

Argentina

MARZO 2023

Canasta de Consumo NielsenIQ

NIQ



Contenido

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



Consumo general

NIQ



Resumen ejecutivo

+109,5%

El *precio promedio* supera el 100% interanual por cuarto bimestre consecutivo. Con tendencia al crecimiento.

+3,6%

Alimentos crece impulsado por Alim. no básicos (+5,3%), Golosinas creciendo (+2,0%) con menor crecimiento que los periodos anteriores y Alim. básicos (+1,6%).

-0,1%

Self Independiente reduce su caída estabilizándose. Destaca como único canal con varios periodos de caída

+15,5%

Bebidas es la familia con mayor crecimiento. Impulsado por Bebidas no Alcohólicas (+16,5%). Alcohólicas crece (+13,4%).

+4,0%

Cuidado personal y limpieza Crecimiento impulsado por Cosmética (+12,7%), tocador cae (-0,3%), Limp. de la Ropa (-0,2%). y Limp. del Hogar (-1,4%).

+19,4%

Tradicionales Continua creciendo a doble digito, rompiendo tendencia al aumento.



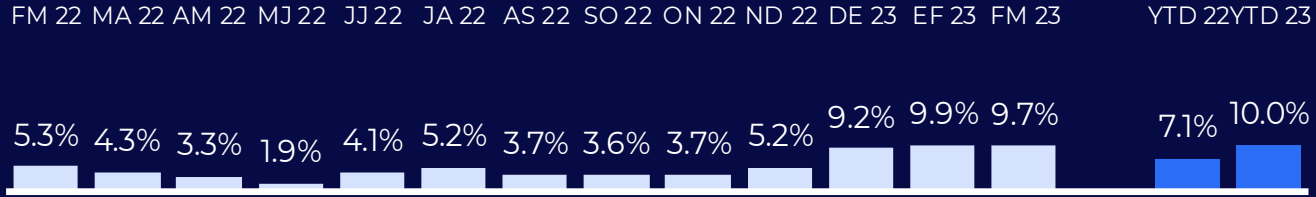
Febrero/Marzo 2022 muestra un crecimiento del +9,3% en compración con el mismo periodo del año anterior

Evolución general del consumo

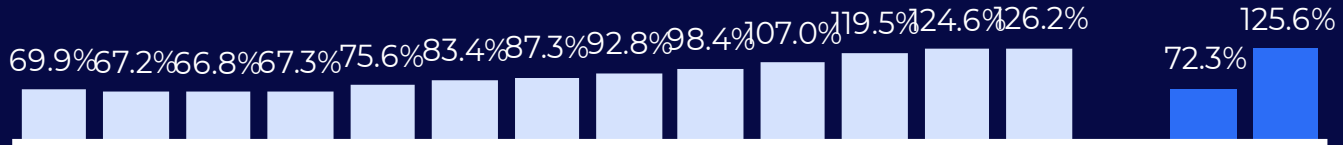
Variación vs. mismo periodo del año anterior



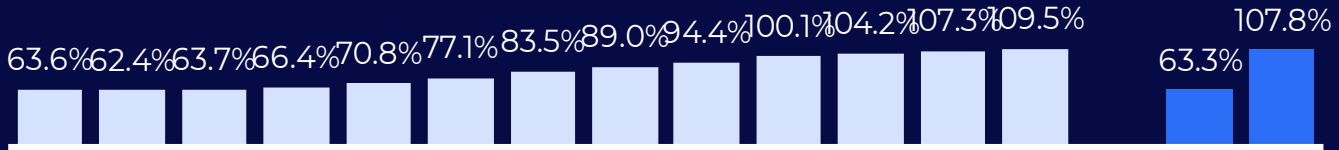
Consumo



Facturación



Precio Promedio Ponderado



Evolución general del consumo

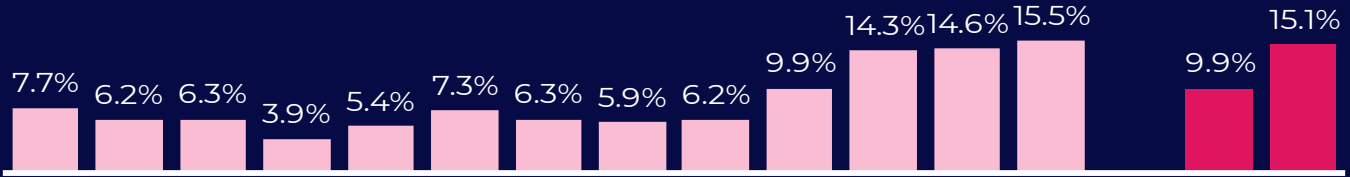
Variación vs. mismo periodo del año anterior



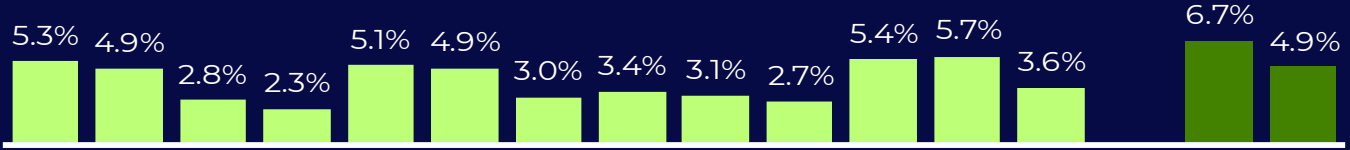
Consumo



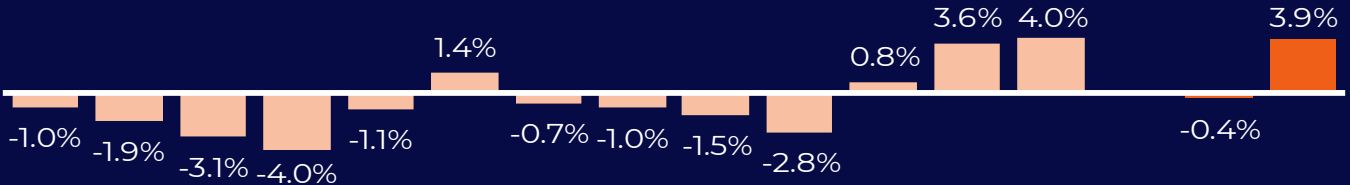
Bebidas



Alimentos



Cuidado personal y limpieza



Aporte por familia|categoría

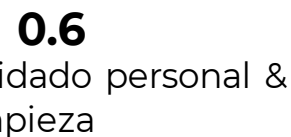
Total YTD | Argentina



- No alcohólicas **5.5**
- Alcohólicas **2.2**



- Alimentos **1.2**
- Golosinas **0.4**



- Cosmética & tocador **0.6**
- Limpieza **0.0**

CATEGORIAS QUE MÁS APORTAN A LA CAÍDA|CRECIMIENTO POR INDUSTRIA



bebidas gaseosas
cervezas
aguas minerales saborizadas

polvos chocolatados
tes
jugos concentrados



guarniciones para copetin
galletitas dulces secas
yoghurt

leches fluidas
gomas de mascar
tabletas

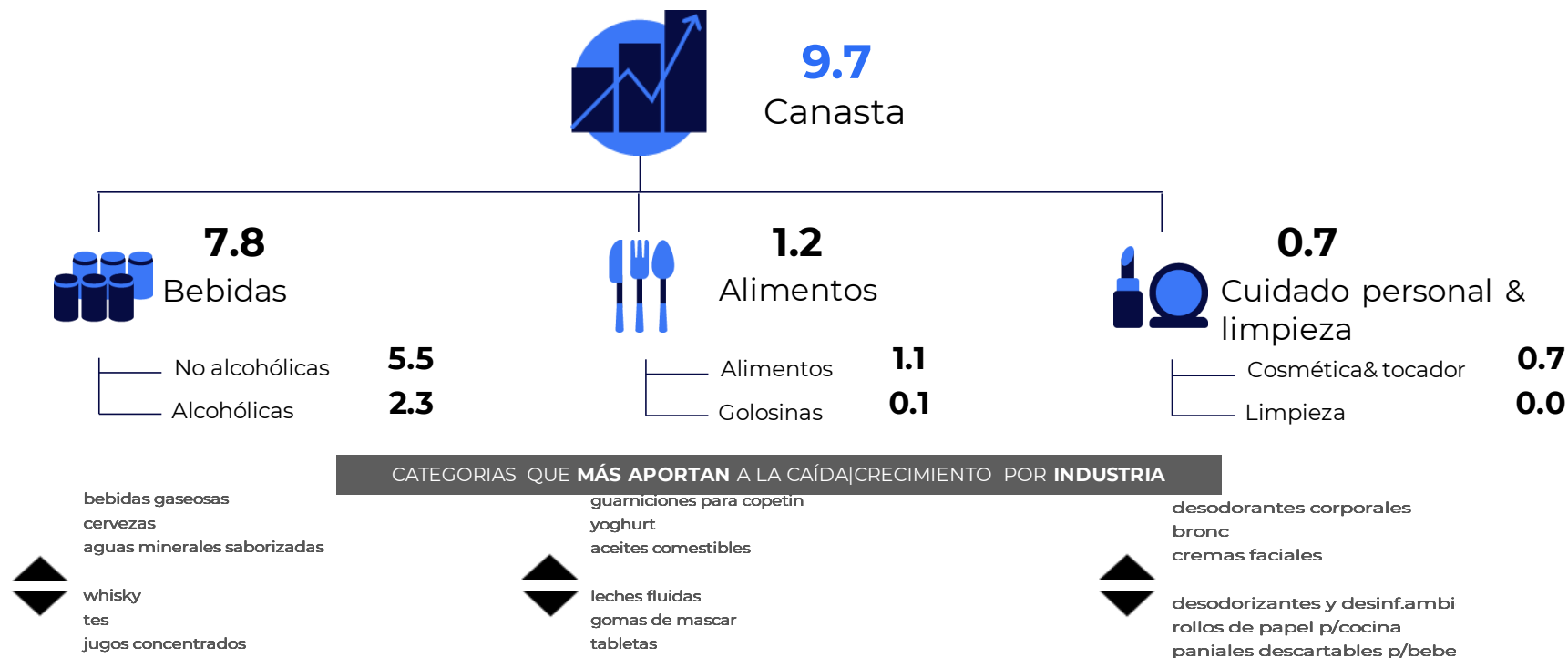


desodorantes corporales
bronc
cremas faciales

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

Aporte por familia|categoría

Variación vs. mismo periodo del año anterior | Argentina





Desarrollo de productos

Desarrollo por familia

Variación vs. mismo periodo del año anterior

TODAS LAS FAMILIAS Y SUB FAMILIAS DE PRODUCTO INICIAN 2020 CON CAIDAS RESPECTO AL AÑO ANTERIOR. COSMETICA, TOCADOR, ALIMENTOS BASICOS Y BEBIDAS C/ALCOHOL SON LAS QUE LO HACEN EN MENOR MEDIDA QUE LA CANASTA

Var. % YTD 23 vs YTD 22



CONSUMO

\$ PPP

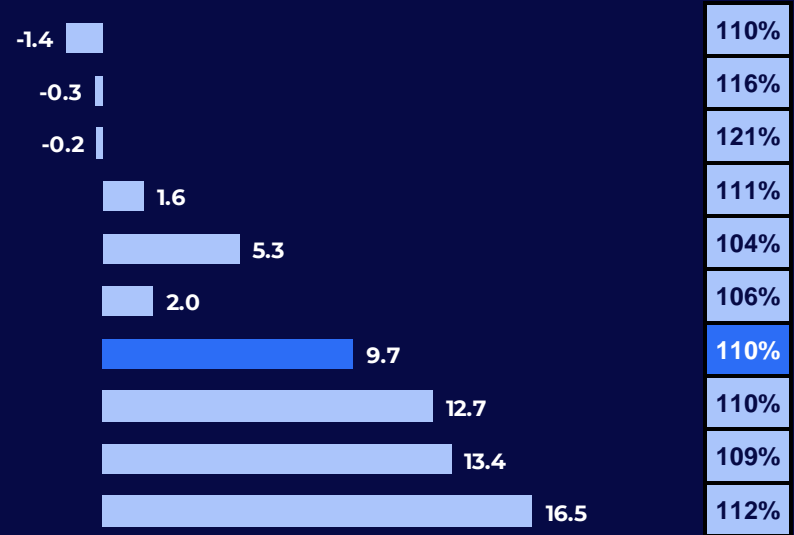


Var. % FM 23 vs FM 22



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**



poivos para preparar neiaaos
postres
ketcnup
galletitas cereales
pan arabe y tortillas



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



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



puaines / maadainas
tlanes
mousse
alimentos infantiles
sopas



wnisky
poivos p/pre.jugos
poivos cnocoiataaos
tes
jugos concentrados



GOLOSINAS



LIMPIEZA DEL HOGAR Y DE LA ROPA



COSMETICA Y TOCADOR



snacks
otros panados
guarniciones para copetin
arrajores
cnocoiate conitao



productos para el lavado fino
quitamanchas y prelavado
limpiadores liquidos
lavandinas
jabon en barra



bronc
cremas faciales
desodorantes corporales
nojas y sist.de afeitat
tampones



nuevos y figuras de chocolate
odreas y galletitas
tabletas
mani c/cnocoiate
gomas de mascar



jabones y detergentes en pol
lustram uepies
desodorizantes y desinf.ambient.
rollos de papel p/cocina
limpiadores y dese.no liq.



cepillos dentales
jabones de tocador-adulto
enjuagues bucales
pañales descartables p/bebes
toallas humedas

Top & Bottom five

Var vs. mismo período año anterior | FM 23

Var. % FM 23 vs FM 22



ALIMENTOS



BEBIDAS



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



poivos para preparar neiaaos
postres
leches vegetales
galletitas cereales
pan arabe y tortillas



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



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



mantecas
puaines / macaenas
caiaos canasta montn
alimentos infantiles
sopas



yerbas comunes y compuestas
leches cnocoiataas y saborizada
wnisky
tes
jugos concentraaos



GOLOSINAS



LIMPIEZA DEL HOGAR Y DE LA ROPA



COSMETICA Y TOCADOR



snacks
otros panaos
guarniciones para copetin
cnocoiate conitaaao
aitajores



productos para el iavaao lino
quitamanchas y preiavaao
limpiadores liquidos
iavaainas
jabon en barra



bronc
cremas faciales
desodorantes corporales
tampones
nojas y sist.de areitar



dombones y pocaaitos
mani c/cnocoiate
nuevos y figuras de cnocoiate
tabietas
gomas de mascar



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



cepillos dentales
i.urinaria
enjuagues bucales
pañales descartables p/peaos
toallas numeras

