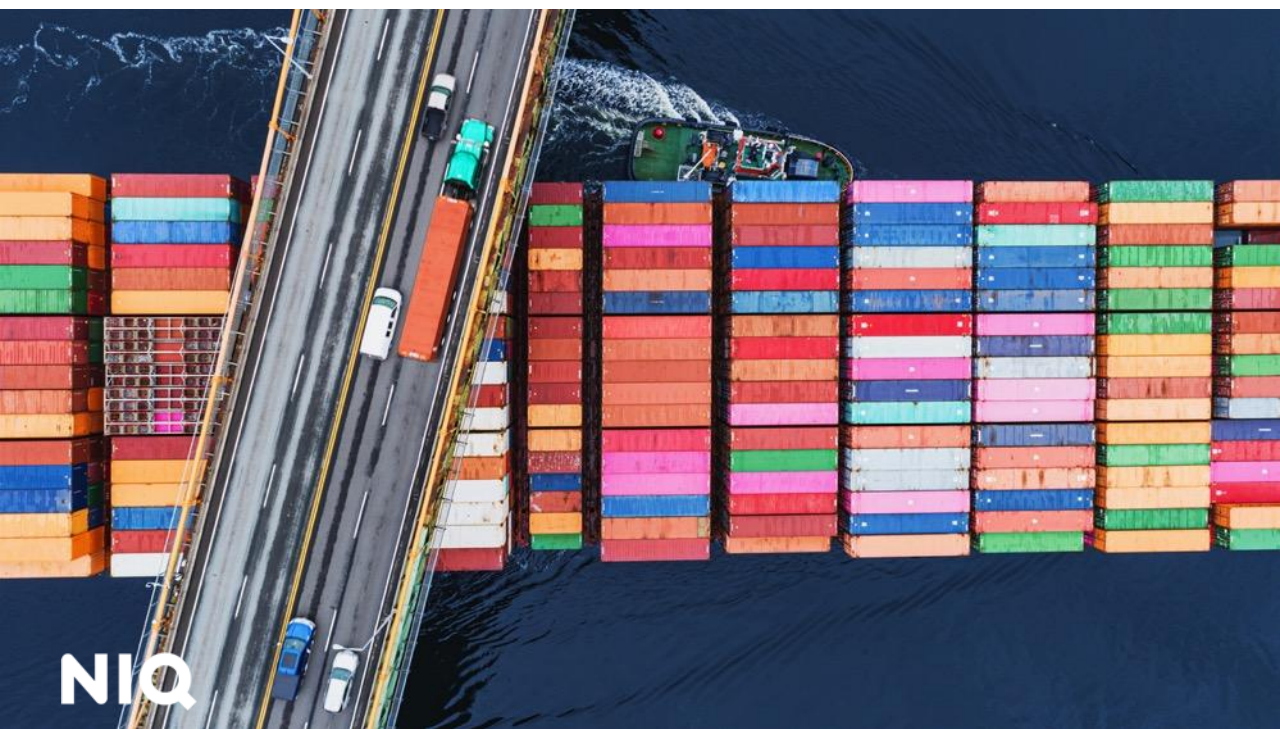


NIQ



Monitor

NIQ

NIQ

La data más oportuna y la mayor
cobertura del mercado
mexicano.

Conoce qué y dónde está
comprando tu consumidor

Principales hallazgos de la semana

Semana 16
(13/04 – 19/04/2026)
% Var Valor vs. año anterior

Autoservicios
-3.7%

Mayoreo
+15.1%

Farmacias
+9.2%



A YTD, el mercado registra un crecimiento en valor (+4.0%), impulsado principalmente por Mayoreo (+5.4%) y Autoservicios (+4.0%); mientras que Farmacias presenta el menor desarrollo (+1.0%).

En la Semana 16, el mercado se contrae en valor (-0.2%), siendo el autoservicio el que impulsa la caída. Mayoreo crece en valor (+15.1%) y Farmacia (+9.2%).



En cuanto a regiones NIQ en la última semana:

Autoservicios: Todas las regiones presentan una contracción tanto en valor como en consumo, siendo Occidente y Centro las de mayor caída.

Mayoreo: Todas las zonas presentan un mayor crecimiento en valor y unidades versus el YTD a excepción de VDM.

Farmacias: Todas las zonas presentan recuperación en valor y consumo frente al YTD a excepción de Centro.



En cuanto a las categorías:

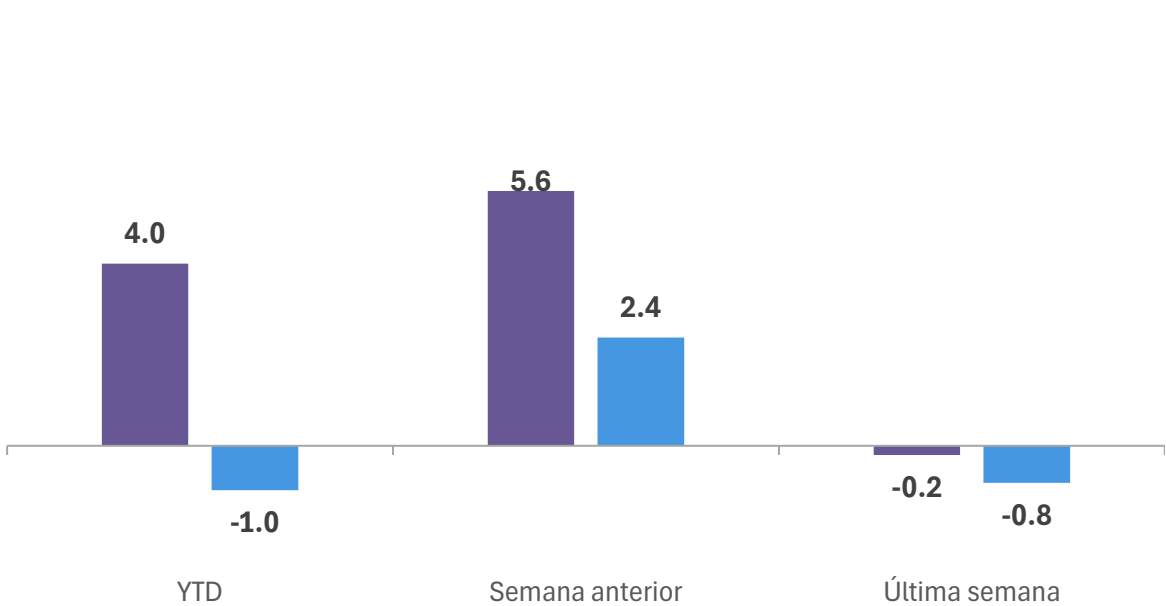
Autoservicios: Yoghurt y Leche Blanca impulsan el crecimiento del canal tanto en la semana como en el acumulado. En contraste, Refrescos se contrae en la semana, aunque mantiene su liderazgo al YTD.

