



# Argentina

## FEBRERO 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

### +107,4%

El *precio promedio* supera el 100% interanual por tercer periodo en los últimos 13 meses, con tendencia al crecimiento.

### +5,6%

*Alimentos* crece impulsado por Alim. no básicos (+5,7%) por primer periodo, con mayor aporte que Golosinas creciendo (+7,9%) y Alim. básicos (+3,3%).

### -2,1%

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

### +14,8%

*Bebidas* es la familia con mayor crecimiento. Impulsado por Bebidas no Alcohólicas (+16,2%). Alcohólicas crece (+11,4%) aumento que se da a fin y principio de año.

### +3,6%

*Cuidado personal y limpieza* Crecimiento impulsado por Cosmética (+9,7%), tocador crece (+0,4%), Limp. de la Ropa (+2,2%). y Limp. del Hogar se contrae (-0.6%).

### +21,6%

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



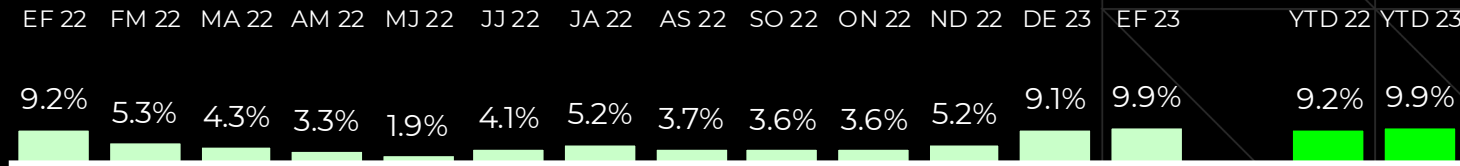
**Enero/Febrero 2023  
muestra un  
crecimiento del  
**+9,9%** en  
comparación con el  
mismo período del  
año anterior**

# Evolución general del consumo

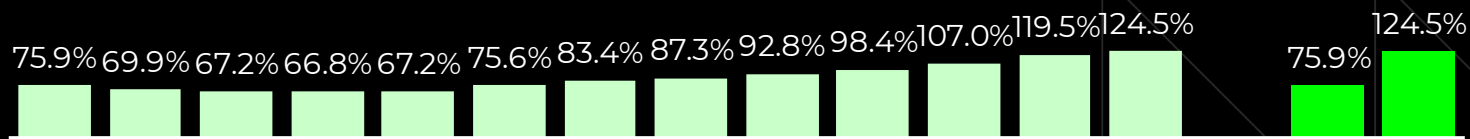
Variación vs. mismo periodo del año anterior



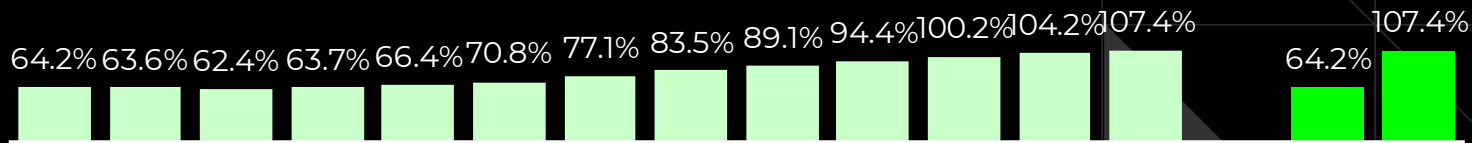
Consumo



Facturación



Precio Promedio  
Ponderado

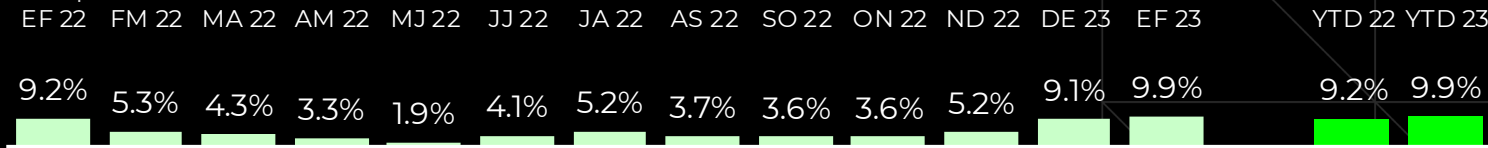


# Evolución general del consumo

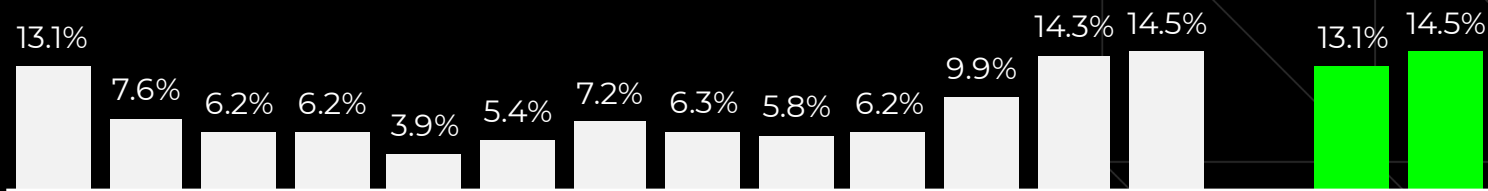
Variación vs. mismo periodo del año anterior



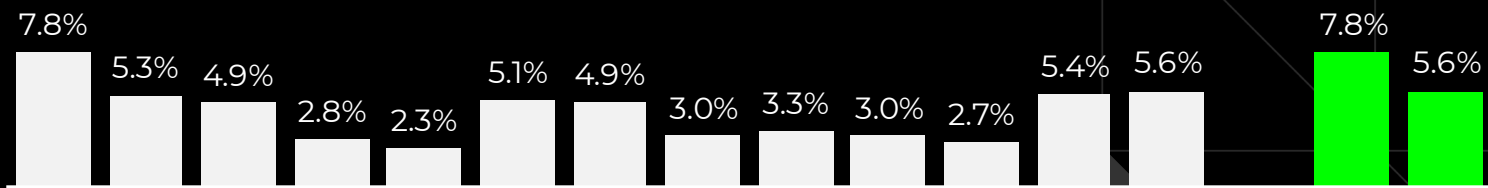
Consumo



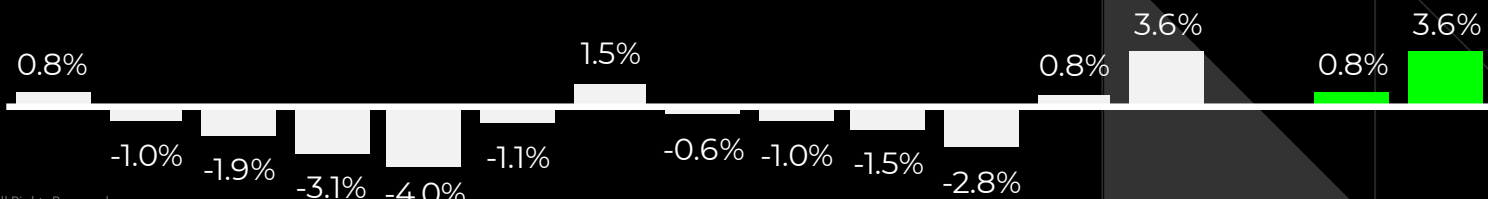
Bebidas



Alimentos

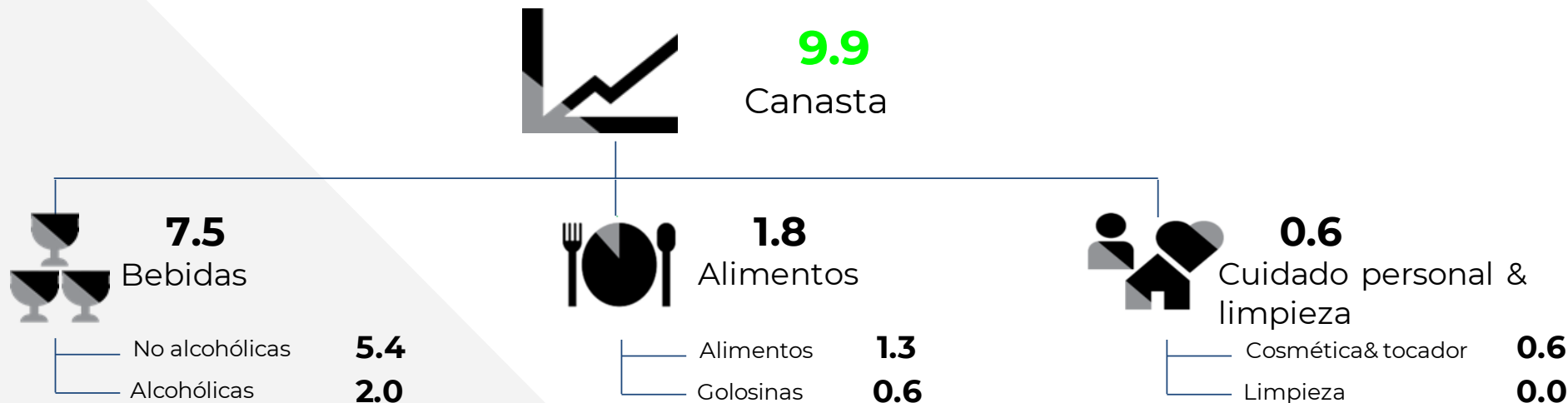


Cuidado personal  
y limpieza



# Aporte por familia|categoría

Total YTD | Argentina



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

bebidas gaseosas  
cervezas  
energy drink

tes  
polvos chocolatados  
jugos concentrados

guarniciones para copetin  
snacks  
panificados

leches fluidas  
tabletas  
gomas de mascar

bronc  
desodorantes corporales  
cremas faciales

rollos de papel p/cocina  
desodorizantes y desinf.ambient.  
pañales descartables p/bebes

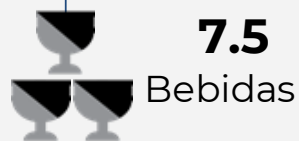
# Aporte por familia|categoría

Variación vs. mismo periodo del año anterior | Argentina



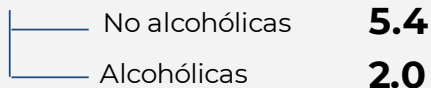
**9.9**

Canasta



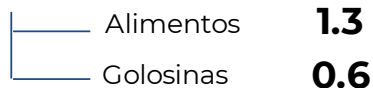
**7.5**

Bebidas



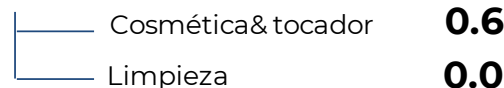
**1.8**

Alimentos



**0.6**

Cuidado personal & limpieza



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

bebidas gaseosas  
cervezas  
energy drink

tes  
polvos chocolatados  
jugos concentrados

guarniciones para copetín  
snacks  
panificados

leches fluidas  
tabletas  
gomas de mascar

bronc  
desodorantes corporales  
cremas faciales

rollos de papel p/cocina  
desodorizantes y desinf.ambi  
pañales descartables p/bebe





# Desarrollo de productos

# Desarrollo por familia

Variación vs. mismo periodo del año anterior

Var. % YTD 23 vs YTD 22



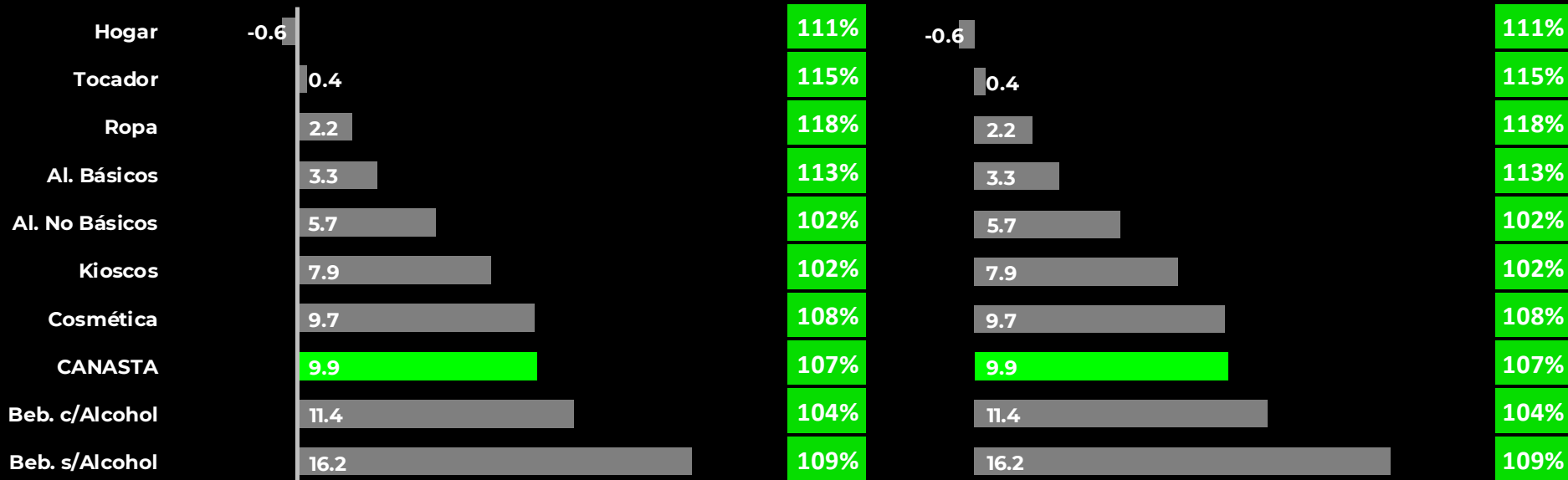
CONSUMO

\$  
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  
postres  
levaduras  
pure instantaneo  
pan arabe y tortillas



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



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



cereales listos  
tortes  
mousse  
alimentos infantiles  
sopas



leches con chocolate y saborizadas  
tes  
polvos p/prejugos  
polvos con chocolate  
jugos concentrados



### GOLOSINAS



### LIMPIEZA DEL HOGAR Y DE LA ROPA



### COSMETICA Y TOCADOR



snacks  
otros panados  
guarniciones para copetín  
arajores  
nuevos y figuras de chocolate



productos para el lavado tipo  
quitamanchas y prelavado  
limpiadores líquidos  
detergentes líquidos  
lavandinas



bronc  
cremas faciales  
desodorantes corporales  
nojas y sist.de areitar  
cremas p/cuerpo + reauc.



pompones y bocaditos  
opieas y galletitas  
tabletas  
mani c/chocolate  
gomas de mascar



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



papel higienico  
jabones de tocador-aadito  
enjuagues bucales  
pañales descartables p/bebes  
toallas numeradas

# Top & Bottom five

Var vs. mismo período año anterior | EF 23

## Var. % EF 23 vs EF 22



### ALIMENTOS



### BEBIDAS



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



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



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



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



cereales listos  
tortes  
mousse  
alimentos infantiles  
sopas



leches cnocoiatadas y saborizada  
tes  
poivos p/prejugos  
poivos cnocoiatados  
jugos concentrados