Desarrollo de canales



NIQ

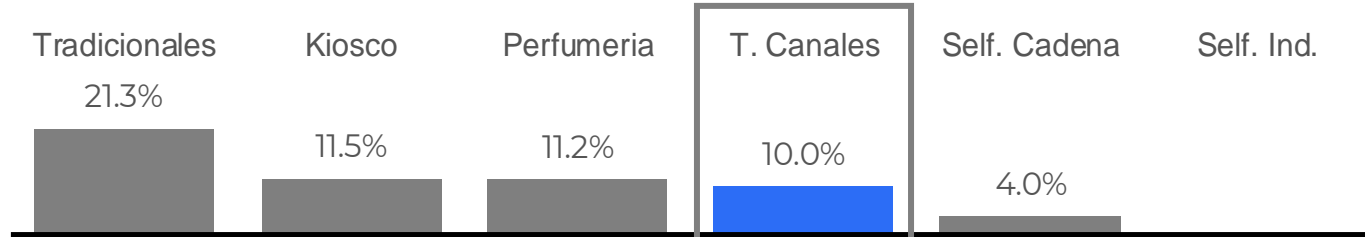
Evolución general del consumo

Argentina por Canal | YTD 23 vs YTD 22

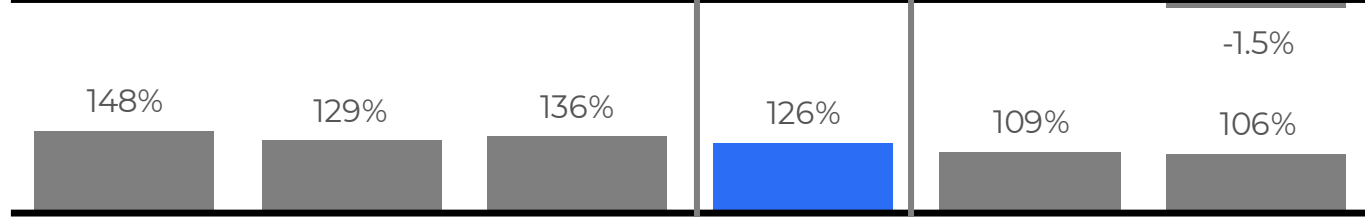
Tradicional, Kioscos y Perfumerías son los canales que crecen por encima de la canasta. Self Independiente **se contrae**



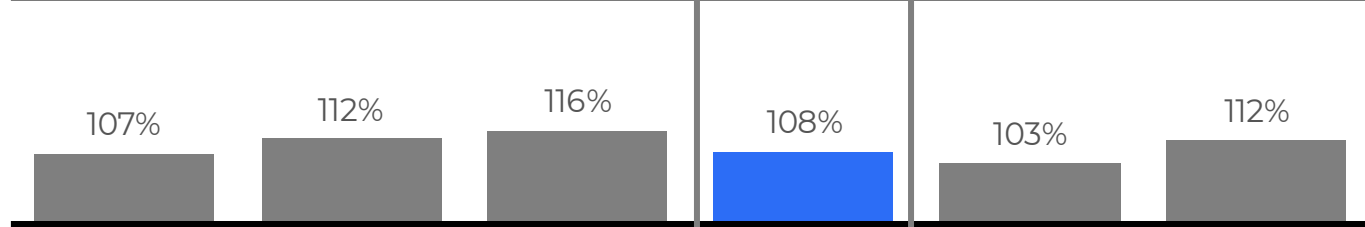
Consumo



Facturación



Precio Promedio Ponderado



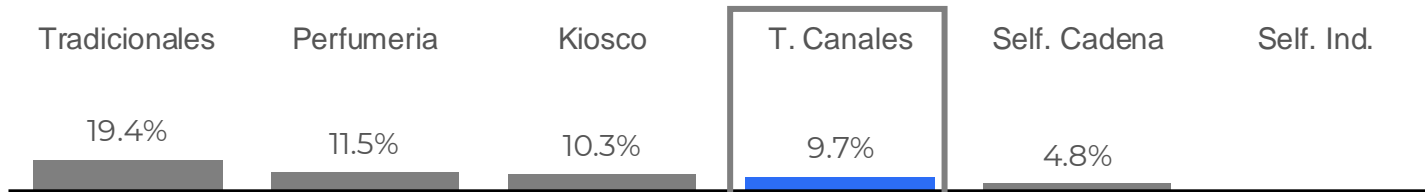
Evolución general del consumo

Argentina por Canal | FM 23 vs FM 22

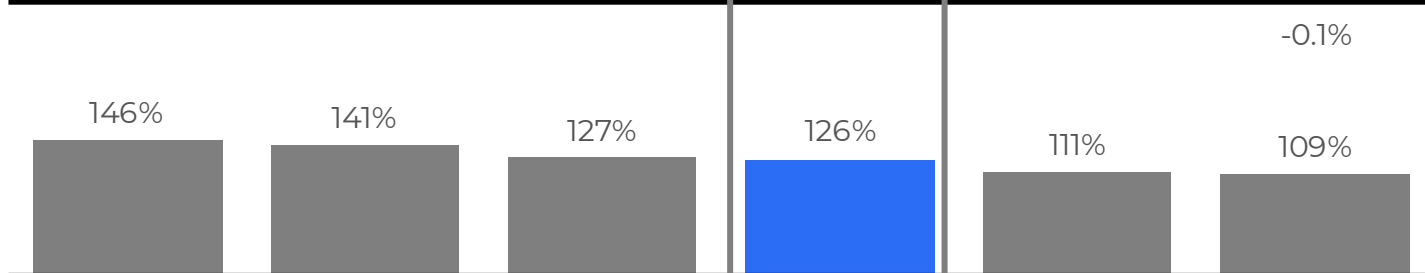
Tradicionales, Kioscos y Perfumerías son los canales que crecen por encima de la canasta. Self Independiente **se contrae**



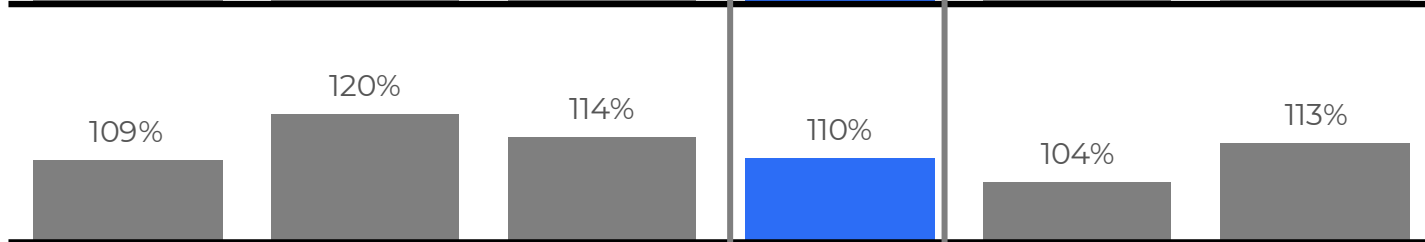
Consumo



Facturación



Precio Promedio Ponderado

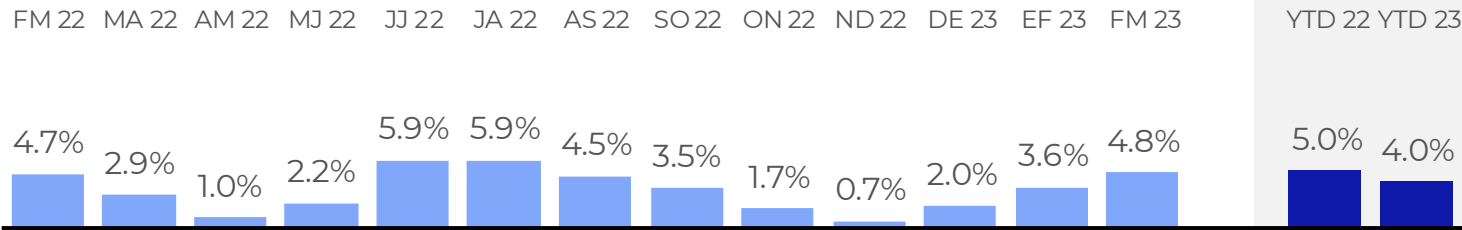


Evolución general del consumo

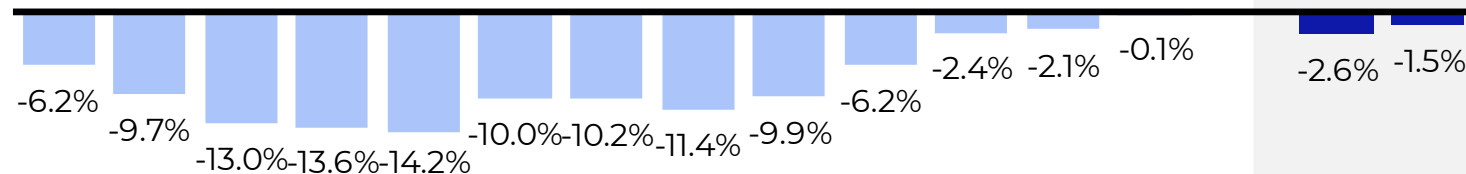
Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



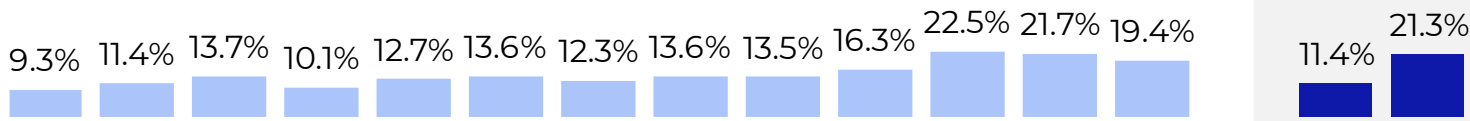
Self Cadenas



Self Independiente



Tradicionales

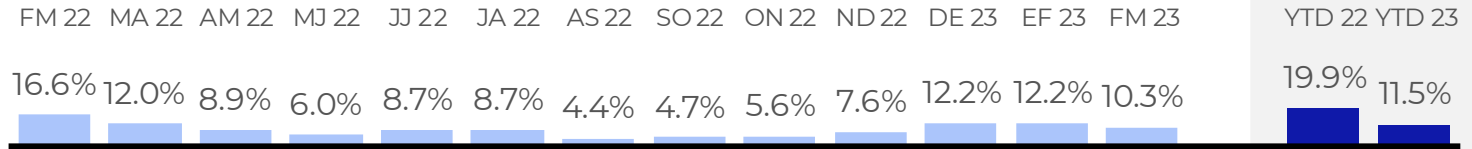


Evolución general del consumo

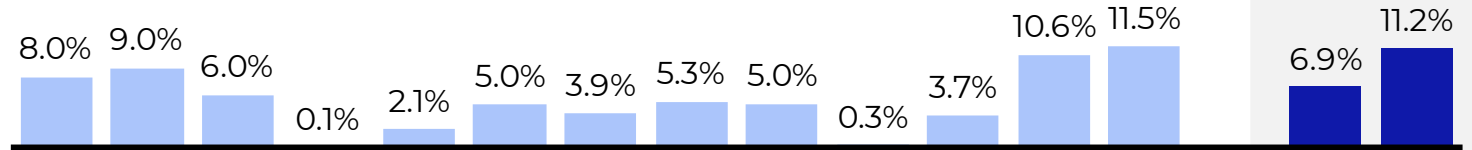
Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



Kioscos & Minimercados



Farmacias & Perfumerías



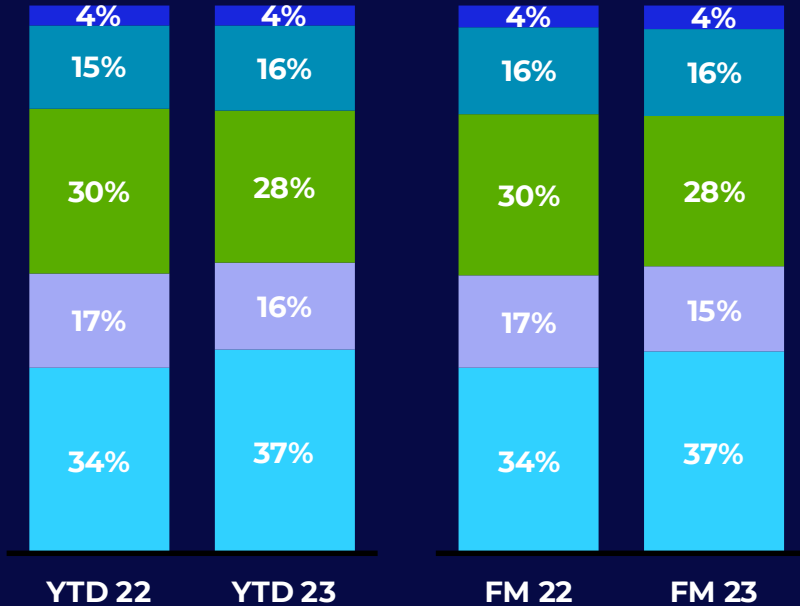
Estructura del mercado argentino

Variación vs. mismo periodo del año anterior

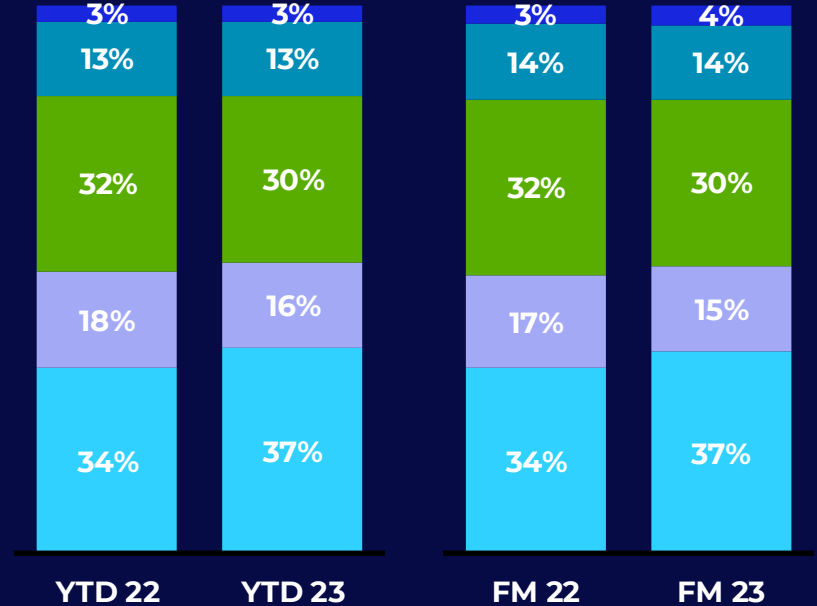
- Farmacias & Perfumerías
- Kioscos & Minimercados
- Self Cadenas
- Self Independientes
- Tradicionales



