

Perfil del Sector Mayorista Abarrotero

2019



Situación Actual del Mercado

México...



...altamente dependiente de sus exportaciones hacia EUA y Canadá.



...Alto consumo interno:
119.9 millones de habitantes.



...Para bien o para mal...
Altamente influenciado por el poder económico y costumbres de EEUU.

Mercado en México



País grande
120 millones
habitantes¹



País extenso⁴
1,960,688
km²



País joven
27 años
edad mediana²



Poca infraestructura
37.8% de caminos son
carreteras pavimentadas⁵



País con el **34%** de la
Población³ concentrada
en 4 entidades

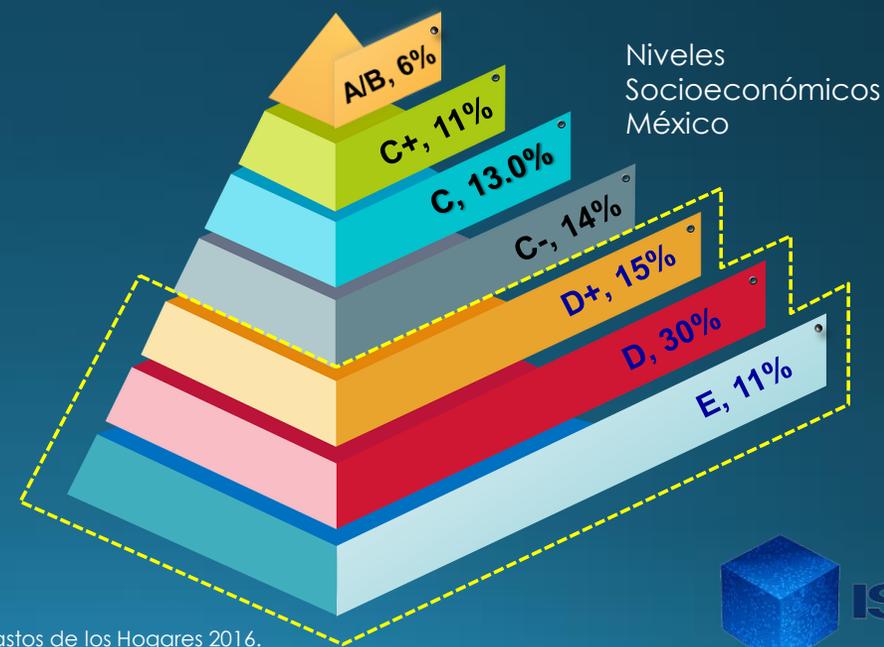


País con desigualdad⁶
La 4ta. parte de la población
concentra el **50%** del ingreso

EL CANAL MAYOREO SURTE Y LLEGA A LAS **POBLACIONES MAS REMOTAS** DEL PAÍS...

Más del **56%** de la población tiene capacidad limitada de compra, existen **+623,000 PDV tradicional** (tiendas de esquina) que se abastecen del **CANAL DE MAYOREO**.