Mayoreo: Leche Blanca, Papel higiénico y Aceites comestibles se posicionan como las de mayor desarrollo en ambos cortes de tiempo. Por otro lado, bebidas alcohólicas y cigarrillos son las de mayor contracción.

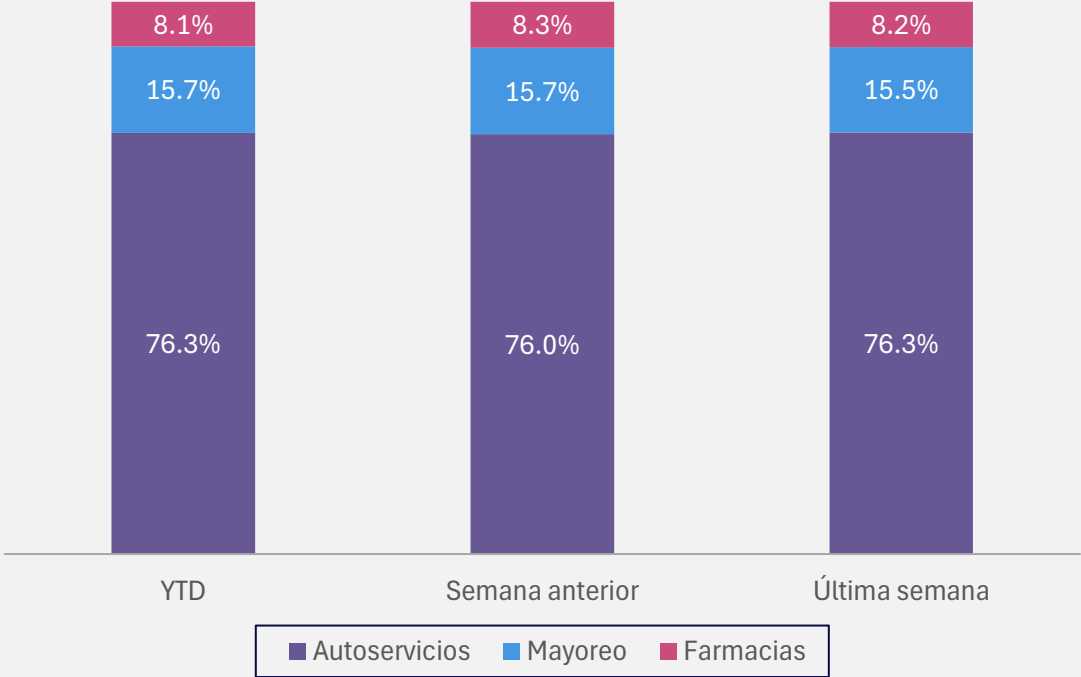
Farmacias: La afectación del canal viene derivada principalmente por remedios para la gripe. Por otro lado, el canal se desarrolla principalmente por Sistemas digestivos y metabolismo.

Semana 16: El desempeño del mercado muestra una mayor contracción respecto a la semana previa y el acumulado.

Variación % de ventas vs. misma semana año anterior



Importancia en valor por canal



■ % Var Vtas Valor vs Año Ant ■ % Var Vtas (EQ) vs Año Ant

Fuente: NIQ Total Store – Mercado moderno: Autoservicios, Mayoreo, Farmacias de Cadena | 01/01 – 19/04/2026 vs. Mismo periodo de 2025.

Ventas unidades equivalentes y Precio medio Uds EQ ponderados* Algunas categorías con desarrollos atípicos son excluidas de los canales.

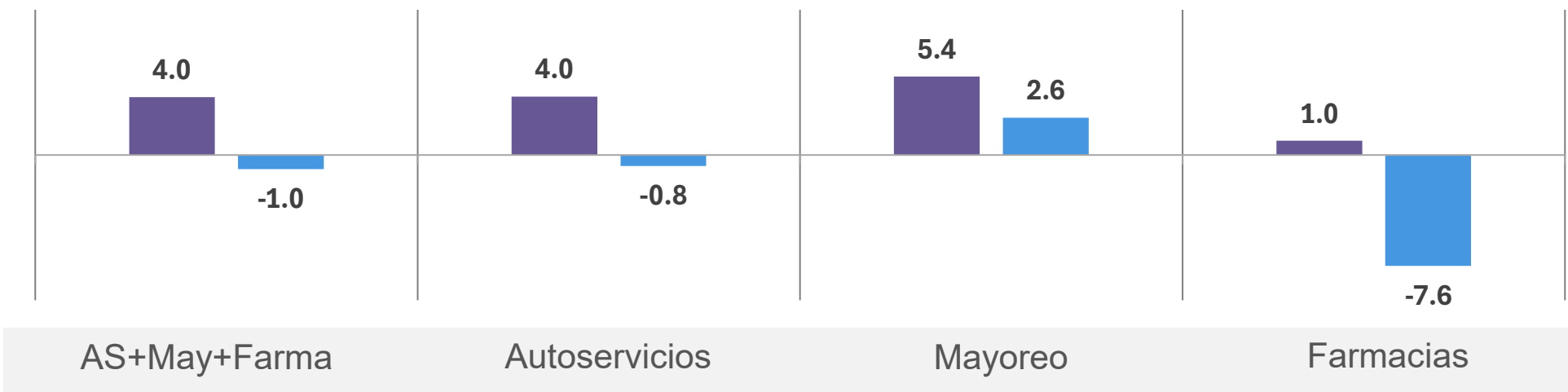
AI YTD: Mayoreo continúa siendo el principal motor del crecimiento del mercado tanto en valor como en consumo, mientras que Farmacias y Autoservicios registran una caída en consumo.

Crecimiento por *canales* – YTD (01/01 a 19/04/2026) vs. mismo periodo del año anterior.