MIX EN FACTURACIÓN



MIX EN VOLUMEN

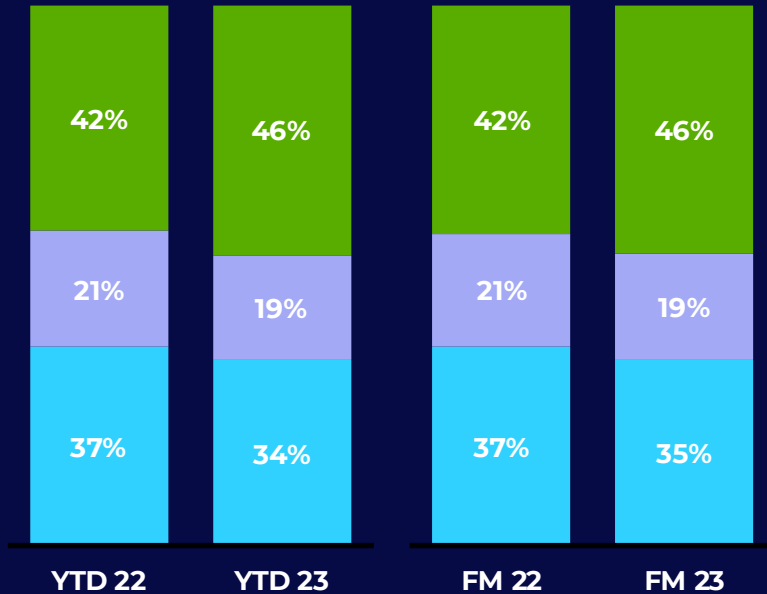


Estructura del mercado argentino

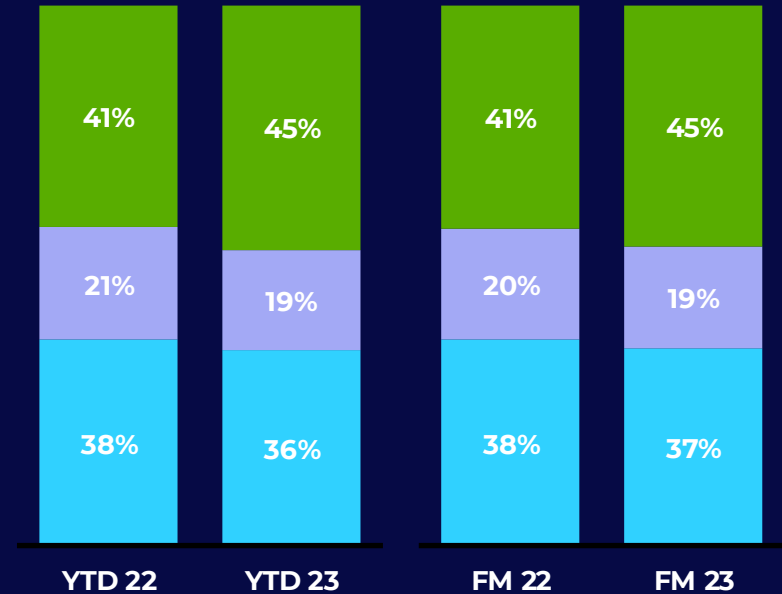
Variación vs. mismo periodo del año anterior



MIX EN FACTURACIÓN



MIX EN VOLUMEN



- Tradicionales
- Self Independientes
- Self Cadena

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 neiaaos
mayonesa
ketchnup
leches vegetales
postres



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



BOTTOM 5 CATEGORIAS QUE MAS CAEN/MENOS CRECEN



leches tiuigas
mantecas
alimentos infantiles
galletitas dulces reellenas
sopas



cate soluble
whisky
tes
leches chocoiatadas y saborizaaa
jugos concentrados



GOLOSINAS



LIMPIEZA DEL HOGAR Y DE LA ROPA



COSMETICA Y TOCADOR



bombones y bocaditos
gomas de mascar
snacks
tabletas
otros panados



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



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



chocolate p/taza repos.y cobertura
guarniciones para copetin
nuevos y figuras de chocolate
opieas y galletitas
mani c/chocolate



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



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

Top & Bottom five – Self Independientes

Var vs. mismo período año anterior | YTD 23

Var. % YTD 23 vs YTD 22



ALIMENTOS



TOP 5 CATEGORIAS QUE MAS CRECEN/MENOS CAEN



poivos para preparar helados
pan arabe y tortillas
galletitas dulces rellenas
ketchup
leches vegetales



BOTTOM 5 CATEGORIAS QUE MAS CAEN/MENOS CRECEN



tianes
salsa goit
levaduras
mousse
aceites comestibles



BEBIDAS



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



yervas comunes y compuestas
cate soluble
wnisky
tes
jugos concentrados



GOLOSINAS



otros panados
snacks
opreas y galletitas
gomas de mascar
alfajores



guarniciones para copetin
chocolate p/taza repos.y cobertura
nuevos y figuras de chocolate
tabletas
bombones y pocalitos



LIMPIEZA DEL HOGAR Y DE LA ROPA



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



lustramuebles
desodorizantes y desint.ambient.
lavandinas
jabon en barra
rollos de papel p/cocina



COSMETICA Y TOCADOR



tampones
desodorantes corporales
pajas y sist.de areitar
cremas p/cuerpo + reauc.
enjuagues bucales



l.urinaria
cepillos dentales
papel higienico
pañales 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**



levaduras
galletitas cereales
poivos para preparar neiaaos
pan arabe y tortillas
lecnen en poivos



energy drink
cate soluble
whisky
jugos isotonicos
pebiaas gaseosas



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



alimentos infantiles
budines / madalenas
sopas
mousse
lecnen vegetales



cervezas
yerbas comunes y compuestas
poivos cnocoiataaos
poivos p/pre.jugos
jugos concentraaos



GOLOSINAS



LIMPIEZA DEL HOGAR Y DE LA ROPA



COSMETICA Y TOCADOR



otros panados
snacks
pombones y pacaaitos
guarniciones para copetin
cnocoiate contitaaao



productos para el lavado tino
lavandinas
quitamancnas y prelavaaao
desodorizantes y desint.ambient.
japones y detergentes en poi



l.urinaria
papel higienico
desodorantes corporales
snampoo
pastas dentales



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



detergentes liiquaaos
limpiadores liiquaaos
suavizante
lustramuebles
limpiadores y dese.no liiq.



cremas faciales
brnc
pañales descartables p/bebes
cepillos dentales
enjuagues bucales

Industria de bebidas

NIQ

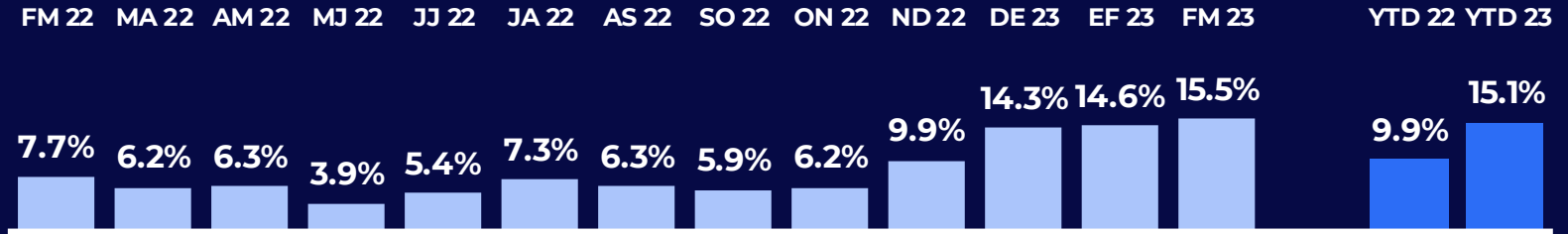


Evolución general del consumo | BEBIDAS

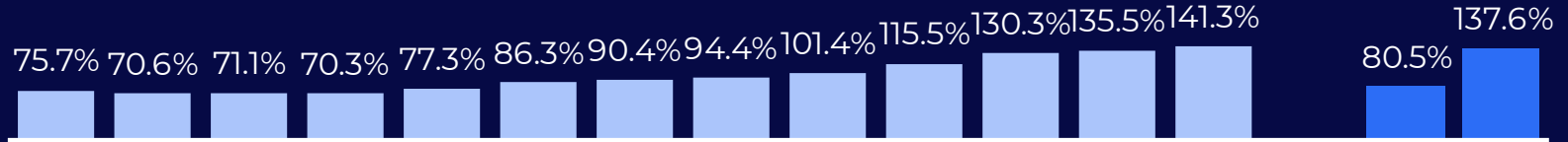
Variación vs. mismo periodo del año anterior



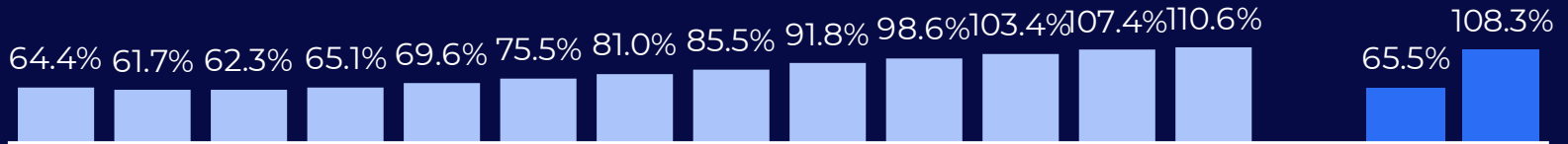
Consumo



Facturación

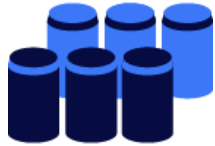


Precio Promedio Ponderado

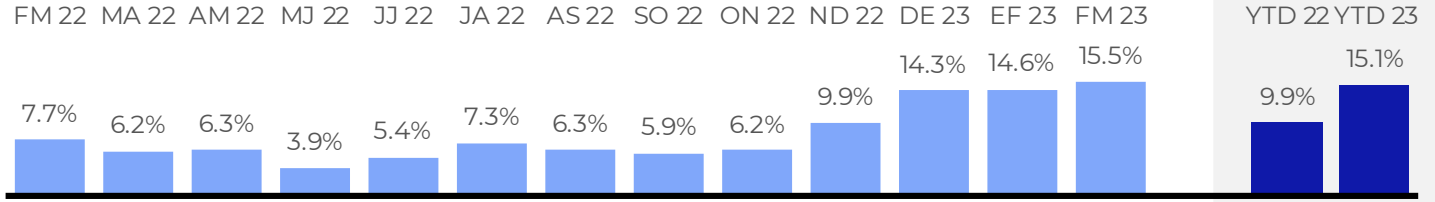


Evolución general del consumo | BEBIDAS

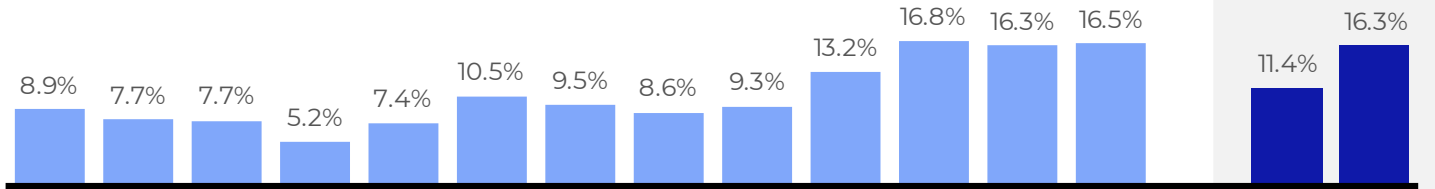
Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



BEBIDAS



BEBIDAS NO ALCOHOLICAS



BEBIDAS ALCOHOLICAS

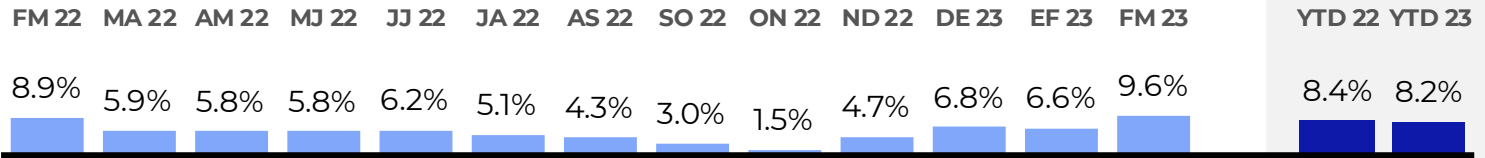


Evolución general del consumo | BEBIDAS

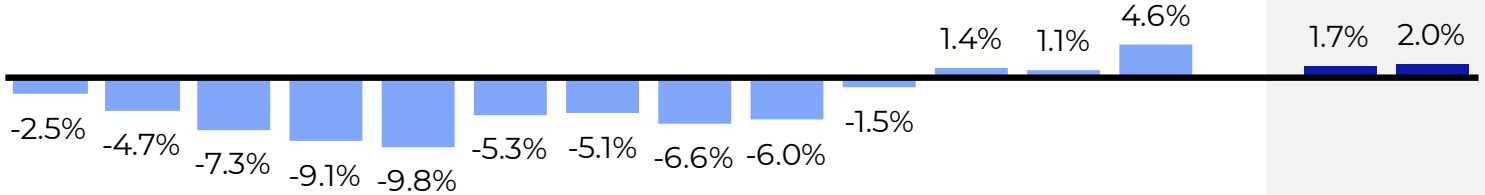
Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



