



Perfil del Sector Mayorista Abarrotero

2024



ANAM, Asociación Nacional de Abarroteros Mayoristas, A.C.

La **ANAM** es la representación del Canal Mayorista Abarrotero en México, el cual agrupa más de 120 Mayoristas dedicados a la comercialización y distribución de productos de consumo masivo.

Constituída legalmente el 18 de enero de 1996, por un grupo de mayoristas que convocaron a comerciantes del sector abarrotero de diversas ciudades de la República Mexicana con el objetivo de lograr **representatividad a nivel nacional** ante las autoridades federales y con sus principales proveedores.

La intención de lo que significa ANAM es actualizarse para mejorar procesos, objetivos, beneficios hacia la propia Asociación y la relación que se mantiene con socios y proveedores, además de mantener la identidad nacional, impulsando a seguir adelante con un mayoreo tecnificado y muy moderno a la par o muy por arriba de los mejores negocios a nivel mundial.

El **Objetivo** y **Misión** es satisfacer con excelencia las necesidades de los afiliados y socios estratégicos en cuanto a: asesoría, capacitación, gestión/negociaciones, información y tecnología, comunicación, desarrollo de eventos-apoyos y operación de servicios comunes (sinergias). Tienen como **Visión** ser los líderes en la aportación de valor y nivel de servicio a afiliados y socios estratégicos. **Los Valores** con los que trabajan son: *innovación, compromiso, calidad, respeto, actitud de servicio, pro-actividad y trabajo en equipo.*

CONTENIDO

01 ANTECEDENTES

02
PERFIL DEL SECTOR
Estudio Perfil del Sector Mayorista
Abarrotero 2023

03
**PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS
DEL SECTOR**

04
INFRAESTRUCTURA

05
LOGÍSTICA Y SISTEMAS

06
PERSONAL Y ADMINISTRACIÓN

07
AGRADECIMIENTO

01

ANTECEDENTES

■ Situación Actual del Mercado



Altamente dependiente de sus **exportaciones** hacia **EUA y Canadá**



Alto consumo interno: **129 millones** de habitantes



Altamente **influenciado** por el poder económico y **costumbres** de EEUU



■ Situación Actual del Mercado



País grande

129 millones de habitantes
48% hombres y 52% mujeres



35 millones de hogares
3.6 integrantes por hogar



País joven
29 años edad mediana



País extenso
1,960,688 km²



Poca infraestructura
37.8% de caminos son carreteras pavimentadas



País con desigualdad
La 4^a parte de la población concentra el **50%** del ingreso

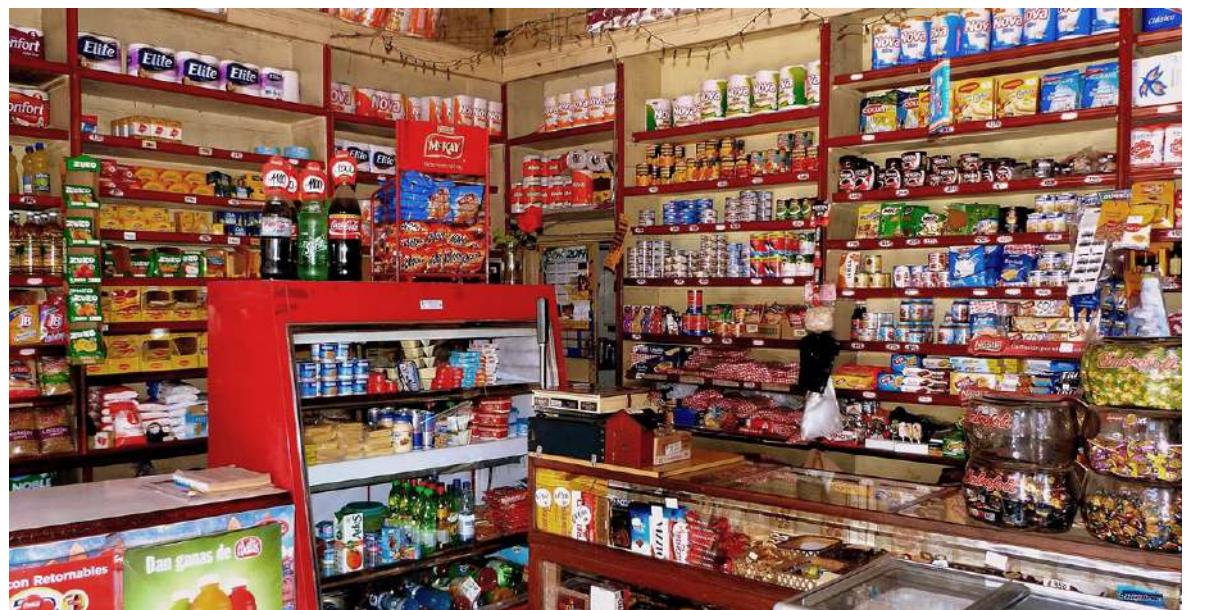


País con el **34% de la población** concentrada en **4 entidades**. Y a la vez disperso con **25% de la población** en localidades menores de **2,500 habitantes**.