Importancia % en ventas YTD



Variación de venta por canal YTD



Var % Precio Medio Uds. EQ YTD



Fuente: NIQ Total Store – Mercado moderno: Autoservicios, Mayoreo, Farmacias de Cadena | 01/01 – 19/04/2026 vs. Mismo periodo de 2025.

Ventas unidades equivalentes y Precio medio Uds EQ ponderados* Algunas categorías con desarrollos atípicos son excluidas de los canales.

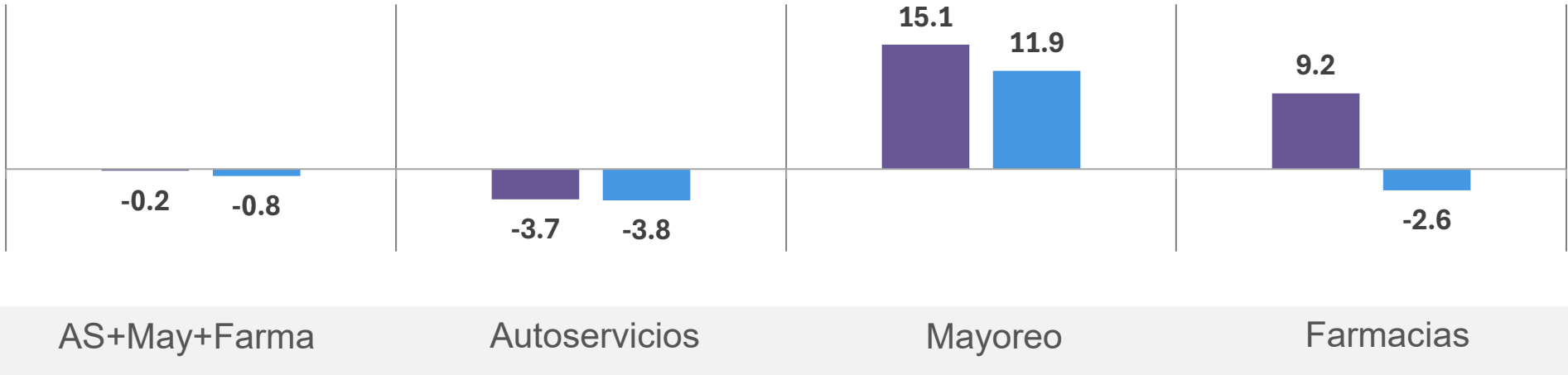
En la última semana: El mercado registra una contracción tanto en valor como en consumo, presionada principalmente por Autoservicios. En contraste, Mayoreo se posiciona como el principal motor de crecimiento, impulsado por los mayores incrementos de precio del mercado.

Crecimiento por *canales* – última semana (13/04 – 19/04/2026) vs. mismo periodo del año anterior.

Importancia % en ventas última semana



Variación de venta por canal última semana



Var % Precio Medio Uds. EQ YTD



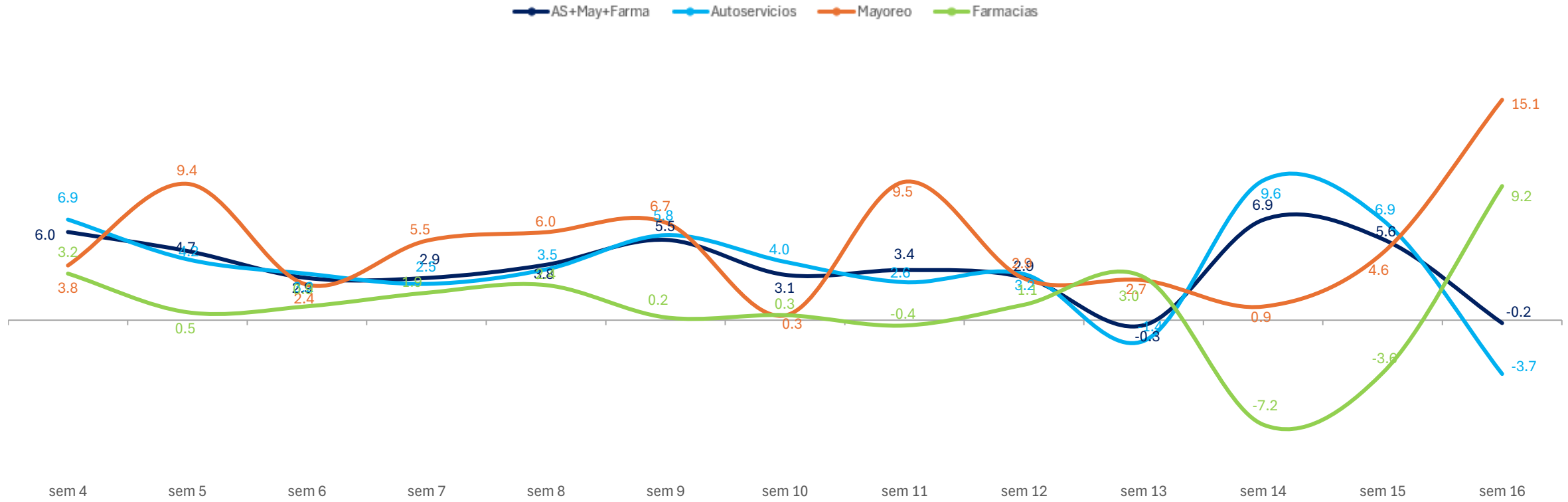
■ Var % Valor ■ Var % Unidades EQ

Fuente: NIQ Total Store – Mercado moderno: Autoservicios, Mayoreo, Farmacias de Cadena | 13/10 – 19/04/2026 vs. Mismo periodo de 2025.

Ventas unidades equivalentes y Precio medio Uds EQ ponderados* Algunas categorías con desarrollos atípicos son excluidas de los canales.

En la **Semana 16**: El mercado desacelera su desarrollo frente a la semana pasada condicionado principalmente por Autoservicios. Por otro lado, Farmacias y Mayoreo aceleran versus la semana previa.

Variación % en **ventas valor** por canal **últimas 13 semanas** (19/01/2026 – 19/04/2026) vs. mismo periodo del año anterior.