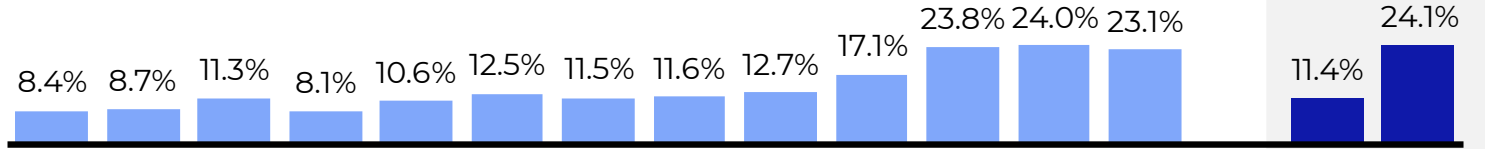
Self Cadenas



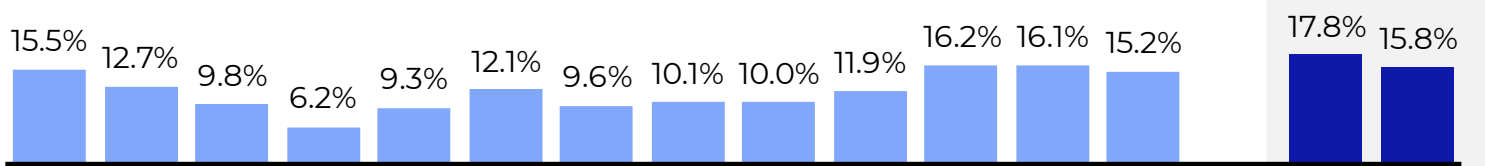
Self Independiente



Tradicionales



Kioscos & Minimercados



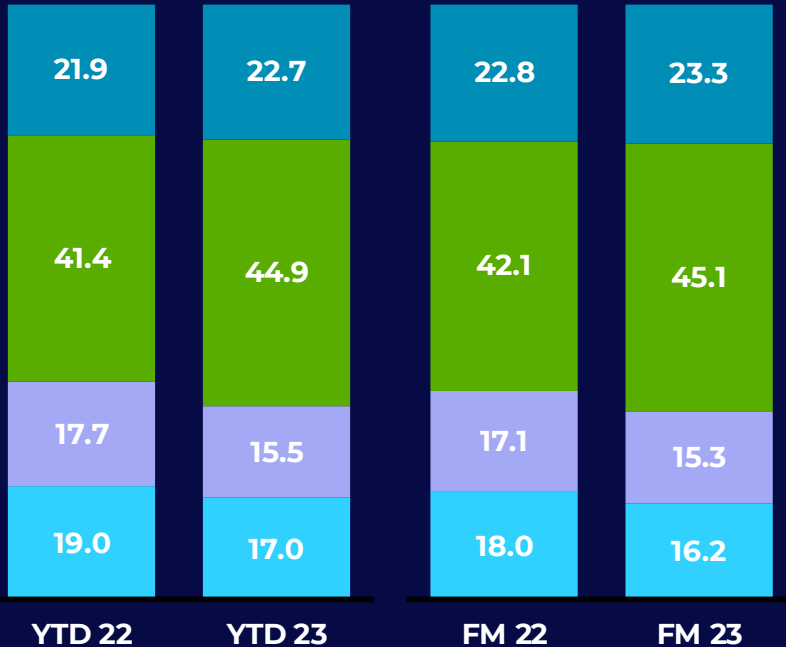
Estructura del mercado argentino | BEBIDAS

Variación vs. mismo periodo del año anterior

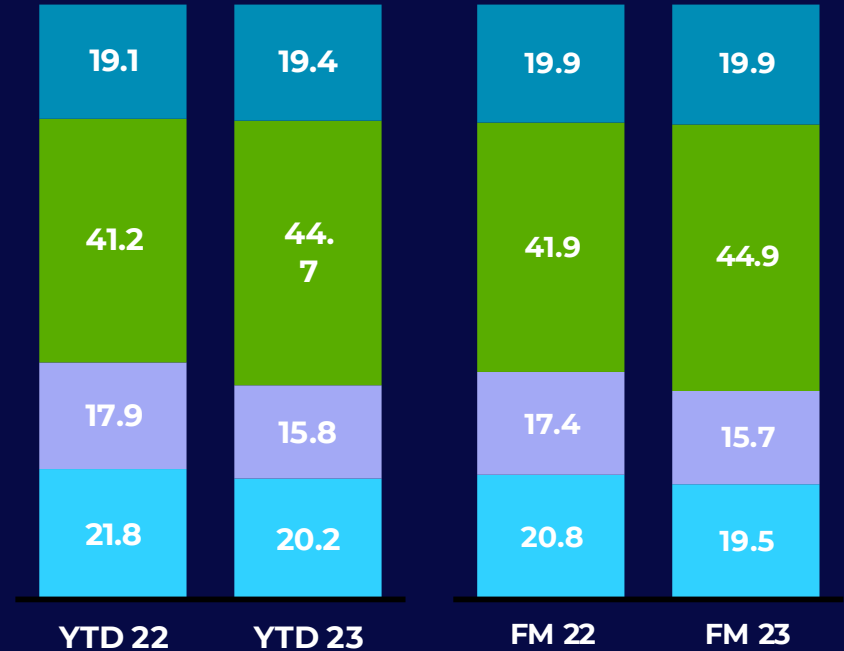
- Kioscos & Minimercados
- Tradicionales
- Self Independientes
- Self cadena



MIX EN FACTURACIÓN



MIX EN VOLUMEN



Estructura del mercado argentino | BEBIDAS

Variación vs. mismo periodo del año anterior

- Kioscos & Minimercados
- Tradicionales
- Self Independientes
- Self cadena

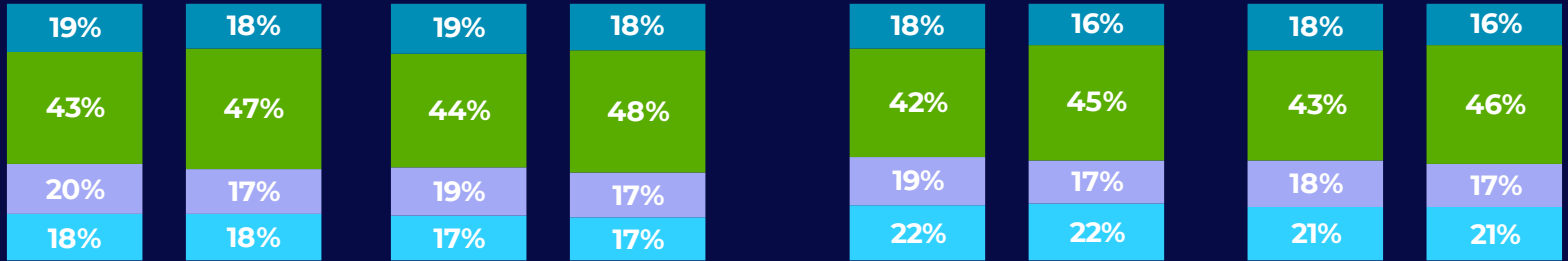


MIX EN FACTURACIÓN

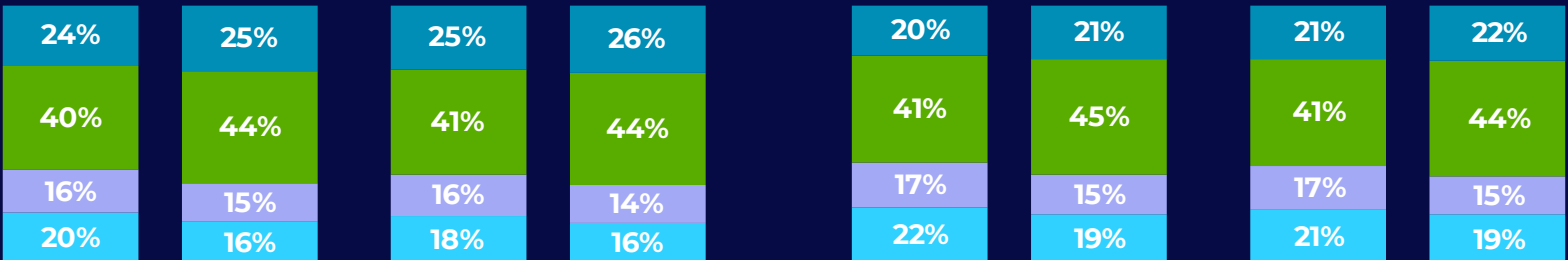


MIX EN VOLUMEN

BEBIDAS ALCOHOLICAS



BEBIDAS NO ALCOHOLICAS



YTD 22

YTD 23

FM 22

FM 23

YTD 22

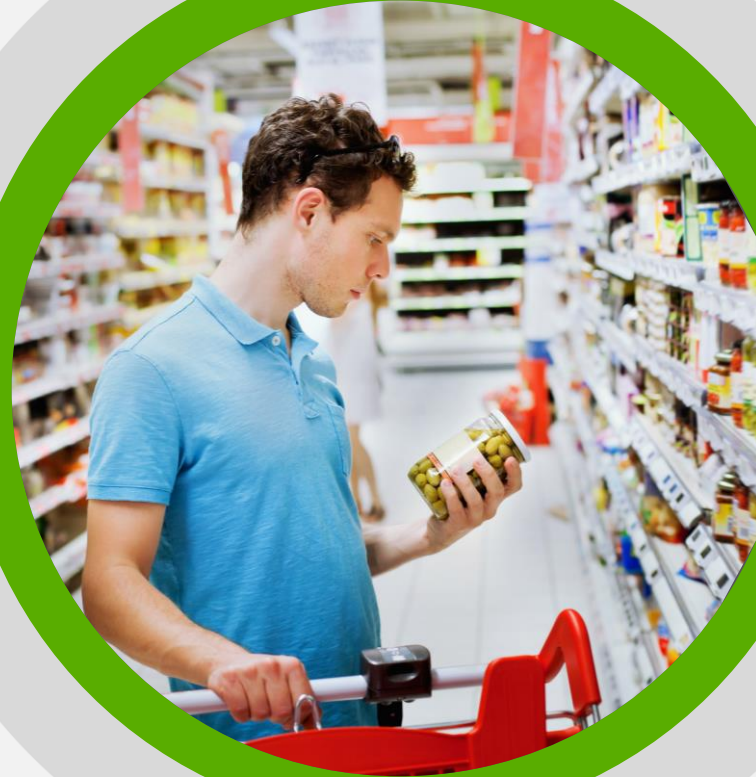
YTD 23

FM 22

FM 23

Industria de alimentos

NIQ



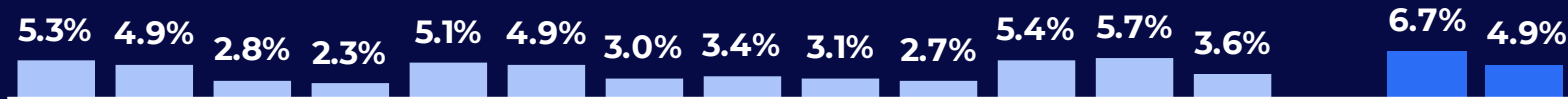
Evolución general del consumo | ALIMENTOS

Variación vs. mismo periodo del año anterior

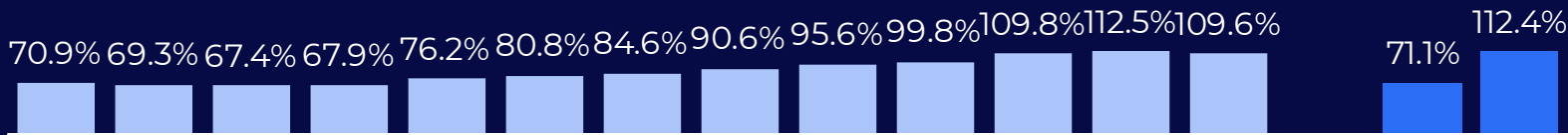
FM 22 MA 22 AM 22 MJ 22 JJ 22 JA 22 AS 22 SO 22 ON 22 ND 22 DE 23 EF 23 FM 23 YTD 22 YTD 23