### GOLOSINAS



### LIMPIEZA DEL HOGAR Y DE LA ROPA



### COSMETICA Y TOCADOR



snacks  
otros panados  
guarniciones para copetin  
atajores  
nuevos y figuras de chocolate



productos para el lavado tipo  
quitamanchas y prelavado  
limpiadores líquidos  
detergentes líquidos  
lavandinas



bronc  
cremas faciales  
desodorantes corporales  
nojas y sist.de areitar  
cremas p/cuerpo + reduc.



bombones y bocaditos  
opieas y galletitas  
tabletas  
mani c/chocolate  
gomas de mascar



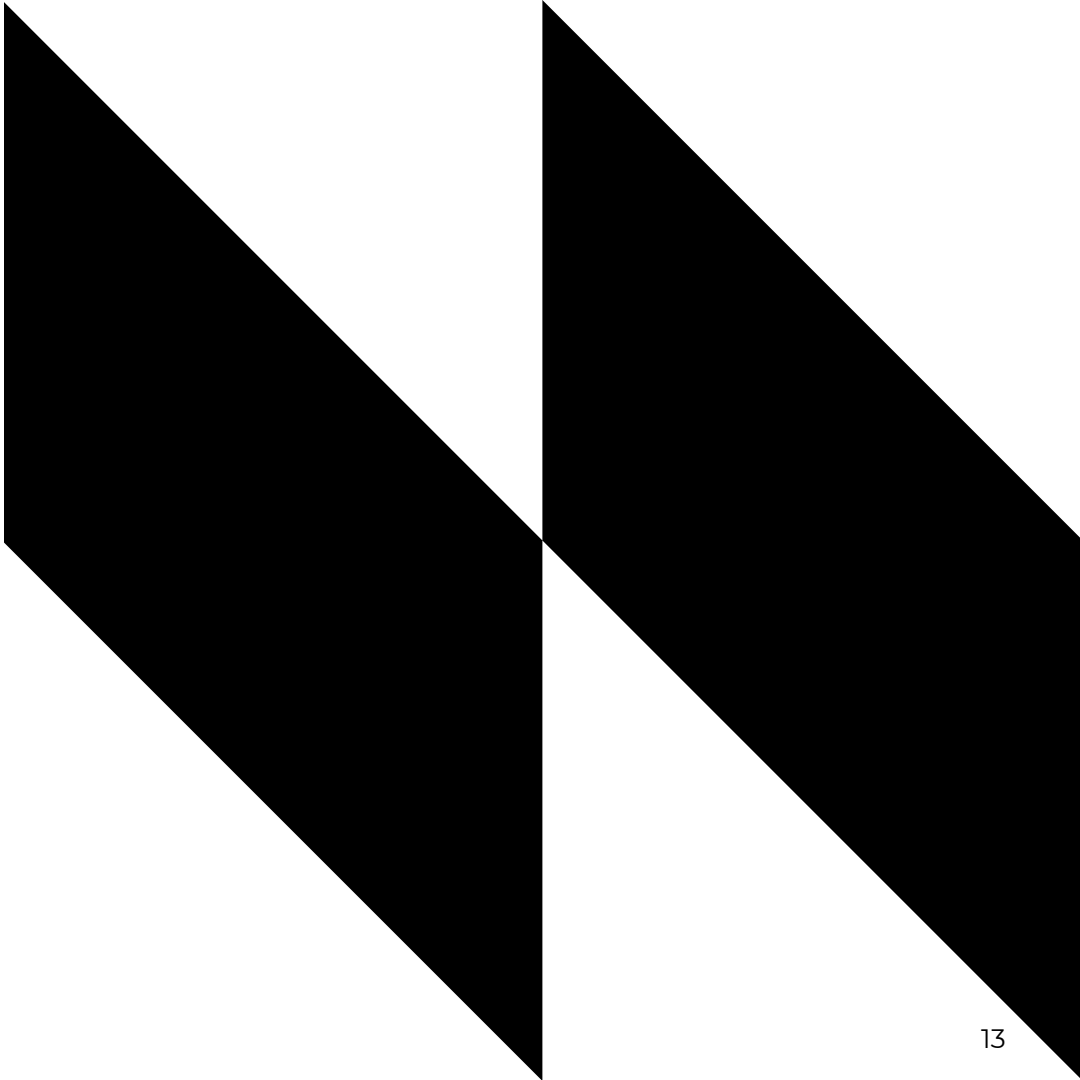
japon en barra  
lustramuebles  
rollos de papel p/cocina  
limpiadores y dese.no liq.  
desodorizantes y desint.ambient.



papel higienico  
jabones de tocador-aquito  
enjuagues bucales  
pañales descartables p/bebes  
toallas numedas



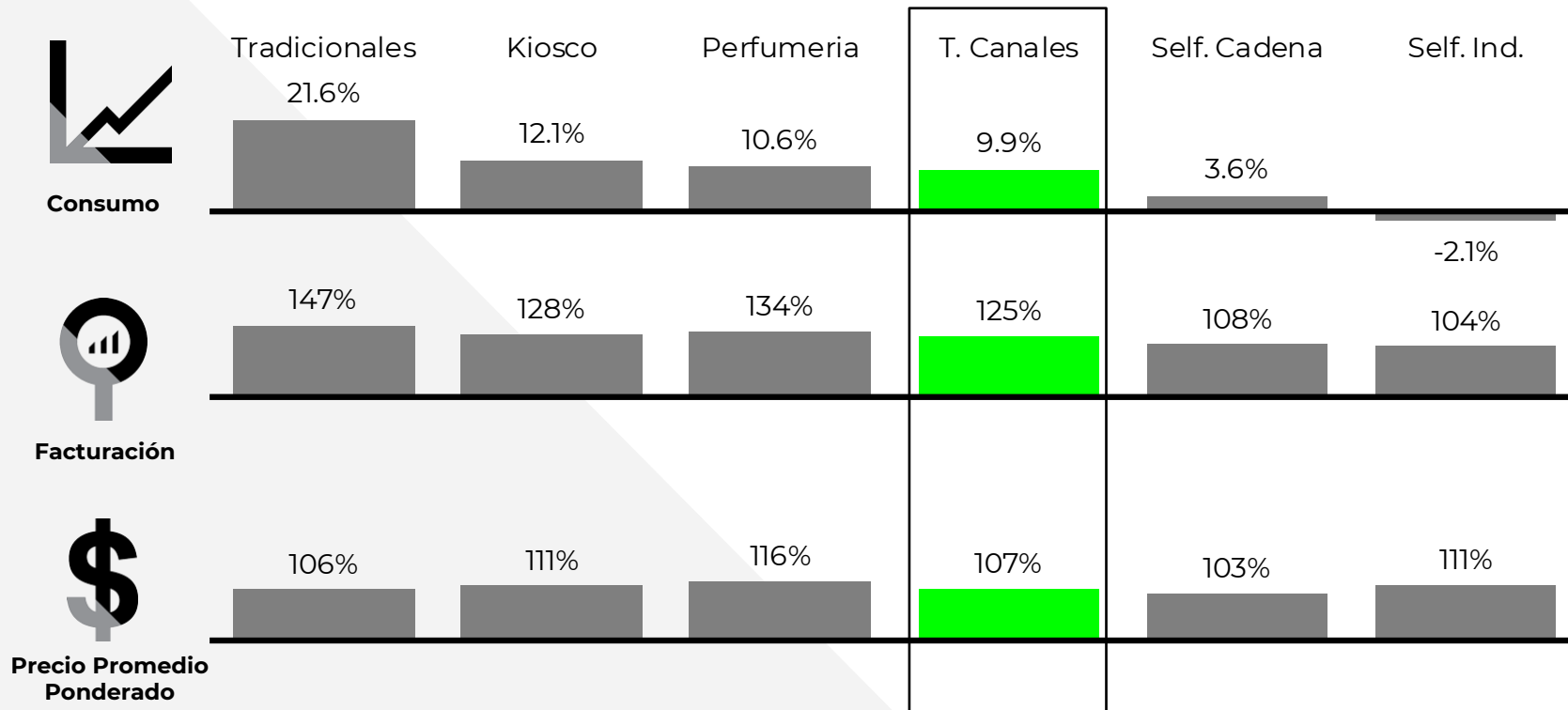
# Desarrollo de canales



# Evolución general del consumo

Argentina por Canal | YTD 23 vs YTD 22

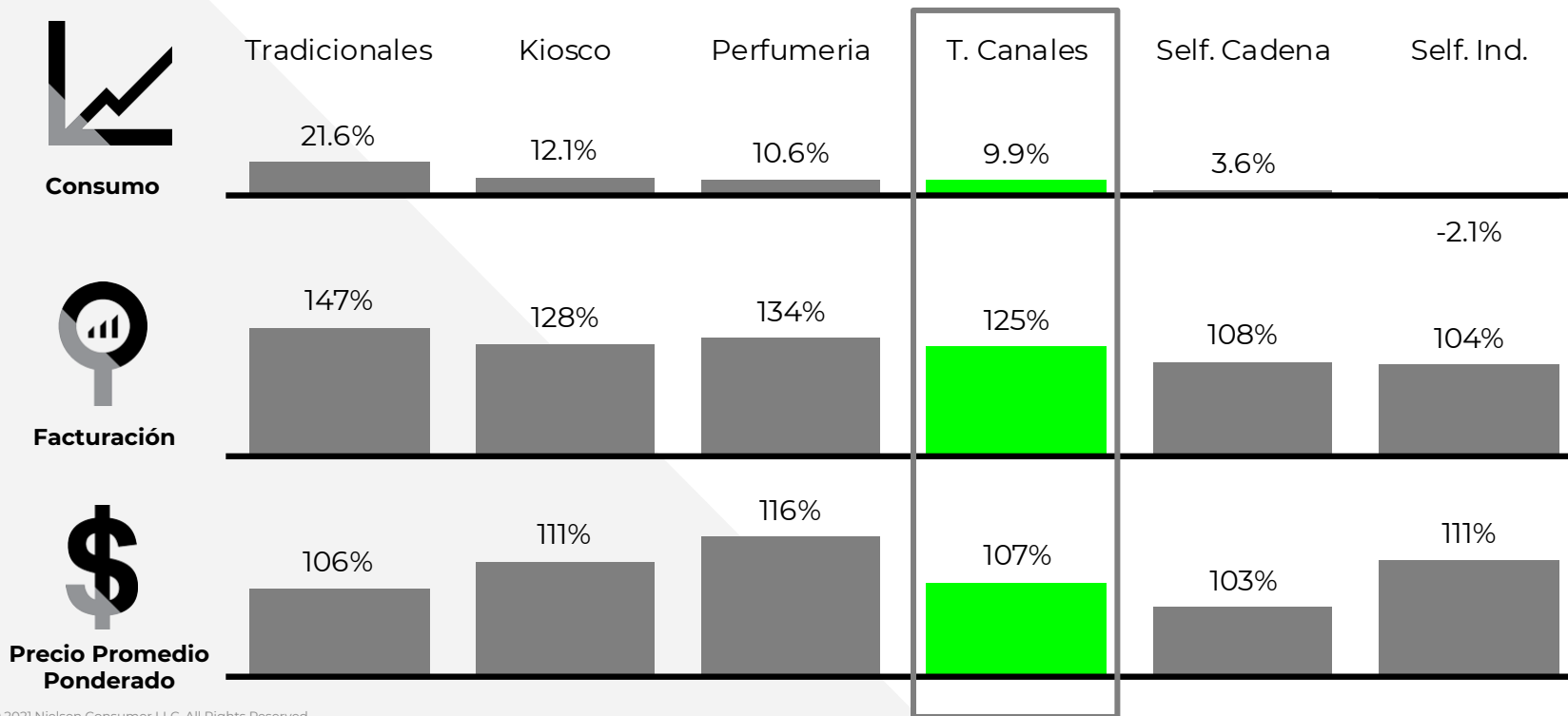
Tradicionales, Kioscos y Perfumerías son los canales que crecen por encima de la canasta. Self Independiente **se contrae**



# Evolución general del consumo

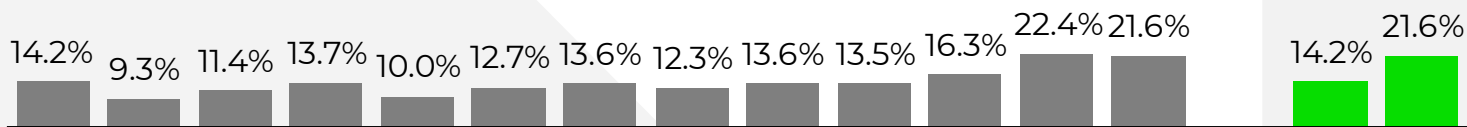
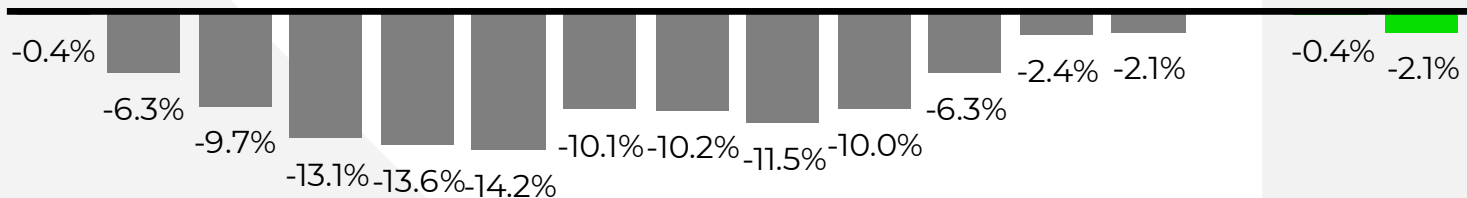
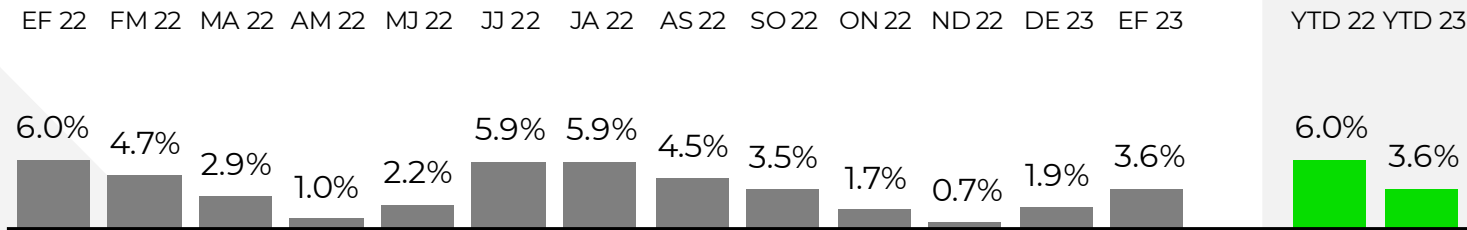
Argentina por Canal | EF 23 vs EF 22