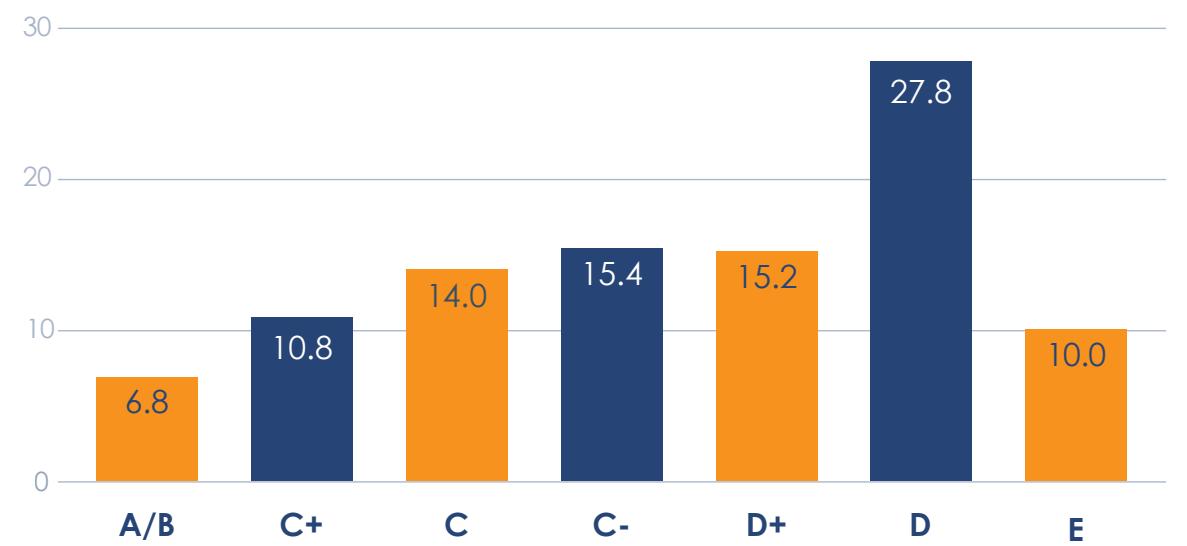
EL CANAL MAYOREO SURTE Y LLEGA A LAS POBLACIONES MÁS REMOTAS DEL PAÍS

Más del **53%** de la población tiene capacidad limitada de compra, existen más de **600,000 Puntos de venta tradicionales** (tiendas de esquina) que se abastecen del **CANAL DE MAYOREO**.

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



■ NIVEL SOCIOECONÓMICO
 cifras en porcentajes



Fuentes: Cálculos propios de la AMAI a partir de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2020.



Estas características del mercado han sido un escenario positivo para la **evolución** del **Canal de Mayoreo**

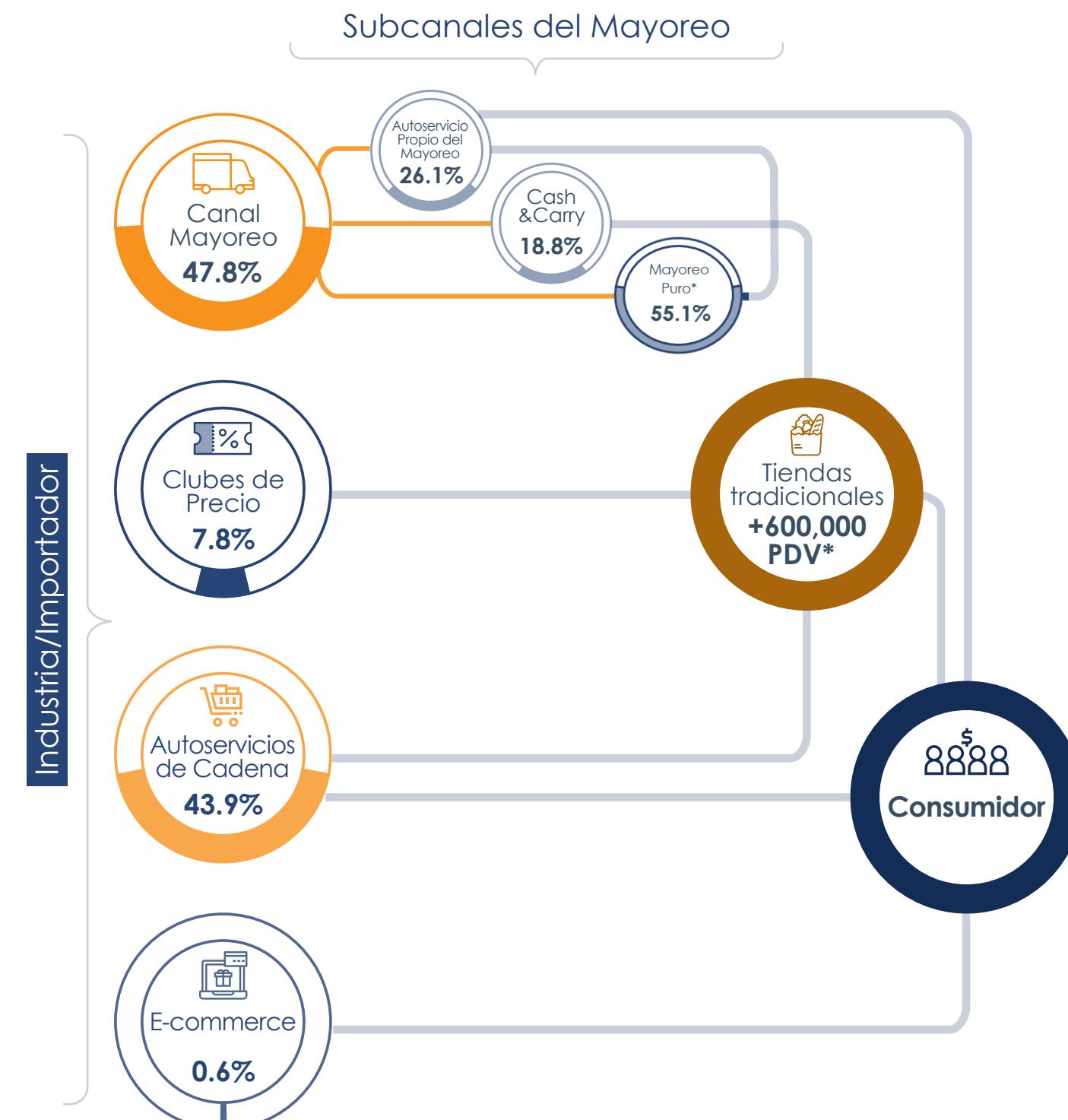
■ ESQUEMA EVOLUTIVO



EL CANAL **COMERCIALIZA** CERCA DE **LA MITAD** DE ABARROTES (**BIENES DE CONSUMO**) QUE SE VENDEN A LO LARGO DEL PAÍS.

...con la estructura adecuada para abastecerlo

■ RUTA DEL MERCADO DE ABARROTES 2023



Fuente: INEGI (DENU*, ENIGH), ISCAM, ANTAD, Walmart Reporte 2023 (Relación con Inversionistas), Reporte 4T 2023 FEMSA (relación con inversionistas).

*DENUE Actualización Feb'24 Tiendas detallistas de abarrotes y alimentos de 0 a 5 empleados.

