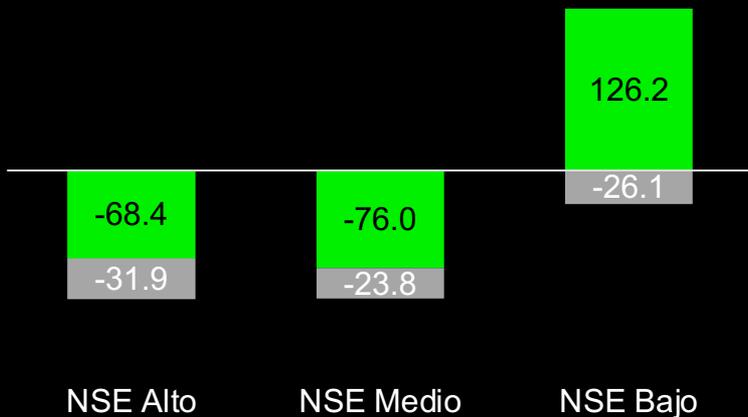


Mitos y Realidades: Ley del **Etiquetado**

La economía del hogar siendo decisiva en la compra de sellados

Fuente de Crecimiento/ Pérdida de los productos con sello

■ Retained Buyers ■ New/Lost Buyers ■ Shifting



		Frecuencia		Gasto por Ocasión			
		RY '21	DIF	RY '21	%VAR		
T. MEX	SIN SELLOS	87.5	-4.3	34.6	5%	↕	+\$14.3 de desembolso
	CON SELLOS	11.4	-2.9	20.3	11%		
NSE ALTO	SIN SELLOS	80.2	-6.3	44.1	5%	↕	+\$20.8 de desembolso
	CON SELLOS	11.4	-3.4	23.3	8%		
NSE MEDIO	SIN SELLOS	88.8	-4.4	34.7	7%	↕	+\$14.0 de desembolso
	CON SELLOS	11.2	-2.9	20.7	15%		
NSE BAJO	SIN SELLOS	91.5	-2.8	28.2	2%	↕	+\$10.8 de desembolso
	CON SELLOS	11.7	-2.3	17.4	9%		

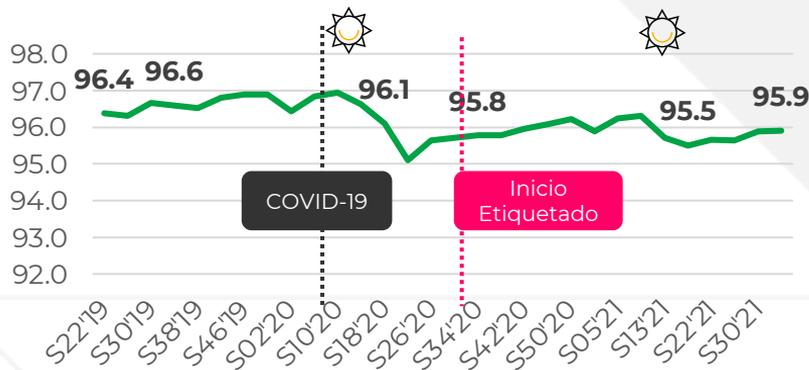
3

Efecto en los 3 tipos de consumo



Consumidor consciente del etiquetado en Snacking premia menor cantidad de sellos

MIX VALOR – SNACK CON SELLO



- **Verano limitado por Pandemia**
- **Snacking sin sello** al ser un segmento saludable, es **preferido para Verano**