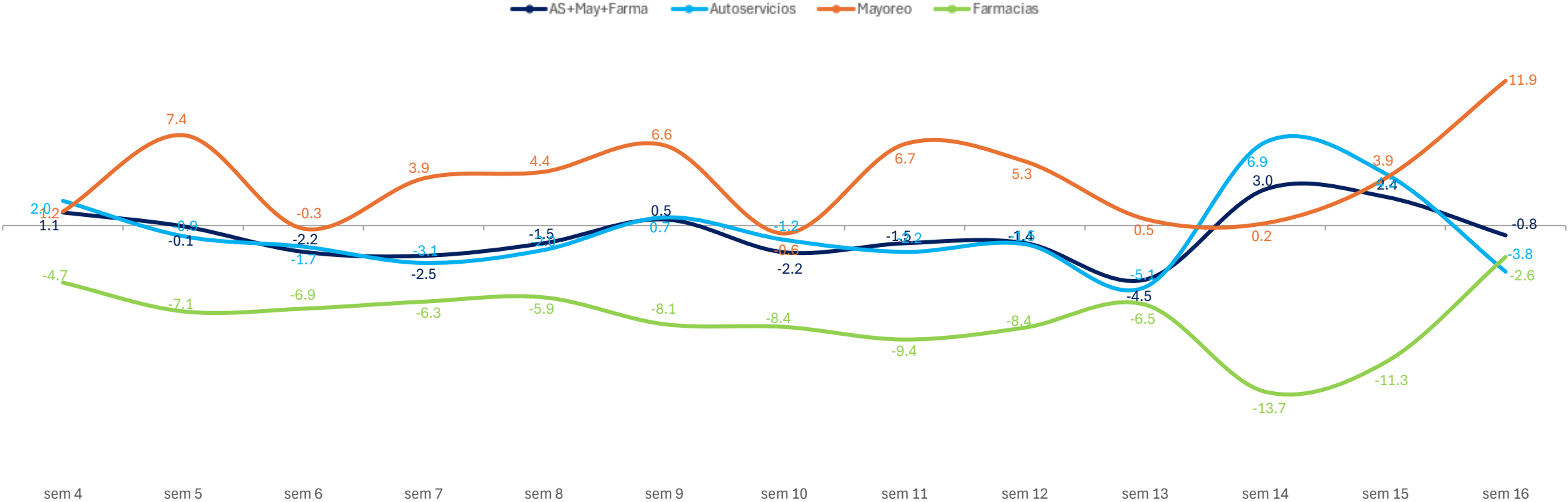


Fuente: NIQ Total Store – Mercado moderno: Autoservicios, Mayoreo, Farmacias de Cadena | 28/07/2025 – 19/04/2026 vs. Mismo periodo del año anterior.

Ventas unidades equivalentes y Precio medio Uds EQ ponderados* Algunas categorías con desarrollos atípicos son excluidas de los canales.

Semana 16: Autoservicios contrae su consumo y es el principal freno del mercado; en contraste, Mayoreo acelera su crecimiento frente a semanas previas y Farmacias registra una recuperación en su desempeño.

Variación % en ventas (EQ) por canal últimas 13 semanas (19/01/2026 – 19/04/2026) vs. mismo periodo del año anterior.

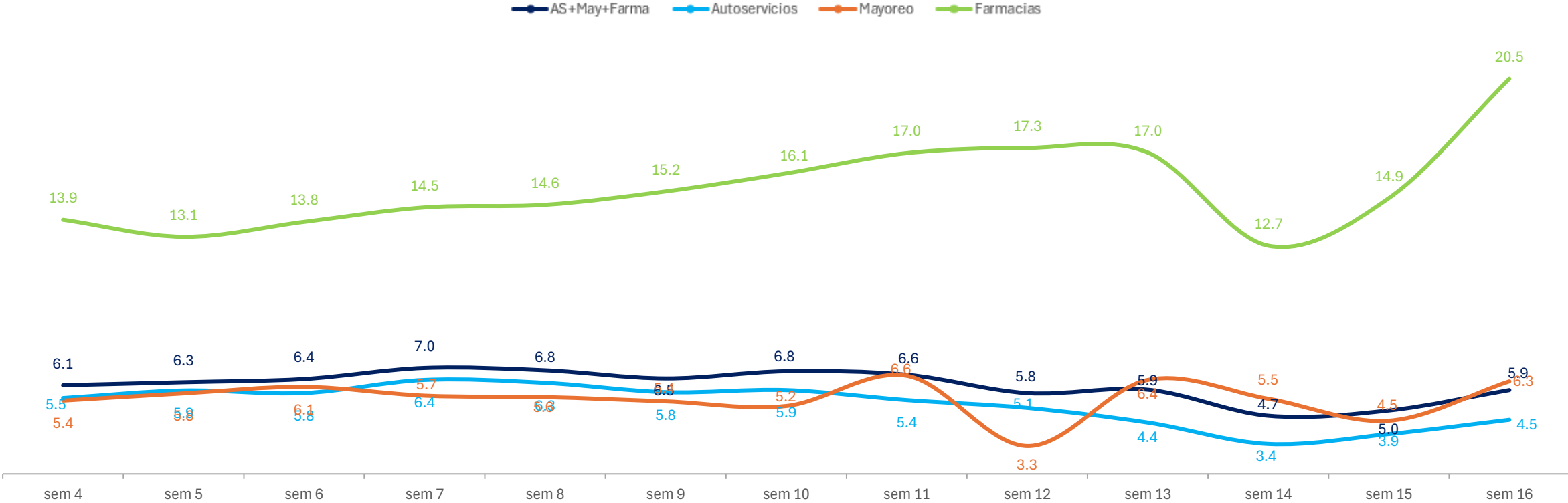


Fuente: NIQ Total Store – Mercado moderno: Autoservicios, Mayoreo, Farmacias de Cadena | 28/07/2025 – 19/04/2026 vs. Mismo periodo del año anterior.

Ventas unidades equivalentes y Precio medio Uds EQ ponderados* Algunas categorías con desarrollos atípicos son excluidas de los canales.

En la **Semana 16**: El mercado presenta una alza de precios frente a la última semana impulsada por todos los canales. Farmacia muestra el mayor incremento desde la semana 14.

Var % Precio Medio Uds. EQ por canal **últimas 13 semanas** (19/01/2026 – 19/04/2026) vs. mismo periodo del año anterior.



