



Nuevas categorías ST 2021

NielsenIQ

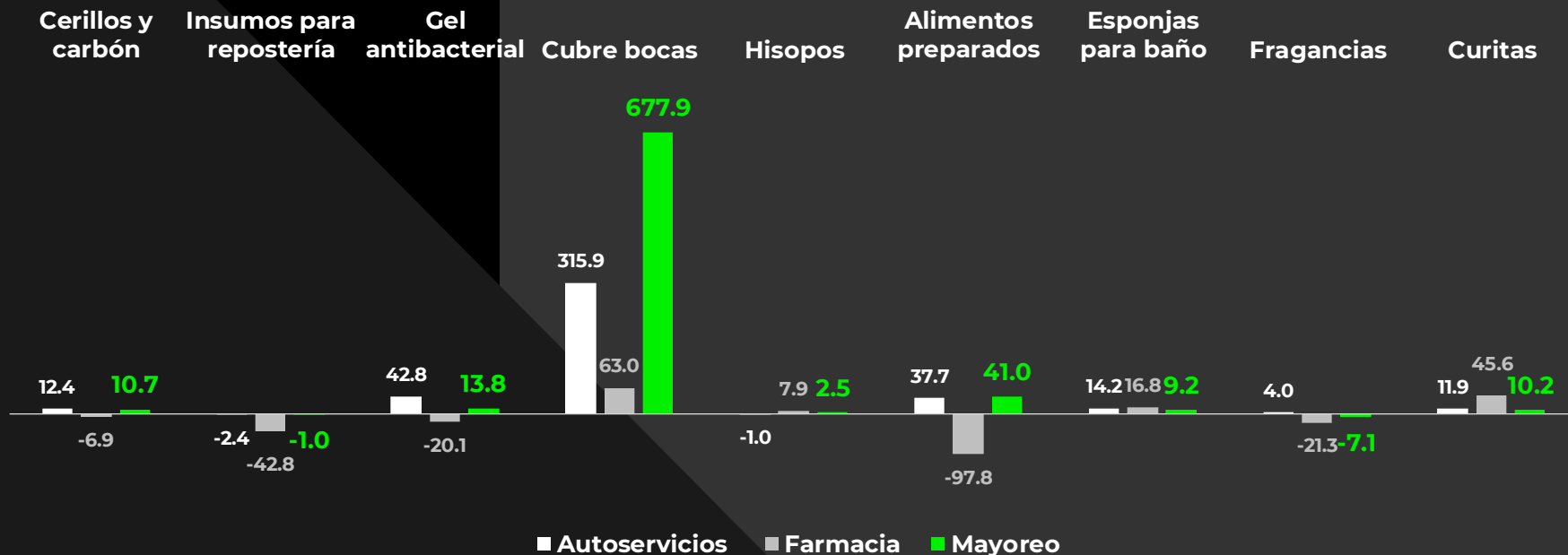
Información YTD Junio 2021

Karla Orozco
Customer success



Mayoreo el canal con mayor crecimiento en ventas de cubrebocas; insumos de repostería se contra entre los canales

% Variación en valor vs año anterior



Fuente: NielsenQCSST | YTD a P06 semana 26 | Carbón se une a la categoría de Cerillos | Total Canal México | Orden de categorías de acuerdo a importancia en mayoreo

Categorías de cuidado de salud siguen creciendo en 2021



Repostería se volvió de las actividades preferida en cuarentena, al empezar movilidad y actividades afuera, la categoría no logra sobre pasar sus ventas del 2020 .