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



# Evolución general del consumo

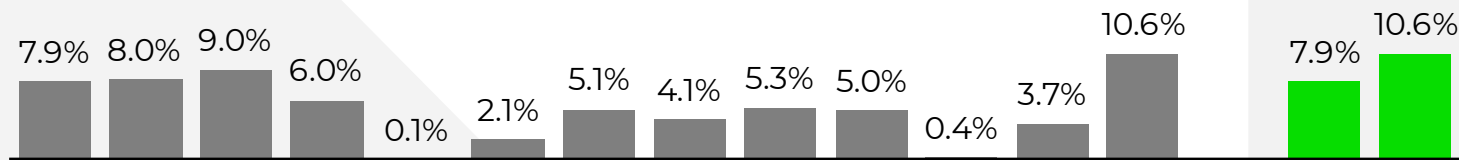
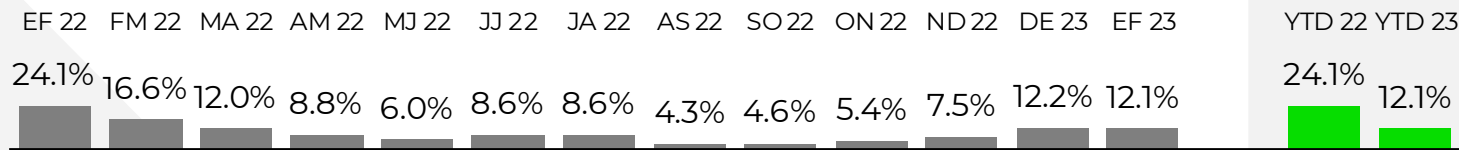
Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22





# Evolución general del consumo

Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22

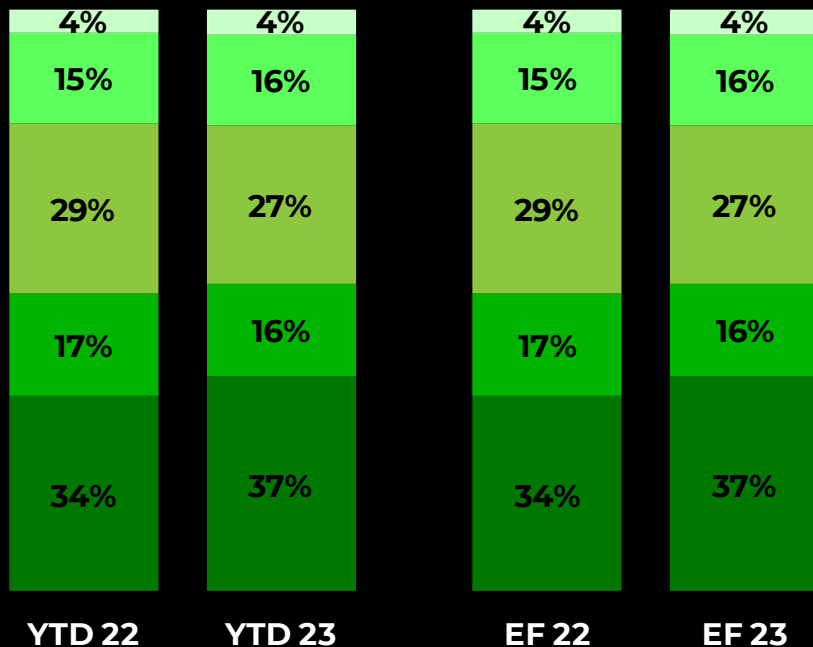


# Estructura del mercado argentino

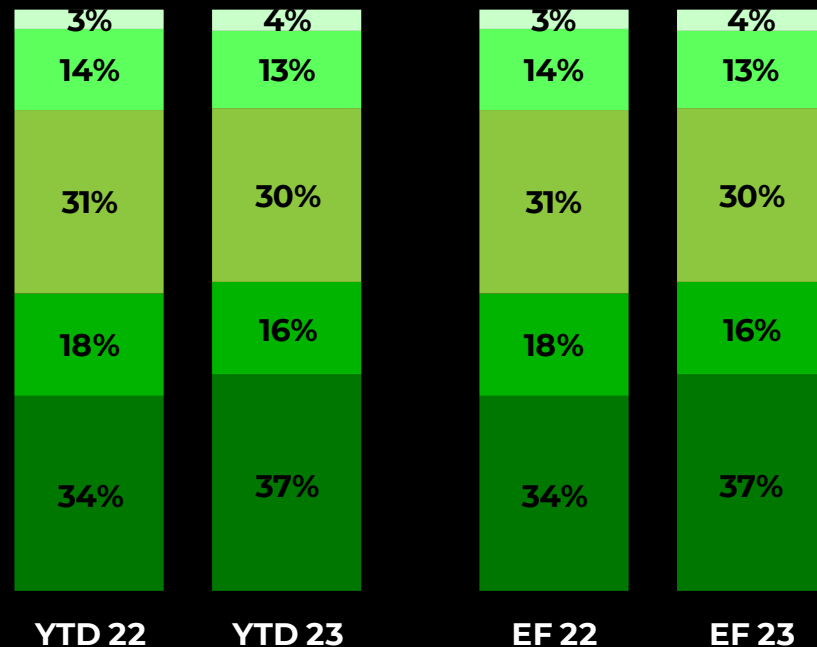
Variación vs. mismo periodo del año anterior



## MIX EN FACTURACIÓN



## MIX EN VOLUMEN



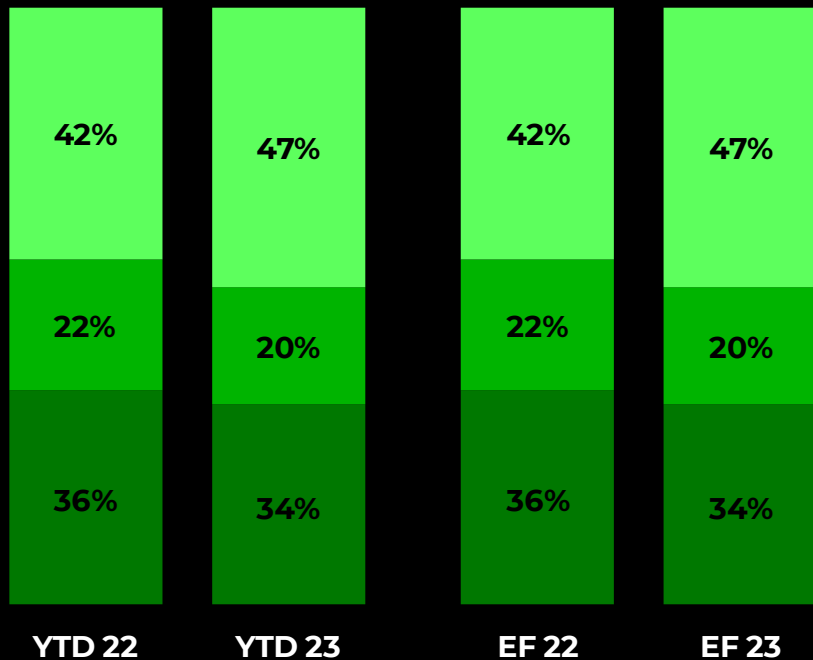
- Farmacias & Perfumerías
- Kioscos & Minimercados
- Self Cadenas
- Self Independientes
- Tradicionales

# Estructura del mercado argentino

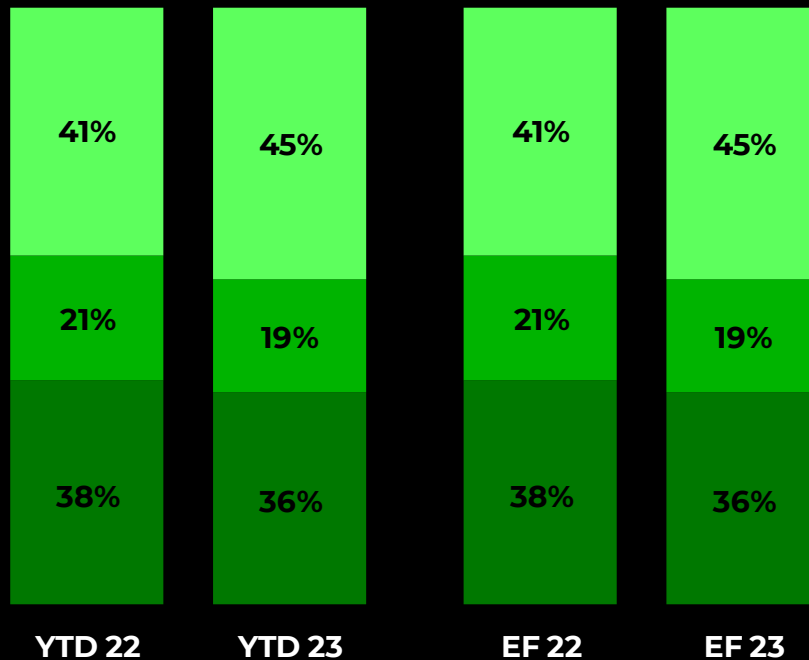
Variación vs. mismo periodo del año anterior



## 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



poivos para preparar helados  
mayonesa  
ketchup  
salsa golt  
leches vegetales



energy drink  
cervezas  
jugos isotonicos  
aguas minerales puras  
aperit.alcono.y no alcono.



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



leches tiuidas  
mantecas  
alimentos infantiles  
galletitas dulces rellenas  
sopas



poivos p/pre.jugos  
whisky  
tes  
leches cnocoiatadas y saborizada  
jugos concentrados



### GOLOSINAS



### LIMPIEZA DEL HOGAR Y DE LA ROPA



### COSMETICA Y TOCADOR



bombones y pocaditos  
snacks  
gomas de mascar  
alfajores  
tabletas



productos para el lavado tino  
quitamanchas y prelavado  
limpiadores liquidos  
lustramuebles  
jabon en barra



bronc  
cremas p/cuerpo + reauc.  
nojas y sist.de areitar  
cremas raciales  
pastas dentales



guarniciones para copetin  
cnocoiate contitao  
nuevos y figuras de cnocoiate  
obleas y galletitas  
mani c/chocolate



jabones y detergentes en poi  
limpiadores y dese.no liq.  
lavandinas  
rollos de papel p/cocina  
desodorizantes y desint.ambient.



papel higienico  
jabones de tocador-adulto  
paniales descartables p/bebes  
enjuagues bucales  
toallas numedas

# 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 neiaaos  
pure instantaneo  
ketchnup  
galletitas quices rellenas  
poisas p/horno



energy drink  
aguas minerales saborizadas  
aperit.alcono.y no alcono.  
leches chocolatadas y saborizada  
bebidas gaseosas



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



tianes  
cereales listos  
salsa goit  
mousse  
aceites comestibles



tes  
whisky  
poivos chocolatados  
amargos + gasificados.  
jugos concentrados



### GOLOSINAS



### LIMPIEZA DEL HOGAR Y DE LA ROPA



### COSMETICA Y TOCADOR



otros panados  
snacks  
nuevos y figuras de chocolate  
oieas y galletitas  
aitajores



productos para el lavado tipo  
limpiadores liquidos  
quitamanchas y prelavado  
detergentes liquidos  
suavizante



tampones  
desodorantes corporales  
cremas p/cuerpo + reauc.  
nojas y sist.de areitar  
enjuagues bucaies



gomas de mascar  
guarniciones para copetin  
chocolate p/taza repos.y cobertur  
tabletas  
pompones y bocaditos



lustramuebles  
desodorizantes y desint.ambient.  
lavanainas  
jabon en barra  
rollios de papel p/cocina



l.urinaria  
cepillos dentales  
papel higienico  
paniales descartables p/bebes  
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  
levaduras  
galletitas cereales  
pan arabe y tortillas  
leches en poivos



cate soluble  
energy drink  
whisky  
amargos + gasificados.  
jugos isotonicos



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



poisas p/norno  
puñines / madalenas  
sopas  
mousse  
leches vegetales



cervezas  
yerbas comunes y compuestas  
poivos p/prejugos  
poivos cnocoiatados  
jugos concentrados



### GOLOSINAS



### LIMPIEZA DEL HOGAR Y DE LA ROPA



### COSMETICA Y TOCADOR



otros panados  
snacks  
bombones y bocaditos  
guarniciones para copetin  
aitajores



productos para el lavado tino  
lavandinas  
jabones y detergentes en poi  
quitamanchas y prelavado  
rollos de papel p/cocina



pastas dentales  
protectores  
papel higienico  
desodorantes corporales  
snampoo



nuevos y figuras de cnocoiate  
obleas y galletitas  
mani c/cnocoiate  
cnocoiate p/taza repos.y cobetur  
gomas de mascar



japon en barra  
detergentes liiquidos  
suavizante  
limpiadores y dese.no liq.  
lustramuebles



bronc  
tampones  
paniales descartables p/bebes  
cepillos dentales  
enjuagues bucales

# Industria de bebidas

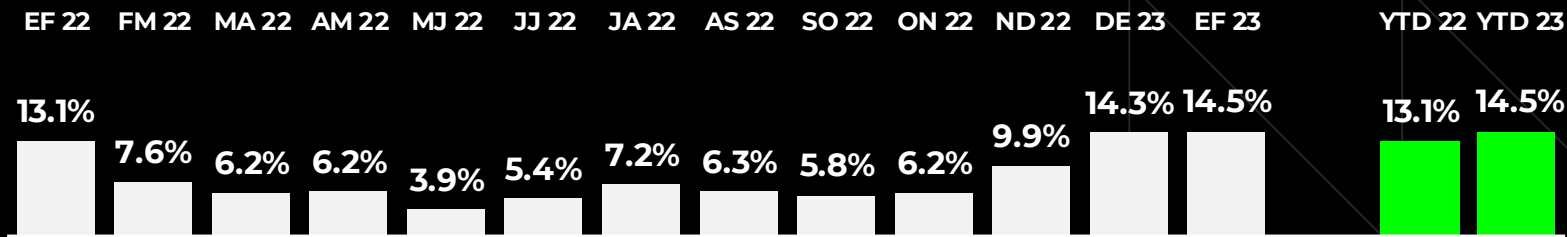


# Evolución general del consumo | BEBIDAS

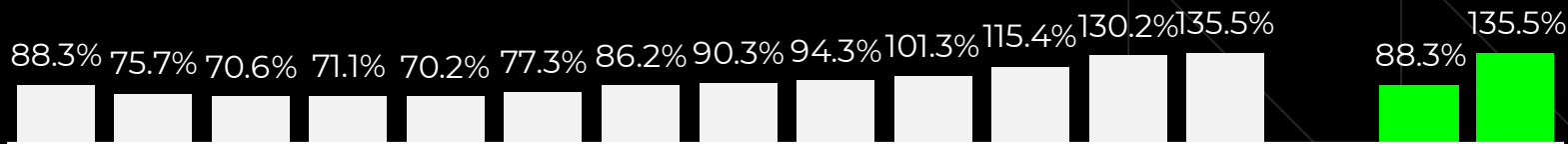
Variación vs. mismo periodo del año anterior