Fuente: NIQ Total Store – Mercado moderno: Autoservicios, Mayoreo, Farmacias de Cadena | 28/07/2025 – 19/04/2026 vs. Mismo periodo del año anterior.

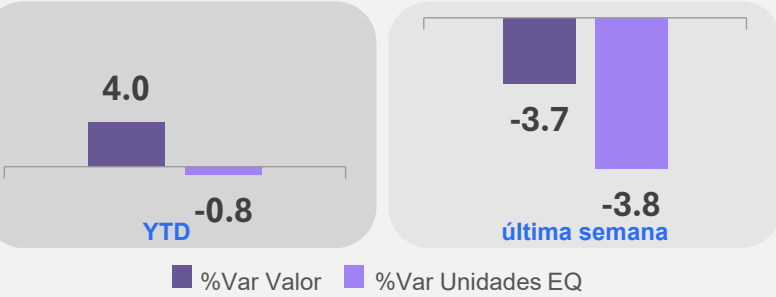
Ventas unidades equivalentes y Precio medio Uds EQ ponderados* Algunas categorías con desarrollos atípicos son excluidas de los canales.



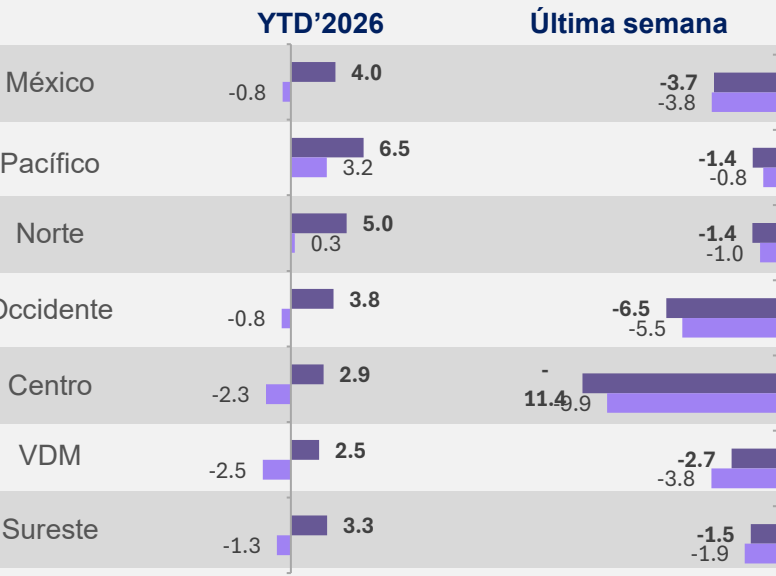
Autoservicio

Semana 16: Todas las regiones presentan una contracción en tanto en valor como en consumo siendo Occidente y Centro las de mayor contracción.

Variación de venta

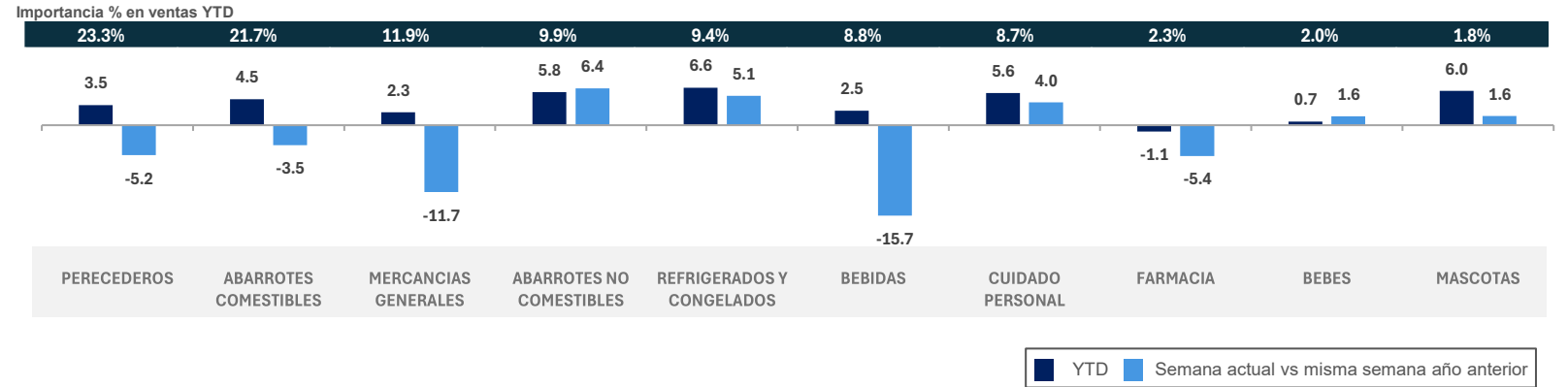


%Variación de ventas valor por región | YTD – última semana



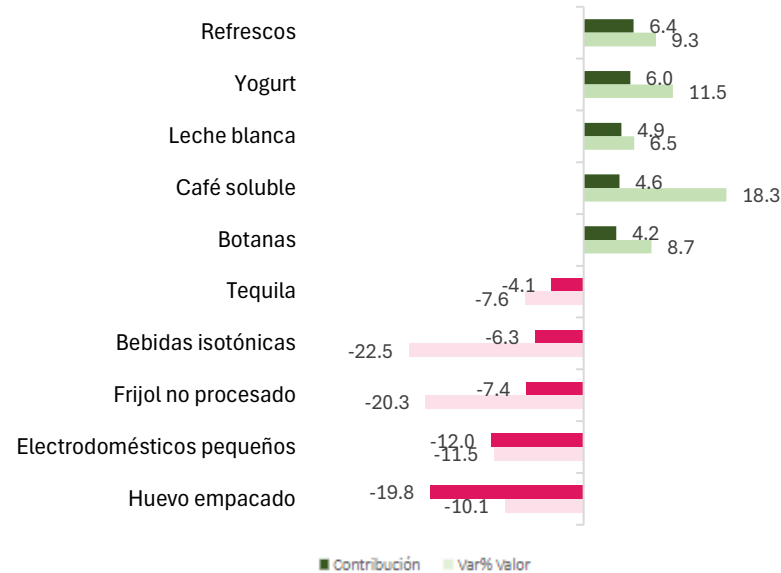
Semana 16: Los departamentos core se contraen frente al acumulado del año; solo Abarrotes no comestibles presenta mayor crecimiento vs. YTD. Mercancías Generales y Bebidas son las más afectadas.