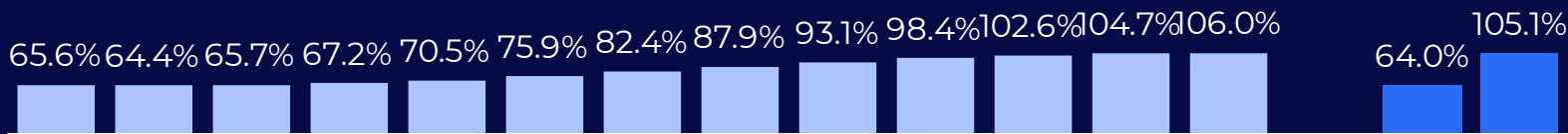
Consumo



Facturación

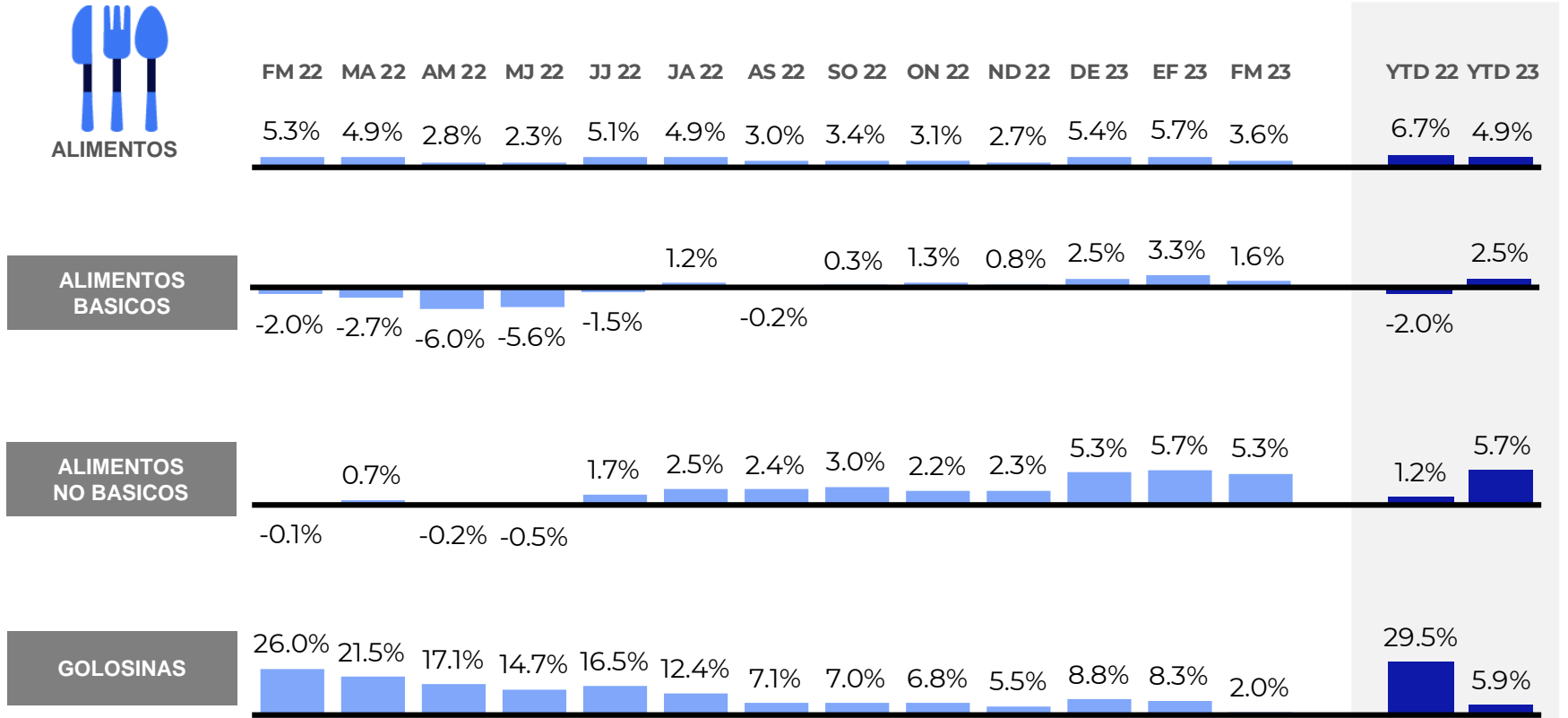


Precio Promedio Ponderado



Evolución general del consumo | ALIMENTOS

Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22

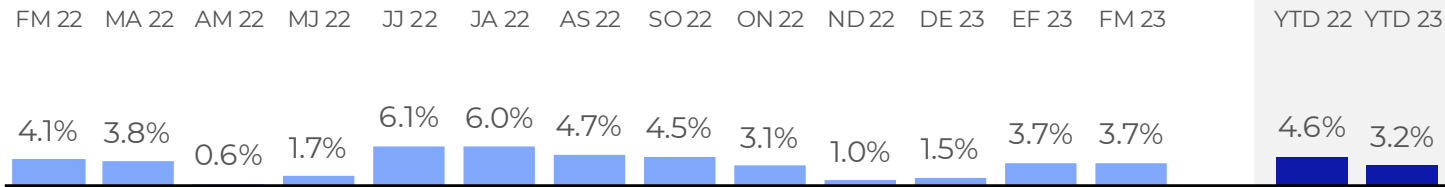


Evolución general del consumo | ALIMENTOS

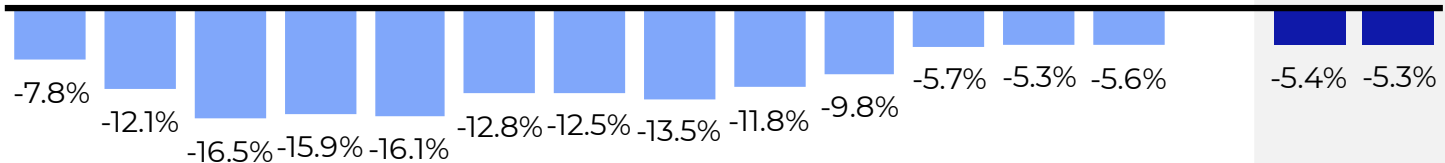
Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



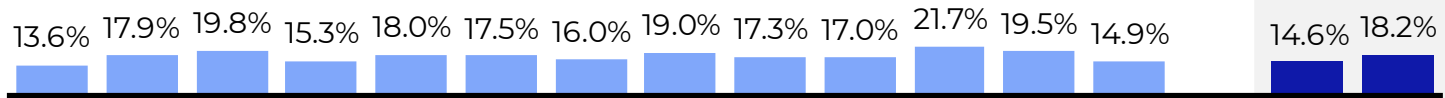
Self Cadenas



Self Independiente



Tradicionales

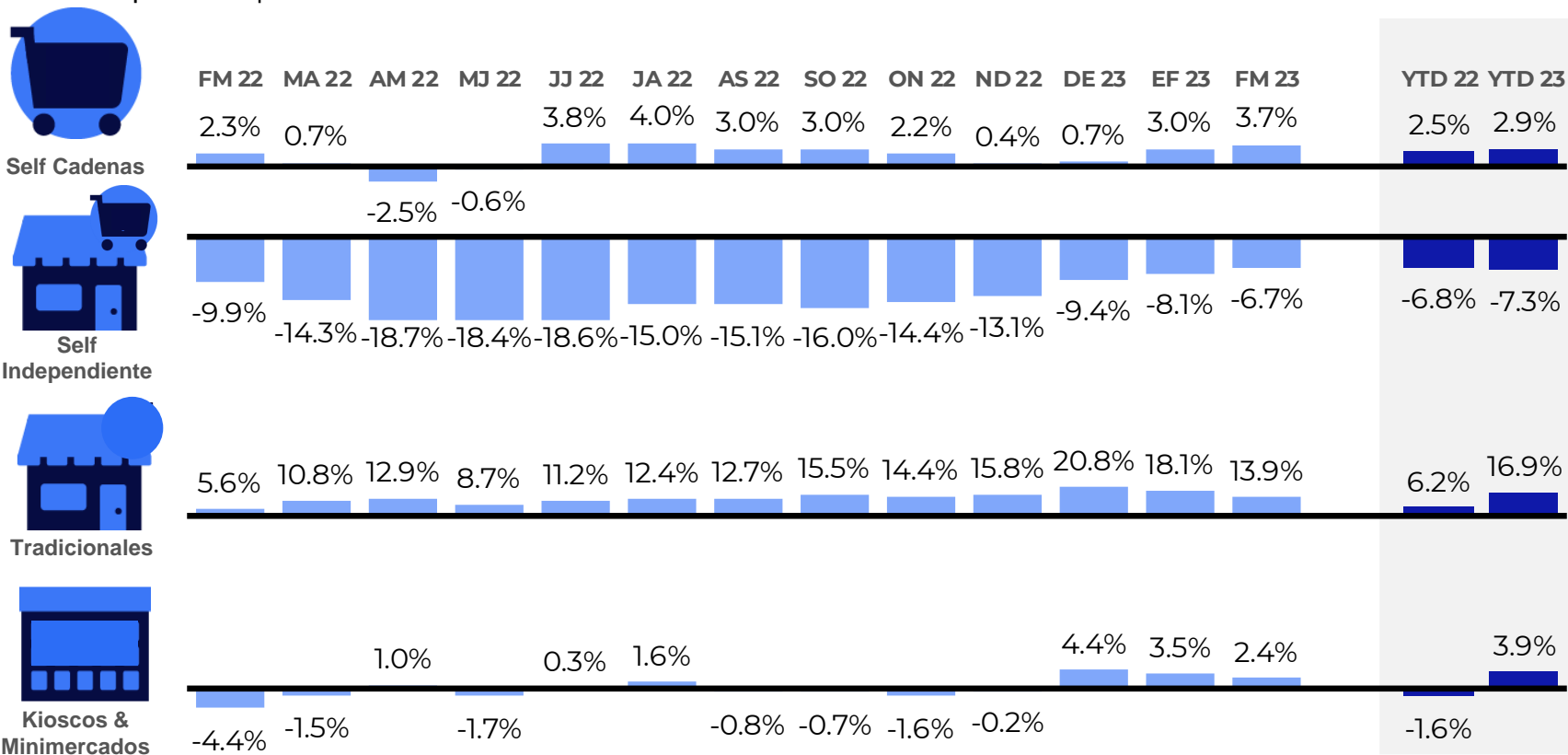


Kioscos & Minimercados



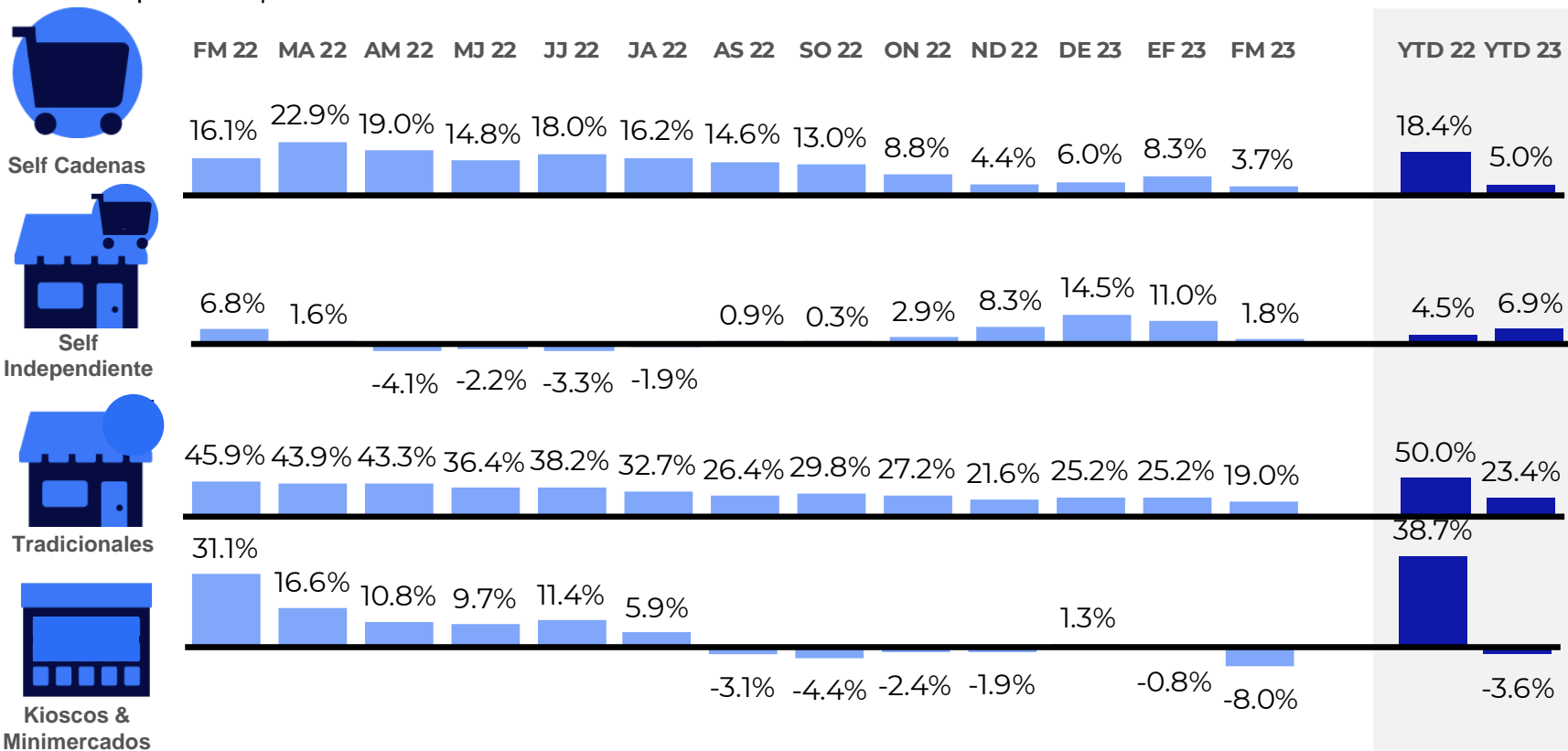
Evolución general del consumo | ALIMENTOS básicos + no básicos

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

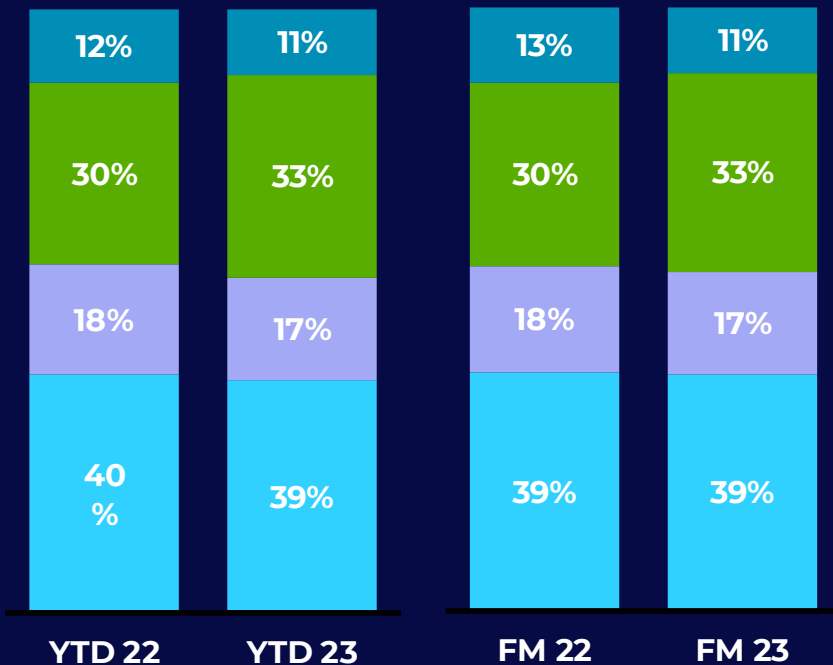
Variación vs. mismo periodo del año anterior

