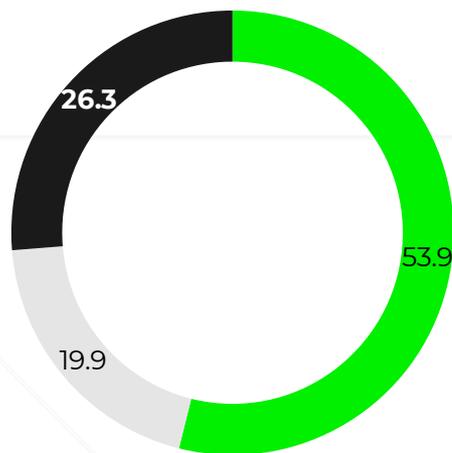


En el acumulado al mes de agosto, el canal mantiene crecimientos, siendo el mayoreo puro el formato más ganador

Desempeño por formato

Ventas valor

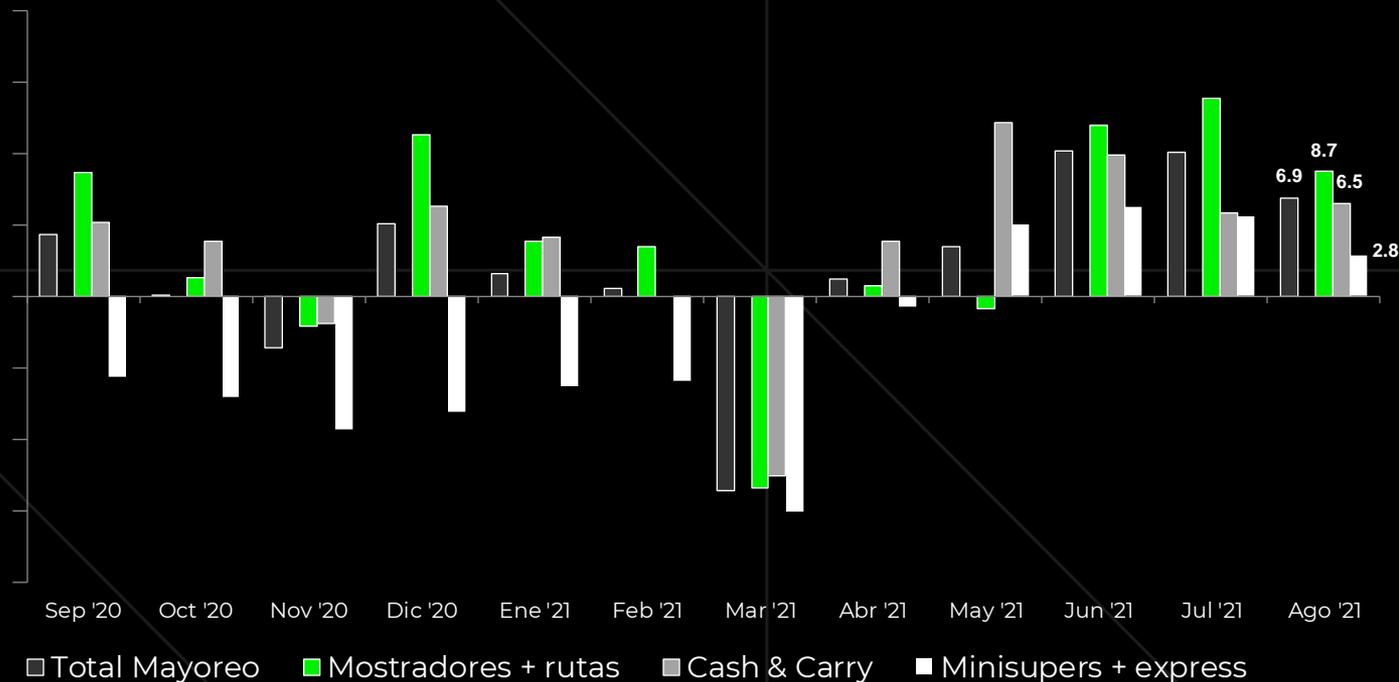


■ Mostradores + rutas ■ Minis + Express ■ Cash & Carry

%var valor vs año anterior

Total	6.9
Mostradores + ruta	8.7
C&C	6.5
Minisupers + express del mayorista	2.8

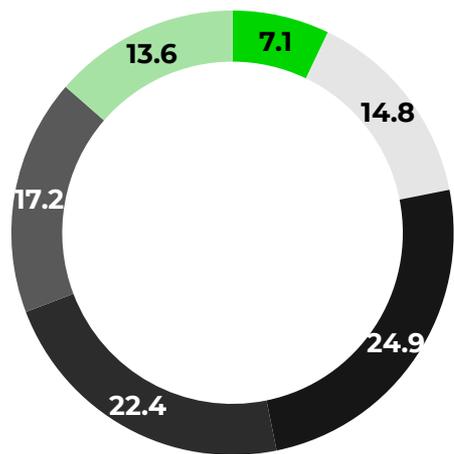
Recorridas 34 semanas del año, mayoreo puro siendo el formato con mejor desempeño, seguido del cash and carry



Valle de México y occidente las áreas con los mejores desempeños en el acumulado al mes de agosto.

