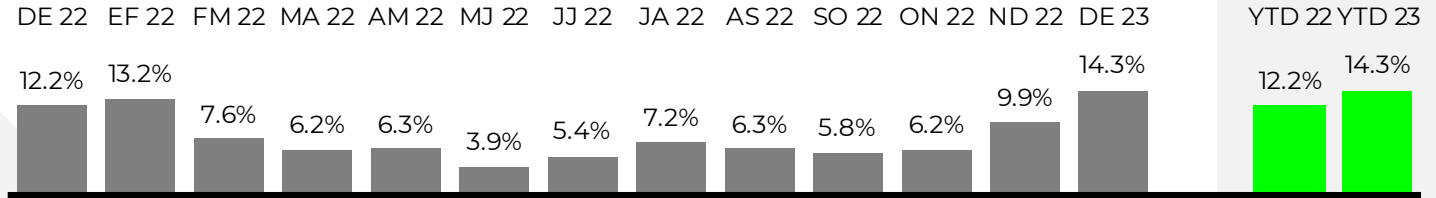


# Evolución general del consumo | BEBIDAS

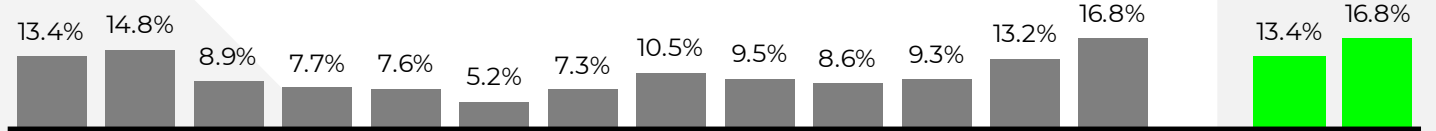
Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



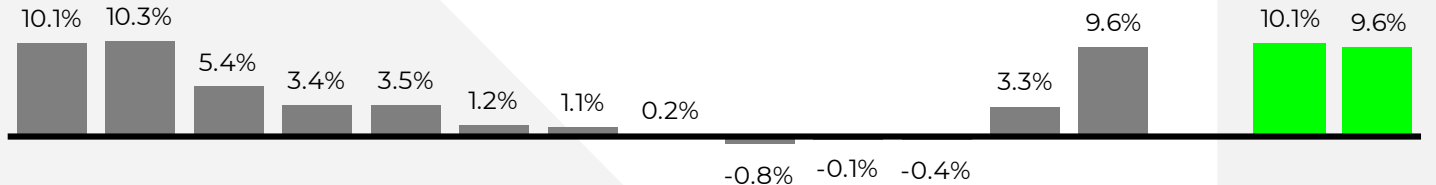
**BEBIDAS**



**BEBIDAS NO ALCOHOLICAS**

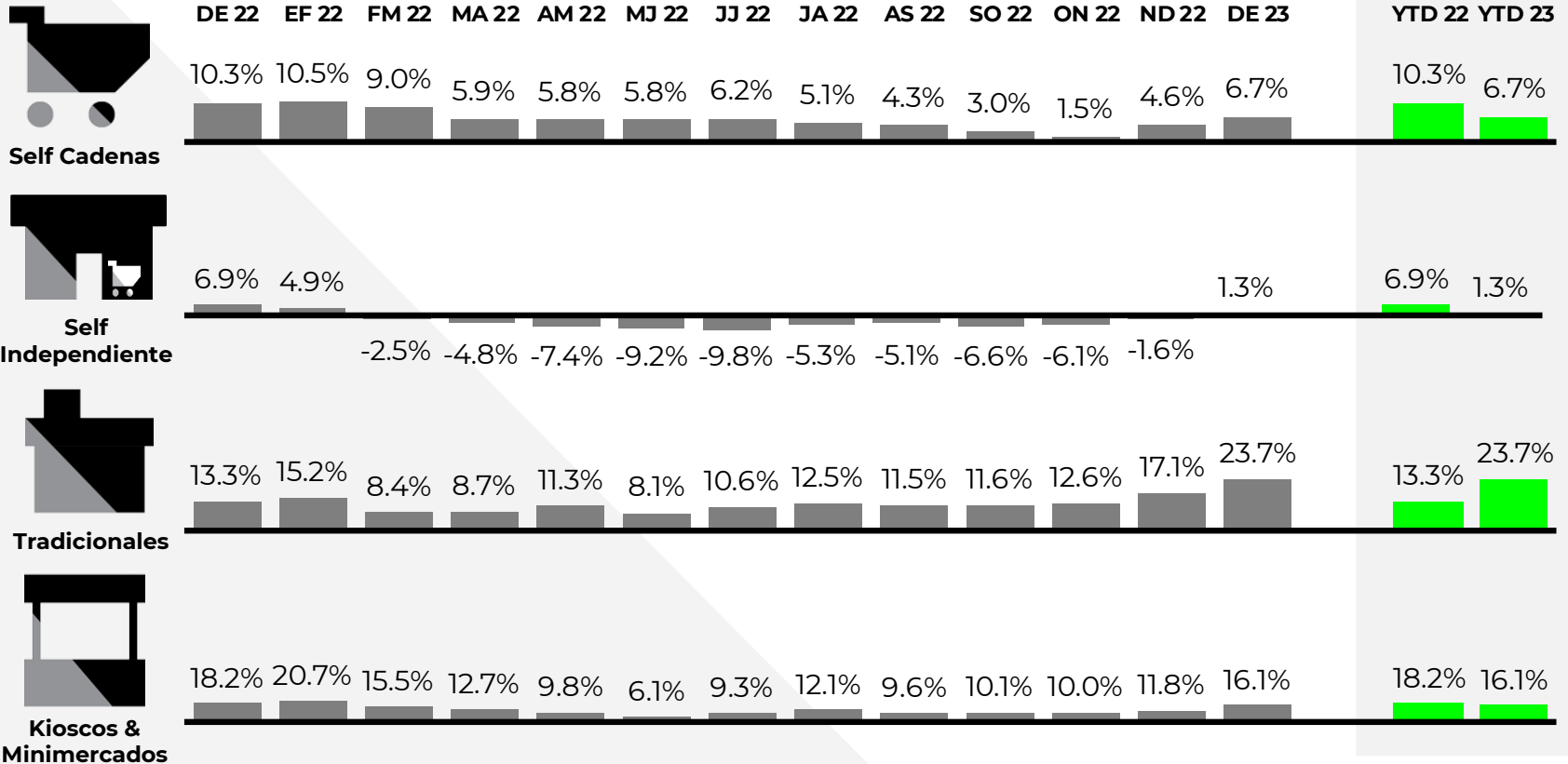


**BEBIDAS ALCOHOLICAS**



# Evolución general del consumo | BEBIDAS

Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22

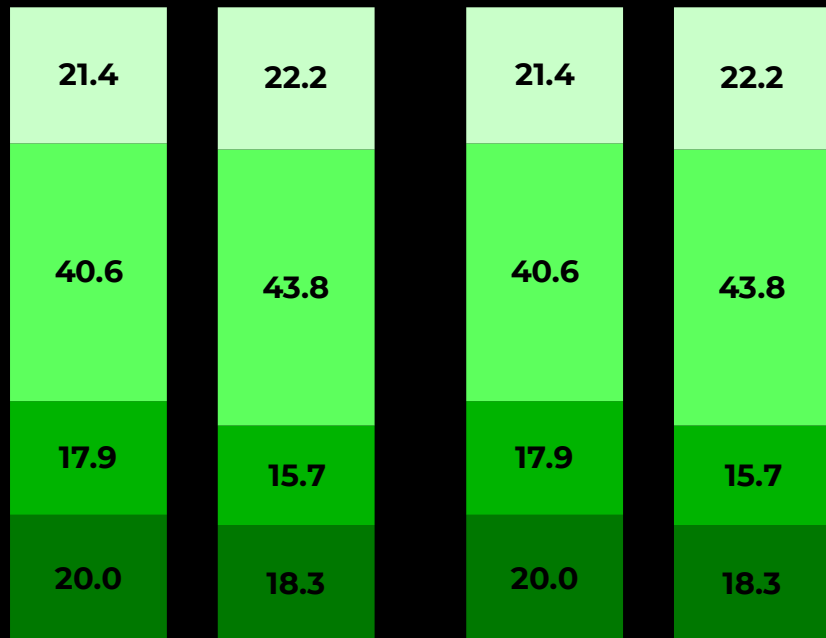


# Estructura del mercado argentino | BEBIDAS

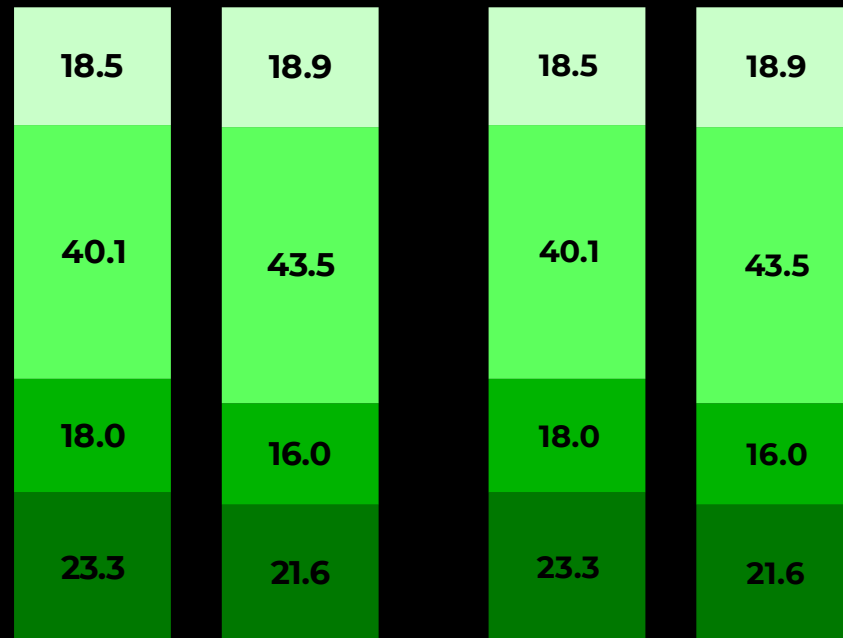
Variación vs. mismo periodo del año anterior