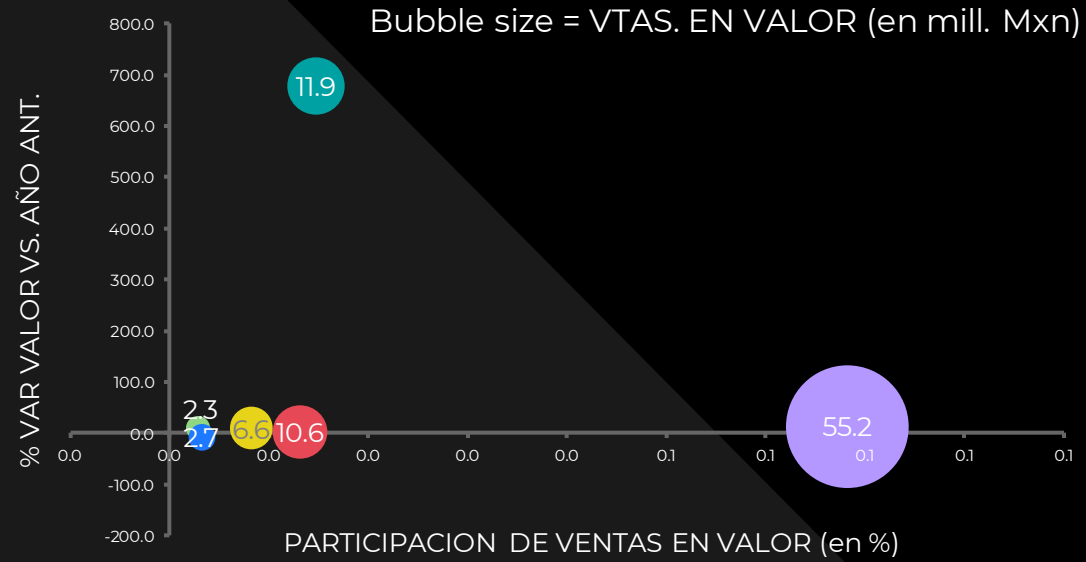
	Ventas en Valor (en mill. MXN)	\$Variación en valor vs año anterior (en mill. MXN)	%Variación vs año anterior
Cerillos y carbón	183.0	17.7	10.7
Insumos para repostería	81.0	-0.8	-1.0
Gel antibacterial	55.2	6.7	13.8
Cubre bocas	11.9	10.4	677.9
Hisopos	10.6	0.3	2.5
Alimentos preparados	9.9	2.9	41.0
Esponjas para baño	6.6	0.6	9.2
Fragancias	2.7	-0.2	-7.1
Curitas	2.3	0.2	10.2

Categorías de Belleza y Salud



Las medidas restrictivas en movilidad se relajan, pero el cuidado sigue presente con crecimiento en venta de cubrebocas

Correlación entre variables Total Mayoreo



● CURITAS ● FRAGANCIAS ● HISOPOS ● ESPONJAS PARA BANO ● CUBREBOCAS ● GEL ANTIBACTERIAL

Fuente: NielsenIQ CX ST Mayoristas| YTD a P06 semana 26 | Carbón se une a la categoría de Cereillos | Se oculta carbón y cerillos para mejor apreciación de resto de categorías | Total Mayoreo © 2021 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.



% de variación valor vs año anterior

Ruta y mostrador:

Cubre bocas

+876%

Gel antibacterial

-22.1%



Minis/Exp y C&C:

