

DESEMPEÑO EN VENTAS CANAL MAYOREO EN MÉXICO (Acumulado Ene-Feb'18)



Abarrotes

De acuerdo con el **índice ISCAM**¹, el resultado del Canal Mayoreo Abarrotero en el acumulado a Febrero'18 es +8.6% en valor, el resultado en volumen es positivo con un crecimiento de +0.4%, afectado por Papel y HCP (-1.4% y -7.0%).

El Canal Mayoreo Abarrotero en el año móvil (Mar'17-Feb'18) representó el 0.83% del PIB² Nacional y 4.51% del PIB Sector Comercio, estimando que el Canal tiene un peso del **46.94%** del total de las ventas de estos mismos productos a nivel Nacional dentro del Mercado Abarrotero.

Abarrotes (E-F '18) conformado por 5 Divisiones:

- Comestibles**, desempeño positivo y por arriba del resto de divisiones, destacan las categorías de Galletas (+17.7% y mix de 11.0%), Café (+17.4% y mix de 5.4%), Leche Blanca Líquida (+25.4% y mix de 5.3%), Harinas (+13.2% y mix de 3.2%), Salchichonería (+14.1%, mix de 2.2%), Huevo (+51.9%, mix de 2.1%). Categorías como Aceites Comestibles (+4.6%, mix de 5.9%) y Endulzantes (+9.5% y mix de 6.0%), crecen por debajo de la División.
- Limpieza y Cuidado del Hogar (LCH)**, en esta división destacan categorías como Detergentes de Ropa (+5.1% y un mix de 27.1%), Velas/Veladoras (+6.0%, mix de 10.2%), Limpiadores Grandes Superficies (+6.8% y mix de 9.2%), Jabón de Lavandería (crece 6.0% y con un mix de 4.2%), finalmente Suavizantes (cae -4.5% y mix de 13.9%).
- Papel**, continua creciendo en valor y la categoría de pañal bebé (+1.3%, mix 25.6%) muestra crecimiento por primera vez en 12 meses, categorías que continúan creciendo en valor son Papel Higiénico (+7.4%, mix 54.6%), Toalla Femenina (+2.9%, mix 7.8%), Servilleta (+9.1%, mix 6.5%), finalmente destaca el desempeño de Incontinencia Adulto con resultado (+16.1%, mix 1.7%).
- Higiene y Cuidado Personal (HCP)**, el acumulado a febrero muestra una caída en valor y volumen, las categorías que destacan en su desempeño son: Shampoos (+5.5%, mix 21.2%) y Respiratorios (+7.3%, mix 2.4%), sin embargo se registran caídas en las categorías: Jabones de Tocado (-8.4%, mix 15.8%), Pastas Dentales (-9.3%, mix de 13.3%), Desodorantes & Antitranspirantes (-4.6%, mix de 8.6%).
- Mascotas**, Continúa el crecimiento. Los resultados de las categorías son: Alimento para Perros (+11.7%, con un mix de 80.9%) y Alimento para Gatos (+20.1%, mix 19.1%)

| División | Acumulado | | Mes | |
|-----------------------|-----------------------|----------------|-----------------|----------------|
| | (Enero - Febrero '18) | | (Febrero '18) | |
| | %Part Abarrotes | %Crec 18 vs 17 | %Part Abarrotes | %Crec 18 vs 17 |
| COMESTIBLES | 58.4% | +12.3 | 58.4% | +11.3 |
| LCH | 17.4% | +3.1 | 17.1% | +4.1 |
| PAPEL | 14.8% | +5.8 | 15.1% | +8.2 |
| HCP | 5.7% | -3.6 | 5.7% | -4.1 |
| MASCOTAS | 3.7% | +13.2 | 3.7% | +12.4 |
| C.M Abarrotero | 100.0% | +8.6 | 100.0% | +8.6 |

El crecimiento del Canal Mayoreo Abarrotero acumulado a Febrero'18 se encuentra por encima del crecimiento de Total ANTAD a tiendas totales (TT) (Mayoreo +8.6% vs +7.7% Total ANTAD³) (a tiendas iguales Total ANTAD crece +4.4%).

Vinos y Licores (Sin Cerveza)

En el acumulado a Febrero'18, presenta crecimiento de +6.1%, destacan crecimientos de Tequilas (+15.0%), Vinos de Mesa (+13.5%), mientras Whisky cae -9.1%, sobresalen Coolers (+29.8%) y Mezcal (+38.9%). En el mes de Febrero'18 Vinos y Licores crece +7.9% en valor y 9.1% en volumen.

Dulces (Sin Botanas)

Acumulado a Febrero'18, crece +12.0%, y en las categorías más representativas como Chocolate (+16.1%), Chicle (6.1%), Dulce (+11.4%), Pulpa (+11.7%), Grenetina (+12.2%) y Paleta (11.1%). Durante el mes de Febrero'18 Dulces crece +13.5%.

Tabaco

En el acumulado a Febrero'18 crece +8.0% y para el mes de Febrero'18 crece +9.7% en valor y +2.4% en volumen.

¹ISCAM (Información Sistematizada de Canales y Mercados - de Consejeros Comerciales).

² PIB: Producto Interno Bruto, INEGI, a precios corrientes (Promedio del 3er. trimestre 2017). A partir del 3er trimestre del 2017 INEGI hizo un cambio de año base a 2013=100 (antes 2008=100) por lo que el número presentado por ISCAM en publicaciones anteriores de 7.42% tuvo que ser ajustado a la nueva base.

³ ANTAD, Crecimiento Nominal en Ventas, Total ANTAD, Acumulado al mes de Febrero 2018.