## MIX EN FACTURACIÓN



## MIX EN VOLUMEN



- Kioscos & Minimercados
- Tradicionales
- Self Independientes
- Self Cadenas

YTD 22

YTD 23

DE 22

DE 23

YTD 22

YTD 23

DE 22

DE 23

# Estructura del mercado argentino | BEBIDAS

Variación vs. mismo periodo del año anterior

- Kioscos & Minimercados
- Tradicionales
- Self Independientes
- Self Cadenas

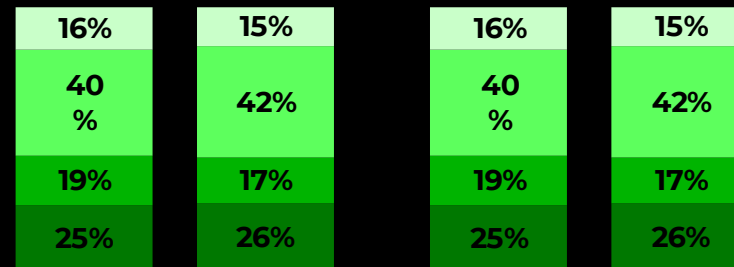
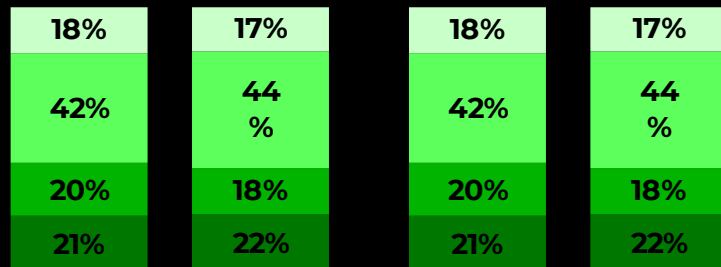


## MIX EN FACTURACIÓN

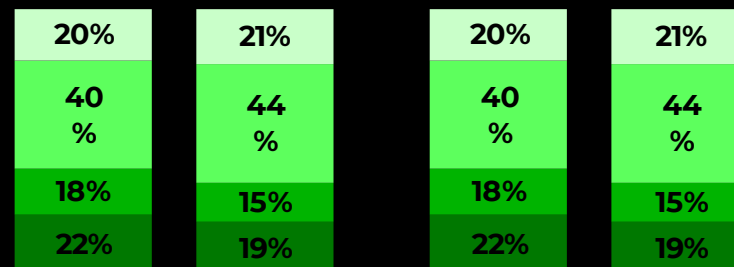
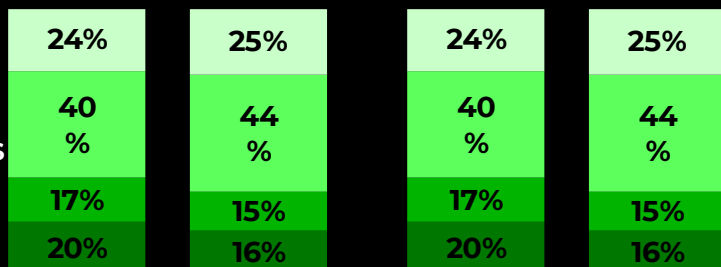


## MIX EN VOLUMEN

### BEBIDAS ALCOHOLICAS



### BEBIDAS NO ALCOHOLICAS



YTD 22

YTD 23

DE 22

DE 23

YTD 22

YTD 23

DE 22

DE 23

# Industria de alimentos

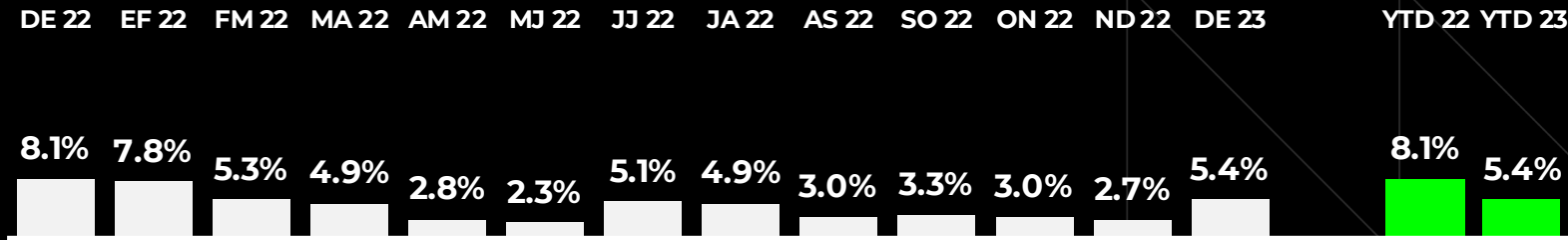


# Evolución general del consumo | ALIMENTOS

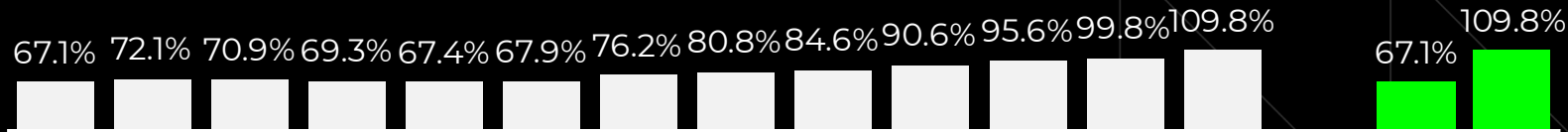
Variación vs. mismo periodo del año anterior