PDV: Puntos de Venta

*Mayoreo Puro: Rutas/ Vendedores/ Mostrador

EL CANAL MAYOREO se está consolidando como una **marca comercial con todos sus atributos...**

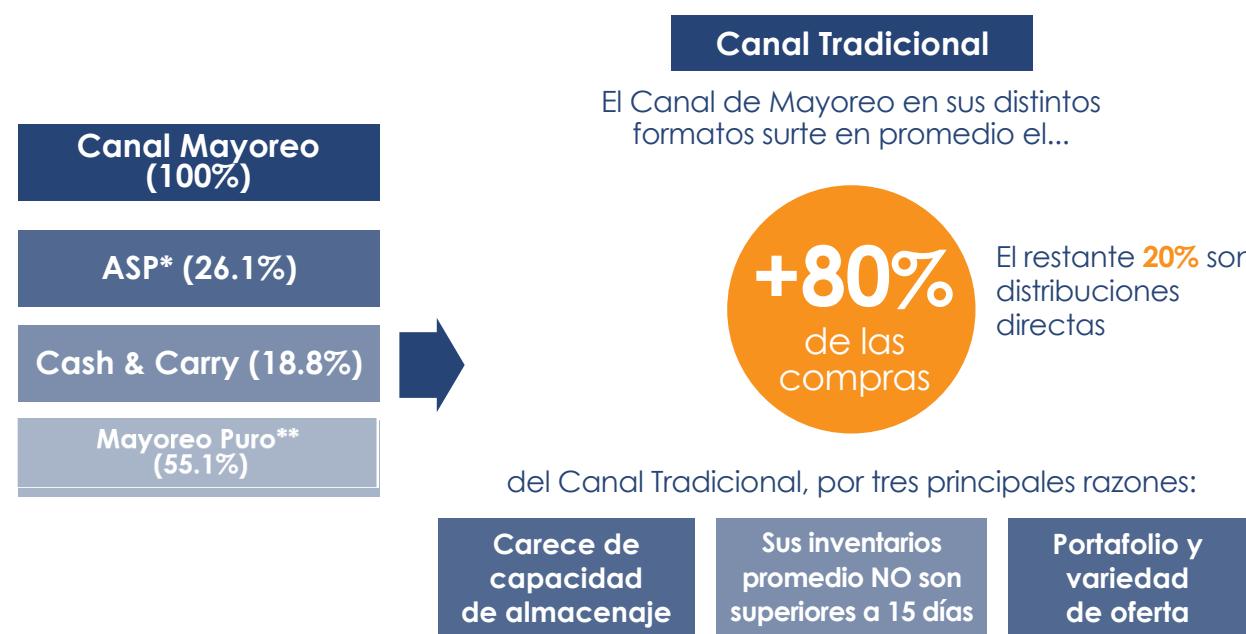


■ EL CANAL MAYOREO MANEJA

Total de abarros	
PROVEEDORES	3,214
MARCAS	5,584
CATEGORÍAS	174
# SKU'S	72,323

Fuente: ISCAM Abarros RY Dic'23.

... siendo el Canal Mayoreo un medio indispensable para hacer llegar los productos a las manos del consumidor mexicano a lo largo y ancho del país...

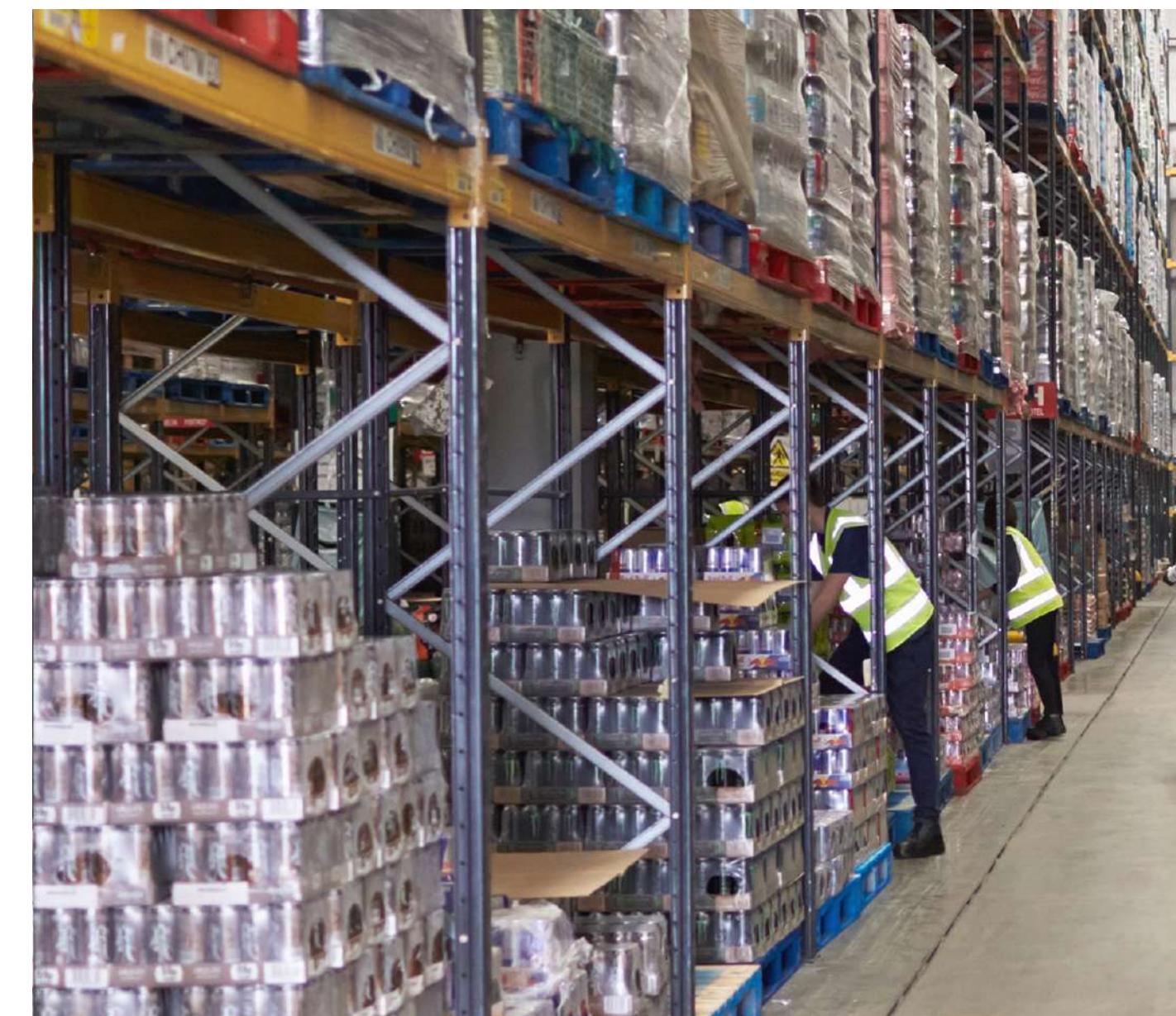


Fuentes: Cálculos propios de la AMAI a partir de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2020.