+3



60% de los ítems **tienen más de 3 sellos**

MIX Valor%

Snacking Dulce

Vs RY20

Sin Sellos

5%



Snacking Salado

Vs RY20

2%



1 a 2



28%



51%



Más



67%

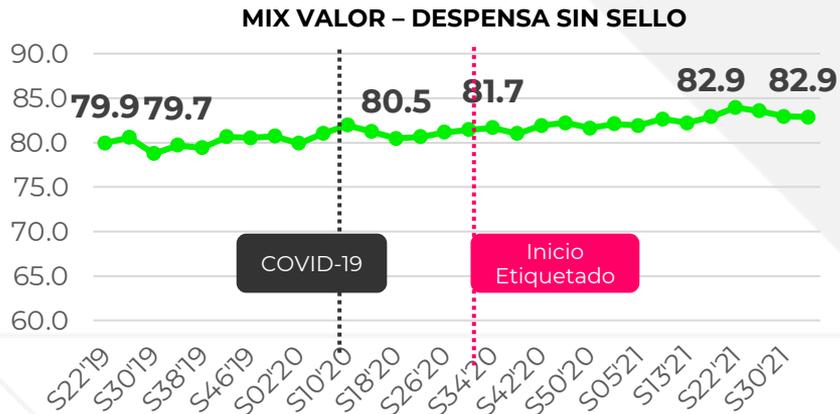


47%

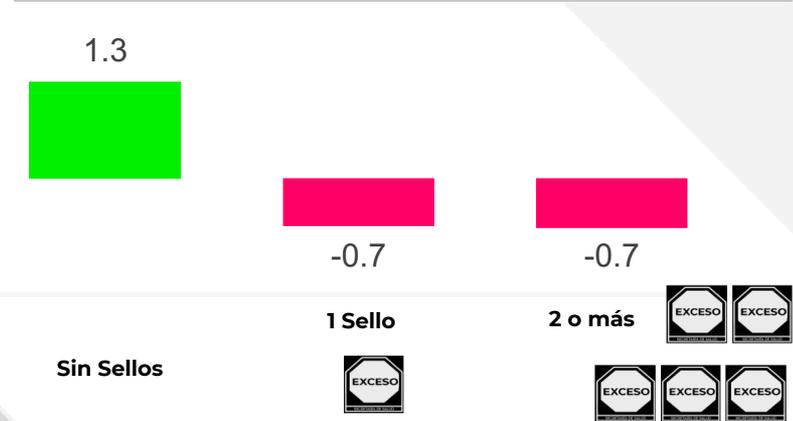


*Refresco, Chocolate Golosina, Pastelitos, Galletas, Botanas, Chocolate malvavisco y Cacahuates

Despensa sin sello con crecimiento desde 2019, castiga a las Marcas con sellos



Variación vs año pasado - Mix Valor%



 **63%** de los ítems **no tienen sellos**



A diferencia de Snacking, hay una mayor presencia de opciones sin sello, lo que facilita el intercambio

MIX Valor **83%** **5%** **12%**

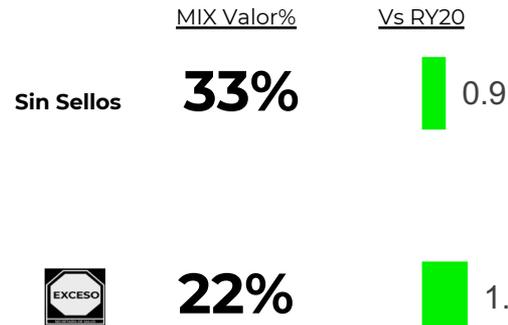
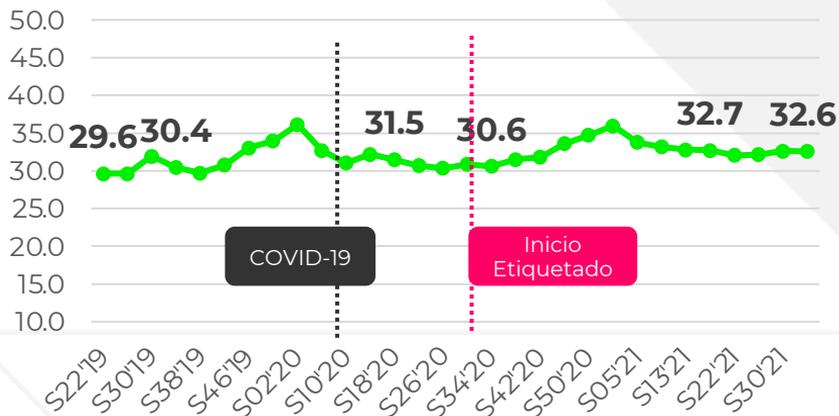
Marcas sin sello con un mejor desempeño

*Atún, Tortilla, Sopas, Pan Molido, Pan de Caja, Consomé y Crema
Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Desayuno premia una menor cantidad de sellos

55% del valor se genera en Marcas con menos de 1 sello

MIX VALOR – DESAYUNO SIN SELLO



Lácteos genera **90% de crecimiento**



Igual que despensa, desayuno sin sello gana importancia desde 2019



77% de los ítems **tienen por lo menos 1 sello**



Exceso de azúcares y exceso de calorías, los sellos más comunes en ítems de desayuno



30% -2.1



Lácteos genera **40% de contracción**



15% -0.6

*Leche en Polvo, Leche Saborizada, Yogurt, Pan Dulce, Cereales, Café, chocolate de mesa y Jugos

Hallazgos y estrategias para hacer frente al etiquetado

Intercambio de productos sellados a no sellados, principalmente NSE Alto y Medio

Sobresale la diferencia en indicadores de compra para sellados

Productos para Niños y productos con connotación Healthy con mayor afectación



Conoce a tu consumidor

Entender reacciones ante el etiquetado.

Comprender qué se debe comunicar.

¿Hacia dónde se dirige el gasto?

El % de productos sin sello ha incrementado, así como la reducción en cantidad de sellos

Categorías Altamente Selladas con **coeficiente de -1.04 de 4 a 5 sellos**

Categorías Medianamente Selladas con **coeficiente de -0.46 con 1 sello**



Desarrolla tu portafolio

Explora opciones más saludables que no tengan sellos, o que tengan menos.

3 sellos mantiene crecimientos en contexto de Indulgencia

Productos dirigidos a niños que tienen sello tienen mayor afectación que los sellados en general, exceptuando la indulgencia



Refuerza tus credenciales

Maximiza los atributos de sabor.
Reformulaciones.

La diferencia de precio entre sellados y no sellados es en promedio de 16%

Conforme incrementa el tier de precio, la tolerancia a los sellos es menor



Optimiza tu estrategia de precios

Mantén un precio asequible.
Descuentos temporales.
Ofertas.