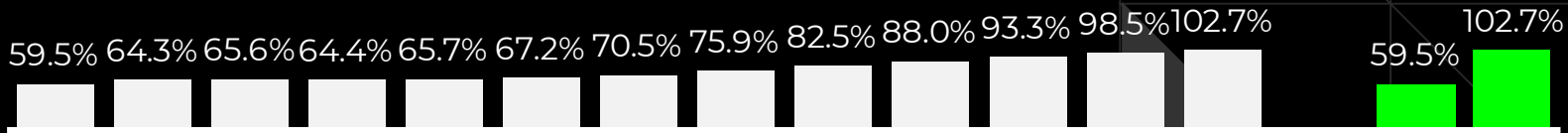
Consumo



Facturación

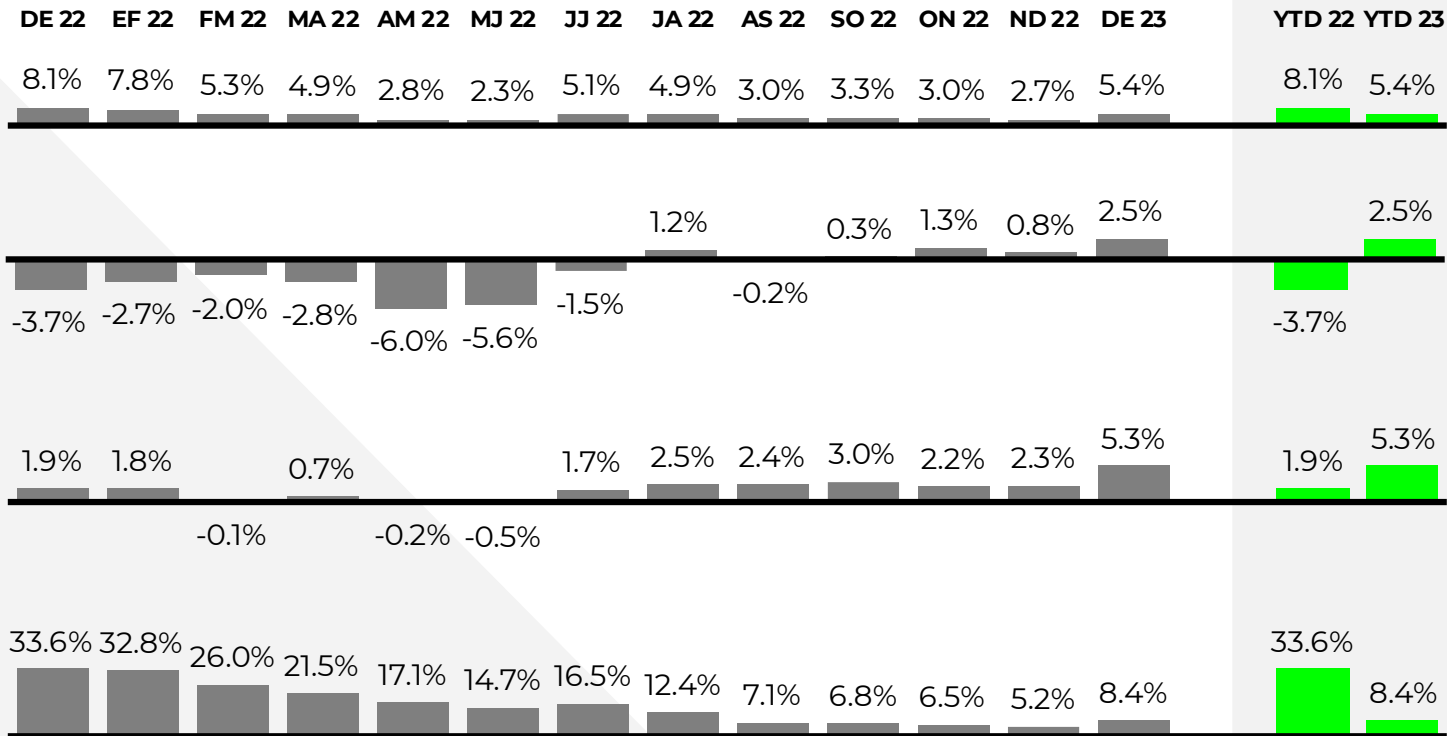


Precio Promedio Ponderado



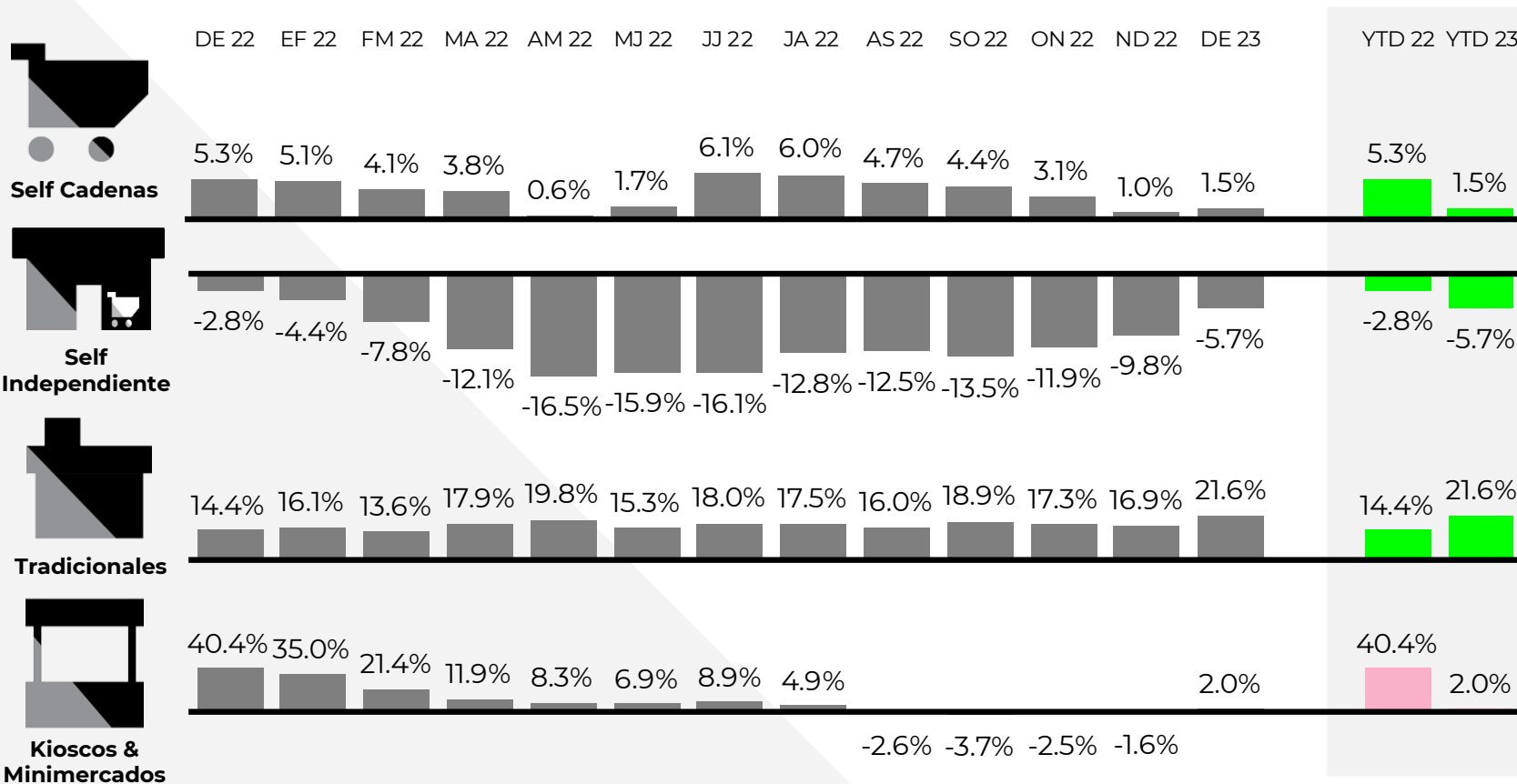
# Evolución general del consumo | ALIMENTOS

Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



# Evolución general del consumo | ALIMENTOS

Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



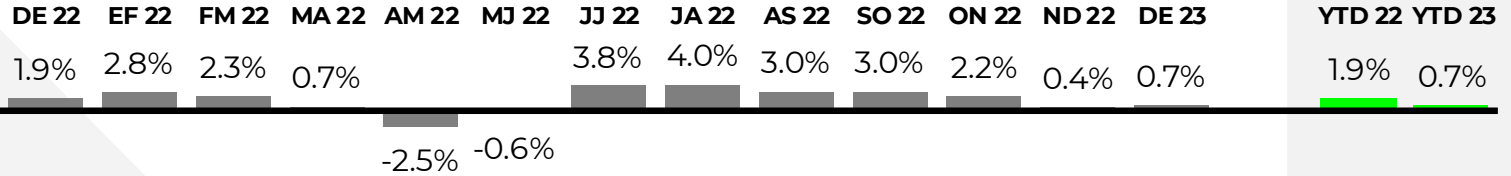


# Evolución general del consumo | ALIMENTOS básicos + no básicos

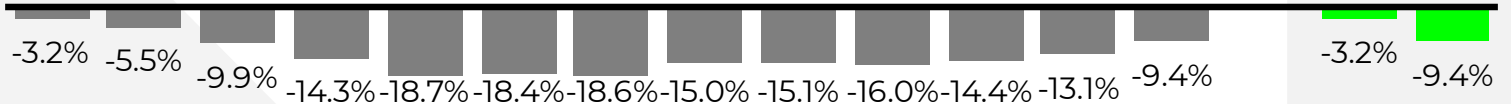
Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



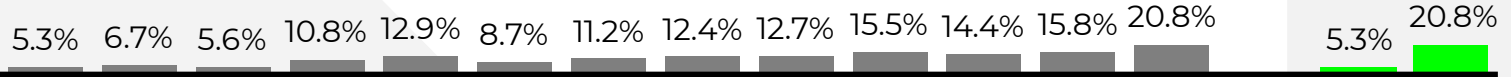
Self Cadenas



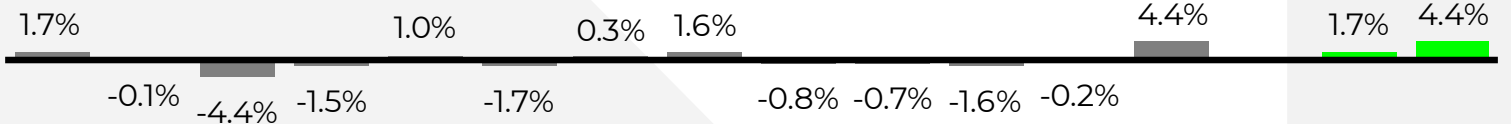
Self Independiente



Tradicionales

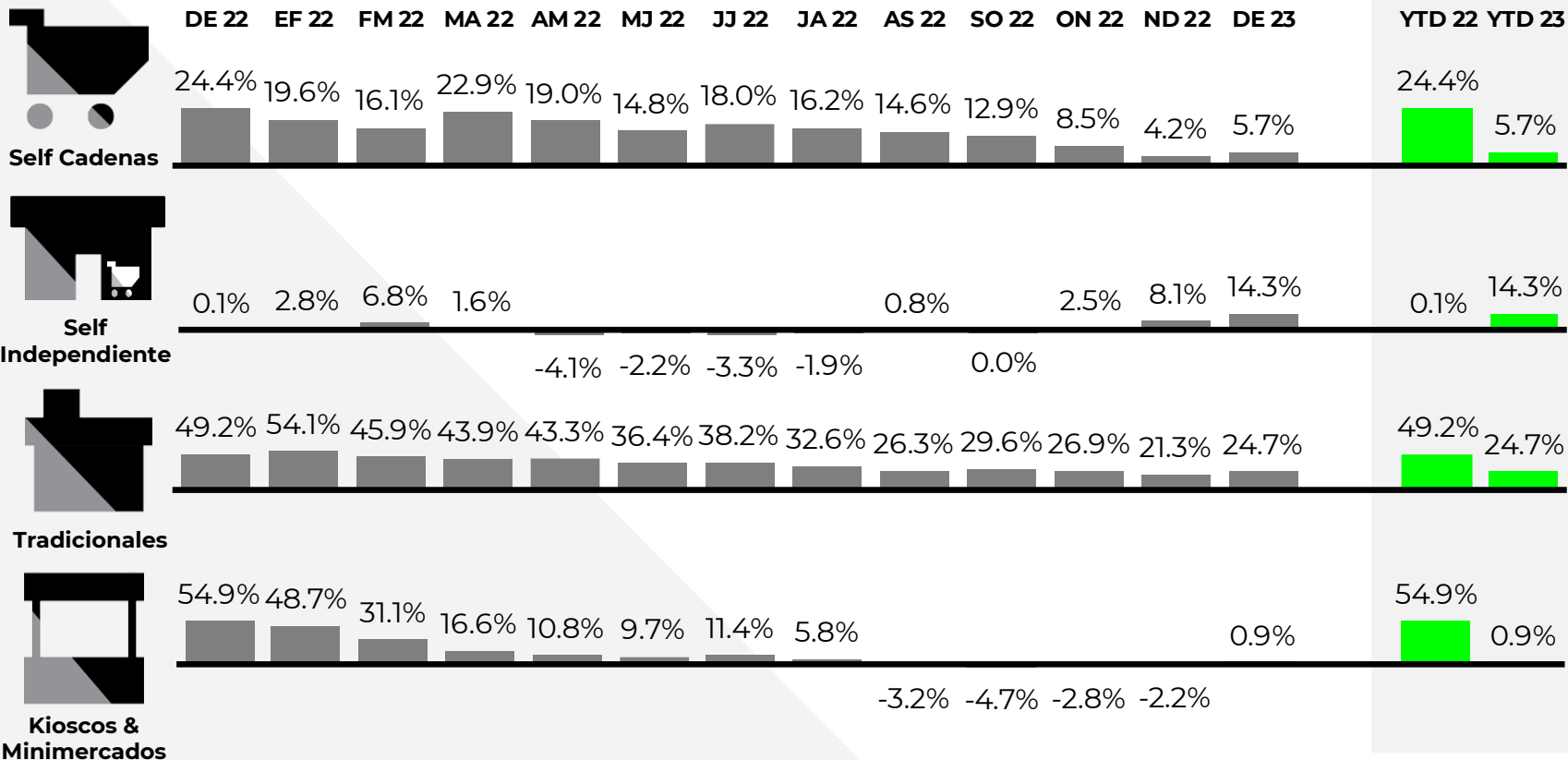


Kioscos & Minimercados



# Evolución general del consumo | GOLOSINAS

Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



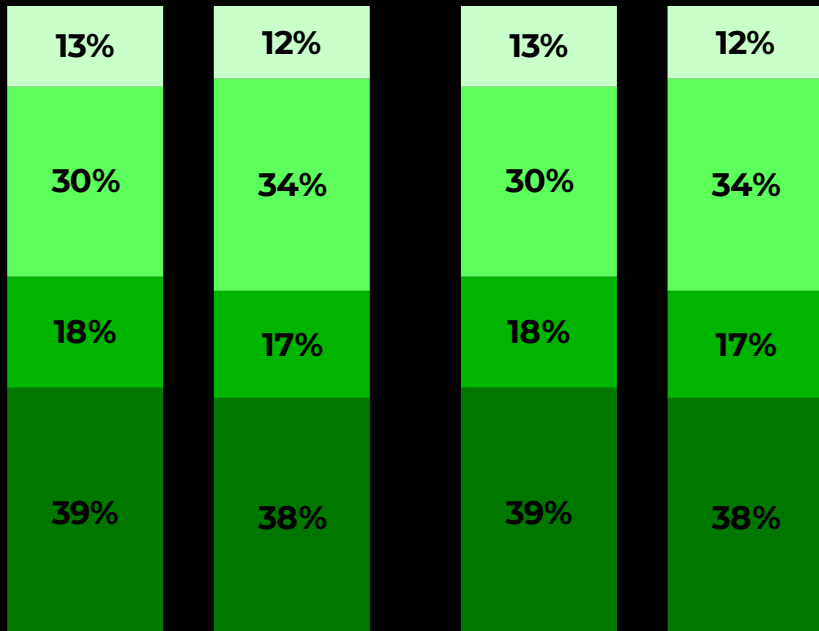
# Estructura del mercado argentino | ALIMENTOS