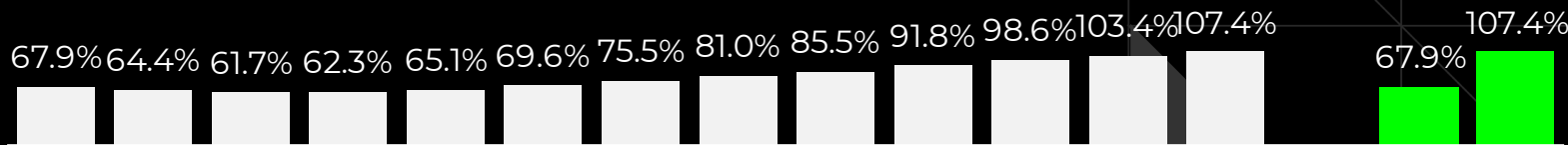
Consumo



Facturación



Precio Promedio  
Ponderado



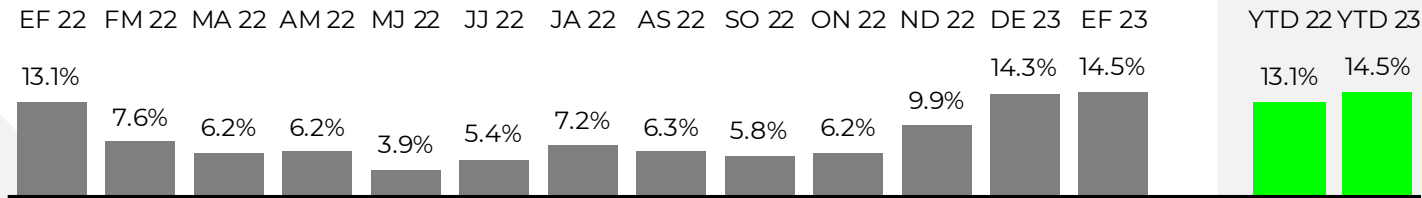


# Evolución general del consumo | BEBIDAS

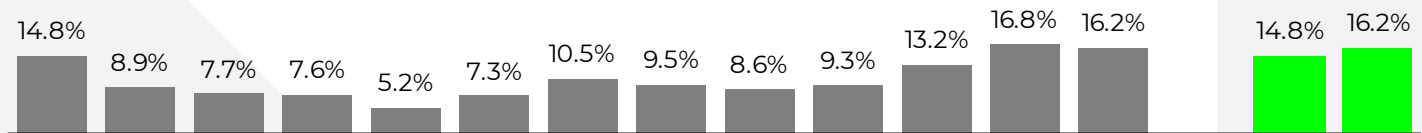
Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



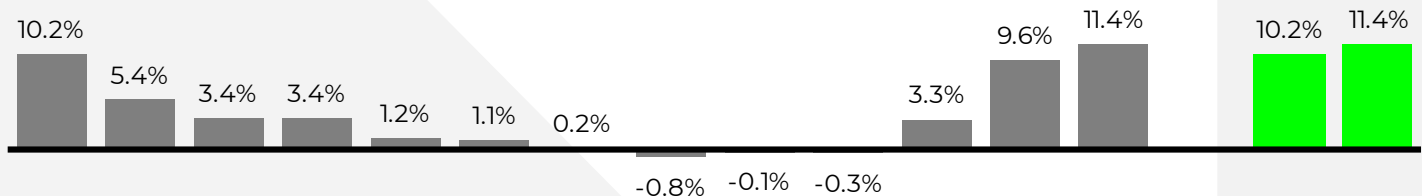
**BEBIDAS**



**BEBIDAS NO ALCOHOLICAS**

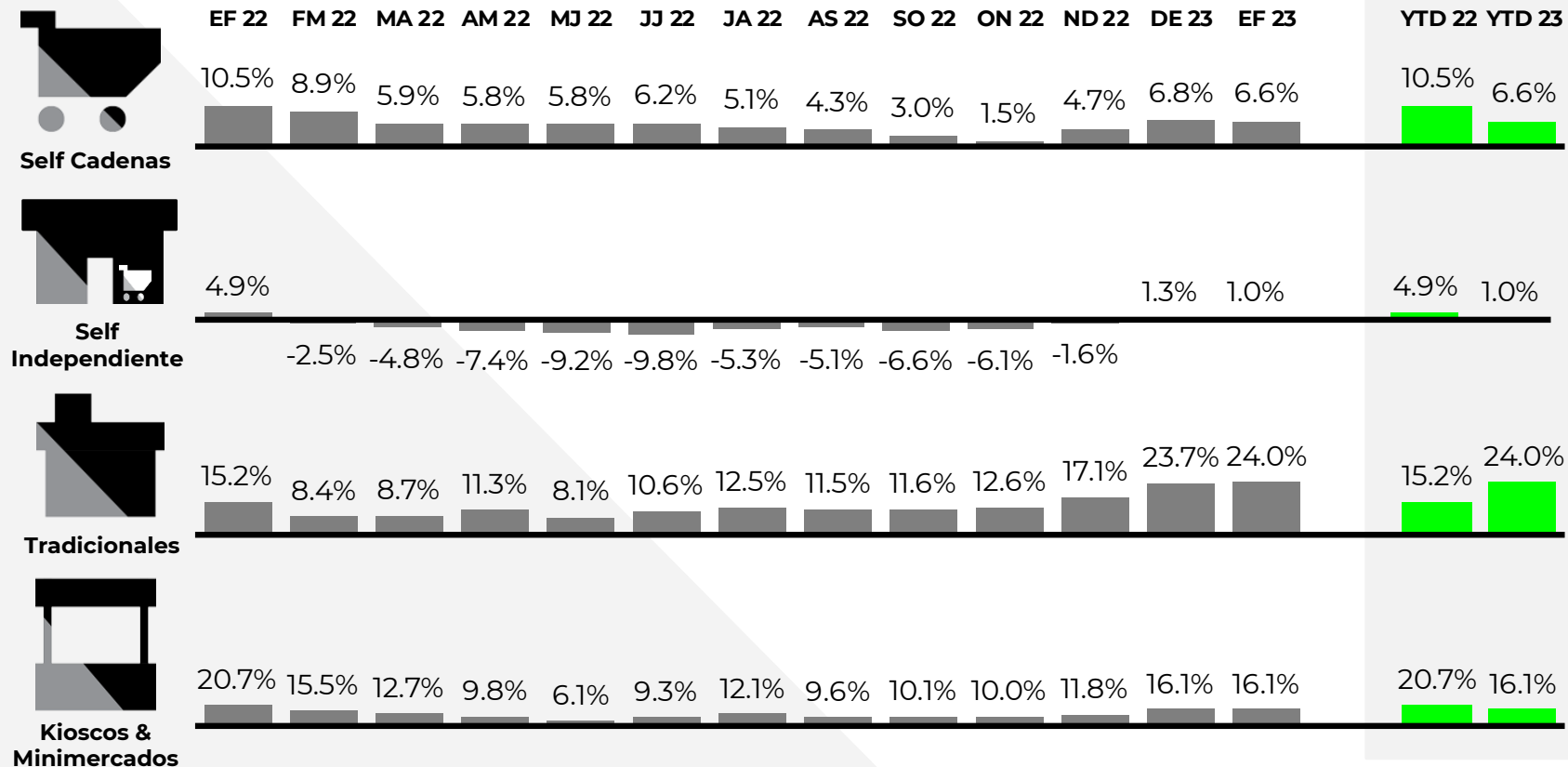


**BEBIDAS ALCOHOLICAS**



# Evolución general del consumo | BEBIDAS

Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22

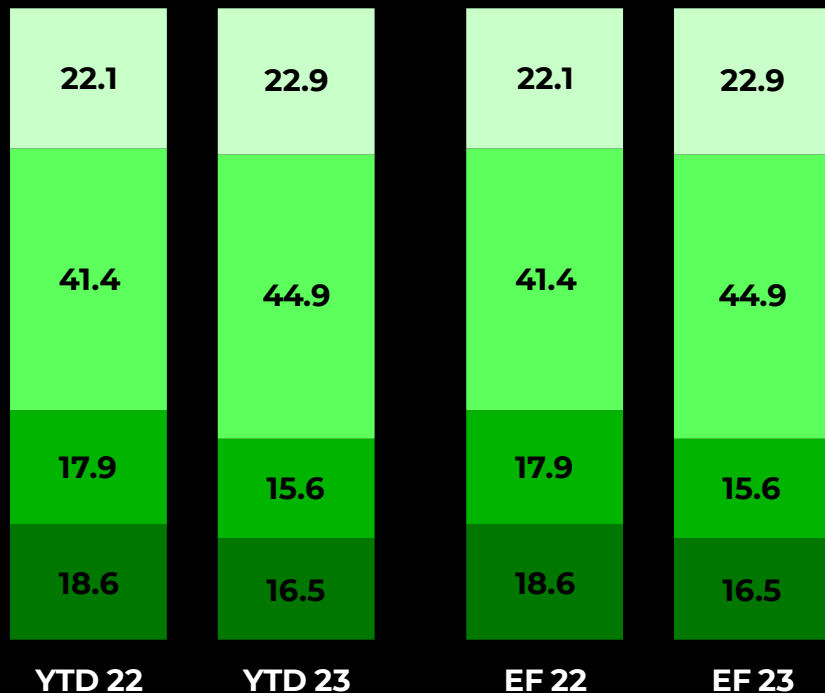


# Estructura del mercado argentino | BEBIDAS

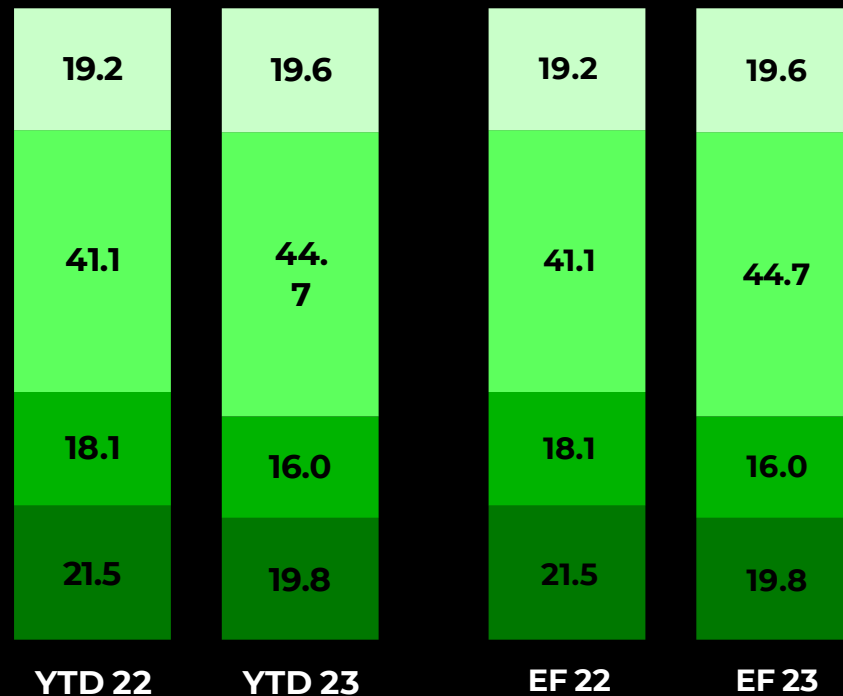
Variación vs. mismo periodo del año anterior



## MIX EN FACTURACIÓN



## MIX EN VOLUMEN



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

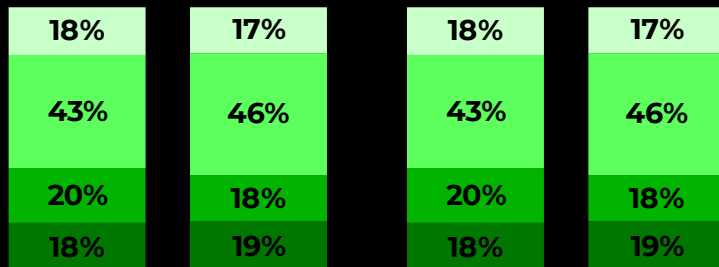
# Estructura del mercado argentino | BEBIDAS

Variación vs. mismo periodo del año anterior



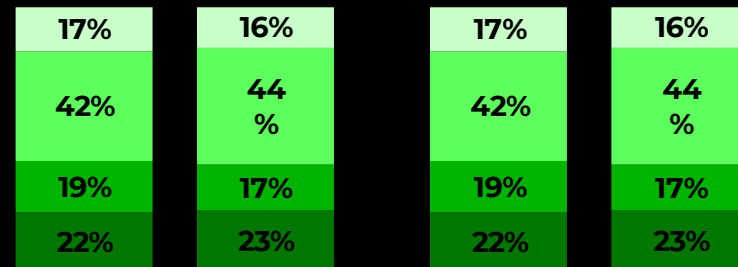
## MIX EN FACTURACIÓN

### BEBIDAS ALCOHOLICAS

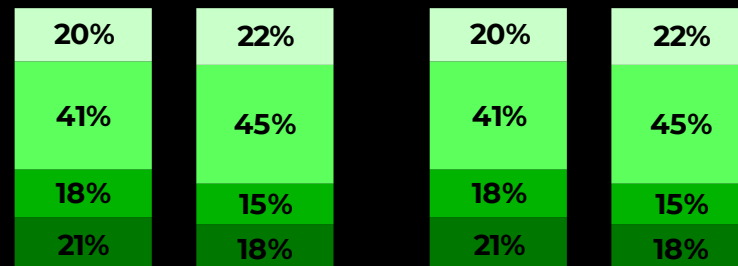
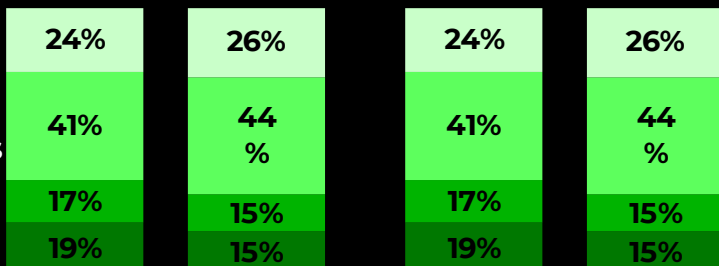