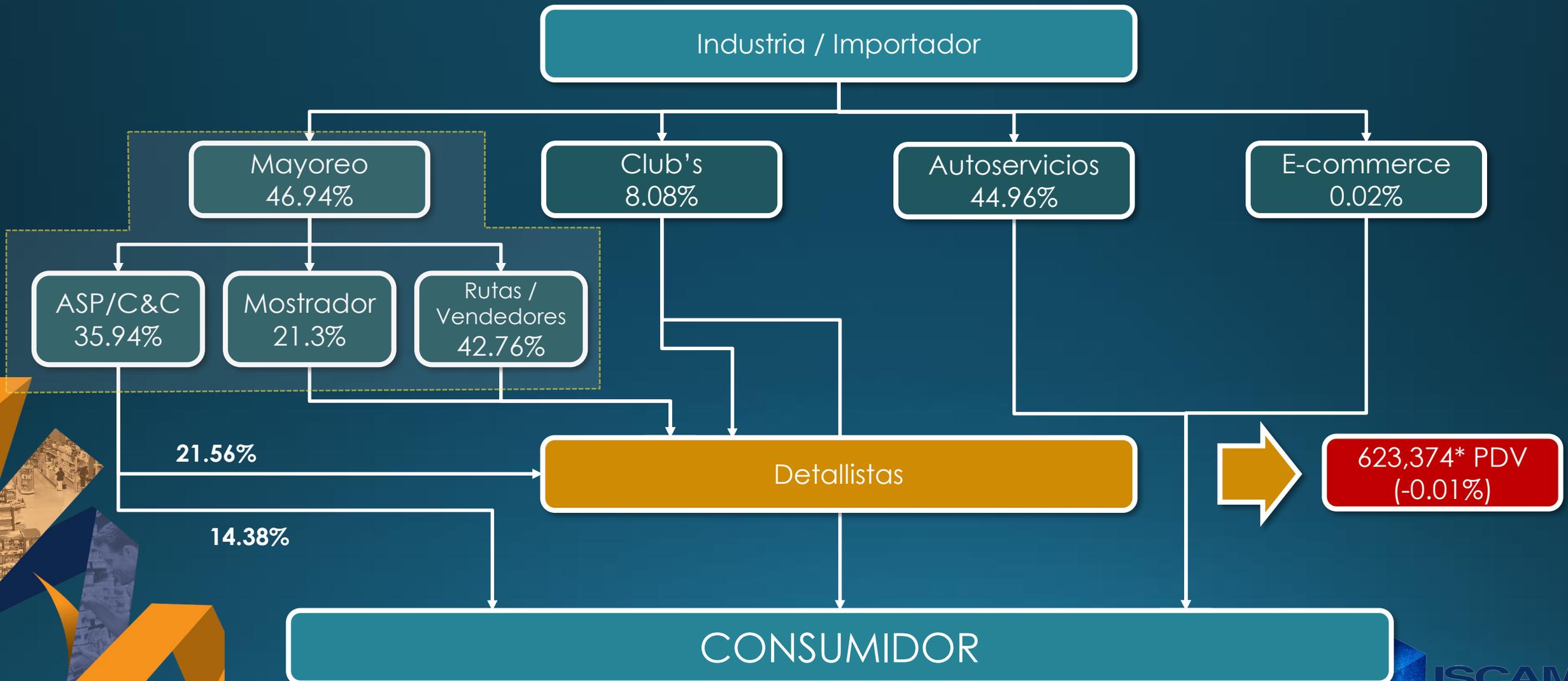
Estas tiendas juegan un Rol importante en la comunidad (crédito informal, vigilancia, etc.)



Fuente: Cálculos propios de la AMAL a partir de los datos de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2016.

PARA ATENDER UN MERCADO CON ESTAS CARACTERÍSTICAS...

¿Cómo se estructura el Comercio?



El Canal Mayoreo es un medio indispensable para hacer llegar los productos de empresas nacionales y extranjeras a las manos del consumidor mexicano a lo largo y ancho del país...

... contando con la infraestructura necesaria para lograrlo

CANAL MAYOREO
5,961 pts de venta

Venta Mostrador (21.3%)

ASP y Cash & Carry (35.9%)

Rutas Vendedores (42.8%)



CANAL TRADICIONAL
623,374 ptos de venta

El Canal Mayoreo en sus distintos formatos surte en promedio el ...

+80%
de las compras

Del Canal Tradicional...
Por 3 principales razones:

Carece de capacidad de almacenaje

Sus Inventarios Promedio NO son superiores a 15 días

Compra al Mayoreo mercancía de alta rotación Solicitada por sus clientes

El Canal Mayoreo tiene mucha antigüedad...