- Kioscos & Minimercados
- Tradicionales
- Self Independientes
- Self cadena

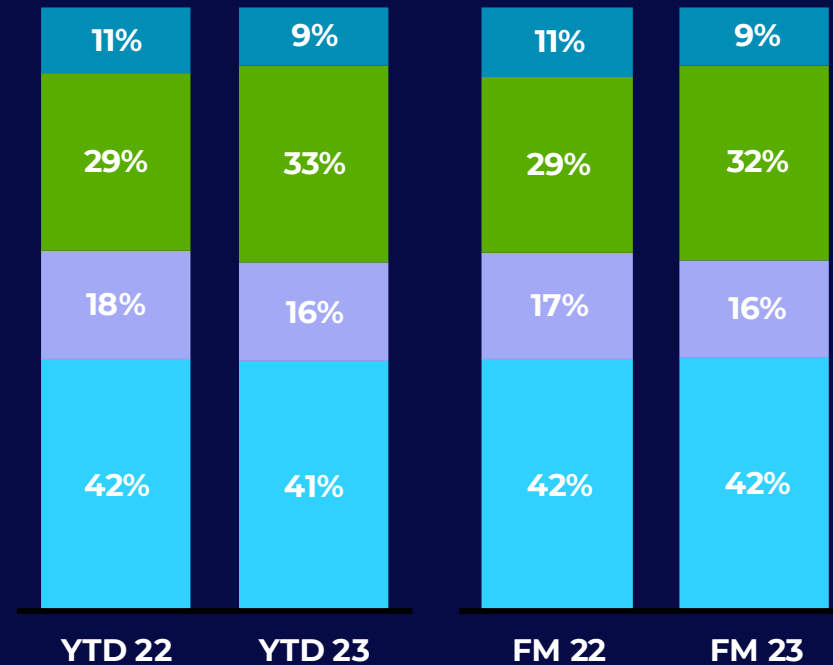
GRAF



MIX EN FACTURACIÓN



MIX EN VOLUMEN



Estructura del mercado argentino | ALIMENTOS

Variación vs. mismo periodo del año anterior

- Kioscos & Minimercados
- Tradicionales
- Self Independientes
- Self cadena

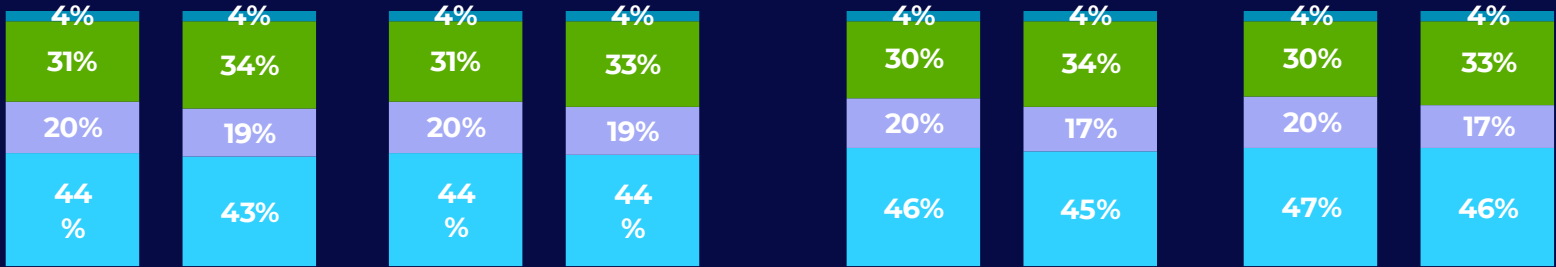


MIX EN FACTURACIÓN

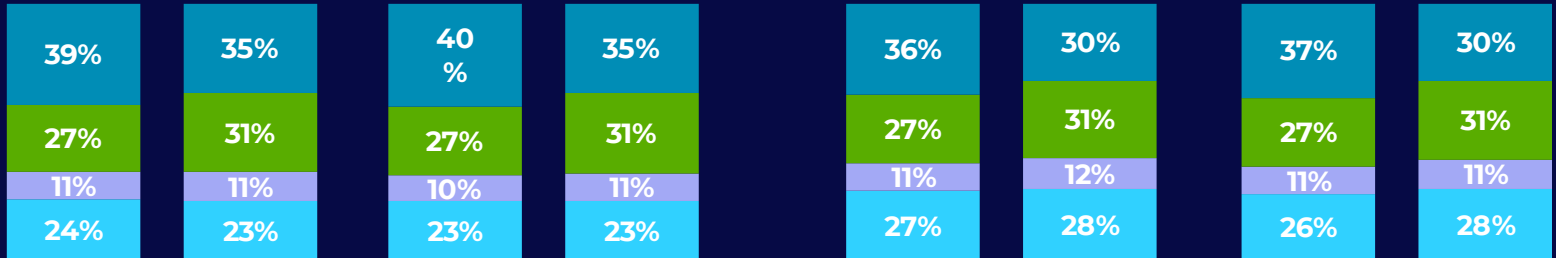


MIX EN VOLUMEN

ALIMENTOS
BASICOS &
NO BASICOS



GOLOSINAS



YTD 22

YTD 23

FM 22

FM 23

YTD 22

YTD 23

FM 22

FM 23

**Industria de
cuidado personal
y limpieza**

NIQ

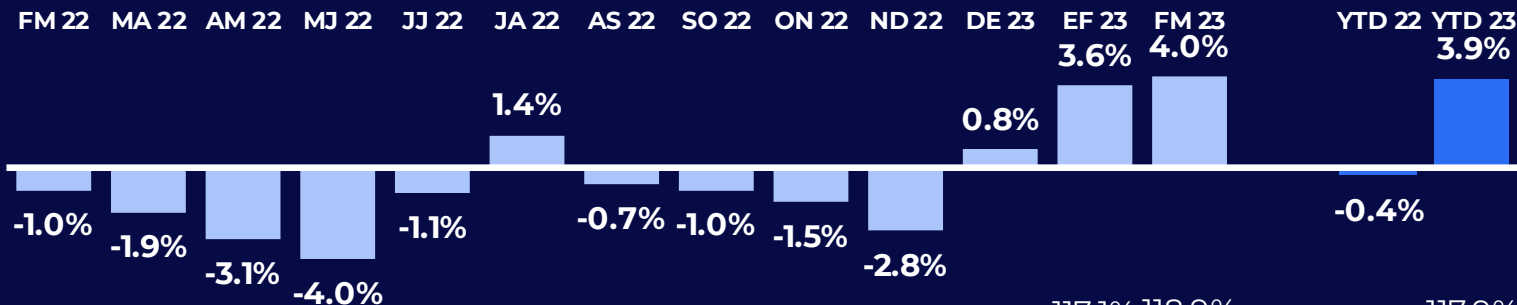


Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

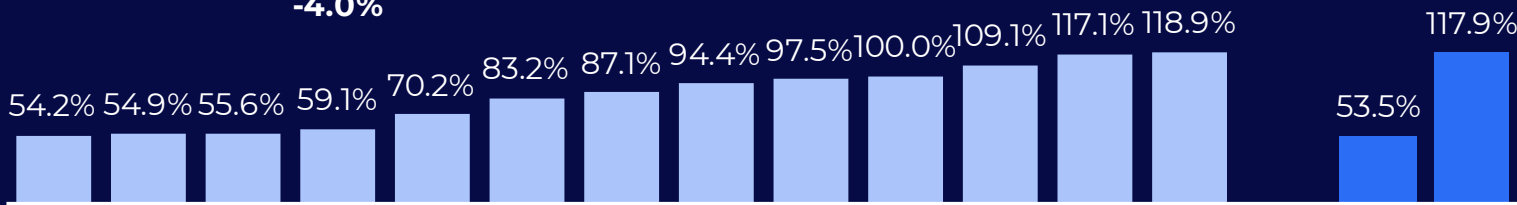
Variación vs. mismo periodo del año anterior



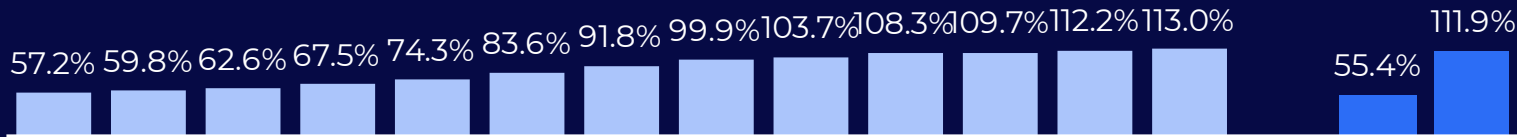
Consumo



Facturación



Precio Promedio Ponderado

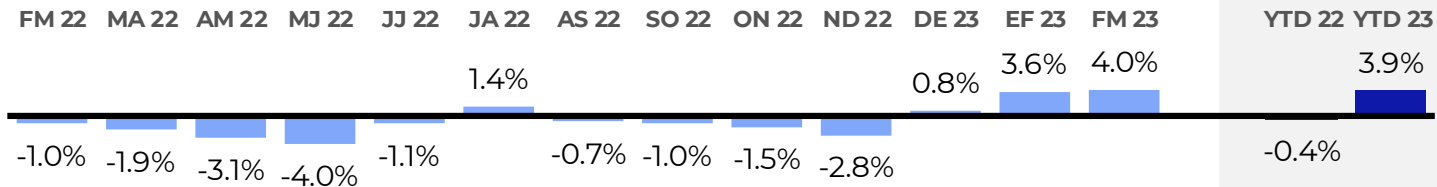


Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



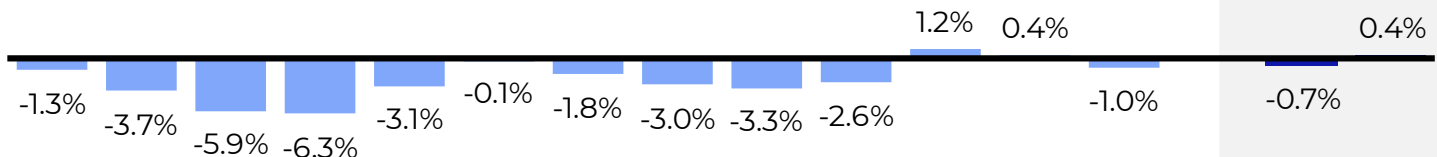
CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA



COSMETICA Y TOCADOR



LIMPIEZA DEL HOGAR Y DE LA ROPA

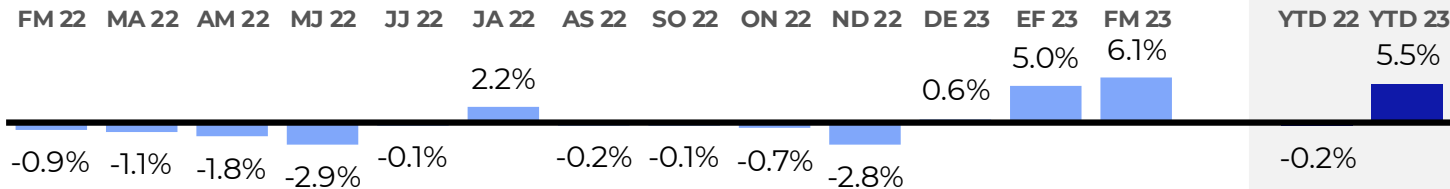


Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

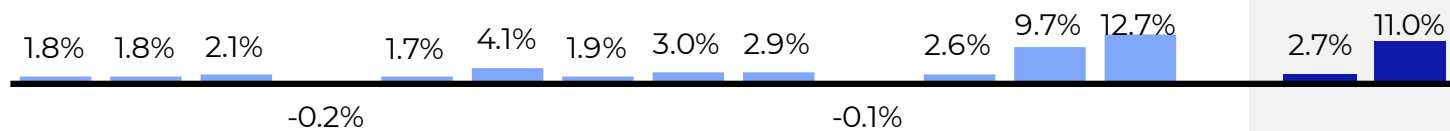
Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



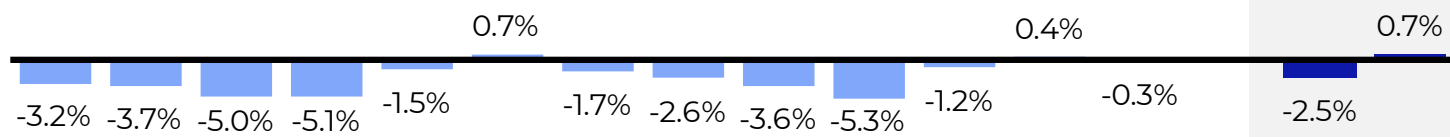
COSMETICA Y TOCADOR



COSMETICA



TOCADOR

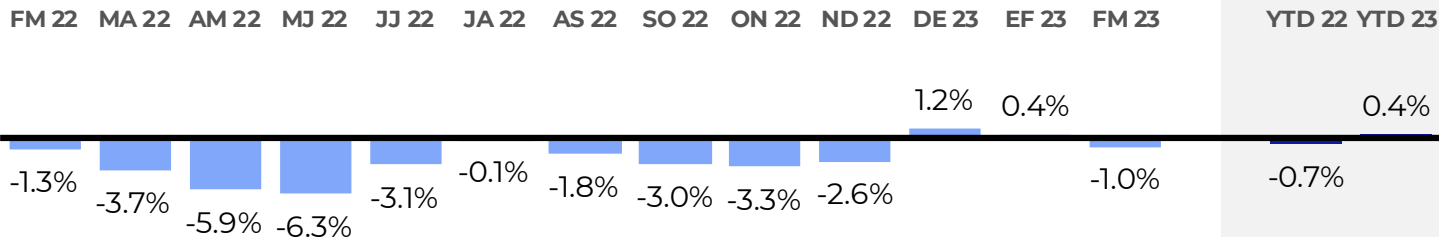


Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

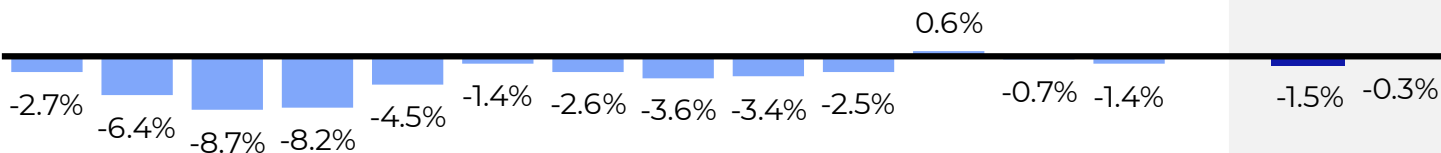
Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



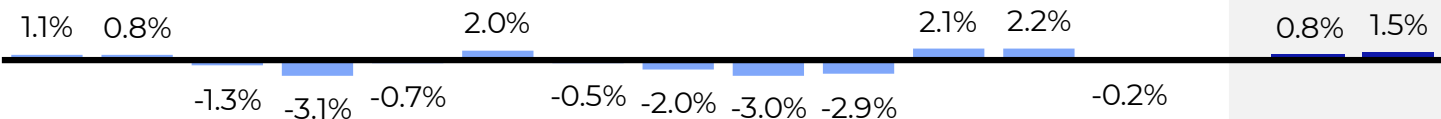
LIMPIEZA DEL HOGAR
Y DE LA ROPA



LIMPIEZA
DEL HOGAR



LIMPIEZA
DE LA ROPA

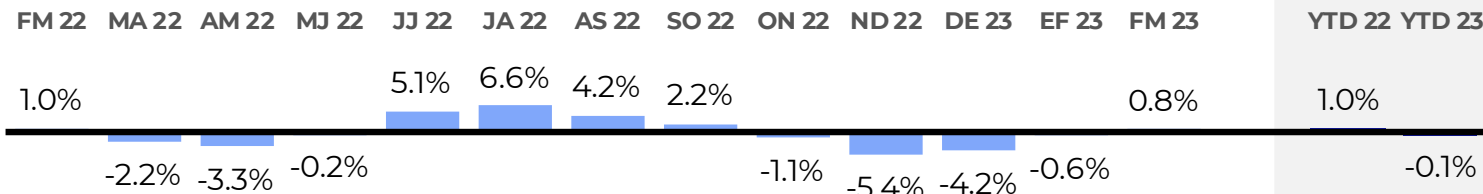


Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

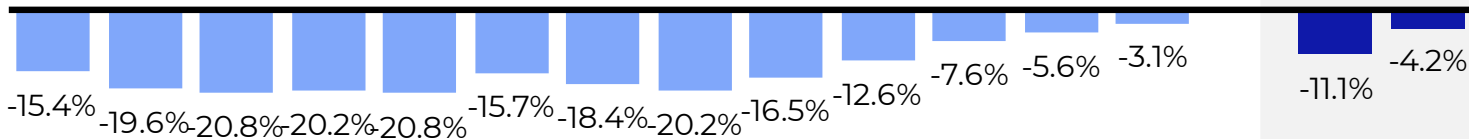
Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