* Autoservicios Propios del Mayoreo

** Mayoreo Puro: Rutas, Vendedores, Mostrador

... siendo la cadena de **distribución** más fuerte de México.



REGIÓN I - PACÍFICO

Baja California Norte
Baja California Sur
Sonora
Sinaloa
Nayarit

REGIÓN II - NORESTE

Chihuahua
Nuevo León
Coahuila
Durango
Zacatecas
Tamaulipas
San Luis Potosí

REGIÓN III - BAJÍO

Aguascalientes
Jalisco
Guanajuato
Colima
Michoacán

REGIÓN IV - CENTRO

Hidalgo
Tlaxcala
Puebla
Morelos
Querétaro
Guerrero
Estado de México



02

PERFIL DEL SECTOR

ESTUDIO **PERFIL DEL SECTOR** **MAYORISTA ABARROTERO** 2023

■ OBJETIVOS:

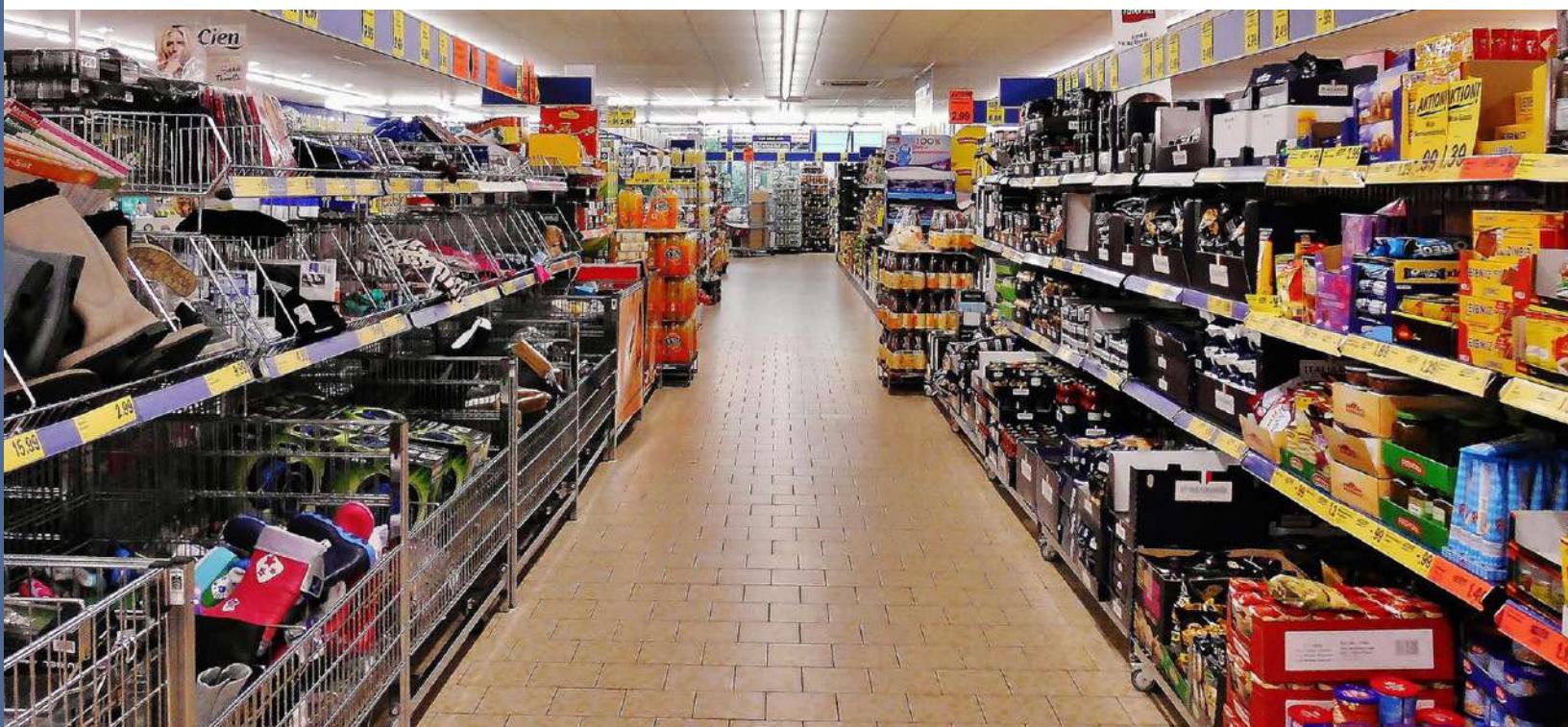
1. Dimensionar el tamaño del Canal Mayoreo en México y su evolución.
2. Identificar el perfil del sector Mayorista Abarrotero como apoyo a la Asociación Nacional de Abarroteros Mayoristas, A.C. (ANAM), generando la información sobre el sector para poder comunicarla a diferentes organismos tanto privados como gubernamentales.
3. Retomar las mediciones realizadas en el año 2016 y contar con un seguimiento adecuado a la evolución del Canal. El estudio está enfocado al conocimiento de la operación en relación a los siguientes puntos:
 - Tamaño e importancia del Mercado
 - Evolución y tendencias del canal
 - División y crecimiento de sub-canales
 - Infraestructura comercial y administrativa
 - Esquema comercial (rutas, entregas, etc.)

■ POBLACIÓN DE ESTUDIO:

Mayoristas Abarroteros miembros de la ANAM.

Fecha de realización del estudio: De Noviembre de 2023 a Febrero de 2024.