Variación vs. mismo periodo del año anterior

- Kioscos & Minimercados
- Tradicionales
- Self Independientes
- Self Cadenas



## MIX EN FACTURACIÓN



YTD 22

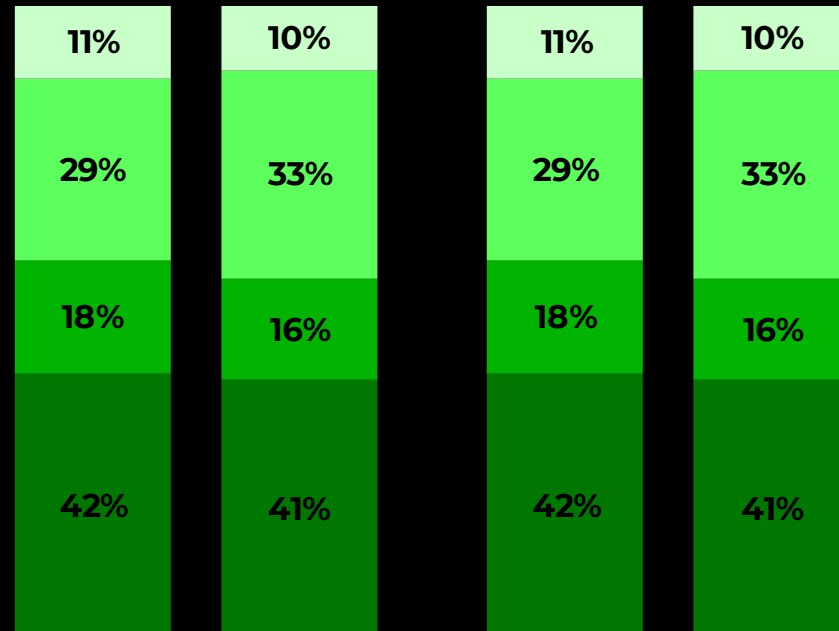
YTD 23

DE 22

DE 23



## MIX EN VOLUMEN



YTD 22

YTD 23

DE 22

DE 23

# Estructura del mercado argentino | ALIMENTOS

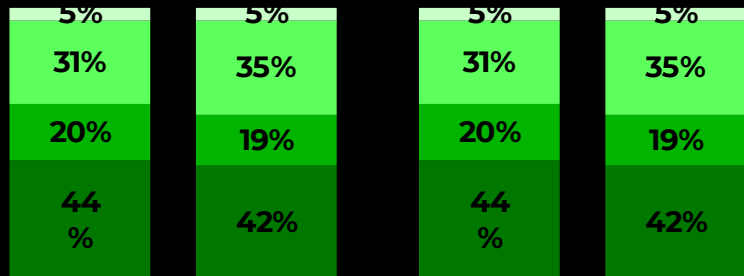
Variación vs. mismo periodo del año anterior

- Kioscos & Minimercados
- Tradicionales
- Self Independientes
- Self Cadenas

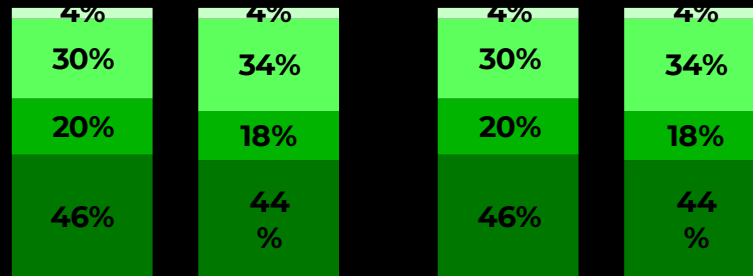


## MIX EN FACTURACIÓN

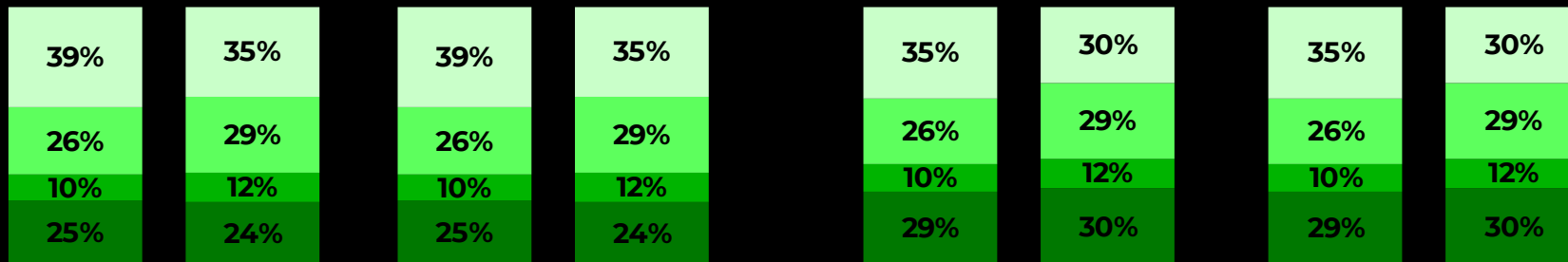
ALIMENTOS  
BASICOS &  
NO BASICOS



## MIX EN VOLUMEN



GOLOSINAS



# Industria de cuidado personal y limpieza



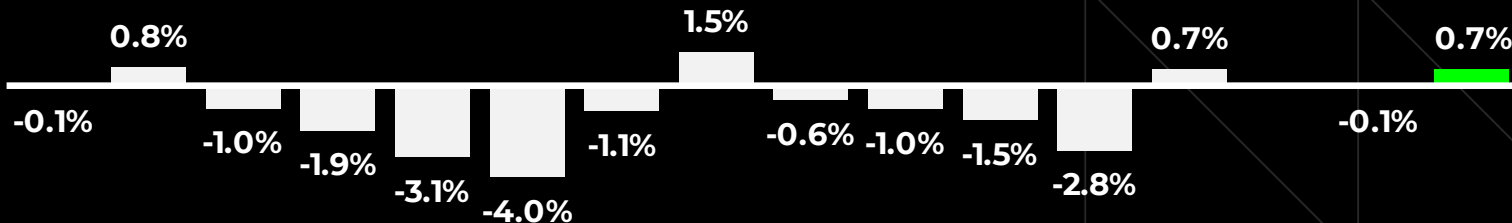
# Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

Variación vs. mismo periodo del año anterior

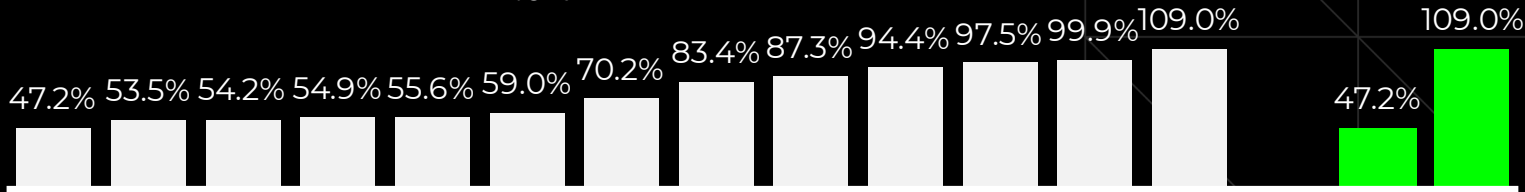
DE 22 EF 22 FM 22 MA 22 AM 22 MJ 22 JJ 22 JA 22 AS 22 SO 22 ON 22 ND 22 DE 23 YTD 22 YTD 23



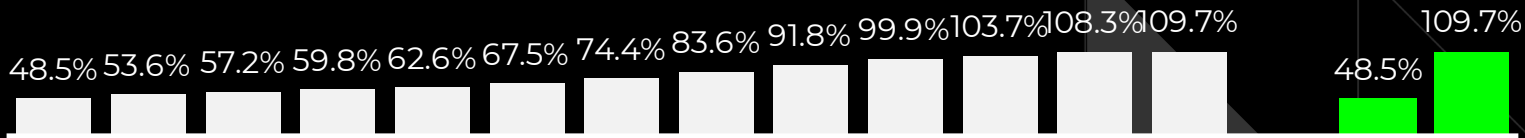
Consumo



Facturación



Precio Promedio Ponderado

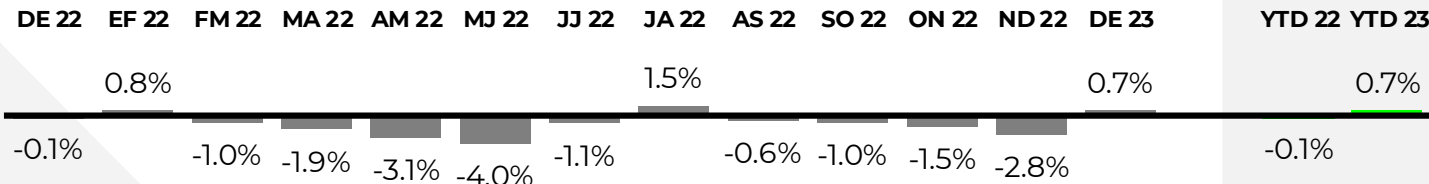


# Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

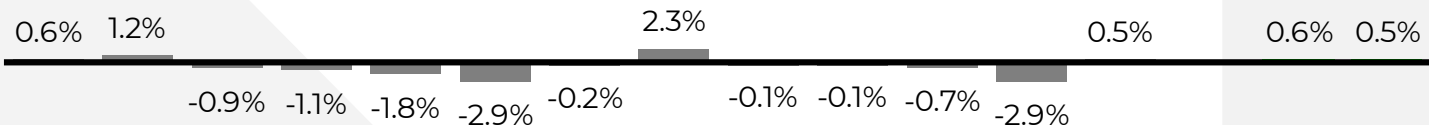
Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



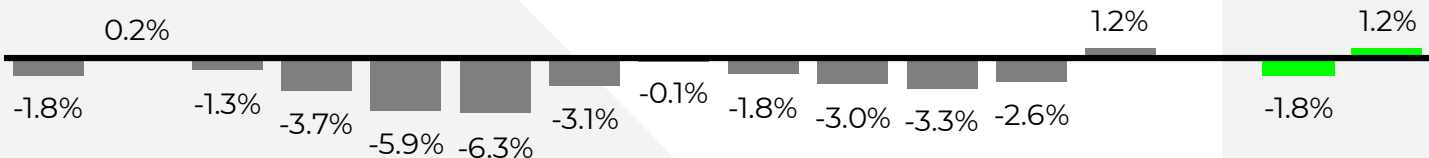
## CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA



## COSMETICA Y TOCADOR



## LIMPIEZA DEL HOGAR Y DE LA ROPA

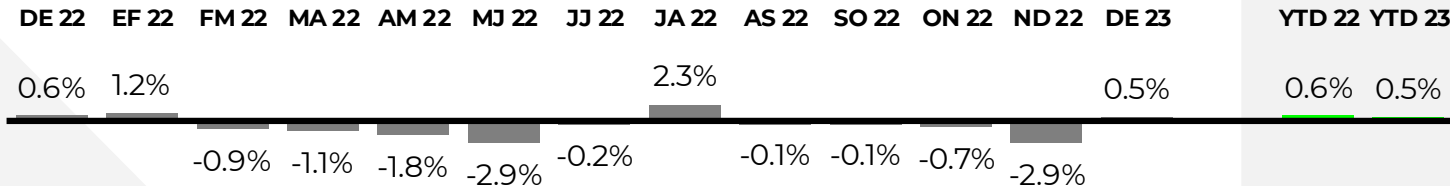


# Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

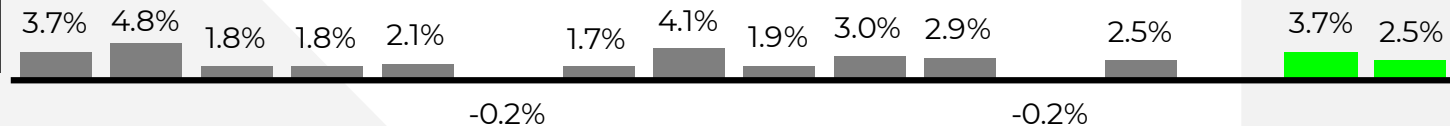
Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



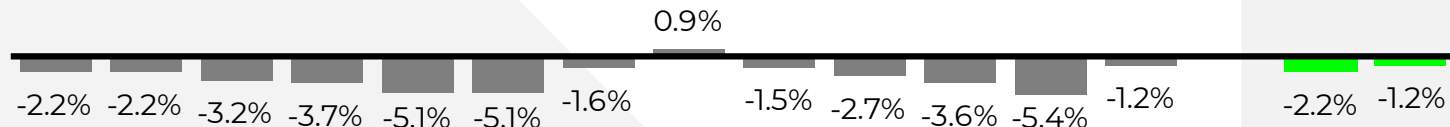
**COSMETICA Y TOCADOR**



**COSMETICA**



**TOCADOR**



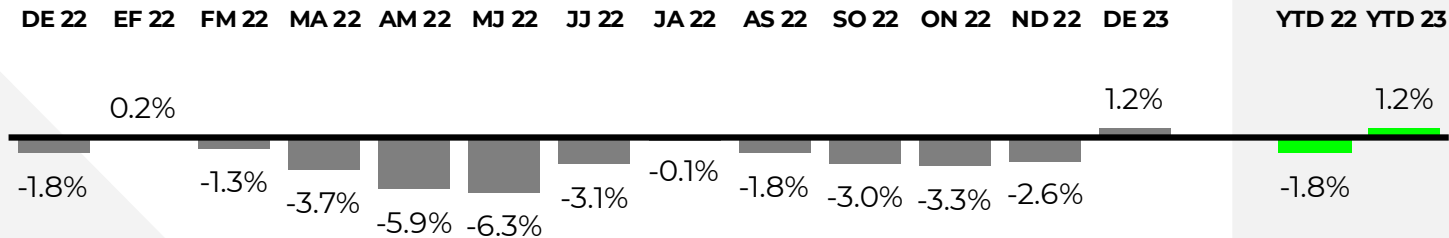


# Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

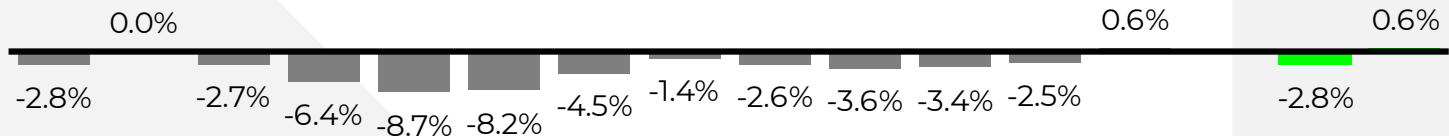
Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



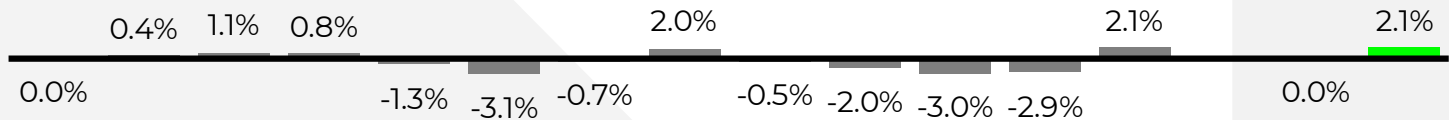
LIMPIEZA DEL HOGAR  
Y DE LA ROPA



LIMPIEZA  
DEL HOGAR

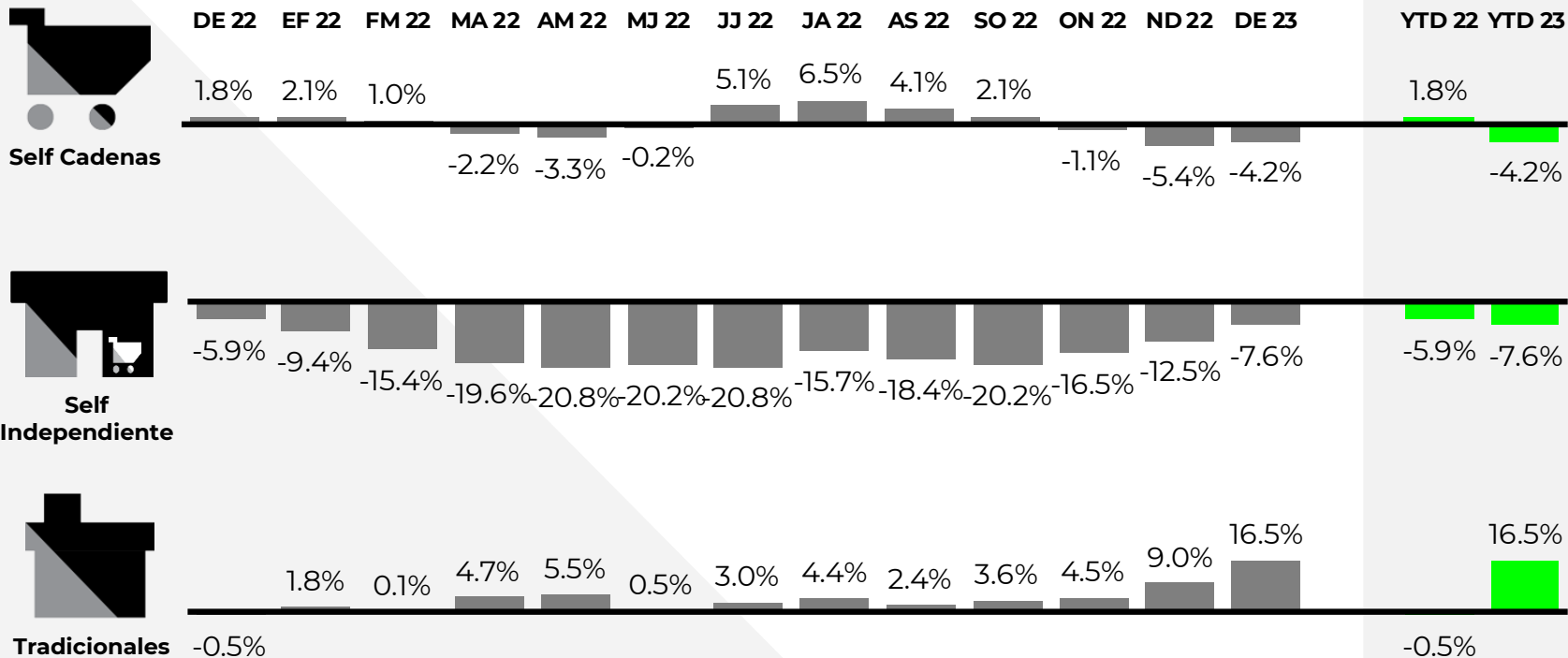


LIMPIEZA  
DE LA ROPA



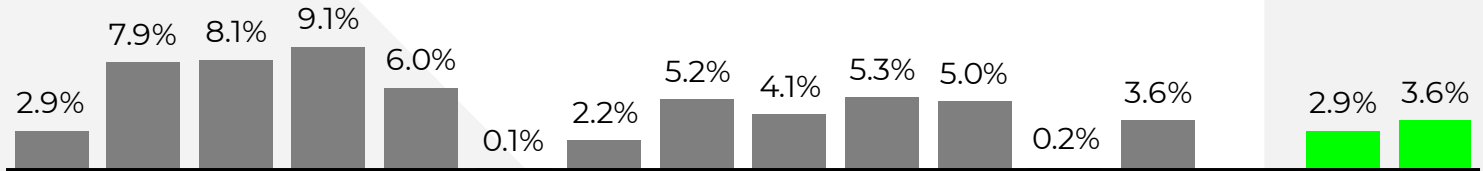
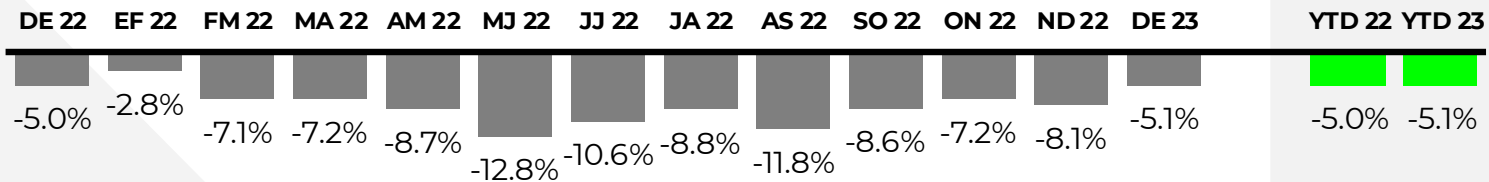
# Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



# Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



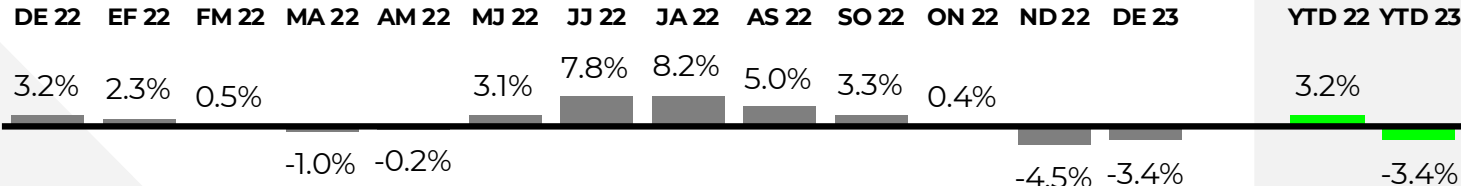
# Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22