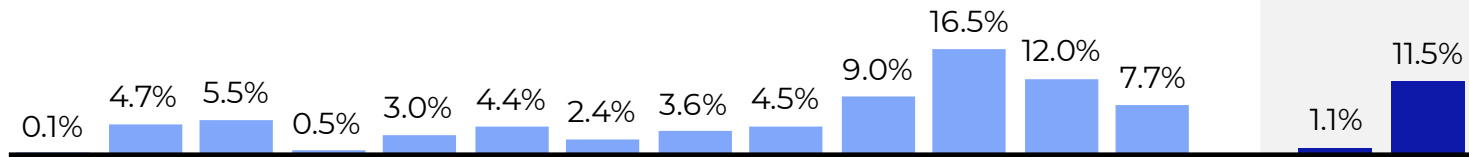
Self Cadenas



Self Independiente

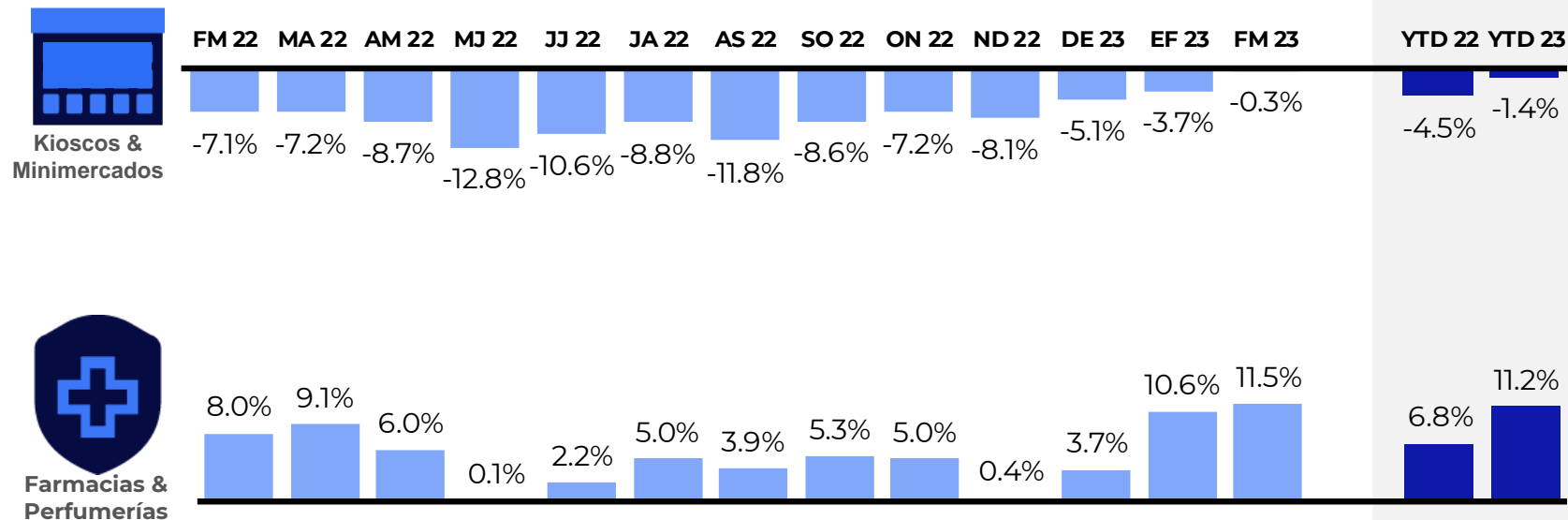


Tradicionales



Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22



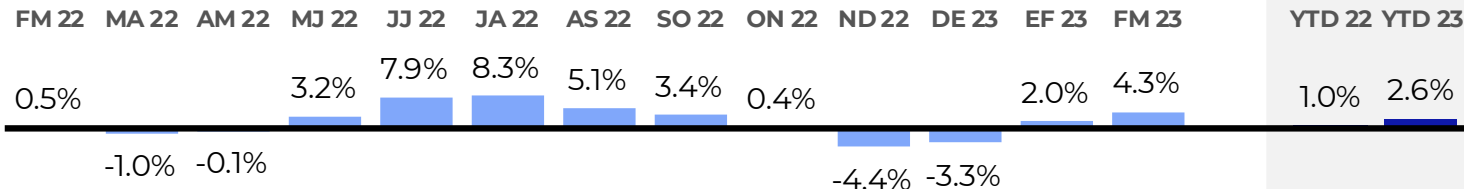
Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22

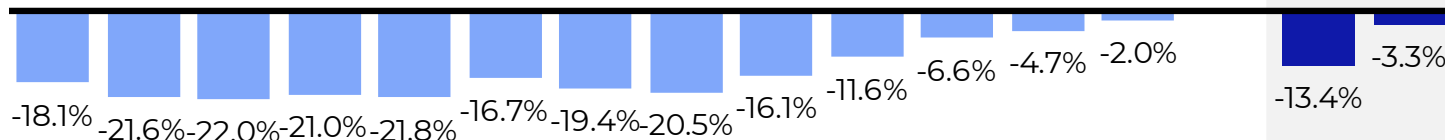
COSMETICA Y TOCADOR



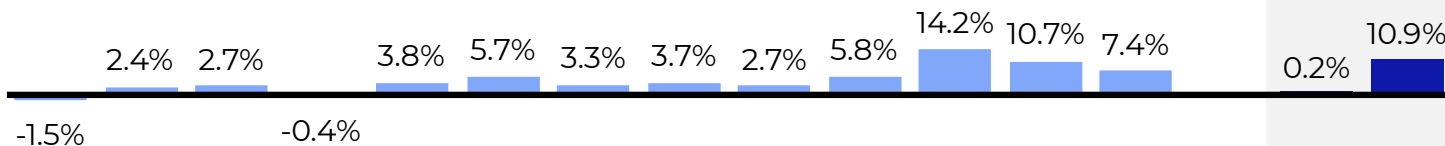
Self Cadenas



Self Independiente



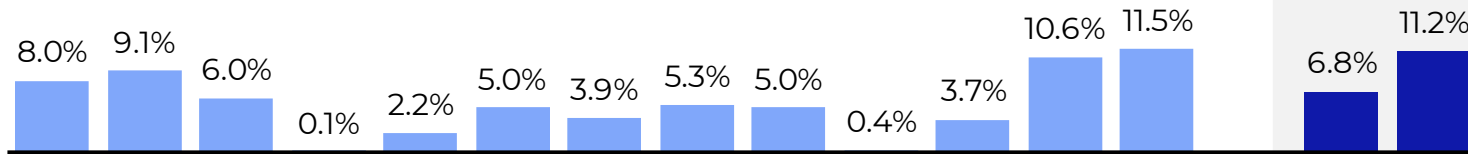
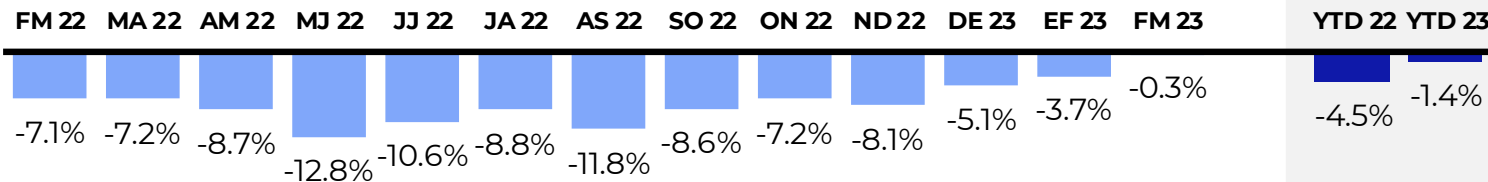
Tradicionales



Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22

COSMETICA Y TOCADOR



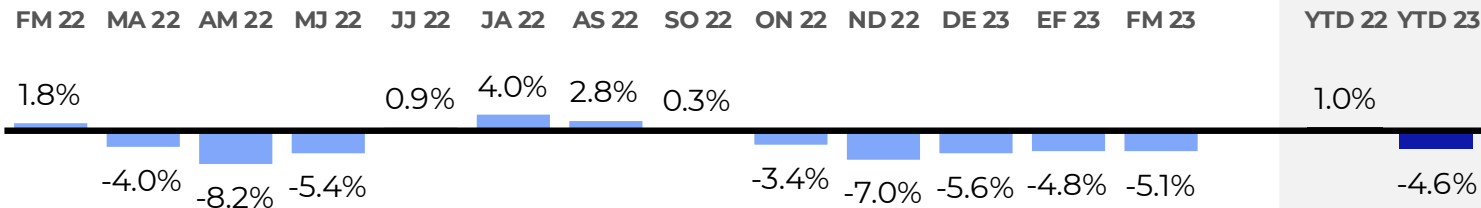
Evolución general del consumo | CUIDADO PERSONAL Y LIMPIEZA

Evolución por Canal | YTD 23 vs YTD 22

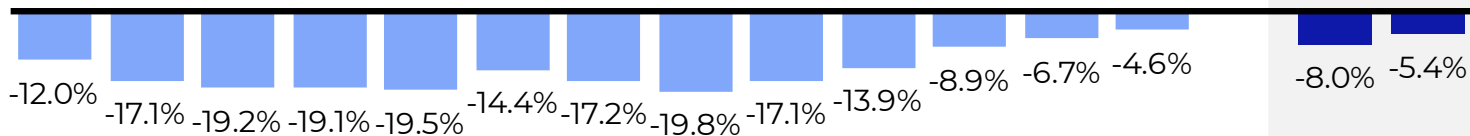
LIMPIEZA DE HOGAR Y DE LA ROPA



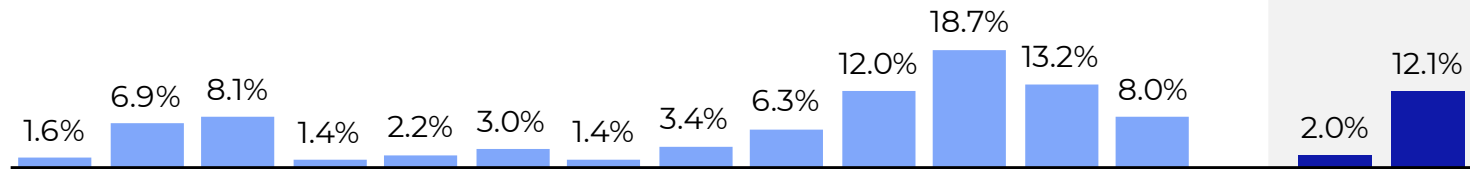
Self Cadenas



Self Independiente








Tradicionales



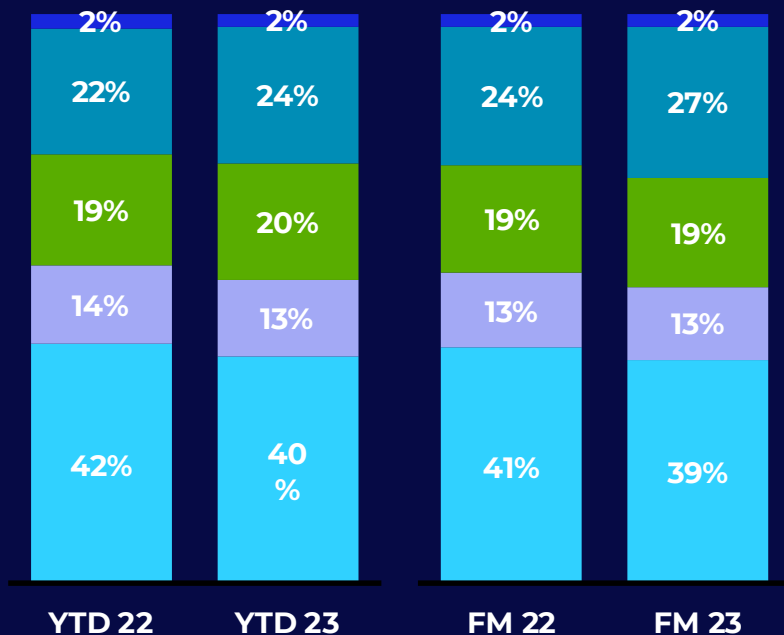
Estructura del mercado argentino | LIMPIEZA Y CUIDADO

Variación vs. mismo periodo del año anterior

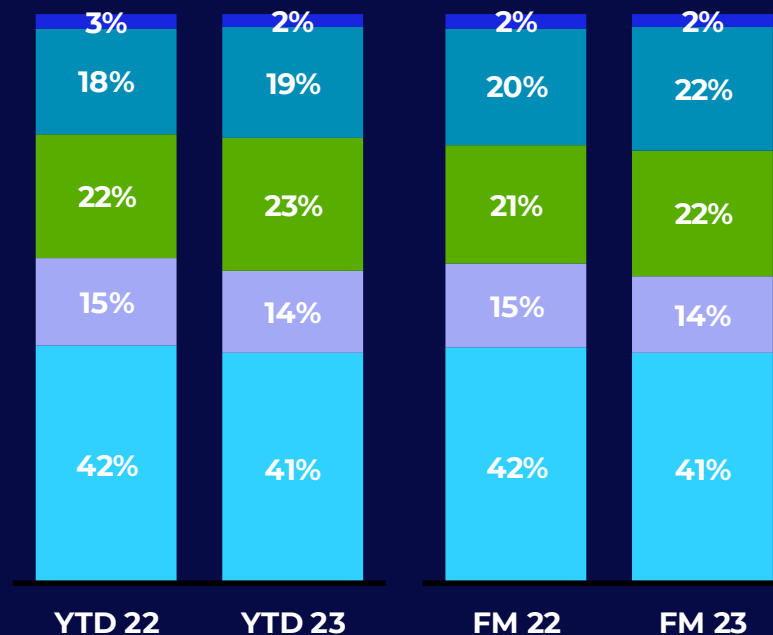
-  Kioscos & Minimercados
-  Farmacias & Perfumerías
-  Self Cadenas
-  Self Independientes
-  Tradicionales



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 cadena

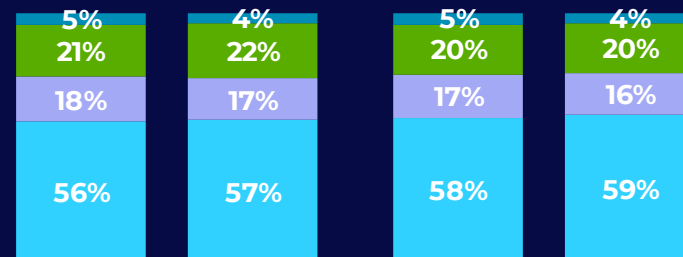
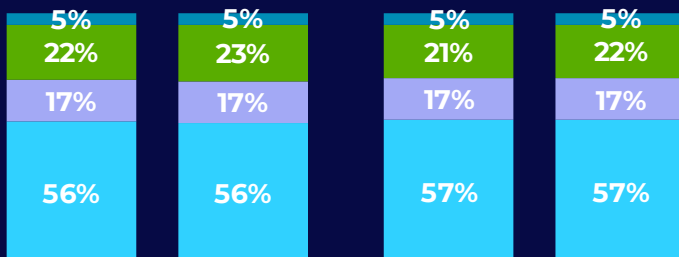