Tipo de entrevista: Aplicación vía web/correo de cuestionario estructurado, dirigido a Directores y Dueños



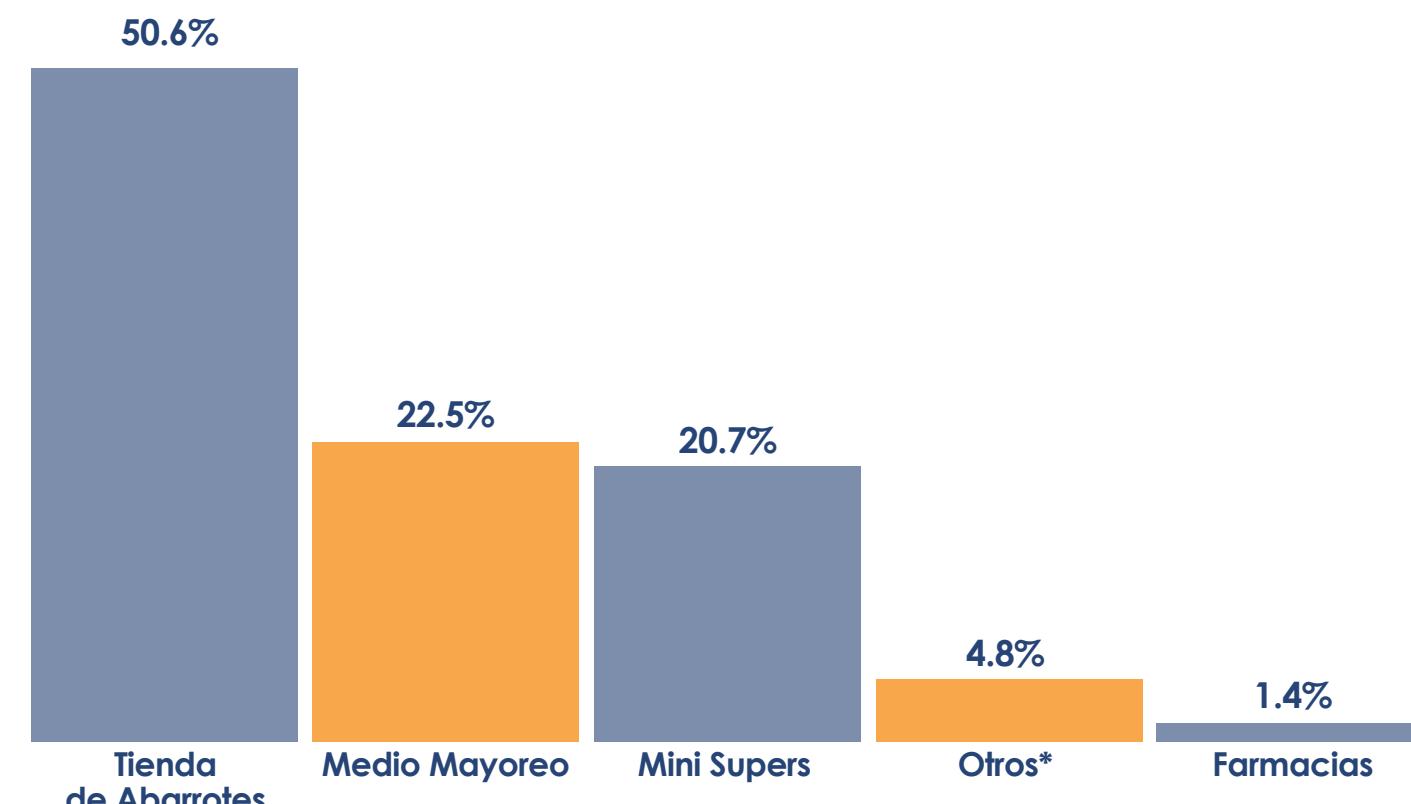
■ IMPORTANCIA DEL **CANAL MAYOREO** EN MÉXICO

El **Canal Mayoreo** como sector vendió en el año 2023 un total de **\$279 mil millones de pesos**.

Representó el **1.5% del PIB Nacional y 5.8% del PIB Sector Comercio**.

Se estima que tiene un peso del **47.8%** 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.



El nivel de desarrollo y profesionalización del Canal Mayoreo le permite enfrentar retos de alta complejidad.

La “adaptación” que históricamente ha mostrado, le ha permitido enfrentar exitosamente una realidad diferente en el mercado, teniendo una madurez y consolidación en el gremio.

■ AÑOS OPERANDO EN MÉXICO

Promedio **40 años**
 Máximo **126 años**
 Mínimo **4 años**



CONCLUSIONES

El **Canal Mayoreo Abarrotero**, representado por la **ANAM**, es un sector que debido a la actividad comercial que realiza, **no sólo 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 **47.8%** 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 **279 mil millones de pesos anualmente** y aportando de forma importante a el crecimiento del PIB¹ comercial (representa 5.8% 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 nivel de **desarrollo y profesionalización** del Canal Mayoreo le **permite enfrentar retos de alta complejidad**.

El sector abarrotero mayorista **cierra el 2023 con crecimientos en valor (+8.6%)**.

Todas las regiones con crecimiento, destacando RVI que no solo concentran la mayor parte del Mix, además es la región con mayor aportación al crecimiento del sector (FDC² +2.4%).

La mayoría de los canastos de Abarrotes crecen; **Alimentos y Bebidas son los canastos más relevantes con el 53% del mix creciendo por arriba del sector**.

Todos los Subcanales con crecimiento en valor, **destacando Autoservicios Propios del Mayoreo y Cash & Carry que crecen por arriba del mercado la mayor parte del año**, ganando participación y robusteciendo el acercamiento con los clientes directos.

IMPORTANCIA DEL CANAL MAYOREO EN MÉXICO

El canal Mayoreo Abarrotero (en comparación con otros canales competidores) tiene una composición de capital **mayormente mexicano** por lo cual su desempeño y objetivos de expansión están focalizados en el **territorio nacional**

Además, la economía del país se ve favorecida por el impacto que el sector tiene en la generación de empleos tanto directos como indirectos.