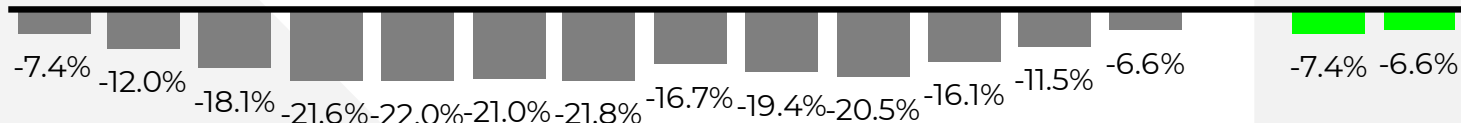
## COSMETICA Y TOCADOR



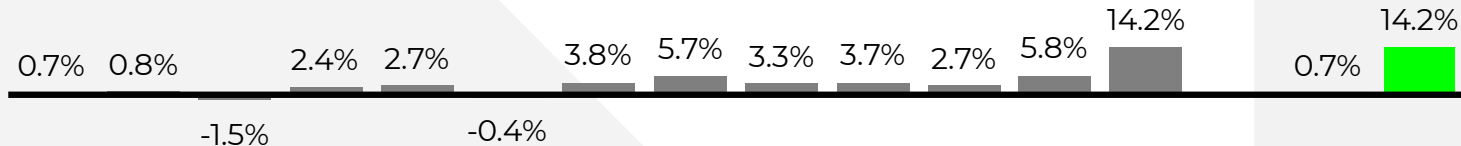
Self Cadenas



Self Independiente



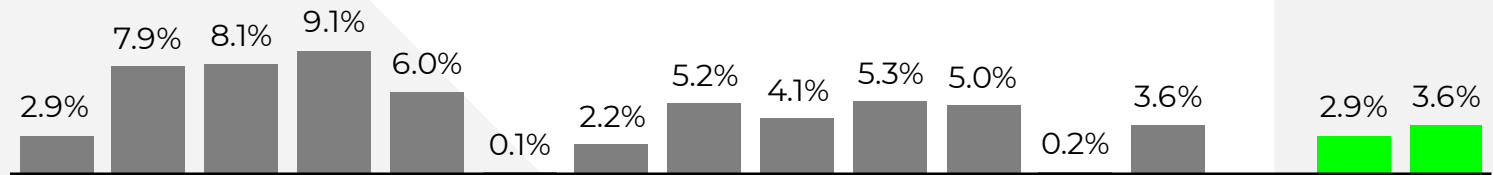
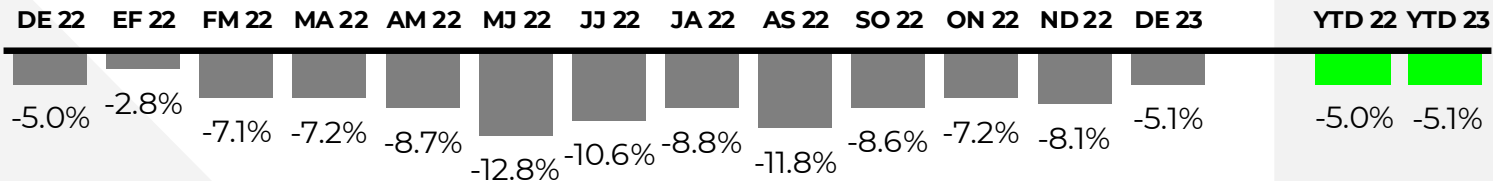
Tradicionales



# Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22

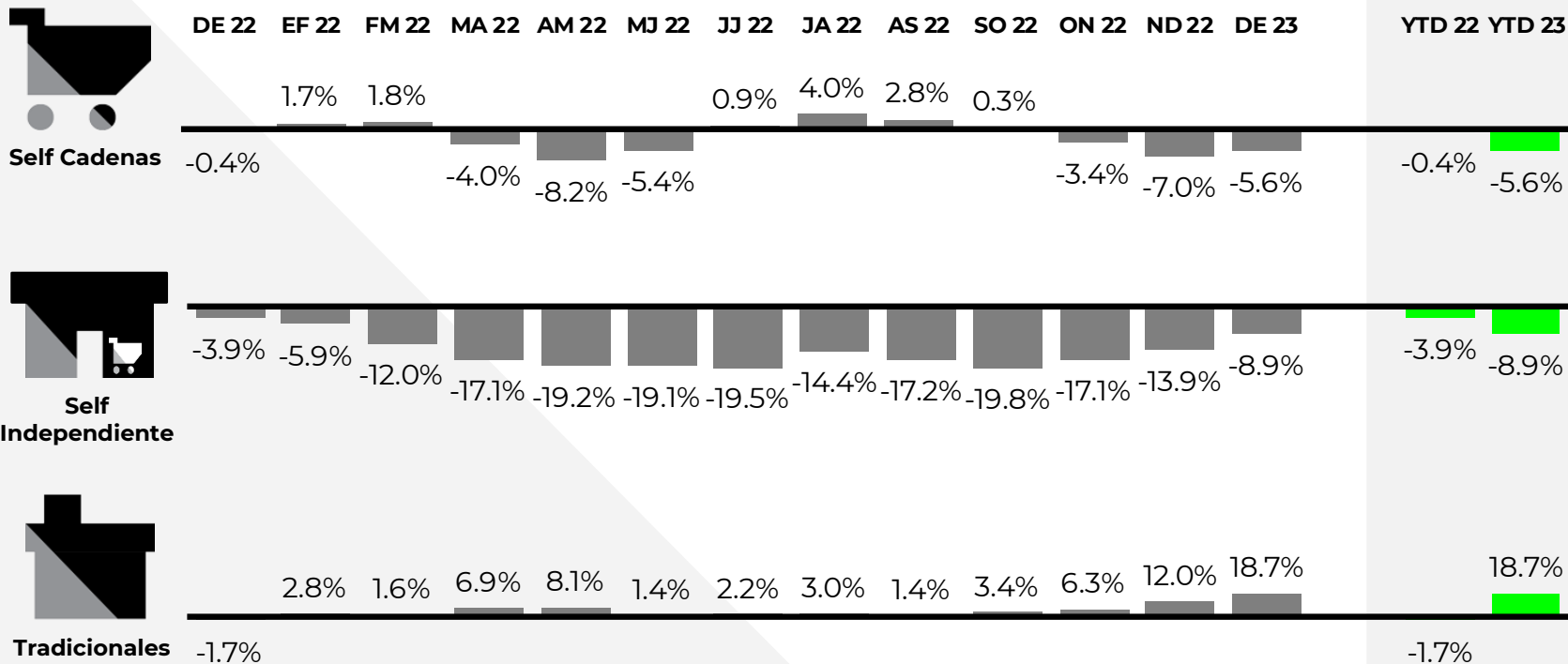
## COSMETICA Y TOCADOR



# Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22

## LIMPIEZA DE HOGAR Y DE LA ROPA



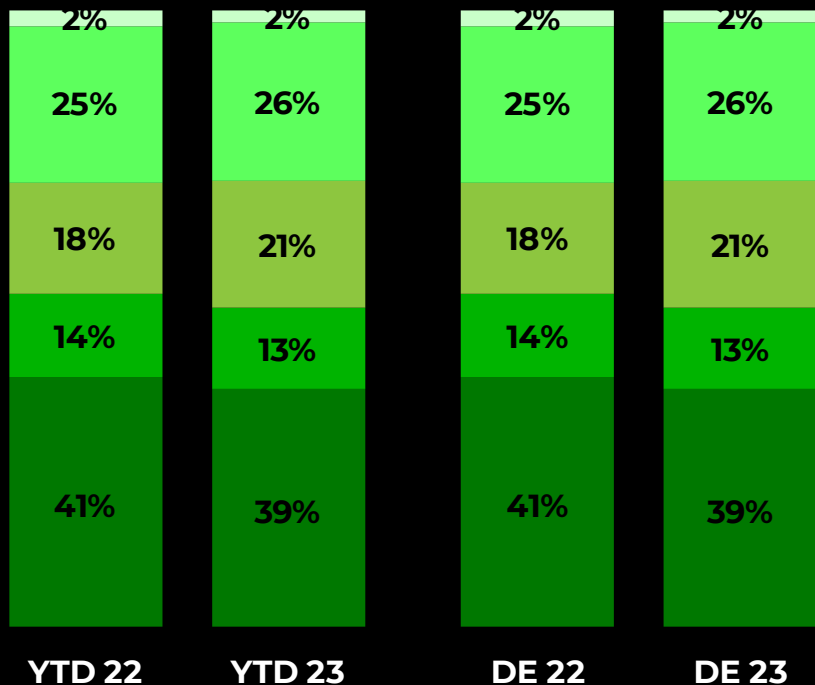
# Estructura del mercado argentino | LIMPIEZA Y CUIDADO

Variación vs. mismo periodo del año anterior

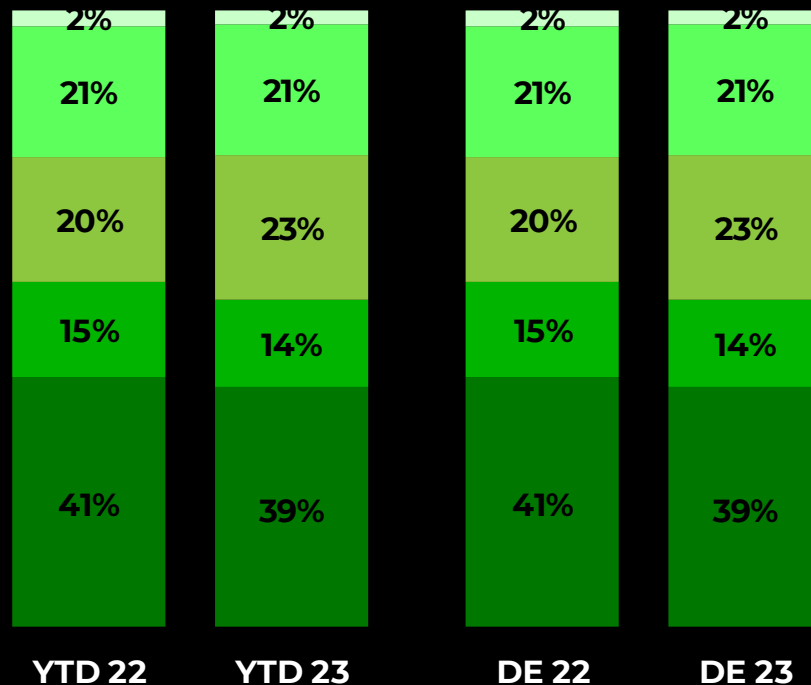
- Kioscos & Minimercados
- Farmacias & Perfumerías
- Tradicionales
- Self Independientes
- Self Cadenas