## MIX EN VOLUMEN

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



### BEBIDAS NO ALCOHOLICAS



YTD 22

YTD 23

EF 22

EF 23

YTD 22

YTD 23

EF 22

EF 23

# Industria de alimentos

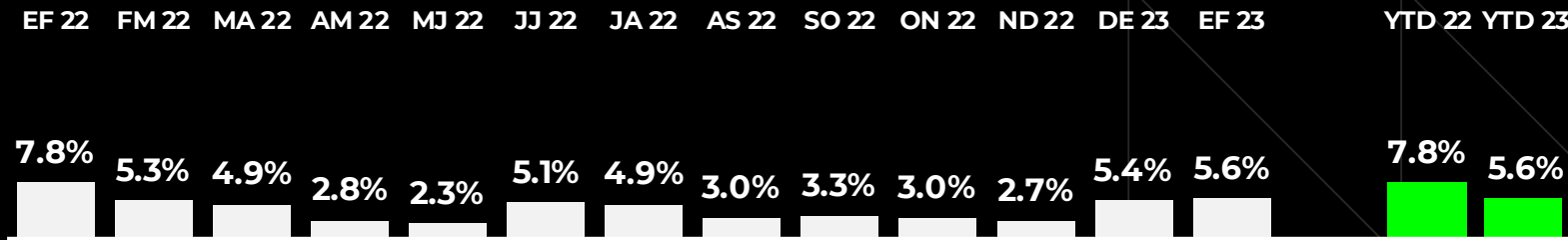


# Evolución general del consumo | ALIMENTOS

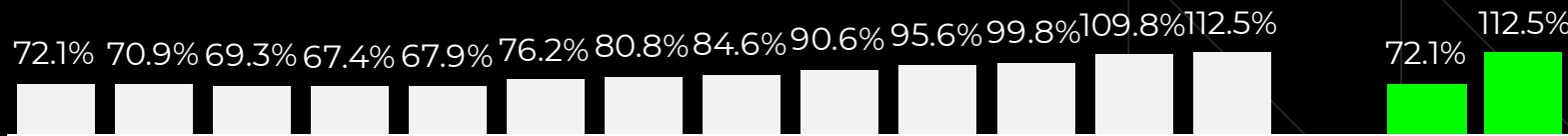
Variación vs. mismo periodo del año anterior



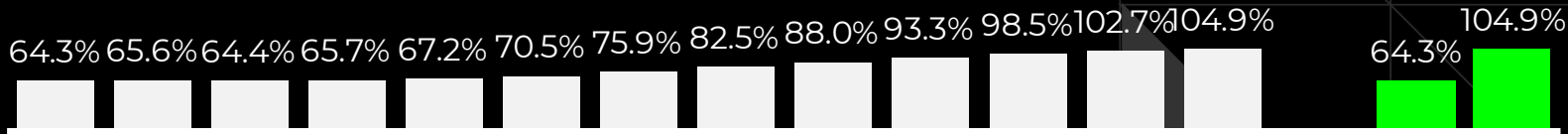
Consumo



Facturación

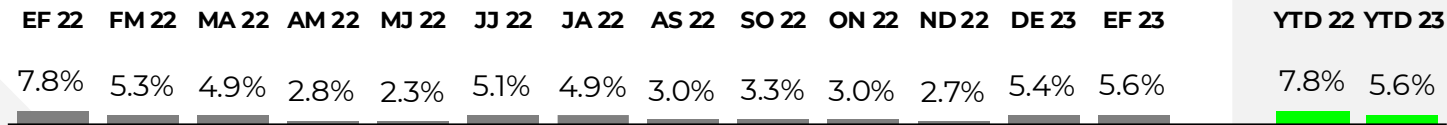


Precio Promedio  
Ponderado



# Evolución general del consumo | ALIMENTOS

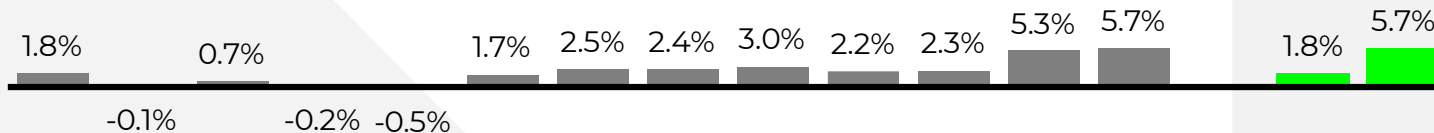
Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



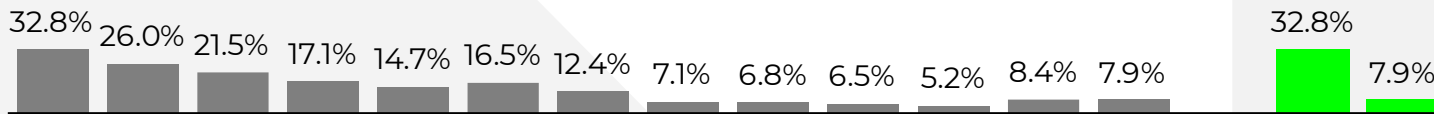
## ALIMENTOS BASICOS



## ALIMENTOS NO BASICOS

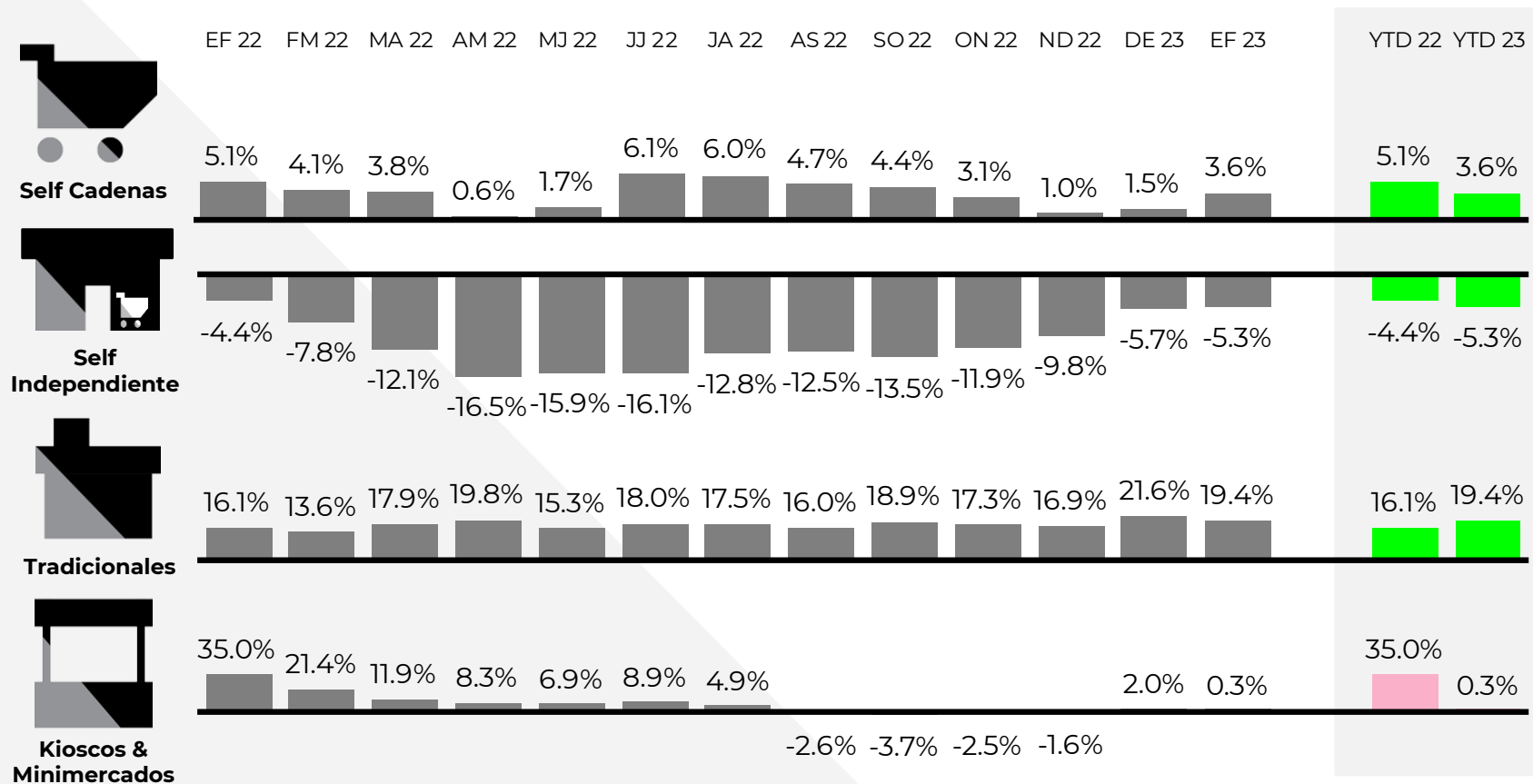


## GOLOSINAS



# Evolución general del consumo | ALIMENTOS

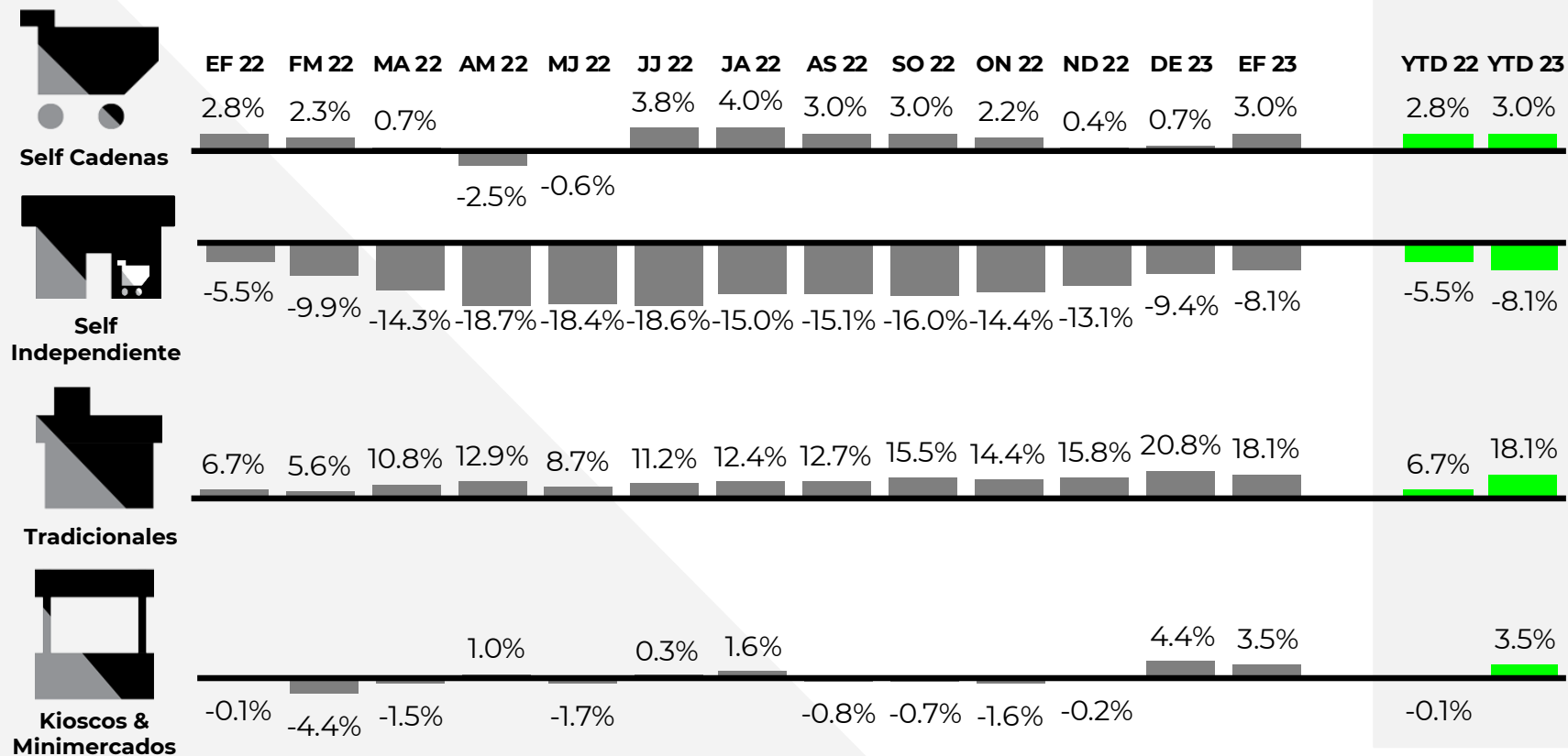
Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22





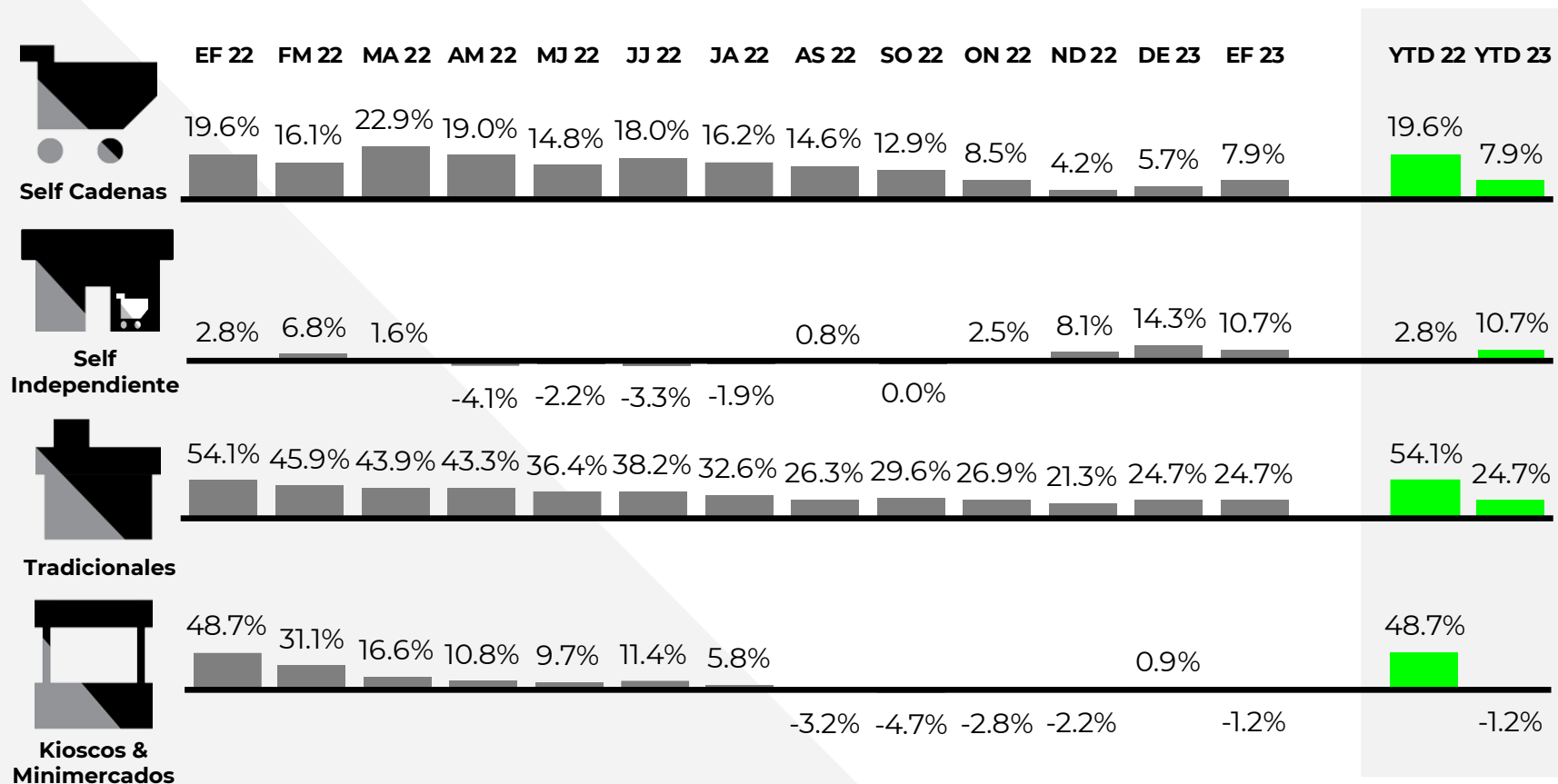
# Evolución general del consumo | ALIMENTOS básicos + no básicos

Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



# Evolución general del consumo | GOLOSINAS

Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22

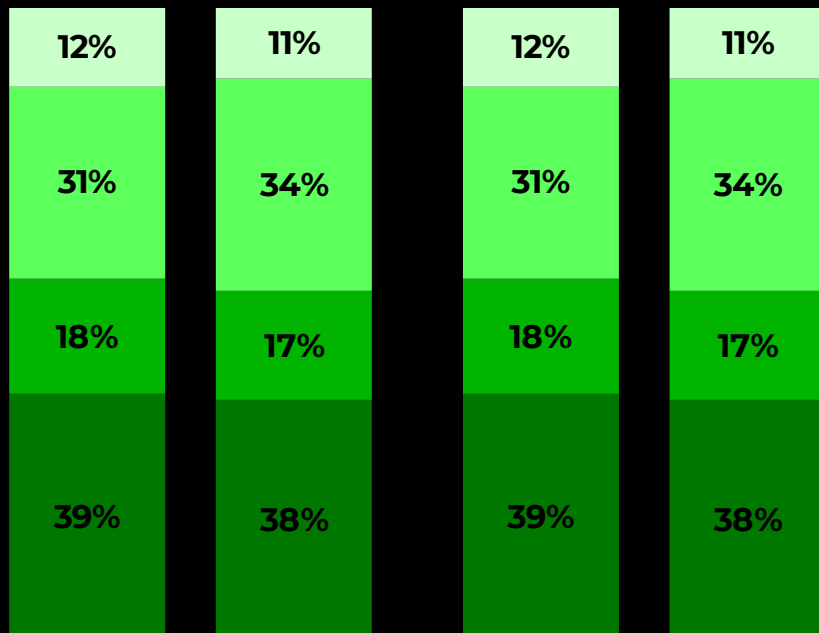


# Estructura del mercado argentino | ALIMENTOS

Variación vs. mismo periodo del año anterior



## MIX EN FACTURACIÓN



YTD 22

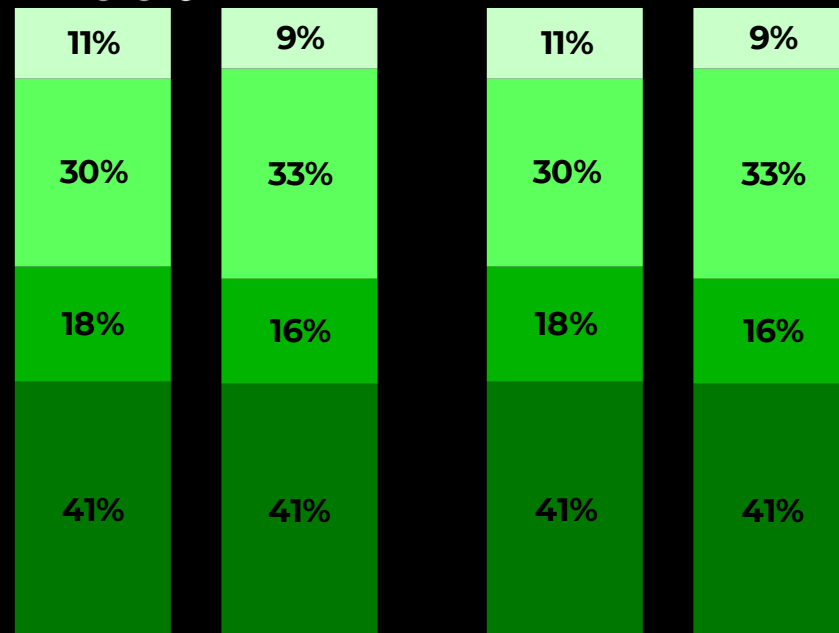
YTD 23

EF 22

EF 23



## MIX EN VOLUMEN



YTD 22

YTD 23

EF 22

EF 23

# Estructura del mercado argentino | ALIMENTOS

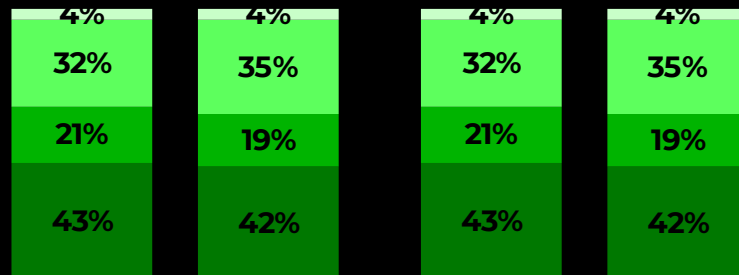
Variación vs. mismo periodo del año anterior

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

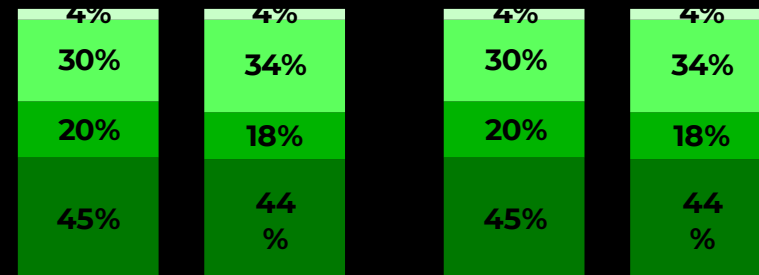


## MIX EN FACTURACIÓN

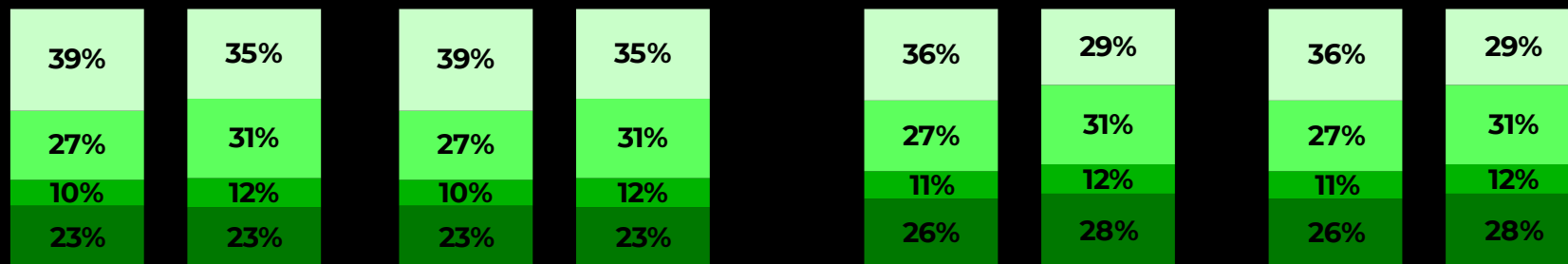
ALIMENTOS  
BASICOS &  
NO BASICOS



## MIX EN VOLUMEN



GOLOSINAS



# Industria de cuidado personal y limpieza

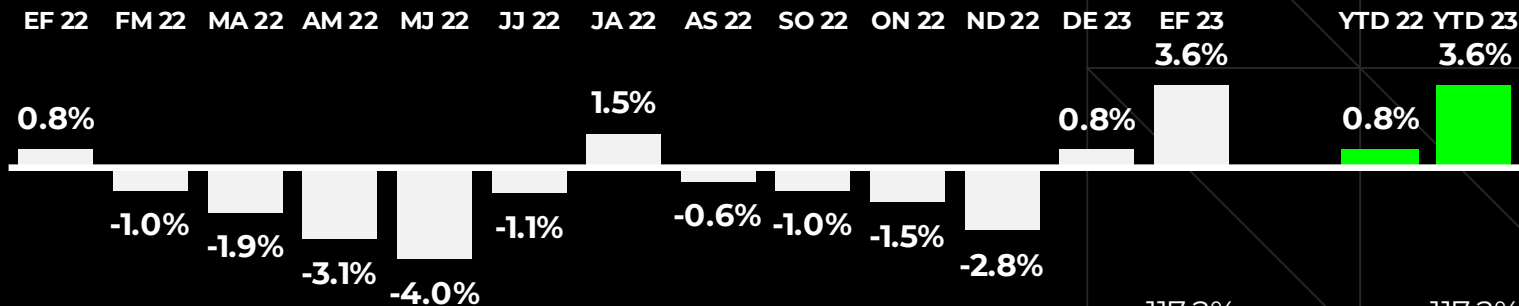


# Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

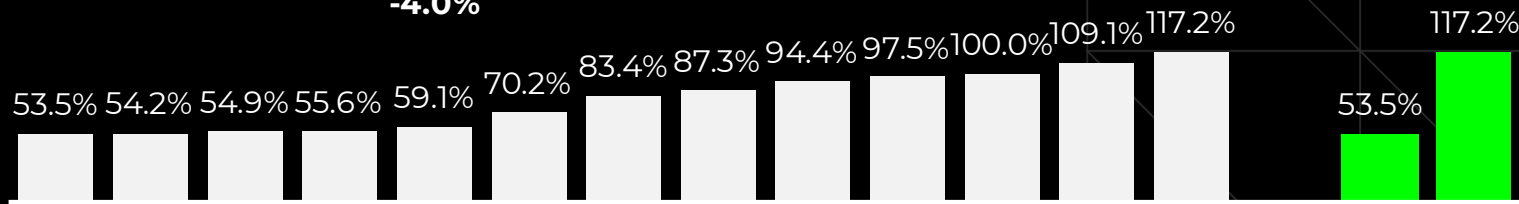
Variación vs. mismo periodo del año anterior



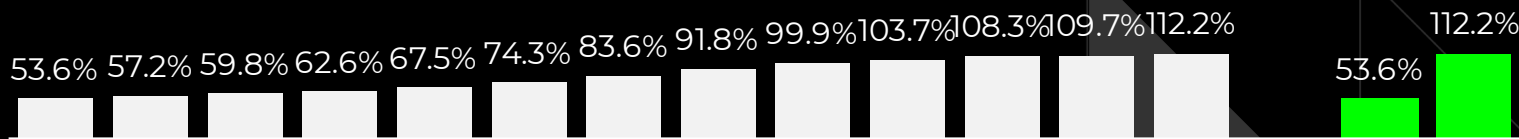
Consumo



Facturación



Precio Promedio  
Ponderado



# Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



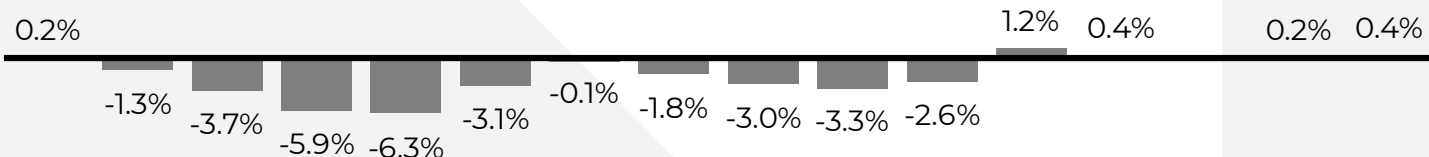
## CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA



## COSMETICA Y TOCADOR



## LIMPIEZA DEL HOGAR Y DE LA ROPA

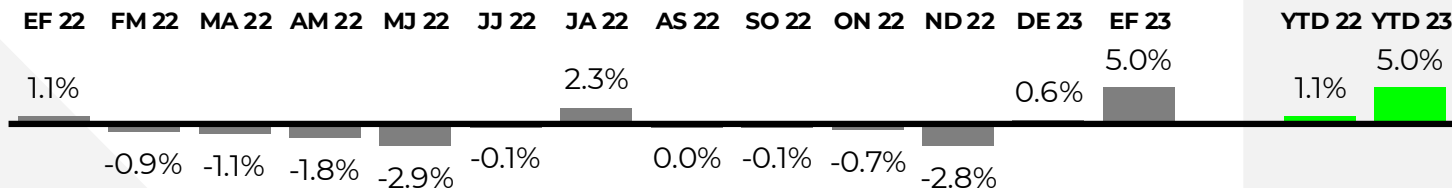


# Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

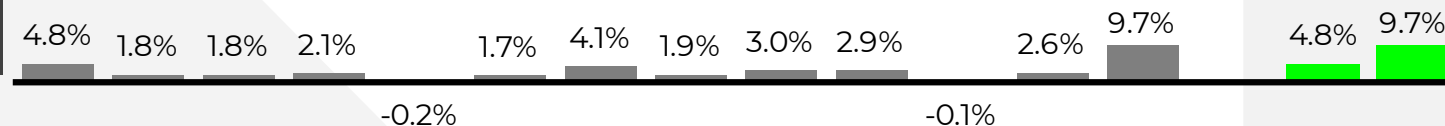
Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