Cubre bocas

+633%

Gel antibacterial

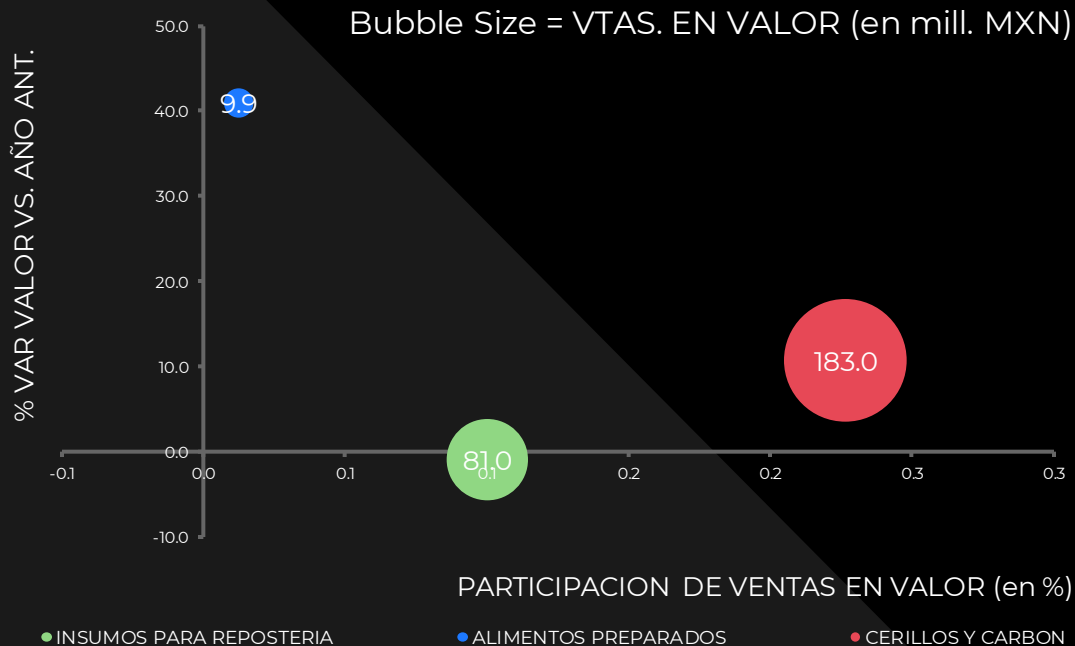
+56.8%

Categorías de alimentos e insumos



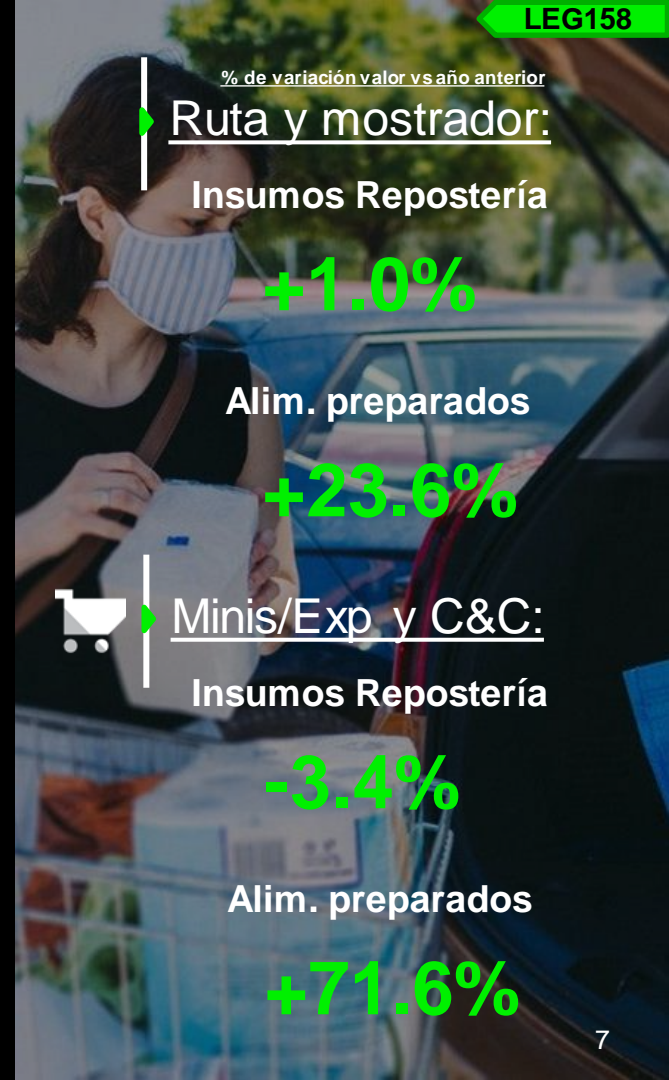
Practicidad que ofrecen los alimentos preparados, sigue impulsando crecimiento. Repostería empieza a no ser demandado

Correlación entre variables Total Mayoreo



Fuente: NielsenIQ CX ST Mayoristas| YTD a P06 semana 26 | Carbón se une a la categoría de Cerillos | Se oculta carbón y cerillos para mejor apreciación de resto de categorías | Total Mayoreo

© 2021 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.