## MIX EN FACTURACIÓN



## MIX EN VOLUMEN



# Estructura del mercado argentino | LIMPIEZA Y CUIDADO

Variación vs. mismo periodo del año anterior

- Kioscos & Minimercados
- Tradicionales
- Self Independientes
- Self Cadenas

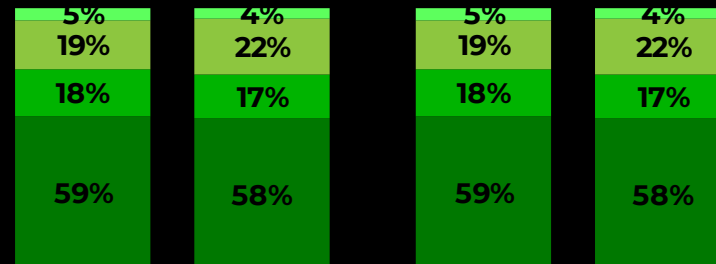
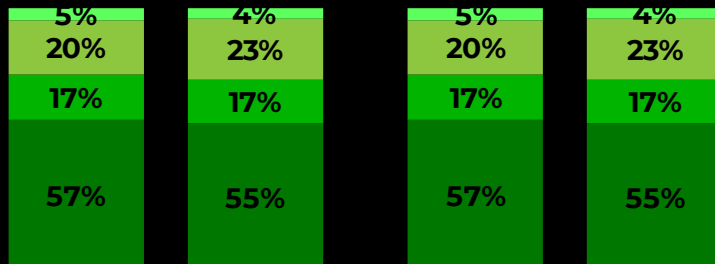


## MIX EN FACTURACIÓN

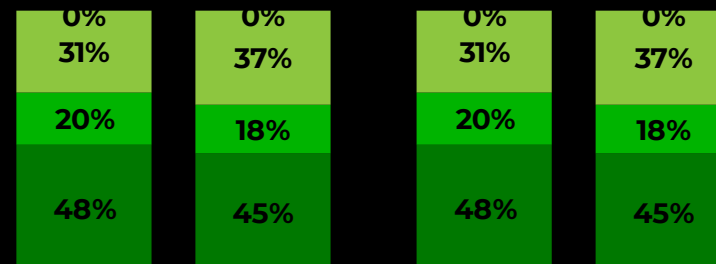
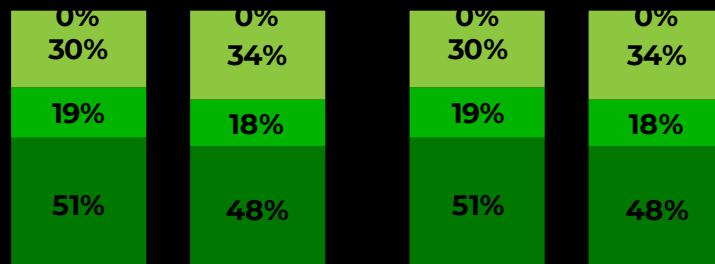


## MIX EN VOLUMEN

COSMÉTICA Y TOCADOR



LIMPIEZA DEL HOGAR Y DE LA ROPA



YTD 22

YTD 23

DE 22

DE 23

YTD 22

YTD 23

DE 22

DE 23



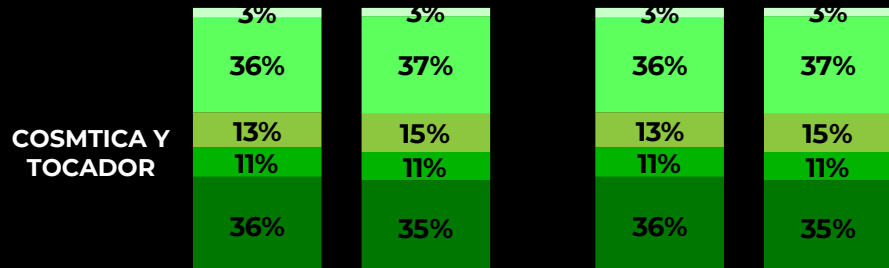
# Estructura del mercado argentino | LIMPIEZA Y CUIDADO

Variación vs. mismo periodo del año anterior

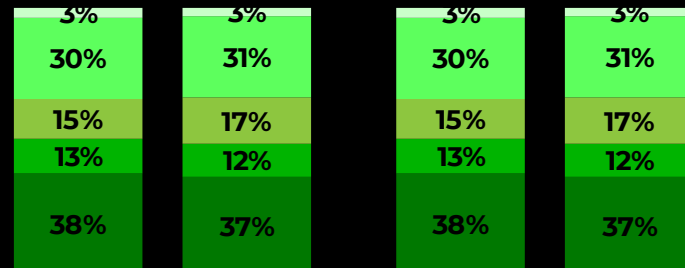
- Kioscos & Minimercados
- Farmacias & Perfumerías
- Tradicionales
- Self Independientes
- Self Cadenas



## MIX EN FACTURACIÓN



## MIX EN VOLUMEN



YTD 22

YTD 23

DE 22

DE 23

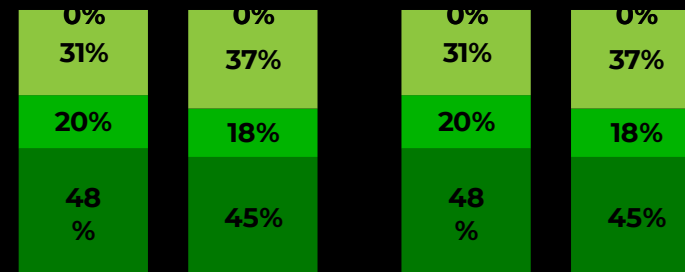
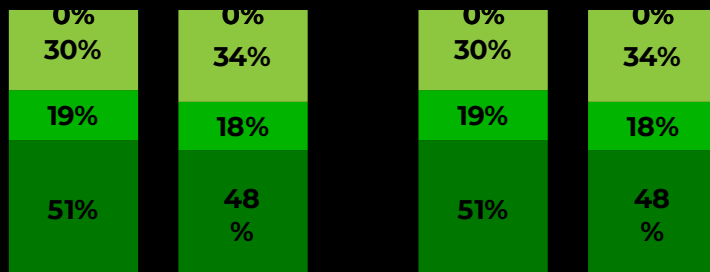
YTD 22

YTD 23

DE 22

DE 23

**LIMPIEZA DEL HOGAR Y DE LA ROPA**



YTD 22

YTD 23

DE 22

DE 23

YTD 22

YTD 23

DE 22

DE 23

# Estructura del mercado argentino | COSMETICA Y TOCADOR

Variación vs. mismo periodo del año anterior

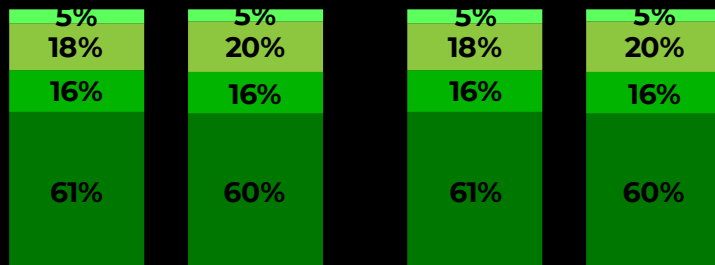
## COSMETICA Y TOCADOR

- Kioscos & Minimercados
- Tradicionales
- Self Independientes
- Self Cadenas



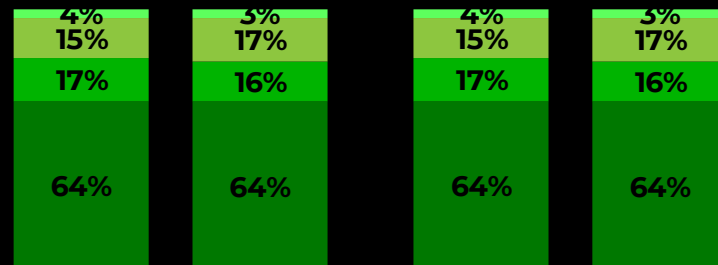
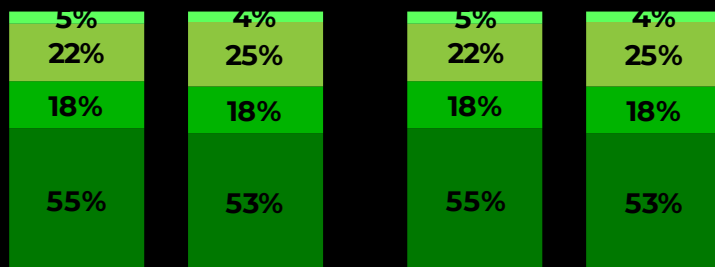
### MIX EN FACTURACIÓN

COSMETICA



### MIX EN VOLUMEN

TOCADOR



YTD 22

YTD 23

DE 22

DE 23

YTD 22

YTD 23

DE 22

DE 23

# Estructura del mercado argentino | COSMETICA Y TOCADOR

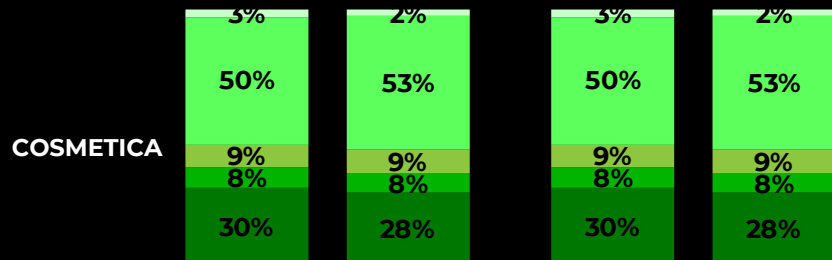
Variación vs. mismo periodo del año anterior

## COSMETICA Y TOCADOR

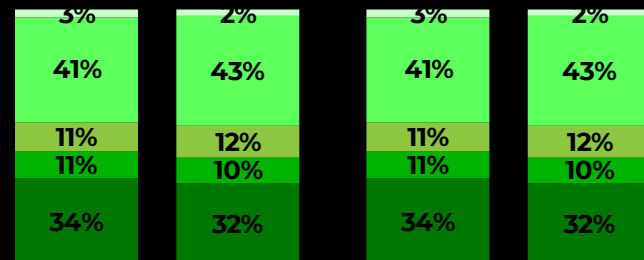
- Kioscos & Minimercados
- Farmacias & Perfumerías
- Tradicionales
- Self Independientes
- Self Cadenas