- **71,533 directos**
- **50,000 indirectos industria**
(considerando la participación del sector en el mercado)
- **+1,800,000 indirectos comercio**
(considerando 3 personas por punto de venta que se surten del mayorista)

¹CAGR: Compound Average Growth Rate (Tasa Promedio de Crecimiento Compuesto Anual)

²PIB: Producto Interno Bruto

²FDC: Fuente de crecimiento

03

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR

PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR

■ DESEMPEÑO SUPERIOR A OTROS INDICADORES DE MERCADO EN MÉXICO

2023

Canal
Mayoreo²
+8.6%

Canal Mayoreo⁴ (Sector)
%PIB Nacional 1.5%
%PIB Comercial 5.8%

Indicador	4.7% Inflación
Consumo interno¹	+5.8%
Producto Interno Bruto³	+3.1%

Fuentes:

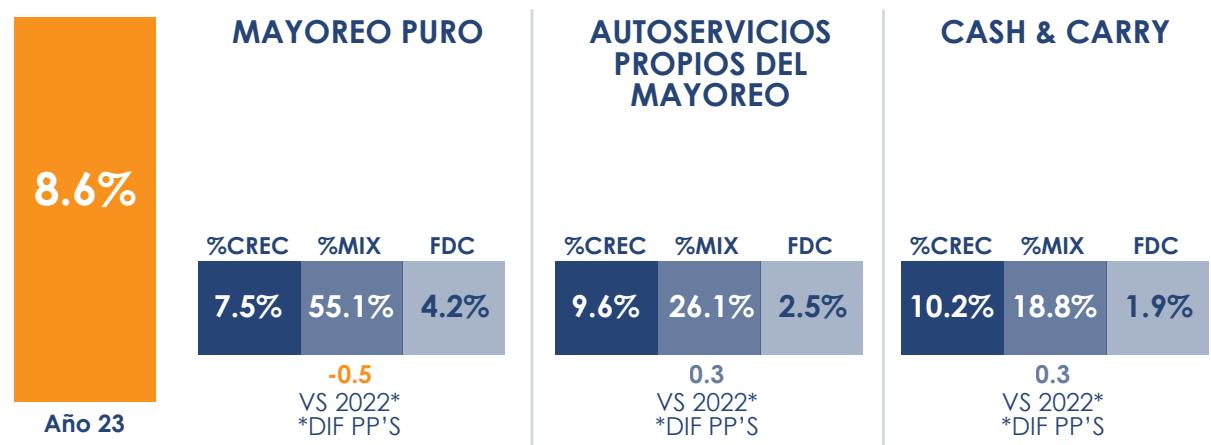
¹ISCAM (Información Sistematizada de Canales y Mercados - de Consejeros Comerciales).

² PIB: Producto Interno Bruto, INEGI, a precios corrientes (4to trimestre 2022 y 1er, 2º y 3er trimestre 2023). A partir del 2º trimestre del 2023 INEGI hizo un cambio de año base a 2018=100 (antes 2013=100) por lo que hubo ajustes en el cálculo de la participación % del Canal Mayoreo Abarrotero en el PIB Nacional y PIB Comercial.

Al cierre de 2023, Mayoreo Puro es la que mayor aportación tuvo, con ligera pérdida de mix; mientras que el C&C es el que más crecimiento tuvo, ganando mix.

Crecimiento Valor
Año '23 vs Año '22

Mayoreo Total



Fuentes: ISCAM. Mayoreo Total. Diciembre'23. Ventas Valor. FDC: aportación al crecimiento.