Top 10 departamentos Autoservicios – %Var ventas Valor – (13/04 – 19/04/2026) vs. mismo periodo del año anterior.

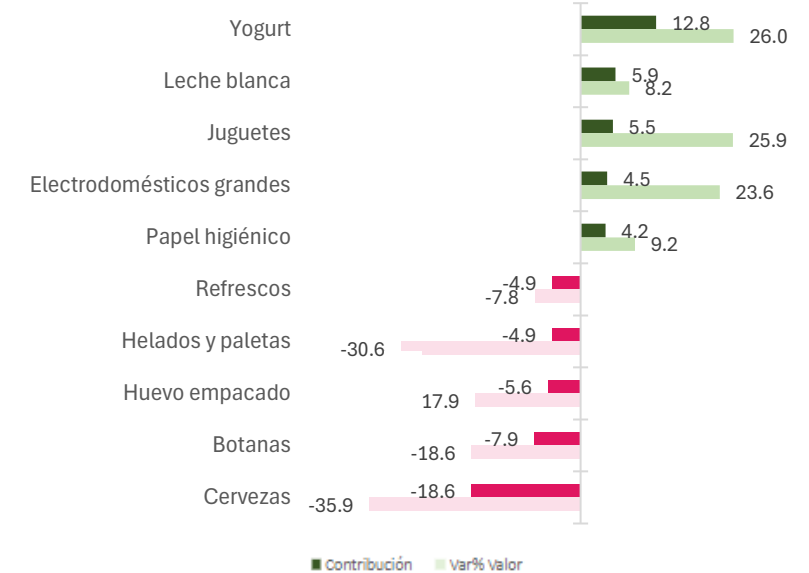


En cuanto a categorías (Semana 16), Yoghurt y Leche Blanca impulsan el crecimiento del canal tanto en la semana como en el acumulado. En contraste, Refrescos se contrae en la semana, aunque mantiene su liderazgo al YTD.

Top 5 categorías que impulsan / frenan el crecimiento YTD



Top 5 categorías que impulsan / frenan el crecimiento última semana



Fuente: NIQ Total Store – Mercado moderno: Autoservicios, Mayoreo, Farmacias de Cadena | 01/01 – 19/04/2026 vs. Mismo periodo de 2025.

Ventas unidades equivalentes y Precio medio Uds EQ ponderados* Algunas categorías con desarrollos atípicos son excluidas de los canales.

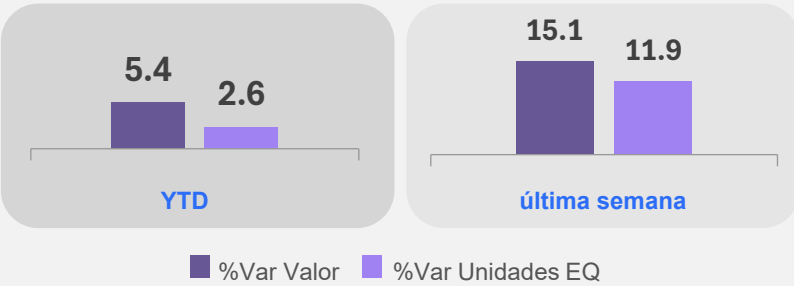
Confidential and proprietary

© 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

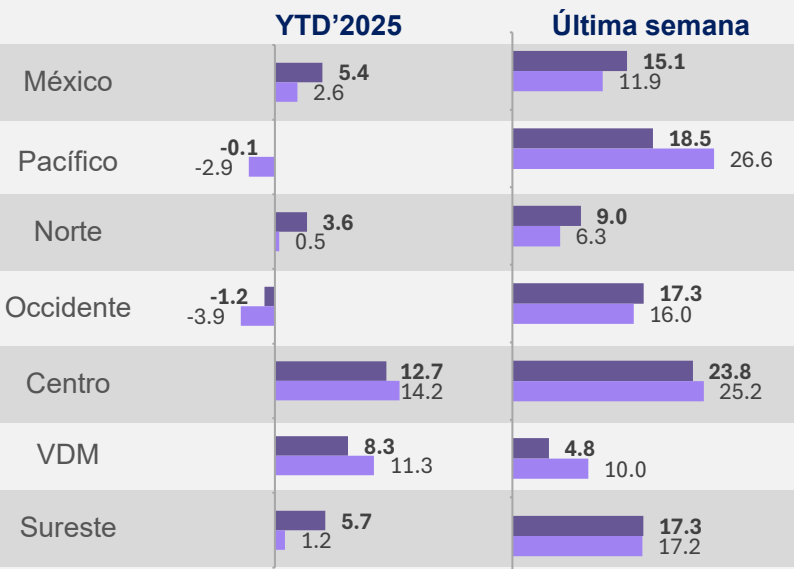
Mayoreo

Semana 16: Todas las zonas presentan un mayor crecimiento en valor y unidades versus el YTD a excepción de VDM.