Desempeño por área

Ventas valor



A1 A2 A3 A4 A5 A6

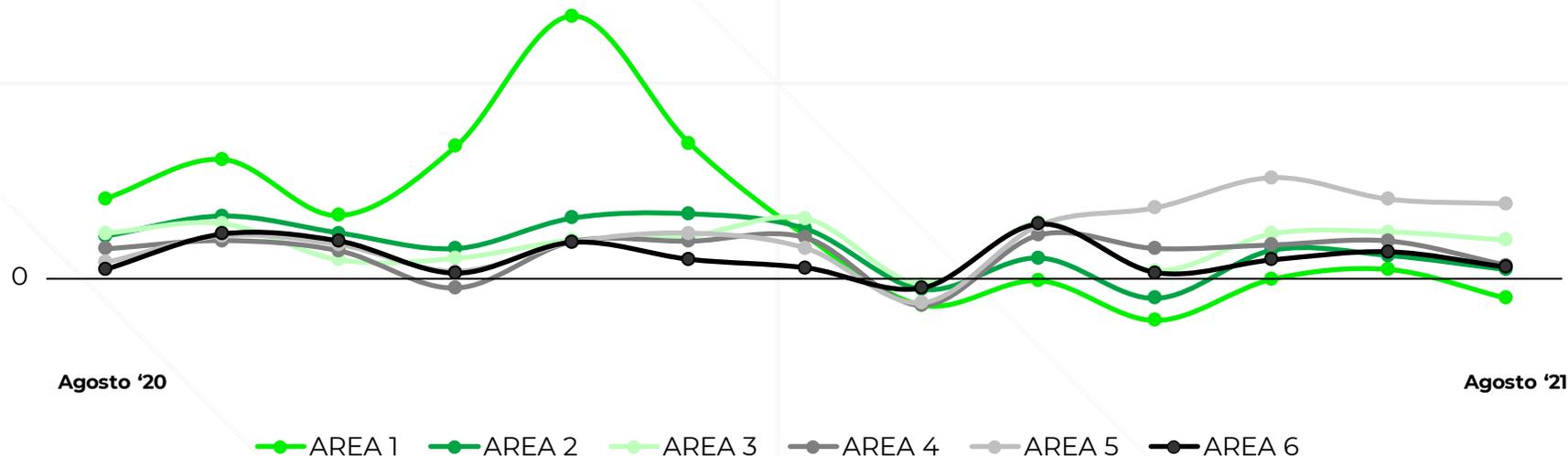
%var valor vs año anterior

Total	6.9
Área 1	2.2
Área 2	4.7
Área 3	8.5
Área 4	6.0
Área 5	12.5
Área 6	4.1

El área 1 presenta contracción en el mes de agosto, al compararse contra ventas altas el año anterior

Desempeño por área

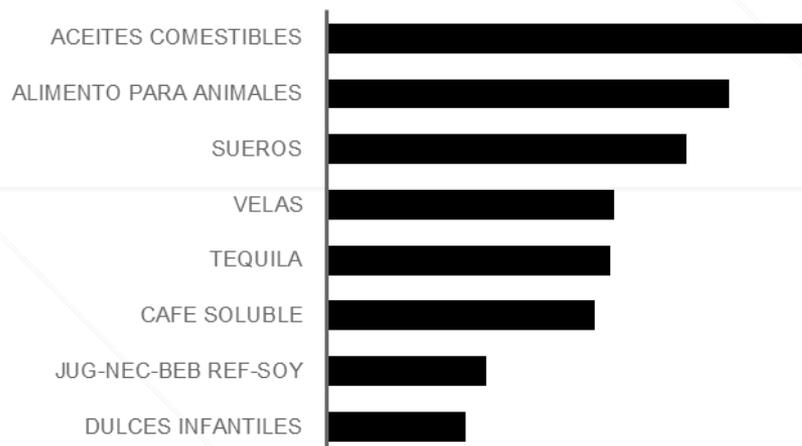
Ventas valor



Continúa la oportunidad en papel higiénico. Aceites se consolida como la categoría que más crecimiento tiene en el canal