04

INFRAESTRUCTURA

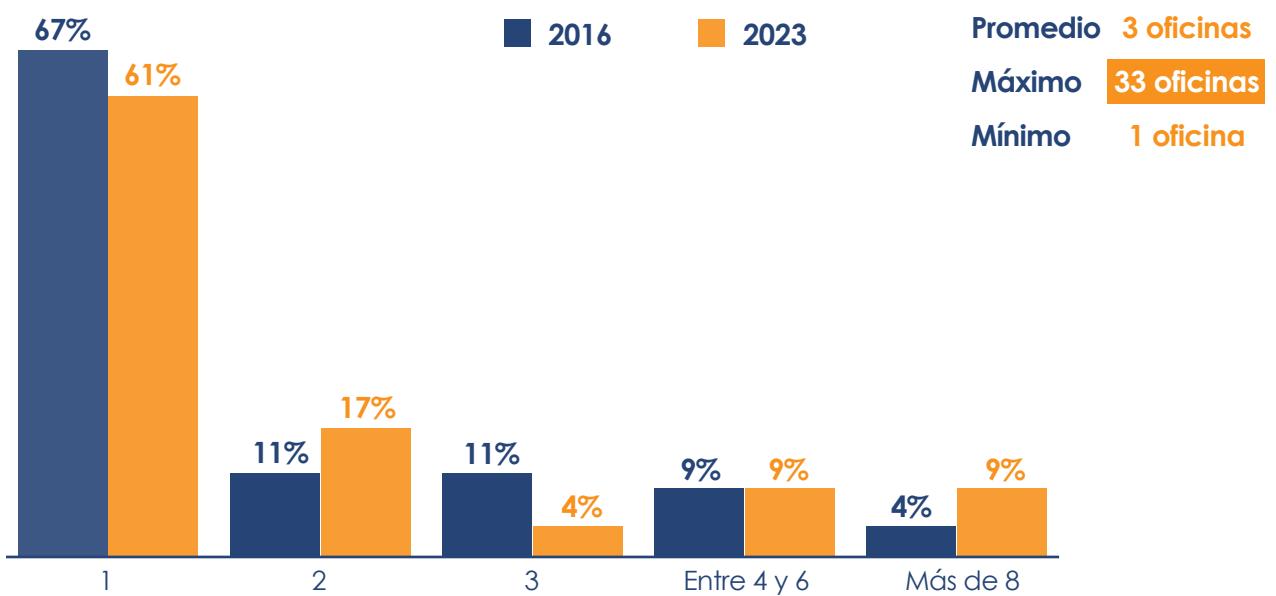
INFRAESTRUCTURA

■ AÑOS OPERANDO

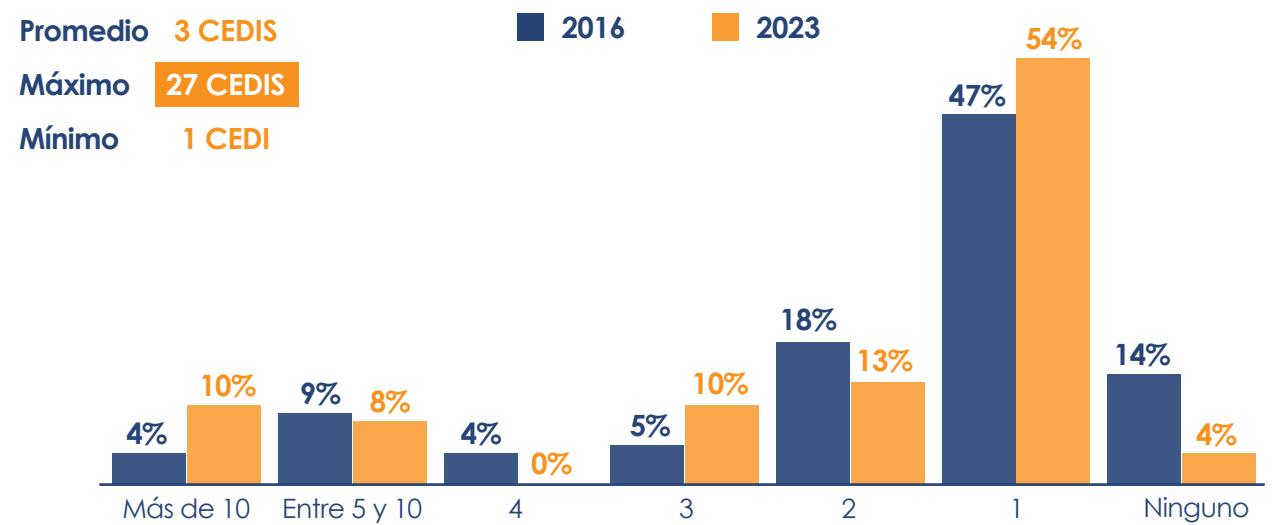
Promedio **40 años**
Máximo **126 años**
Mínimo **4 años**

AÑOS OPERANDO	2016	2023
Menos de 10 años	10.2%	10.4%
Entre 10 y 15 años	10.2%	0.0%
Entre 16 y 20 años	10.2%	10.4%
Entre 21 y 25 años	15.3%	4.2%
Entre 26 y 30 años	16.9%	4.2%
Entre 31 y 35 años	15.3%	20.8%
Entre 36 y 40 años	5.1%	18.8%
Más de 40 años	16.9%	31.3%

■ INFRAESTRUCTURA DE OFICINAS ADMINISTRATIVAS



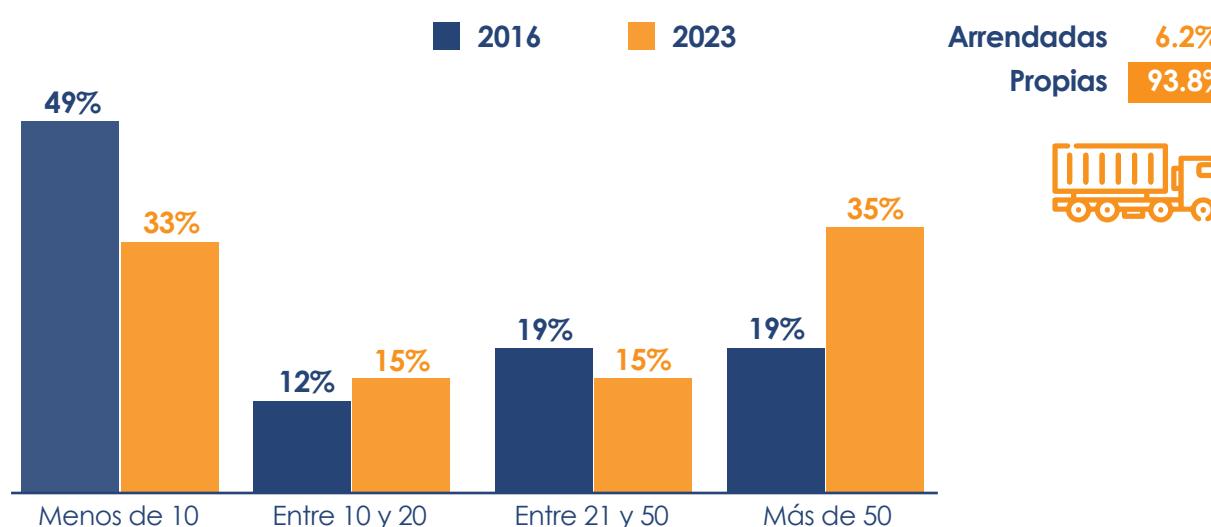
■ INFRAESTRUCTURA DE CEDIS



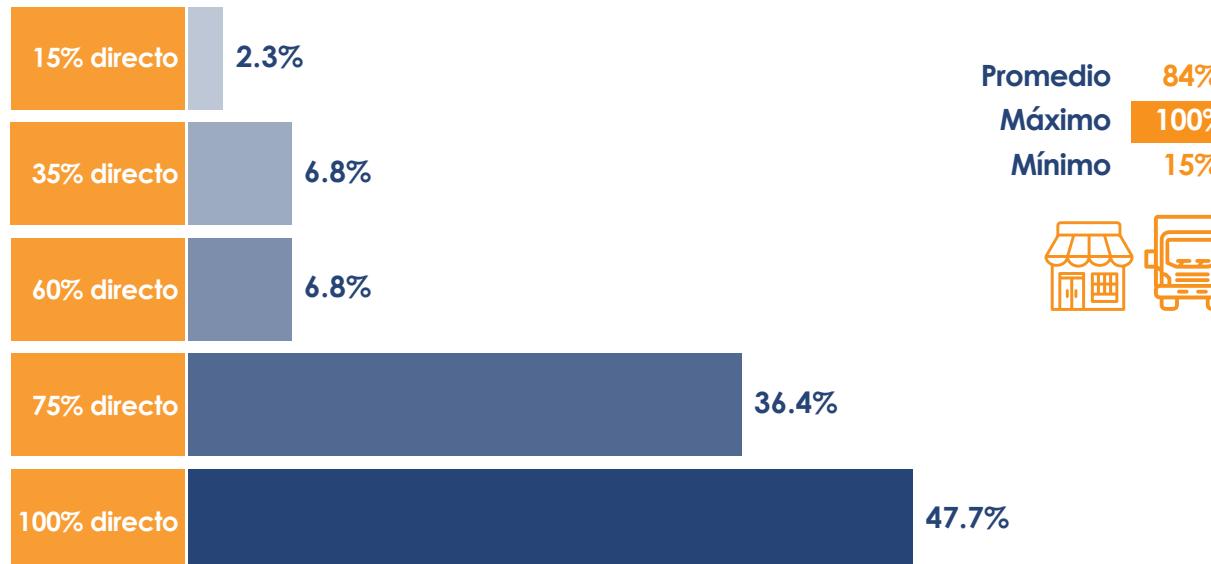
05

LOGÍSTICA Y SISTEMAS

■ **46.8%** DEL TOTAL DE UNIDADES DE TRANSPORTE SON TORTON/RABON



■ **50%** de los Mayoristas entregan su venta de forma directa.