Variación de venta

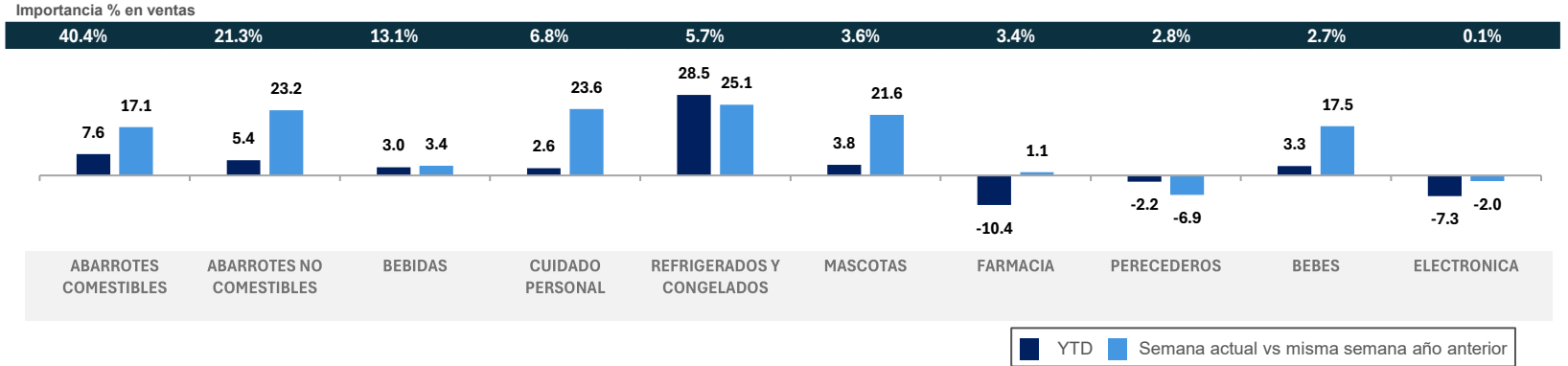


%Variación de ventas valor por región | YTD – última semana



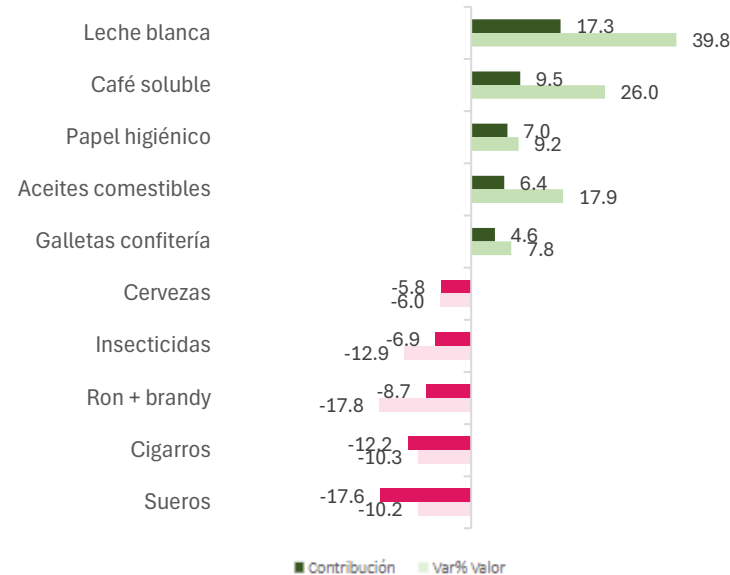
Semana 16: Mayor crecimiento de corto plazo frente al acumulado en los principales departamentos. Refrigerados/Congelados y Perecederos son los únicos con menor desarrollo que el YTD.

Top 10 departamentos Mayoreo – %Var ventas Valor – (13/04 – 19/04/2026) vs. mismo periodo del año anterior.

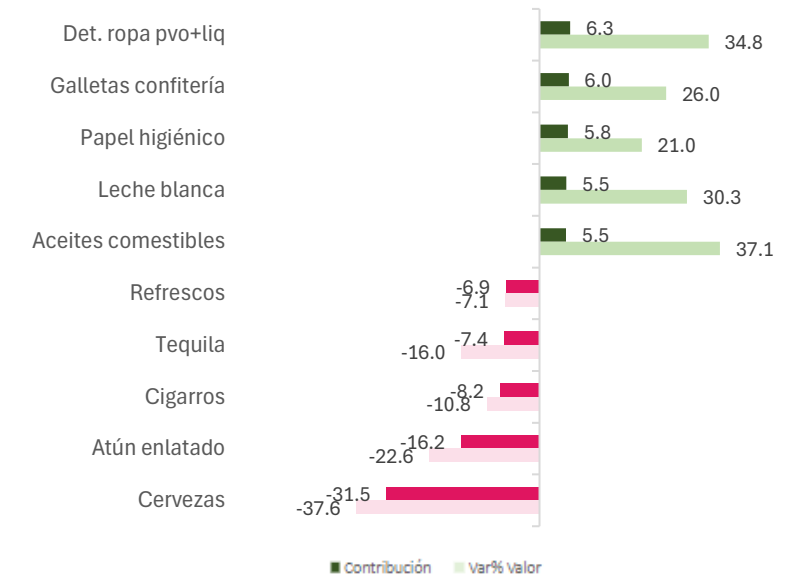


En cuanto a categorías, Leche Blanca, Papel higiénico y Aceites comestibles se posicionan como las de mayor desarrollo en ambos cortes de tiempo. Por otro lado, bebidas alcohólicas y cigarrillos son las de mayor contracción.

Top 5 categorías que impulsan / frenan el crecimiento YTD



Top 5 categorías que impulsan / frenan el crecimiento última semana



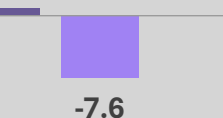


Farmacia

Semana 16: Todas las zonas presentan recuperación en valor y consumo frente al YTD a excepción de Centro.