Esquema Evolutivo

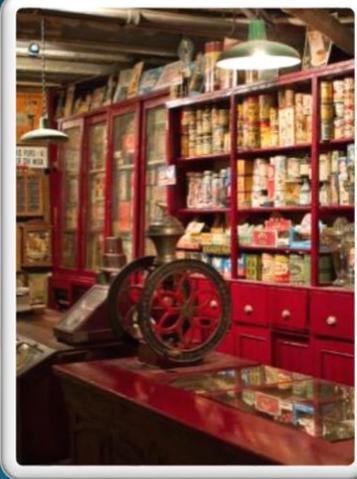
1900 - 1930

De la tienda de Raya a la tienda de Abarrotes



1930 - 1960

Sin mucho cambio tecnológico



1960 - 1990

Explosión demográfica de los 60's a los 90's.
Desarrollo comercial



1990 - 2018

Construcción de marca y rentabilidad en el espacio



Esquema Evolutivo

| | 1900 - 1930 | 1930 - 1960 | 1960 - 1990 | 1990 - 2018 |
|---------------------|------------------------------|---|---|--|
| Características | Tienda: Vendía de Todo | <ul style="list-style-type: none"> ❑ Inicia proceso de especialización del Mayoreo ❑ Persona Física | <ul style="list-style-type: none"> ❑ Especialización Comercial de Productos ❑ Persona Moral (marca comercial) | <ul style="list-style-type: none"> ❑ Especialización y profesionalización ❑ Foco financiero ❑ Puntos de Venta de AS ❑ Expansión Nacional y Regional ❑ Tecnología / Sistemas ❑ Trade Marketing Category Management ❑ Información de Mercado para toma de decisiones |
| Operación Comercial | Oferta "Estática" | Distribución "Agentes de Ventas" | <ul style="list-style-type: none"> ❑ Distribución ❑ Rutas de Venta ❑ Crédito | <ul style="list-style-type: none"> ❑ Distribución, recomendación, promoción de marca ❑ Diferenciación: Construcción de marca comercial ❑ Marcas Propias ❑ Diversificación en Sub canales ❑ Profesionalización CEDIS ❑ Uso y aplicación de tecnología ❑ Venta al Consumidor ❑ Crédito |
| Enfoque | Generar Volumen | Generar Volumen | Expansión de Mercado | Generar Utilidad |

En la actualidad, el CANAL MAYOREO se está desarrollando como una **marca comercial con todos sus atributos...**

El Canal Mayoreo
Total maneja:

| | Total |
|-------------|--------|
| Fabricantes | 3,352 |
| Marcas | 6,608 |
| Categorías | 171 |
| SKU's | 75,837 |



Los principales "Pilares del Desarrollo" del Canal Mayoreo son los siguientes:

1. Desarrollo Profesional

- Inteligencia de Mercado y Negocios
- Desarrollo Tecnológico

2. Adaptación Competitiva

- Desarrollo de nuevos sub canales
- Venta directa al Consumidor
- Expansión orgánica (propia/ adquisición y/o fusión)

3. Institucionalización

- Estructura corporativa
- Administración de la empresa
- Representatividad en el País.

4. Organización

- a) ANAM y sus Servicios
 - **160 Mayoristas Asociados**
 - Expo ANAM
 - Revista ANAM
 - Congreso ANAM
 - Verano Abarrotero
 - Talleres
 - Capacitación
 - Reconocimiento Proveedor Preferido

Importancia del Canal Mayoreo en México

Resultados del Sector en ventas al cierre del Año 2018 (millones de pesos)

Mayoreo Abarrotero **\$195,616** (+6.2 %Crecimiento vs MPA)

Mayoreo Vinos y Licores **\$39,177** (+9.2 %Crecimiento vs MPA)

Mayoreo Dulces **\$37,934** (+11.5 %Crecimiento vs MPA)

Mayoreo Tabaquería **\$6,241** (+7.8 %Crecimiento vs MPA)

El Mayoreo Abarrotero representó el **0.89%** del PIB Nacional y **5%** del PIB Sector Comercio.

Se estima que tiene un peso del **48.9%** del total de las ventas de los productos de Abarrotes a nivel Nacional

El Mayoreo Abarrotero para llegar al consumidor es un **fuerte detonante económico** ya **que impacta la actividad comercial** de Detallistas, de Medio Mayoristas, Pequeños Autoservicios, Farmacias y Otros



*Otros = Centros de consumo, ventas institucionales, hoteles
MPA = Mismo Período Anterior