■ ¿CUENTA CON FACTURACIÓN POR SISTEMA?

SISTEMAS	2016		2023	
	SI	NO	SI	NO
Facturación por Sistema	100.0	0.0	100.0	0.0
Administración por Sistema*	100.0	0.0	100.0	0.0
Control Inventarios por Sistema	96.5	3.5	97.9	2.1
Compras por Sistema	93.0	7.0	97.9	2.1
Sistema Integral (SAP, Genérico, Otro)	91.2	8.8	93.8	6.2
Escaner Recepción Mercancía	45.6	54.4	68.8	31.2
Escaner Venta	77.2	22.8	83.3	16.7
Código de Barras	81.8	18.2	89.6	10.4

Nombre **Sistema Integral**

SISTEMA INTEGRAL	Porcentaje
SAP	17.8%
MerkSyst	15.6%
Propio	13.3%
SAE	4.4%
ADMINSOFT	4.4%
ODOO	2.2%
Alaro	2.2%
Sinfonia	2.2%
ALIZ	2.2%
INTELESIS	2.2%
CONTPAQ	2.2%
WINCAJA	2.2%
BMS	2.2%
Nupos (in house)	2.2%
COMPAC	2.2%
MY SUIT	2.2%
Microsoft Dynamics	2.2%
PVE	2.2%
Microsoft AX	2.2%
iware	2.2%

■ OPERA CON PLAN DE FIDELIDAD

PLAN DE FIDELIDAD	2016		2023	
	SI	NO	SI	NO
Tarjetas de Descuento o Membresía	28.1	71.9	25.6	74.4
Maneja Marcas Propias Exclusivas	57.9	42.1	58.1	41.9
Invierte en Publicidad de su Marca Comercial	73.3	26.3	79.1	20.9
Tienda en Línea			41.9	58.1



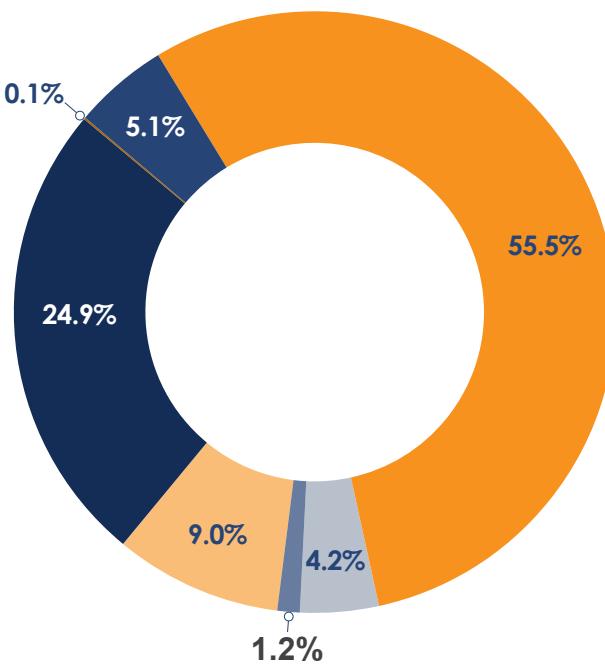
06

PERSONAL Y ADMINISTRACIÓN

■ NÚMERO DE EMPLEADOS POR ÁREA



- █ Ventas mostrador
- █ Ventas rutas
- █ Ventas telemarketing
- █ Administrativos
- █ Operación/Logística
- █ E-Commerce
- █ Otros



NÚMERO DE EMPLEADOS	2016	2023
VENTAS (Mostrador/Autoservicio)	20,597	39,696
VENTAS (Vendedores/Rutas)	5,674	3,000
VENTAS (Telemarketing)	2,725	887
ADMINISTRATIVOS	6,442	6,415
OPERACIÓN/LOGÍSTICA	11,298	17,796
E-COMMERCE		106
OTROS*	3,705	3,633
GRAN TOTAL	50,441	71,533

*Otros: Mantenimiento, limpieza, mensajería, etc.

■ ¿CONTRATA ALGUNO DE LOS SIGUIENTES SERVICIOS EXTERNOS?



ADMINISTRACIÓN	2016		2023	
	SI	NO	SI	NO
SEGURIDAD	66.7	33.3	71.8	28.2
TRANSPORTE DE VALORES	78.9	21.1	82.1	17.9
MENSAJERÍA	64.9	35.1	48.7	51.3
TRANSPORTE DE PERSONAL	35.1	64.9	17.9	82.1
ASESORÍA LEGAL	91.2	8.8	94.9	5.1
ASESORÍA FISCAL	94.7	5.3	89.7	10.3



07

AGRADECIMIENTO



Agradecemos profundamente la colaboración y participación de los socios **ANAM**, ya que sin su cooperación, participación e información no hubiera sido posible la realización del presente estudio.

Agradecemos también al equipo de la **ANAM**, al equipo de análisis y tecnología de información de **ISCAM®**, y al equipo de diseñadores del presente documento.
¡GRACIAS!

Iñaki Landáburu
Presidente Ejecutivo ANAM

ISCAM™
Fuente oficial de Información de Mercado ANAM

ISCAM®
Es una marca registrada de Consejeros Comerciales, S.A. de C.V. Empresa de Investigación de Mercados fundada en el año de 2001 y enfocada a la lectura (tracking) de información de tendencias y comportamientos de Ventas en Mercados de Consumo, así como al análisis e interpretación de indicadores valiosos para la toma de decisiones tanto del Canal de Suministros como de las Empresas/Industrias productoras y sus Marcas (tendencias, participaciones de mercado, etc.)

Copyright.
El estudio de Perfil del Sector Mayorista Abarrotero (2016-2024) fue desarrollado por ISCAM®/Consejeros Comerciales, S.A. quien ha autorizado a la ANAM su uso para beneficio de la misma Asociación, de sus asociados y el sector. La divulgación, explotación de medios o cualquier uso de información o contenido del Estudio queda restringida a la ANAM y a ISCAM® exclusivamente.