### MIX EN FACTURACIÓN



### MIX EN VOLUMEN



YTD 22

YTD 23

DE 22

DE 23

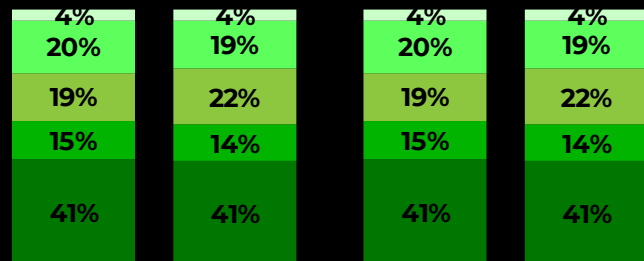
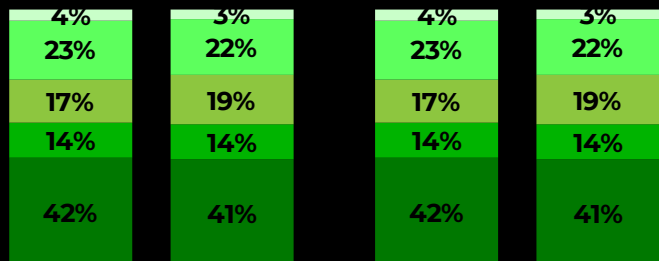
YTD 22

YTD 23

DE 22

DE 23

## TOCADOR



YTD 22

YTD 23

DE 22

DE 23

YTD 22

YTD 23

DE 22

DE 23

# Estructura del mercado argentino | LIMPIEZA DE HOGAR Y DE LA ROPA

Variación vs. mismo periodo del año anterior

## LIMPIEZA DE HOGAR Y DE LA ROPA

- Kioscos & Minimercados
- Tradicionales
- Self Independientes
- Self Cadenas

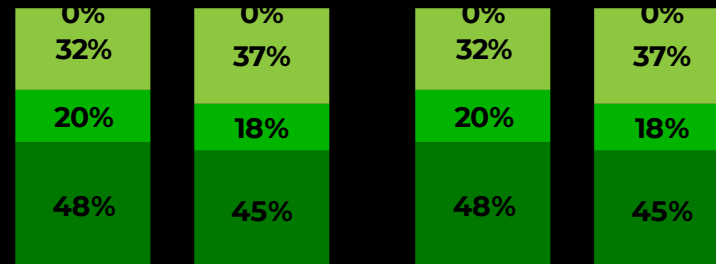
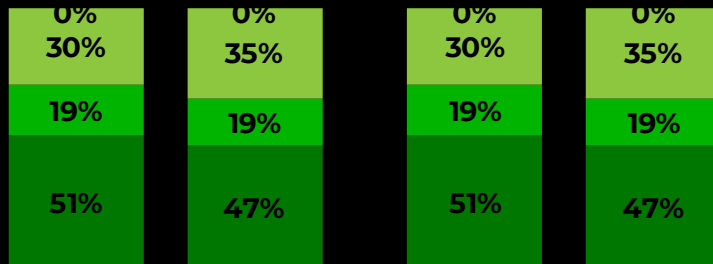


### MIX EN FACTURACIÓN

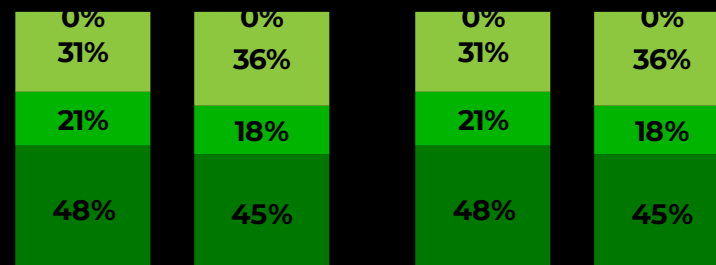
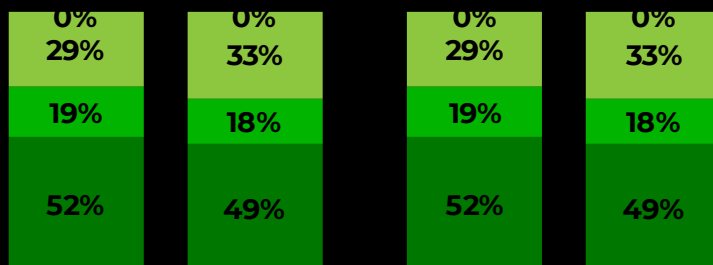


### MIX EN VOLUMEN

#### LIMPIEZA DEL HOGAR



#### LIMPIEZA DE LA ROPA



YTD 22

YTD 23

DE 22

DE 23

YTD 22

YTD 23

DE 22

DE 23

# Glosario

INDUSTRIAS



CANALES



# DEFINICION DE INDUSTRIAS

# Familias/Categorías



**BEBIDAS**

**BEBIDAS NO  
ALCOHOLICAS**

**BEBIDAS  
ALCOHOLICAS**



**ALIMENTOS**

**ALIMENTOS  
BASICOS**

**ALIMENTOS  
NO BASICOS**

**GOLOSINAS**



**CUIDADO PERSONAL  
Y LIMPIEZA**

**LIMPIEZA  
DEL HOGAR**

**LIMPIEZA  
DE LA ROPA**

**COSMETICA**

**TOCADOR**



# BEBIDAS



## BEBIDAS NO ALCOHOLICAS

---

- AGUAS MINERALES PURAS
- AGUAS MINERALES SABORIZADAS
- AMARGOS + GASIFICADOS.
- BEBIDAS GASEOSAS
- CAFE SOLUBLE
- ENERGY DRINK
- JUGOS CONCENTRADOS
- JUGOS ISOTONICOS
- JUGOS LISTOS P/BEBER
- LECHES CHOCOLATADAS Y SABORIZADA
- POLVOS CHOCOLATADOS
- POLVOS P/PRE.JUGOS
- TES
- YERBAS COMUNES Y COMPUESTAS

## BEBIDAS ALCOHOLICAS

---

- APERIT.ALCOHO.Y NO ALCOHO.
- CERVEZAS
- WHISKY



# ALIMENTOS



## ALIMENTOS BASICOS

---

- ACEITES COMESTIBLES
- ALIMENTOS INFANTILES
- ARG - GALLETITAS CRACKERS (C.M.)
- CALDOS CANASTA MONTH
- HARINAS
- LECHES EN POLVOS
- LECHES FLUIDAS
- LECHES VEGETALES
- MANTECAS
- REBOZADORES

## GOLOSINAS

---

- ALFAJORES
- BOMBONES Y BOCADITOS
- CHOCOLATE CONFITADO
- CHOCOLATE P/TAZA REPOS.Y COBERTUR
- GOMAS DE MASCAR
- GUARNICIONES PARA COPETIN
- HUEVOS Y FIGURAS DE CHOCOLATE
- MANI C/CHOCOLATE
- OBLEAS Y GALLETITAS
- OTROS BANADOS
- SNACKS
- TABLETAS

## ALIMENTOS NO BASICOS

---

- BOLSAS P/HORNO
- BUDINES / MADALENAS
- CEREALES LISTOS
- CREMAS DE LECHE
- DULCE DE LECHE
- EDULCORANTES
- FLANES
- GALLETITAS CEREALES
- GALLETITAS DULCES RELLENAS
- GALLETITAS DULCES SECAS
- GALLETITAS OBLEAS
- GELATINAS
- HAMBURGUESAS
- KETCHUP
- LEVADURAS
- MAYONESA
- MEZCLAS PREPARADAS
- MOSTAZA
- MOUSSE
- PAN ARABE Y TORTILLAS
- PANIFICADOS
- PASTAS FRESCAS
- POLVOS PARA PREPARAR HELADOS
- POSTRES
- POSTRES Y FLANES PREPARADOS
- PURE INSTANTANEO
- QUESOS RALLADOS Y EN HEBRAS
- QUESOS UNTABLES
- SALCHICHAS.
- SALSA GOLF
- SOPAS
- YOGHURT



# CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA



## COSMETICA

---

- BRONC
- CREMAS FACIALES
- CREMAS P/CUERPO + REDUC.
- DESODORANTES CORPORALES
- SHAMPOO
- TINTURAS
- TRAT.POSTLAVADO CAPILAR

## LIMPIEZA DEL HOGAR

---

- DESODORIZANTES Y DESINF.AMBIENT.
- DETERGENTES LIQUIDOS
- LAVANDINAS
- LIMPIADORES LIQUIDOS
- LIMPIADORES Y DESE.NO LIQ.
- LUSTRAMUEBLES
- ROLLOS DE PAPEL P/COCINA

## TOCADOR

---

- CEPILLOS DENTALES
- ENJUAGUES BUCALES
- HOJAS Y SIST.DE AFEITAR
- I.URINARIA
- JABONES DE TOCADOR-ADULTO
- PANIALES DESCARTABLES P/BEBES
- PAPEL HIGIENICO
- PASTAS DENTALES
- PROTECTORES
- TAMPONES
- TOALLAS FEMENINAS
- TOALLAS HUMEDAS

## LIMPIEZA DE LA ROPA







---

- JABON EN BARRA
- JABONES Y DETERGENTES EN POL
- PRODUCTOS PARA EL LAVADO FINO
- QUITAMANCHAS Y PRELAVADO
- SUAVIZANTE

# DEFINICION DE CANALES



# DEFINICION DE CANALES INCLUIDOS

|   |                           |   |
|---|---------------------------|---|
|  | <b>SELF CADENA</b>        | Local con modalidad de atención Self Service. Supermercados y Autoservicios de Cadena con 3 o más sucursales.   |
|  | <b>SELF INDEPENDIENTE</b> | Local con modalidad de atención Self Service. Supermercados y Autoservicios independientes con menos de 3 sucursales.   |
|  | <b>TRADICIONALES</b>      | Local con atención a través de un mostrador por una persona responsable del negocio, con predominio de presencia de categorías de compra no impulsiva.                                |
|  | <b>KIOSCOS</b>            | Local con atención a través de un mostrador o ventana, con predominio de presencia de categorías de compra impulsiva.   |
|  | <b>MINIMERCADOS</b>       | Ubicados en estaciones de servicio, generalmente abiertos entre 18 y 24 hs. diarias, con alguna góndola o sistema de auto-abastecimiento. Suelen incluir cafetería y comidas rápidas. |
|  | <b>FARMACIAS</b>          | Todo local habilitado como tal (para la venta de medicamentos bajo receta). Venden medicamentos y también pueden comercializar productos OTC.   |
|   | <b>PERFUMERIAS</b>        | Todo local en el cual más del 80% de las categorías trabajadas correspondan a productos de cosmética y tocador.   |

# Glosario