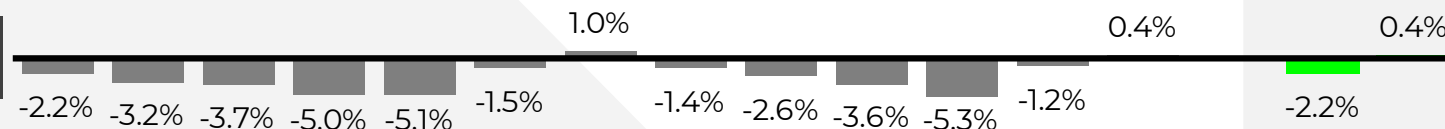
**COSMETICA Y  
TOCADOR**



**COSMETICA**



**TOCADOR**



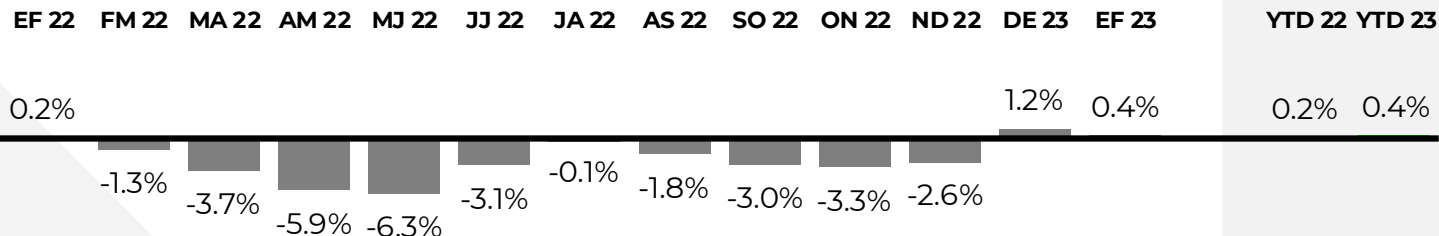


# Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

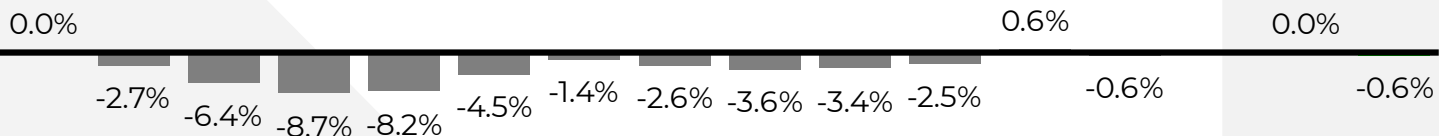
Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



**LIMPIEZA DEL HOGAR  
Y DE LA ROPA**



**LIMPIEZA  
DEL HOGAR**



**LIMPIEZA  
DE LA ROPA**

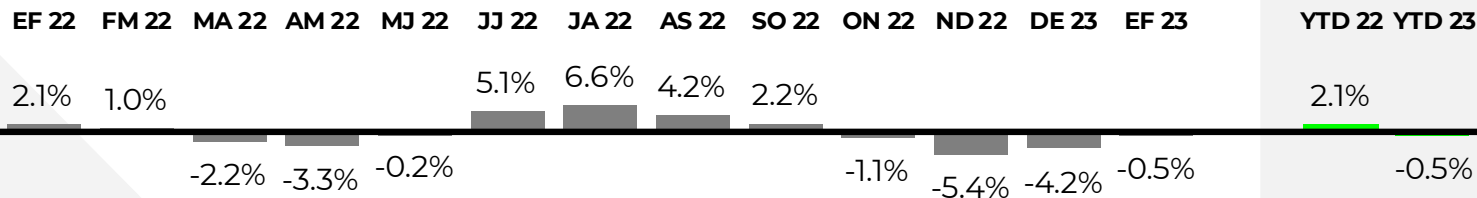


# Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

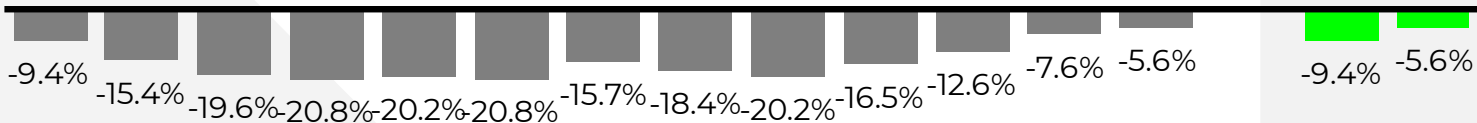
Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



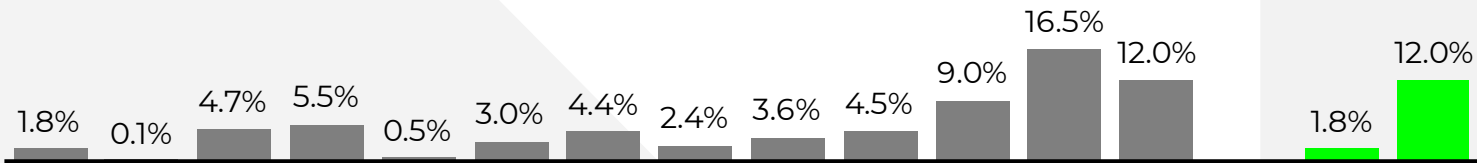
Self Cadenas



Self Independiente

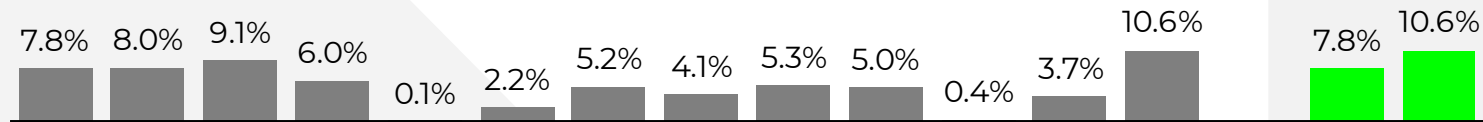
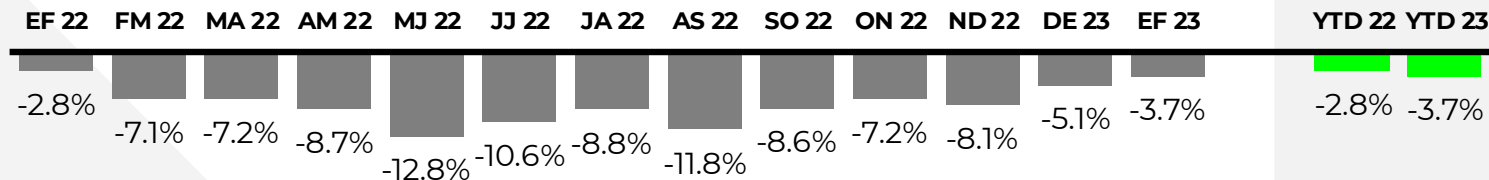


Tradicionales



# Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



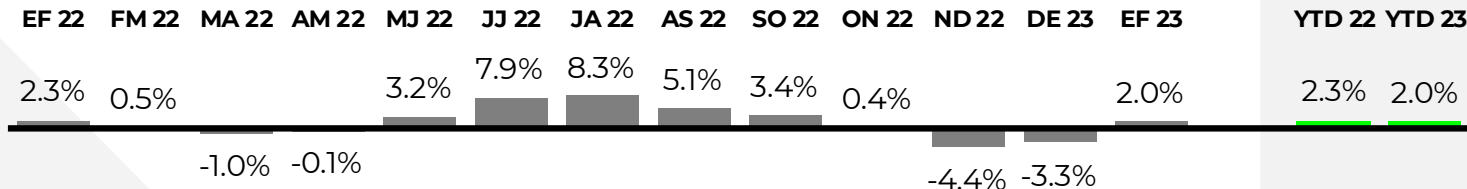
# Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22

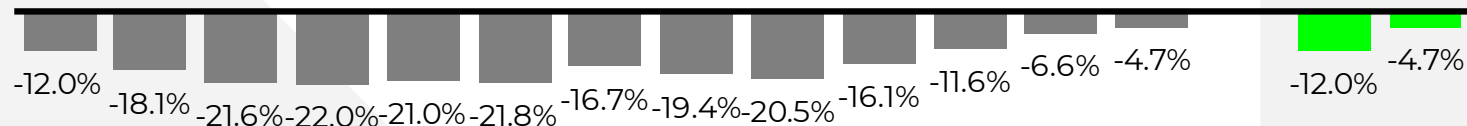
## COSMETICA Y TOCADOR



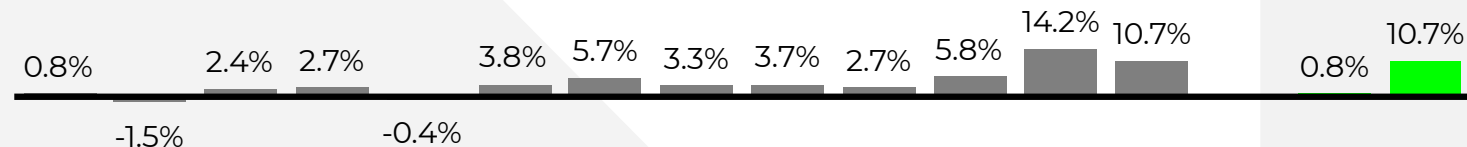
Self Cadenas



Self Independiente



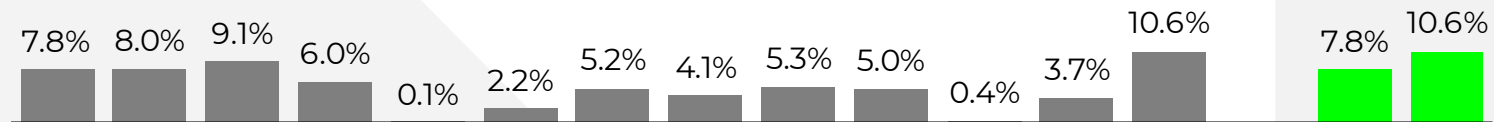
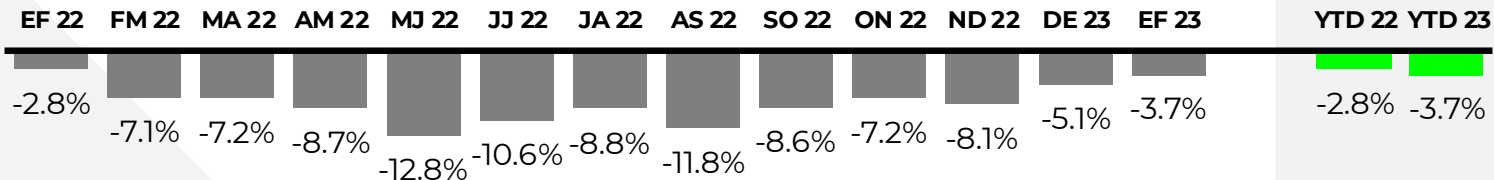
Tradicionales



# 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



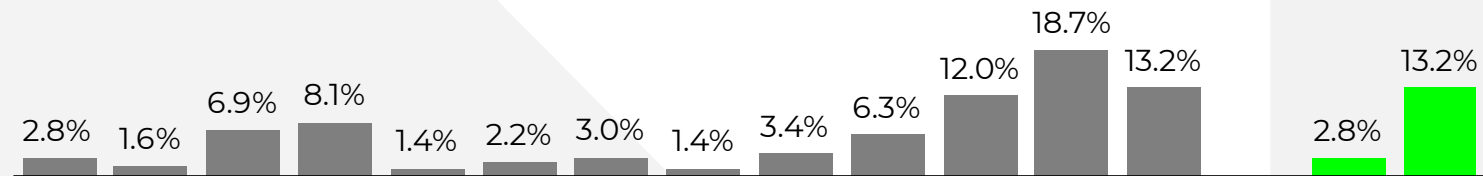
Self Cadenas



Self Independiente



Tradicionales



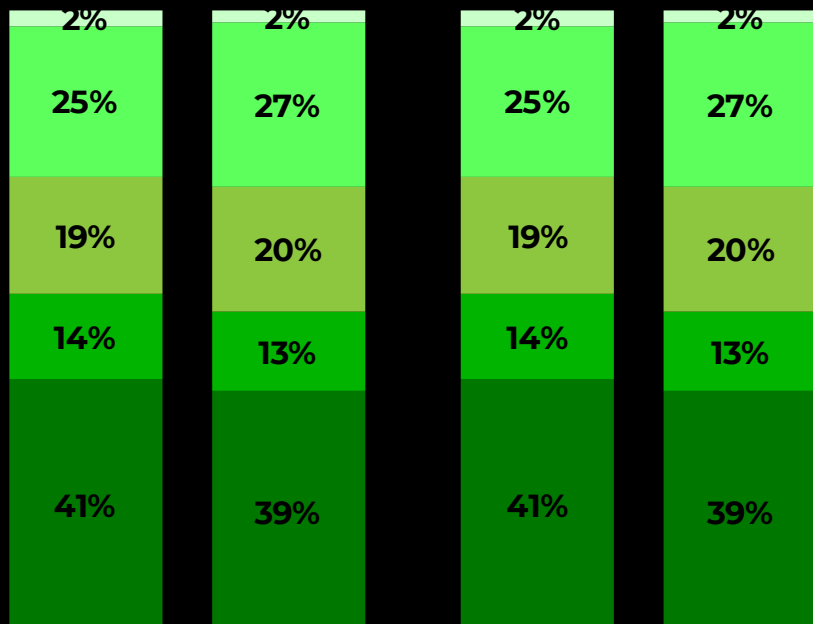
# Estructura del mercado argentino | LIMPIEZA Y CUIDADO

Variación vs. mismo periodo del año anterior

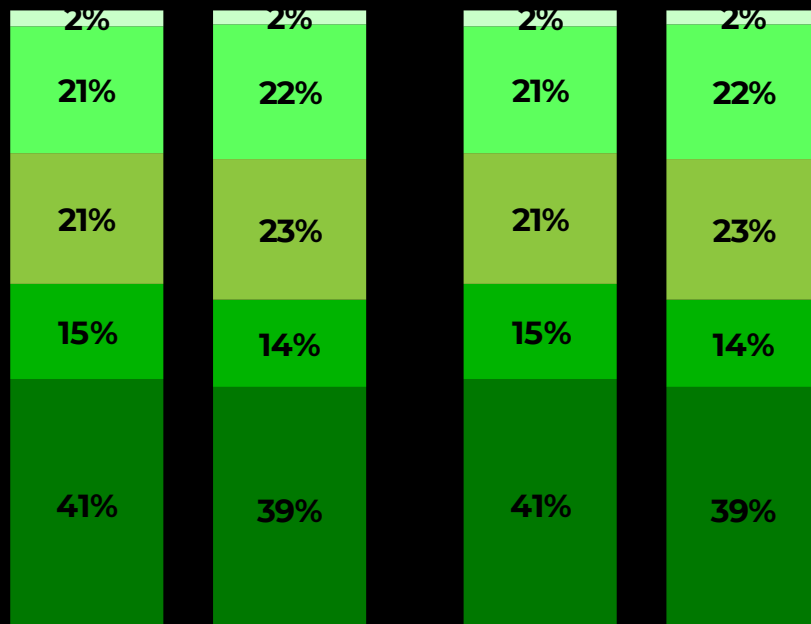
- Kioscos & Minimercados
- Farmacias & Perfumerías
- Tradicionales
- Self Independientes
- Self Cadenas



## MIX EN FACTURACIÓN



## MIX EN VOLUMEN



YTD 22

YTD 23

EF 22

EF 23

YTD 22

YTD 23

EF 22

EF 23

# Estructura del mercado argentino | LIMPIEZA Y CUIDADO

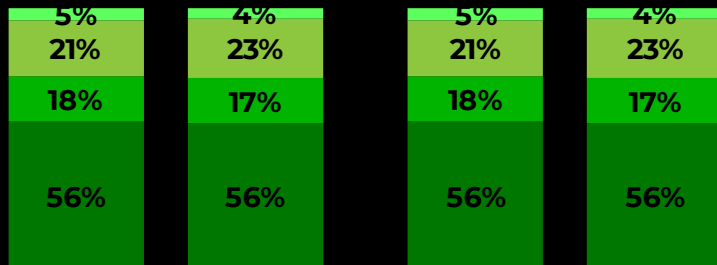
Variación vs. mismo periodo del año anterior