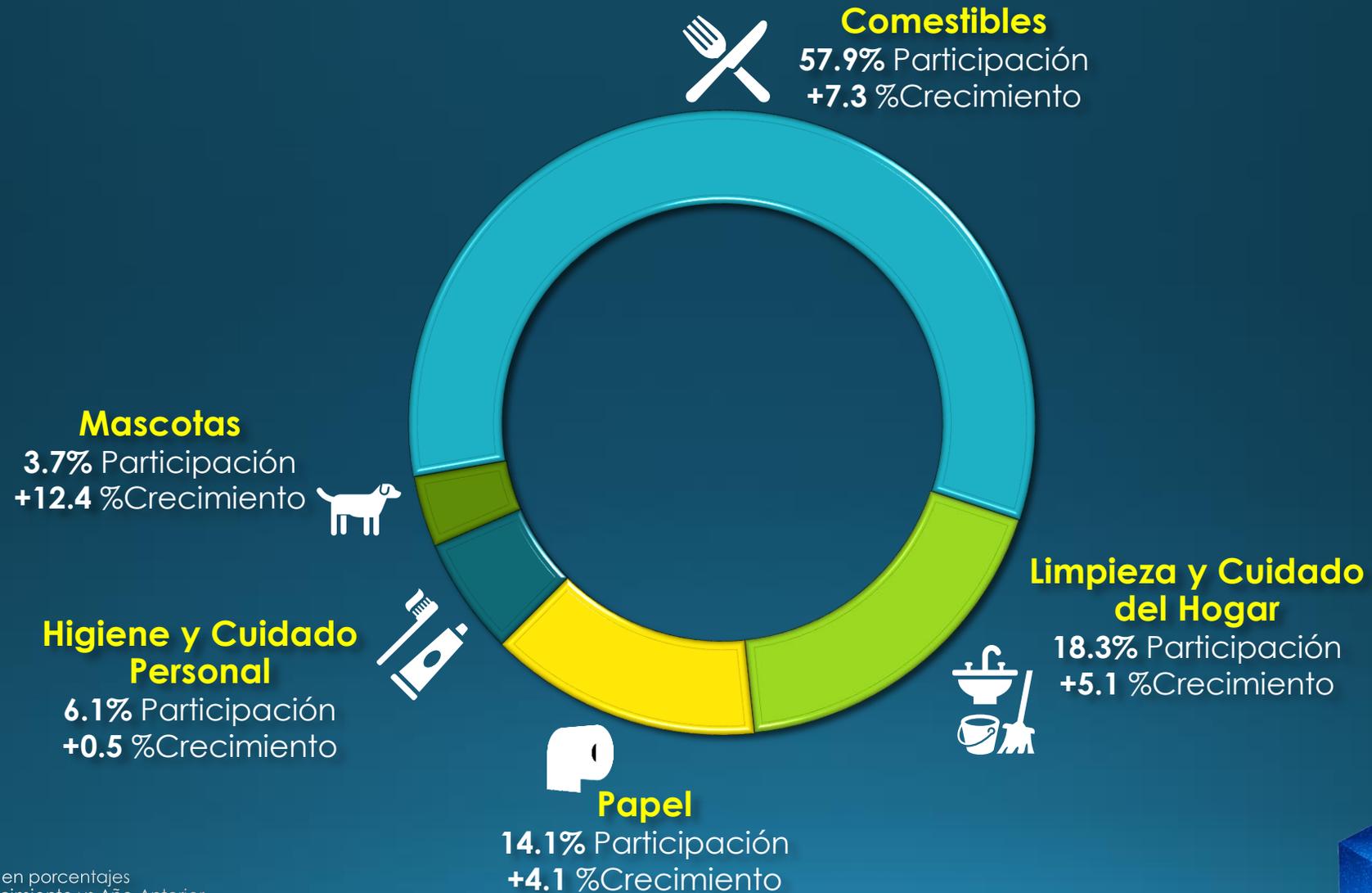
58 de 3,883 INDUSTRIAS

Hacen el **80%** de la Venta
Total del Canal Mayoreo
Abarrotero

10 de las 20 mejores industrias
Son MEXICANAS

| Industrias | PDM |
|-----------------------------------|---------------|
| GRUPO NESTLE | 8.5% |
| KIMBERLY CLARK | 7.8% |
| GRUPO PEPSICO | 5.4% |
| COLGATE PALMOLIVE | 4.4% |
| CORPORATIVO PROCTER & GAMBLE | 3.6% |
| GRUPO HERDEZ | 3.5% |
| FABRICA DE JABON LA CORONA | 3.1% |
| UNILEVER CORP | 2.9% |
| ALEN DEL NORTE | 2.2% |
| ESSITY | 1.9% |
| PROVEEDOR DESC AZUCAR | 1.9% |
| LALA MEXICO S.A. DE C.V. | 1.8% |
| EFFEM MEXICO | 1.7% |
| GANADEROS PRODUCTORES DE LECHE | 1.6% |
| PAPEL SAN FRANCISCO | 1.6% |
| GRUPO JUMEX | 1.4% |
| CONSERVAS LA COSTEÑA | 1.3% |
| PRODUCTOS ALIMENTICIOS LA MODERNA | 1.3% |
| GRUPO PINSA | 1.3% |
| MARUCHAN | 1.2% |
| Total Valor | 58.30% |

La comercialización del **Mayoreo Abarrotero** impulsa principalmente **5 sectores** de productos elaborados



Cifras en porcentajes
% Crecimiento vs Año Anterior
ISCAM Abarrotes Rolling Year Dic 18

Regiones ISCAM – Mayoreo Abarrotero – Participación por Región en Valor

Mayoreo Abarrotero **\$185,616 Millones** (+6.2 %Crecimiento vs MPA)



Conclusiones

El Canal Mayoreo Abarrotero, representado por la **ANAM** (Asociación Nacional de Abarroteros Mayoristas con 160 socios), es un sector que debido a la actividad comercial que realiza **no solo impacta significativamente los indicadores económicos del país**, sino que además realiza una **labor de distribución** que hoy ningún otro sector del comercio puede hacer, al llevar a todo el **territorio nacional** los productos de primera necesidad que el consumidor busca.