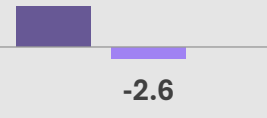
Variación de venta

1.0



YTD

9.2



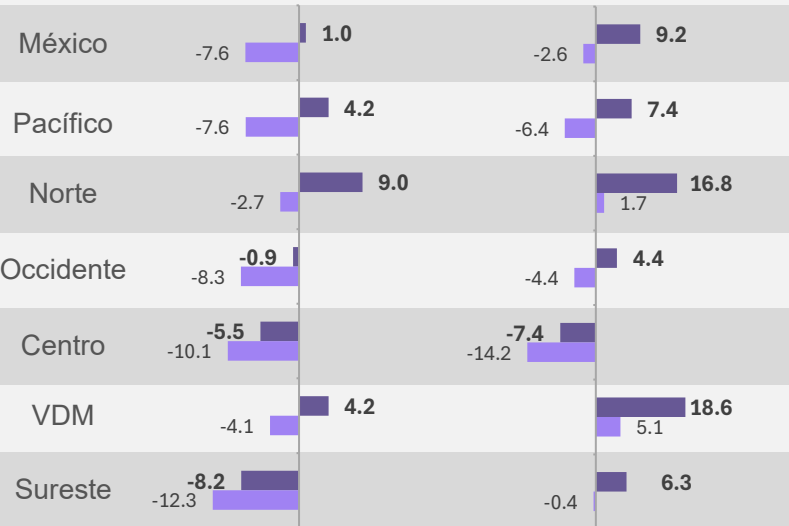
última semana

■ %Var Valor ■ %Var Unidades EQ

%Variación de ventas valor por región | YTD – última semana

YTD'2025

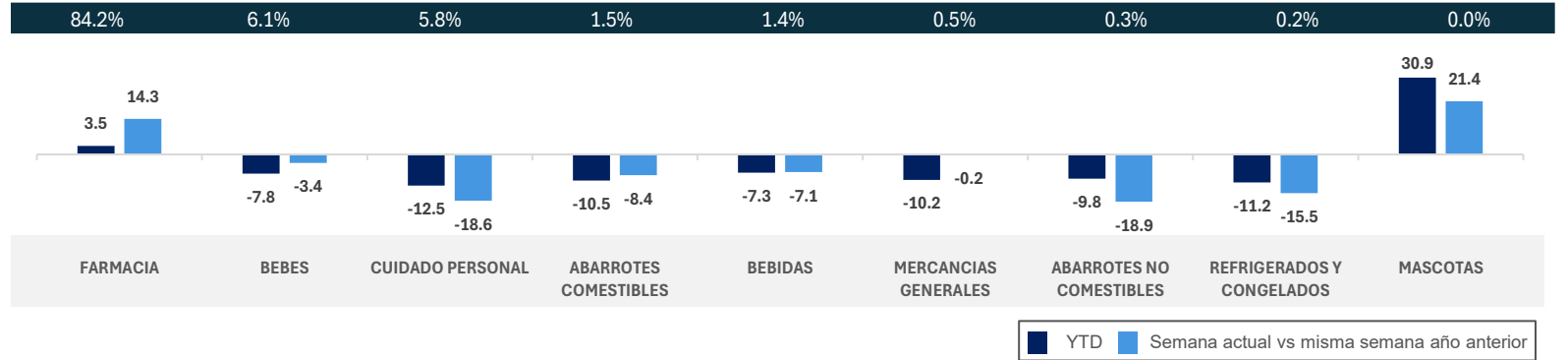
Última semana



Semana 16: La mayoría de los departamentos presentan contracción tanto en la semana como al YTD. No obstante, Farmacia lidera el crecimiento en el canal en ambos cortes de tiempo.

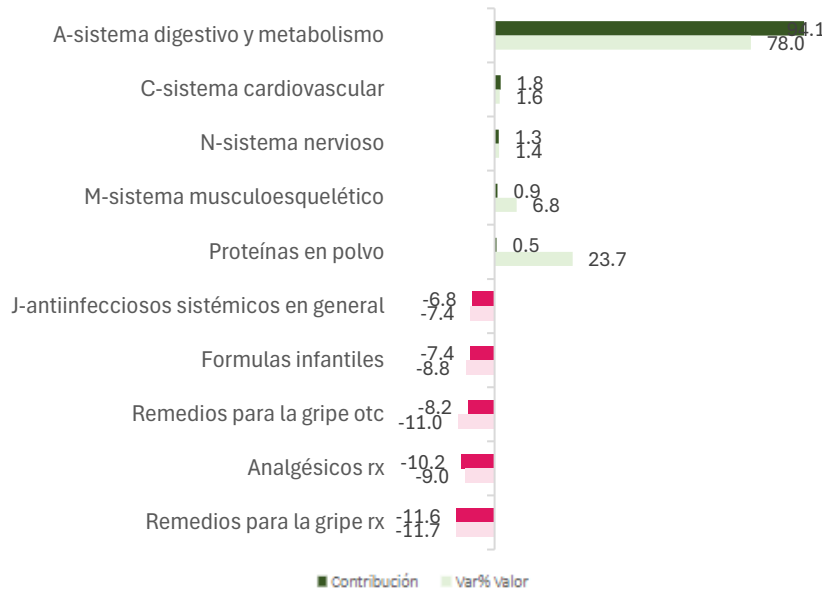
Top 10 departamentos Farmacia – %Var ventas Valor – (13/04 – 19/04/2026) vs. mismo periodo del año anterior.

Importancia % en ventas

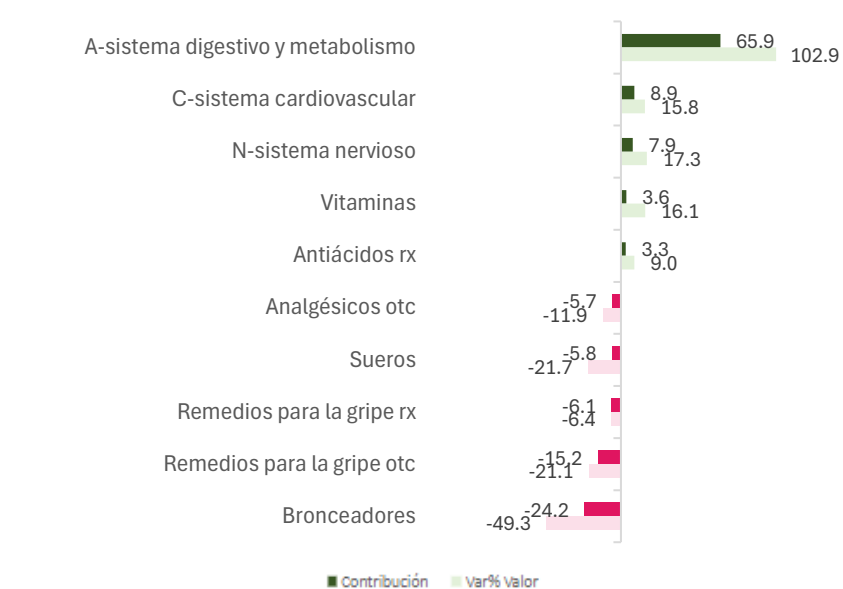


En cuanto a categorías, la afectación del canal viene derivada principalmente por remedios para la gripe. Por otro lado, el canal se desarrolla principalmente por Sistemas digestivos y metabolismo.

Top 5 categorías que impulsan / frenan el crecimiento YTD



Top 5 categorías que impulsan / frenan el crecimiento última semana



Fuente: NIQ Total Store – Mercado moderno: Autoservicios, Mayoreo, Farmacias de Cadena | 01/01 – 19/04/2026 vs. Mismo periodo de 2025.

Ventas unidades equivalentes y Precio medio Uds EQ ponderados* Algunas categorías con desarrollos atípicos son excluidas de los canales.

Confidential and proprietary

© 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.



NIQ

Discover

Toda la data en un solo lugar

integrada • intuitiva • eficiente