% de variación valor vs año anterior

Ruta y mostrador:

Insumos Repostería

+1.0%

Alim. preparados

+23.6%



Minis/Exp y C&C:

Insumos Repostería

-3.4%

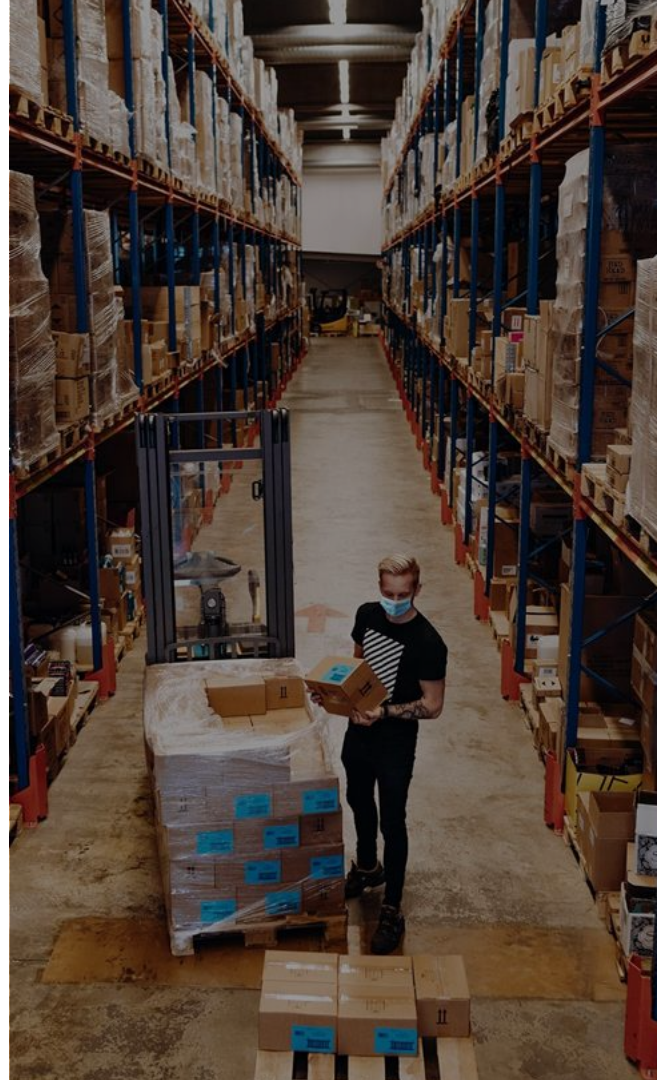
Alim. preparados

+71.6%

Resumen de nuevas categorías & insights

- 1 Categorías de **insumos para repostería y fragancias** únicas con ligera contracción a total.
- 2 Top fabricantes de cada categoría realizan **+50%** de las ventas de la categoría en el periodo YTD a P06
- 3 Top items mostrados por categoría en promedio hacen el **+64%*** total de la venta valor de su categoría
- 4 **Fragancias** la categoría con más items 2802, pero solo con **19** se realiza el 90% de las ventas. Segunda categoría con mpás items es gel antibacterial con 729 y la de menor número alimentos preparados con 143.

*Excepto cubrebocas, insumos para repostería y esponjas con un 30% en promedio





Gracias.

- Para cualquier duda contactar a:
- Karla Orozco
- karla.orozco@nielseniq.com