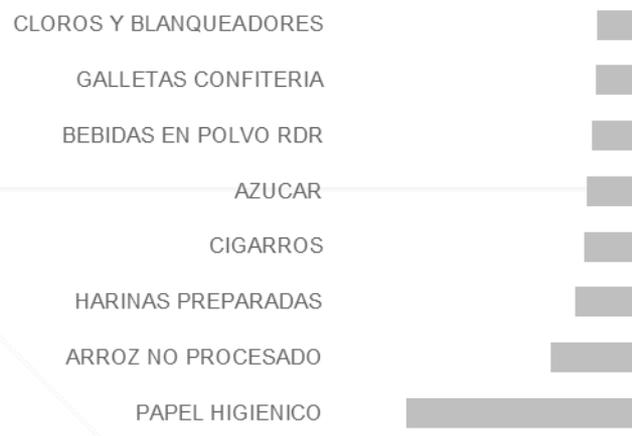
Top categorías contribución al crecimiento

En M Mxn



Categorías con contribución a la pérdida

En M Mxn



Aceite pasa de la 5ta a la 3er categoría más importante por el buen desempeño en los últimos meses

Categoría	Participación de ventas en valor	% var valor vs. año ant.
Papel higienico	5.9	-7.0
Alimento para animales	4.2	22.2
Aceite comestible	3.9	29.7
Galletas confitería	3.9	-2.3
Det. ropa pvo+liq	3.8	5.1

Categoría	Participación de ventas en valor	% var valor vs. año ant.
Cafe soluble	3.0	19.9
Leche blanca	3.0	1.8
Panales desechables	2.9	1.5
Cigarros	2.7	-3.9
Suavizantes	2.2	3.4

El acumulado del año al mes de agosto, crecimiento para 6 de los 10 principales proveedores del canal

Categoría	Participación de ventas en valor	% var valor vs. año ant.
Nestlé	8.0	9.7
Kimberly Clark	6.5	-3.4
Colgate P	4.2	1.1
P&G	3.5	4.0
Fab Jabón la Corona	3.4	18.7

Categoría	Participación de ventas en valor	% var valor vs. año ant.
Gamesa	3.4	-2.8
Herdez	3.2	11.0
Unilever	3.0	2.2
Inds Alen	2.5	-3.0
Philip Morris	2.3	-7.6

Top Items en ventas para el canal mayorista

ITEM	Distribución numérica	Precio promedio
VOGUE MANZANILLA PAPEL HIGIENICO 560+40=600 HOJAS DOBLES 4R,	57	26.55
MARLBORO CON FILTRO CAJETILLA 20'S NAL.,	78	62.77
GAMESA MARIAS PAQUETE 170 GR NAL.,	82	8.47
NUTRIOLI ACEITE PURO DE SOYA BOT PLAS 800ML,	83	29.27
9MARUCHAN FIDEOS CAMARON C/LIMON Y HABANERO VASO 64GR IMP.,	72	8.42
1-2-3 ACEITE VEGETAL BOTELLA 1 L,	62	29.35
REGIO RINDE + 400HOJAS DOBLES 4ROLLOS NAL.,	85	21.96
BIG QUALITY PAPEL 600 HOJAS DOBLES 6ROLLOS NAL.,	43	40.49
NESTLE CARNATION CLAVEL LECHE EVAPORADA LATA 360GR,	83	15.13

ITEM	Distribución numérica	Precio promedio
NUTRI PROD LACTEO UHT REGULAR SLIM TETRA 1000ML NAL,	41	14.55
DOLORES ATUN ACEITE LATA 133GR,	72	15.33
NUTRI FORMULA LACTEA ENTERA ULTRAPAST. TETRA 1000ML NAL,	48	13.48
NESTLE LA LECHERA LECHE CONDENSADA LATA 387GR NAL,	82	20.83
ELECTROLIT DX-5 SOL. COCOX1X625ML ORAL,	93	15.50
NESCAFE CLASICO FRASCO VIDRIO 42GR,	83	28.3
ALPURA DESLACTOSADA ULTRAPAST. TETRA 1000ML NAL,	74	19.16
KLEEN BEBE SUAVELASTIC MAX ETAPA 5 JUMBO BSA 40PZA,	55	164.55
MC CORMICK C/JUG.LIMON FRASCO VIDRIO 190 GR NAL.,	49	16.33
NESCAFE CLASICO STICK 16PZ 14G C/U 224G NAL,	41	118.10



Thank you.

andres.reyes@nielseniq.com