MIX EN FACTURACIÓN

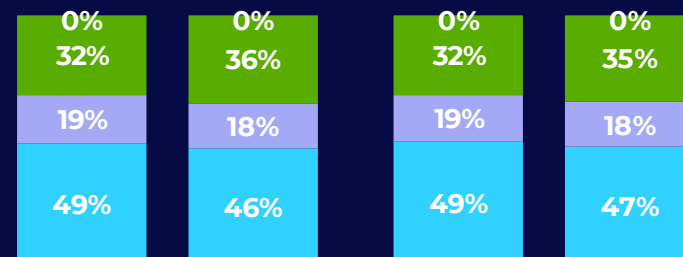
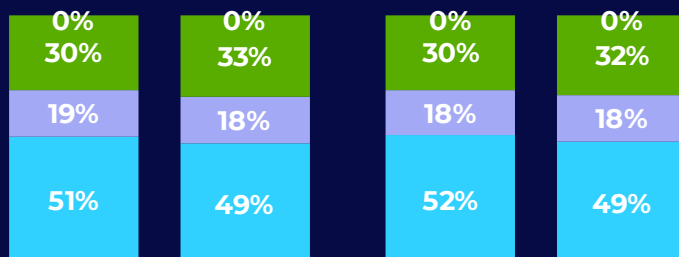


MIX EN VOLUMEN

COSMÉTICA Y TOCADOR



LIMPIEZA DEL HOGAR Y DE LA ROPA



YTD 22

YTD 23

FM 22

FM 23

YTD 22

YTD 23

FM 22

FM 23

Estructura del mercado argentino | LIMPIEZA Y CUIDADO

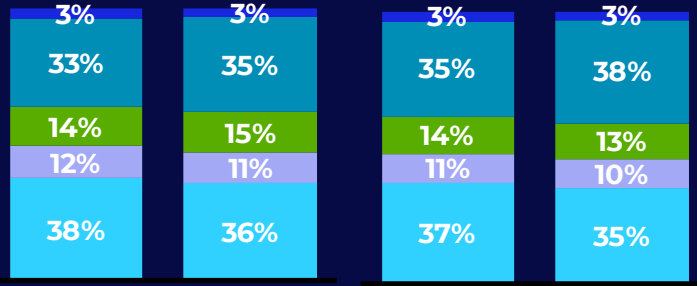
Variación vs. mismo periodo del año anterior

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



MIX EN FACTURACIÓN

COSMÉTICA Y TOCADOR



YTD 22

YTD 23

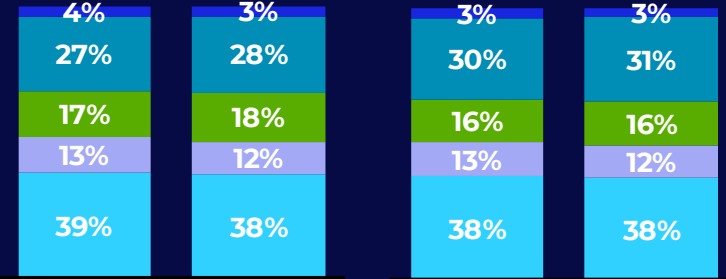
FM 22

FM 23



MIX EN VOLUMEN

LIMPIEZA DEL HOGAR Y DE LA ROPA

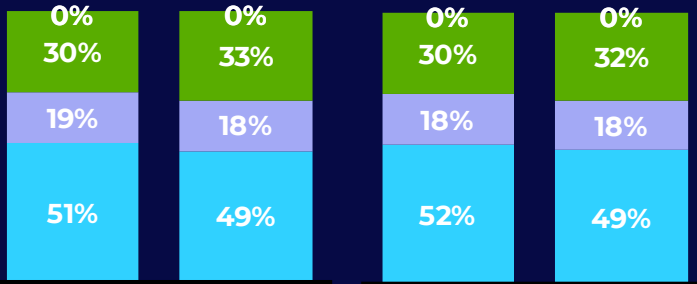


YTD 22

YTD 23

FM 22

FM 23

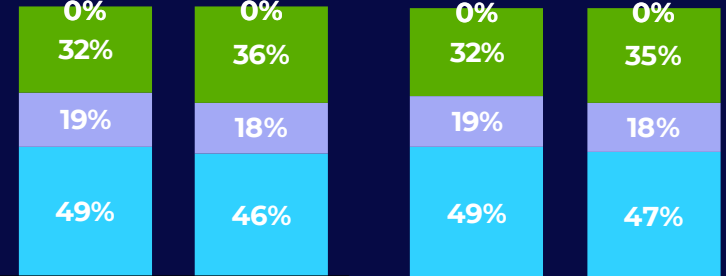


YTD 22

YTD 23

FM 22

FM 23



YTD 22

YTD 23

FM 22

FM 23

Estructura del mercado argentino | COSMETICA Y TOCADOR

Variación vs. mismo periodo del año anterior

COSMETICA Y TOCADOR



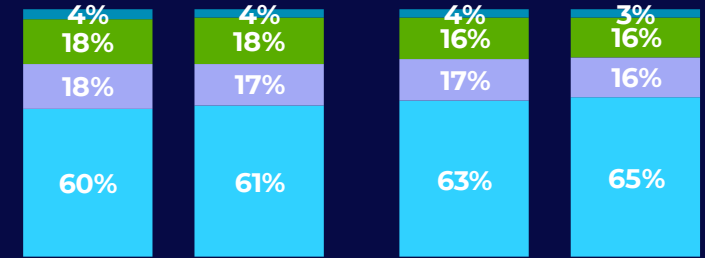
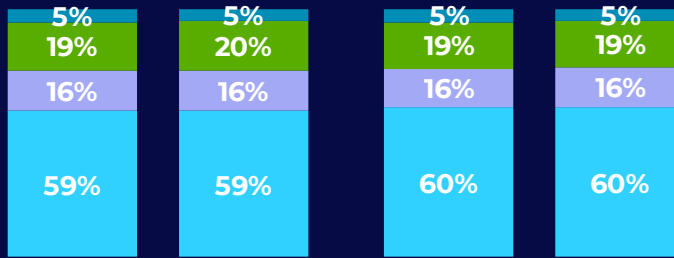
MIX EN FACTURACIÓN



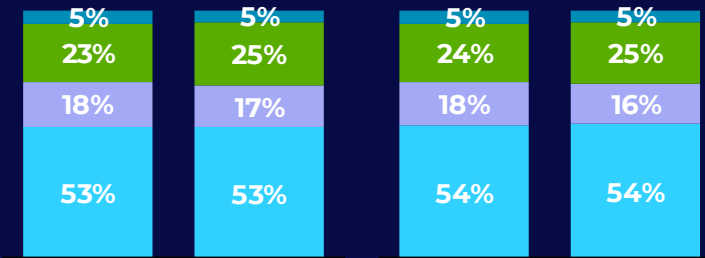
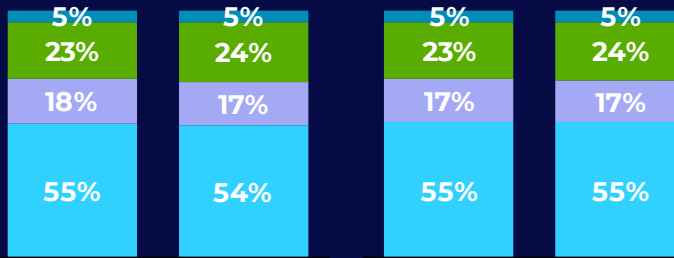
MIX EN VOLUMEN

- Kioscos & Minimercados
- Tradicionales
- Self Independientes
- Self cadena

COSMETICA



TOCADOR



YTD 22

YTD 23

FM 22

FM 23

YTD 22

YTD 23

FM 22

FM 23

Estructura del mercado argentino | COSMETICA Y TOCADOR

Variación vs. mismo periodo del año anterior

COSMETICA Y TOCADOR



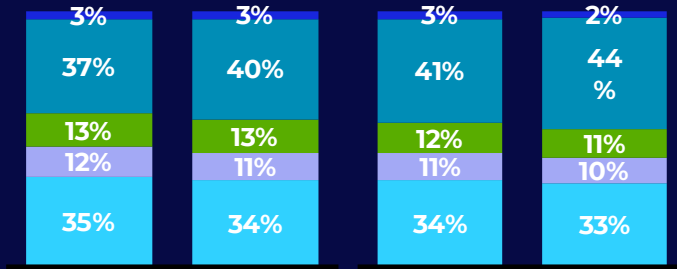
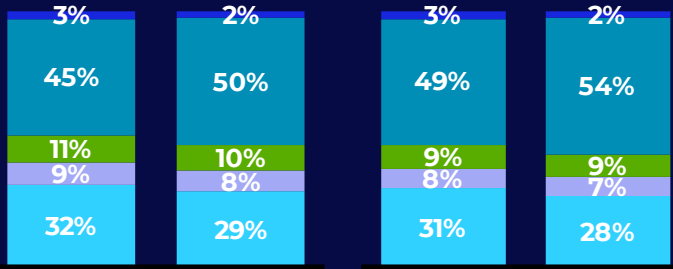
MIX EN FACTURACIÓN



MIX EN VOLUMEN

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

COSMETICA



YTD 22

YTD 23

FM 22

FM 23

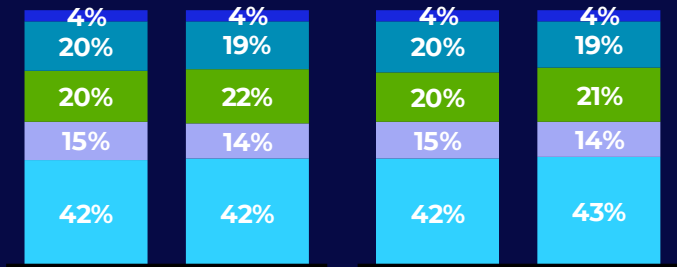
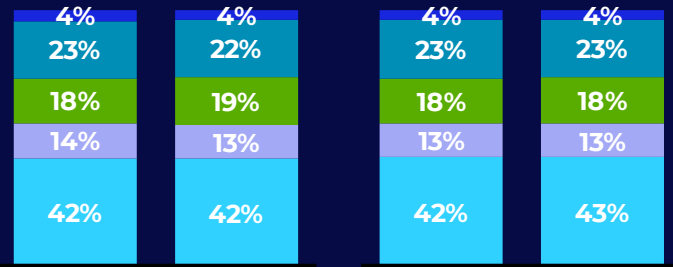
YTD 22

YTD 23

FM 22

FM 23

TOCADOR



YTD 22

YTD 23

FM 22

FM 23

YTD 22

YTD 23

FM 22

FM 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



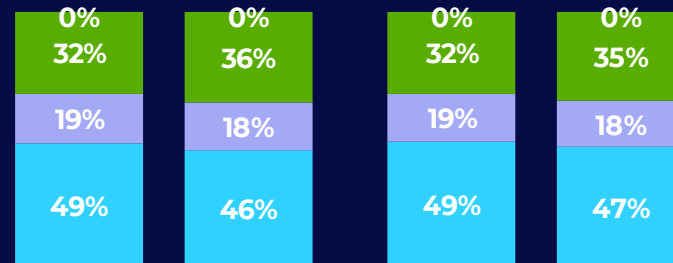
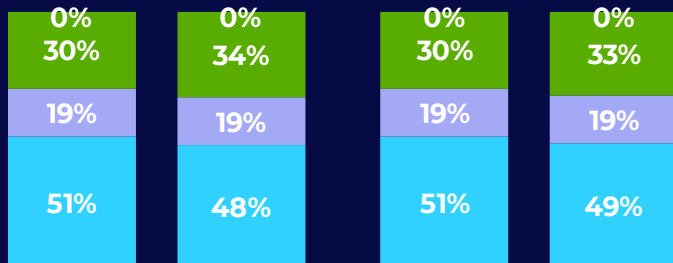
MIX EN FACTURACIÓN



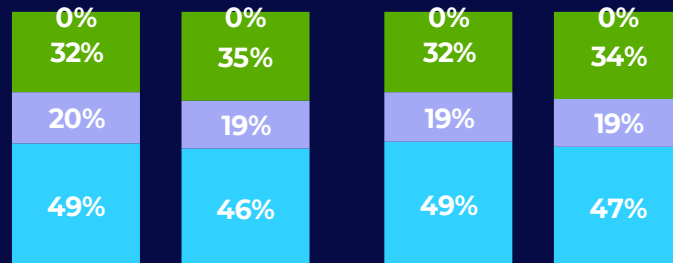
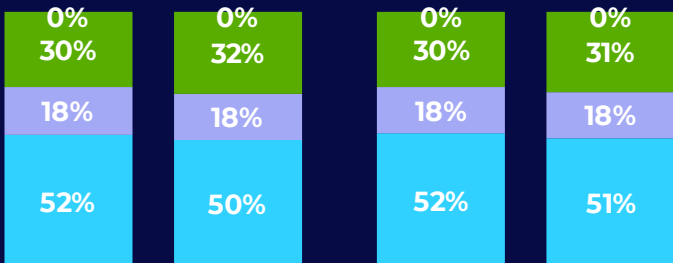
MIX EN VOLUMEN

- Kioscos & Minimercados
- Tradicionales
- Self Independientes
- Self cadena

LIMPIEZA DEL HOGAR



LIMPIEZA DE LA ROPA



YTD 22

YTD 23

FM 22

FM 23

YTD 22

YTD 23

FM 22

FM 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

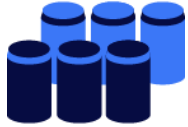
LIMPIEZA
DEL HOGAR

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

	SELF CADENA	Local con modalidad de atención Self Service. Supermercados y Autoservicios de Cadena con 3 o más sucursales.
	SELF INDEPENDIENTE	Local con modalidad de atención Self Service. Supermercados y Autoservicios independientes con menos de 3 sucursales.
	TRADICIONALES	Local con atención a través de un mostrador por una persona responsable del negocio, con predominio de presencia de categorías de compra no impulsiva.
	KIOSCOS	Local con atención a través de un mostrador o ventana, con predominio de presencia de categorías de compra impulsiva.
	MINIMERCADOS	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.
	FARMACIAS	Todo local habilitado como tal (para la venta de medicamentos bajo receta). Venden medicamentos y también pueden comercializar productos OTC.
	PERFUMERIAS	Todo local en el cual más del 80% de las categorías trabajadas correspondan a productos de cosmética y tocador.

Glosario