El sector Mayorista Abarrotero **es un sector comercial establecido formalmente y forma parte fundamental de la cadena de suministros** aportando el **48.9%** del negocio considerando el universo de los dos principales canales de distribución en el país (Mayoreo y Autoservicio)

Es generador de transacciones comerciales que ascienden a más de **260 mil millones de pesos anualmente** y aportando de forma importante a el crecimiento del PIB comercial (representa 5% del PIB Comercial Anual).

El Mayorista Abarrotero, al impulsar el sector comercial, está ayudando a la **generación de empleos directos por parte de la industria y proveeduría de productos y servicios** además de ofrecer infraestructura y la fuerza logística para lograr que estos productos lleguen a puntos de venta donde son demandados.

El Canal ha mostrado a lo largo de los últimos años una fuerte consolidación y crecimiento constante **(+8.7 %CAGR 5 años)**

% CAGR: Compound Average Growth Rate (Tasa Promedio de Crecimiento Compuesto Anual)

PIB: Producto Interno Bruto

ANAM (Asociación Nacional de Abarroteros Mayoristas)



THANK YOU

GRACIAS
ARIGATO
SHUKURIA
JUSPAXAR
DANKSCHEEN
TASHAKKUR ATU
SUKSAMA
MEHRBANI
GRAZIE
PALDIES
BOLZIN
MERCIE
BIYAN
SHUKRIA
TINGKI
HATUR
SI
EKOJU
SIKOMO
MANETA
MINMONCHAR
SPASSIBO
SNACHALHUYA
NUHUN
CHALTU
YAQHANYELAY
YUSPAGARATAM
WAREEJA
MAITEKA
HUI
DHANYADAD
ANHA
ATTO
MERSI
SPASIBO
DENKAUJA
NENACHALHYA
UNALCHEESH
MERASTAWHY
GAEJTNO
TAVYAPUCH
MEDAWAGSE
BAIKA
GOZAIMASHITA
EFCHARISTO
AGUYJE
FAKAAUE
KOMAPSUMNIDA
MAAKE
LAH
SANKO
MERASTAWHY
GAEJTNO
TAVYAPUCH
MEDAWAGSE
BAIKA
GOZAIMASHITA
EFCHARISTO
AGUYJE
FAKAAUE
KOMAPSUMNIDA
MAAKE
LAH
SANKO