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

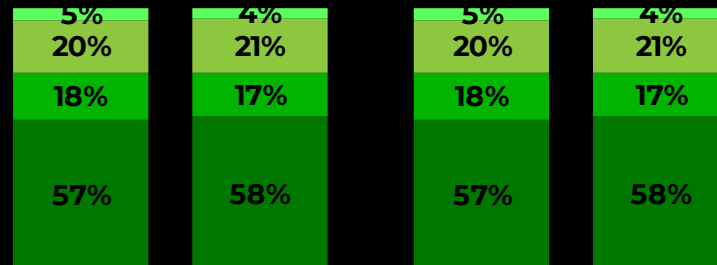


## MIX EN FACTURACIÓN

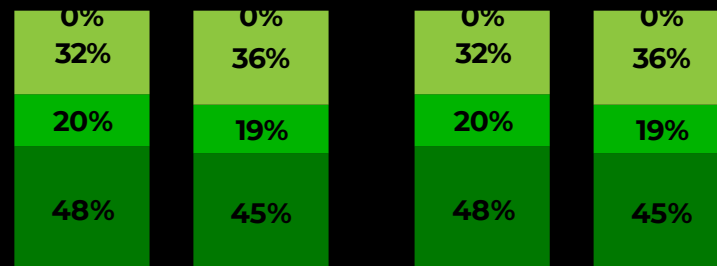
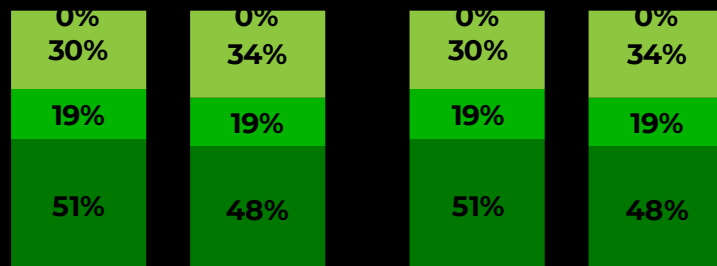
COSMÉTICA Y  
TOCADOR



## MIX EN VOLUMEN



LIMPIEZA DEL  
HOGAR Y  
DE LA ROPA



YTD 22

YTD 23

EF 22

EF 23

YTD 22

YTD 23

EF 22

EF 23



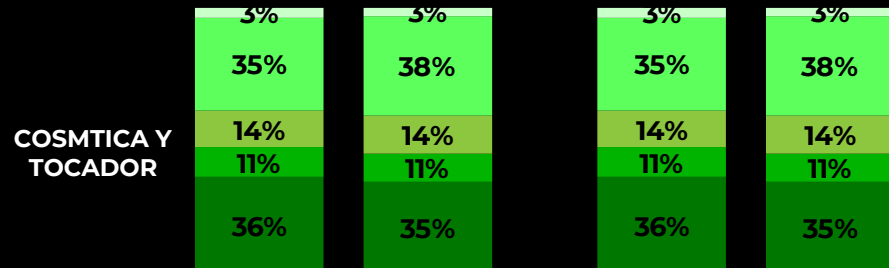
# Estructura del mercado argentino | LIMPIEZA Y CUIDADO

Variación vs. mismo periodo del año anterior

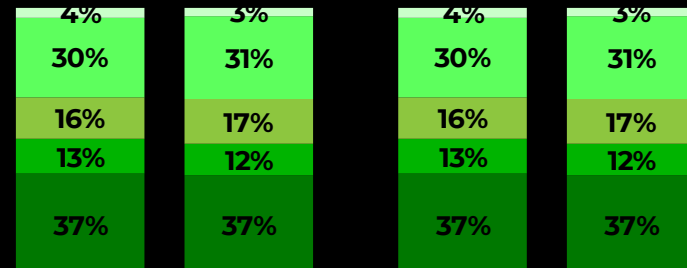
- Kioscos & Minimercados
- Farmacias & Perfumerías
- Tradicionales
- Self Independientes
- Self Cadenas



## MIX EN FACTURACIÓN



## MIX EN VOLUMEN



YTD 22

YTD 23

EF 22

EF 23

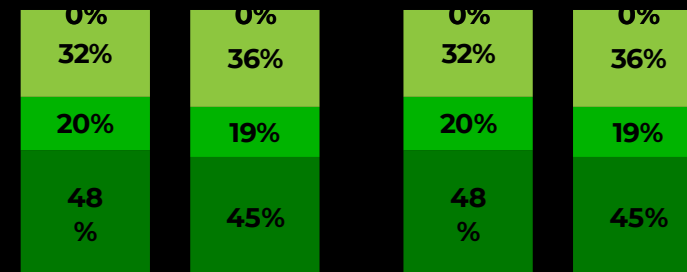
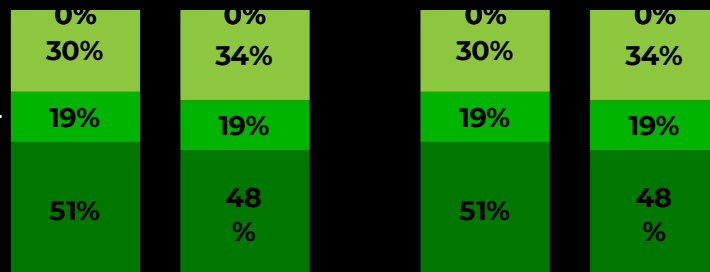
YTD 22

YTD 23

EF 22

EF 23

## LIMPIEZA DEL HOGAR Y DE LA ROPA



YTD 22

YTD 23

EF 22

EF 23

YTD 22

YTD 23

EF 22

EF 23

# Estructura del mercado argentino | COSMETICA Y TOCADOR

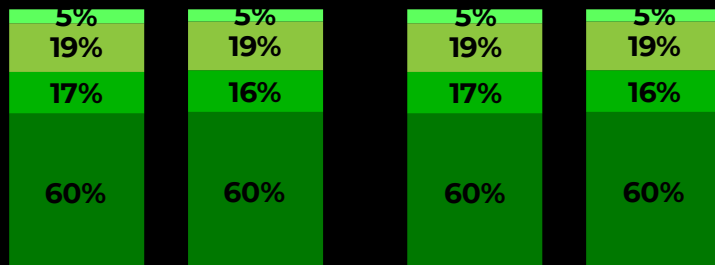
Variación vs. mismo periodo del año anterior

## COSMETICA Y TOCADOR



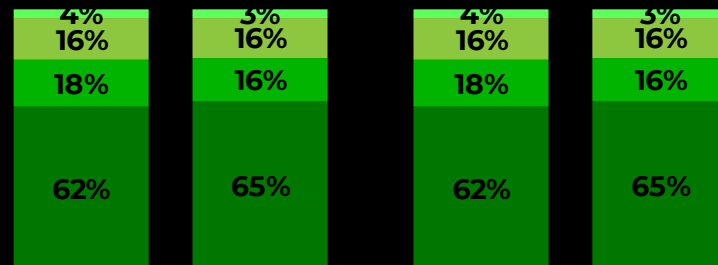
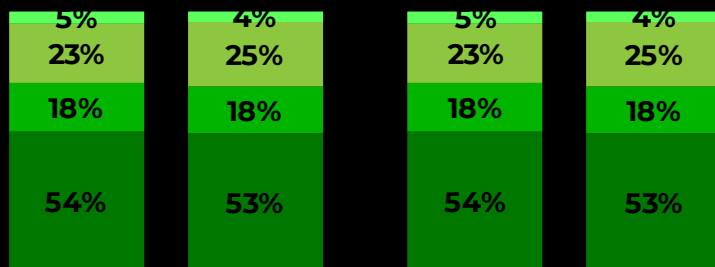
### MIX EN FACTURACIÓN

#### COSMETICA



### MIX EN VOLUMEN

#### TOCADOR



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

YTD 22

YTD 23

EF 22

EF 23

YTD 22

YTD 23

EF 22

EF 23

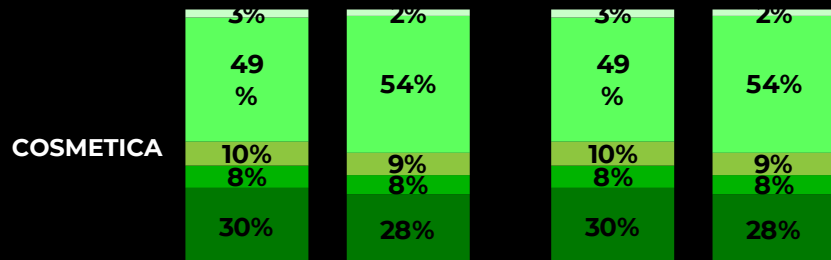
# Estructura del mercado argentino | COSMETICA Y TOCADOR

Variación vs. mismo periodo del año anterior

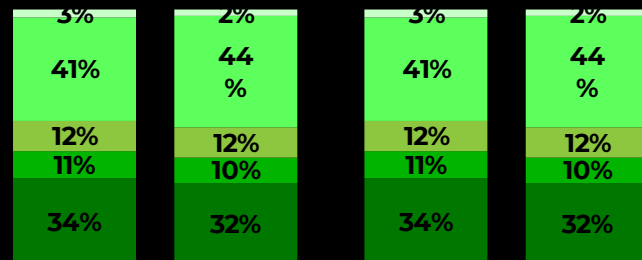
## COSMETICA Y TOCADOR



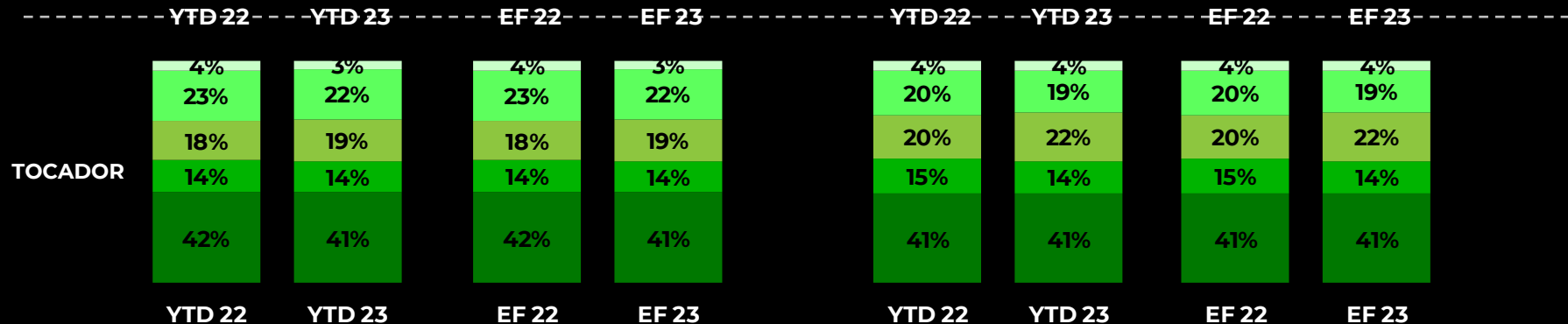
### MIX EN FACTURACIÓN



### MIX EN VOLUMEN



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



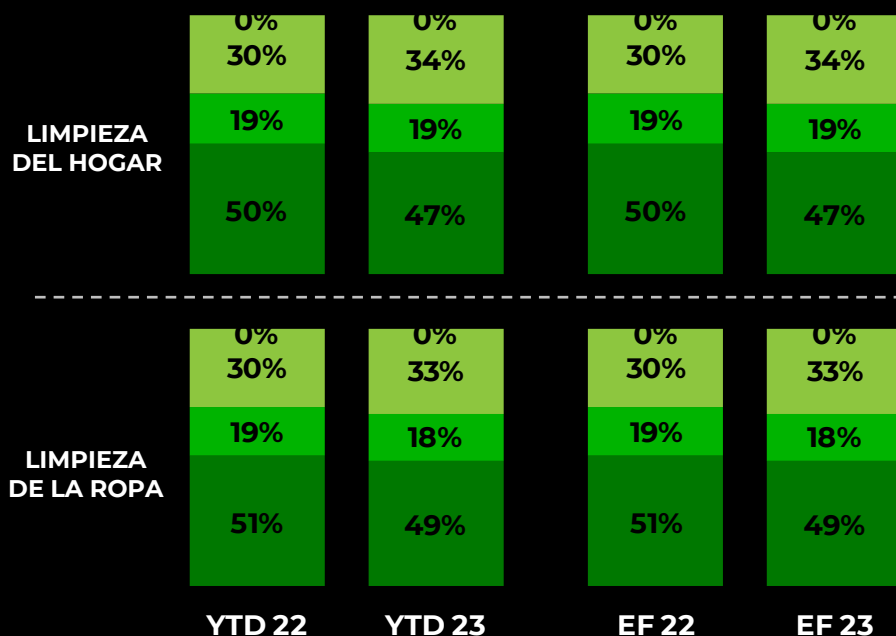
# Estructura del mercado argentino | LIMPIEZA DE HOGAR Y DE LA ROPA

Variación vs. mismo periodo del año anterior

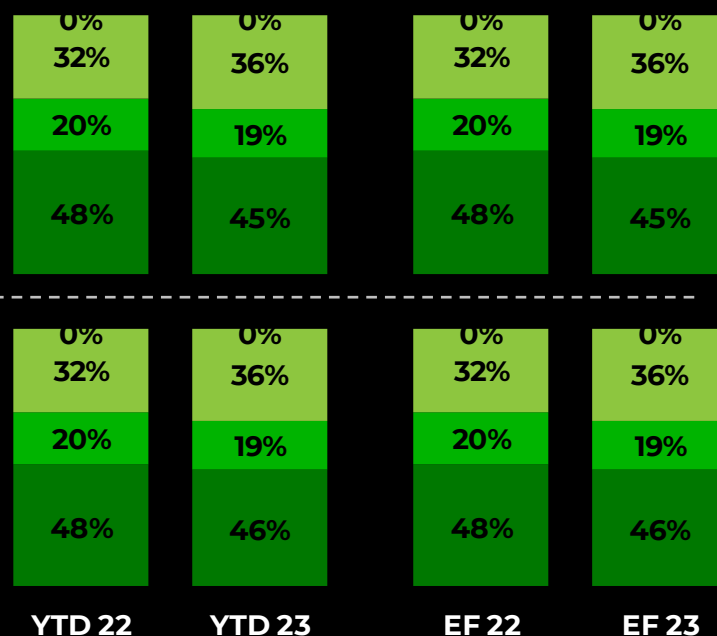
## LIMPIEZA DE HOGAR Y DE LA ROPA



### MIX EN FACTURACIÓN



### MIX EN VOLUMEN



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

# 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

