

NIQ



PREFERENCIAS DEL CONSUMIDOR EN TIEMPOS DE RECUPERACIÓN A DOBLE DÍGITO

Milagros Bin
Retail Manager

02/07/2025

NIQ



THE BIG PICTURE

Datos Macroeconómicos y Tendencias LATAM

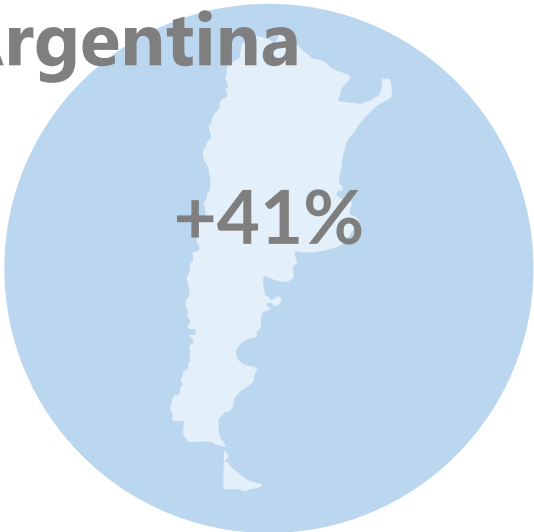
TENDENCIAS LATAM

YTD Mayo 25

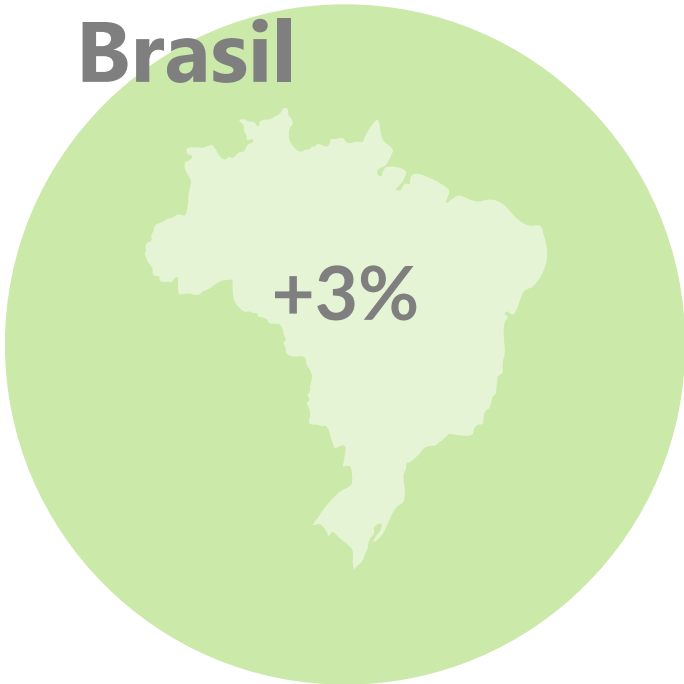
Unidades



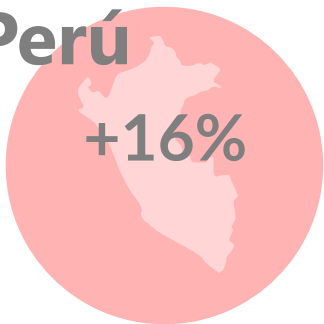
Argentina



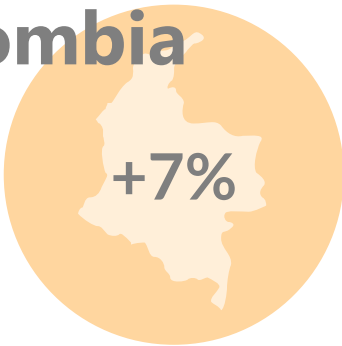
Brasil



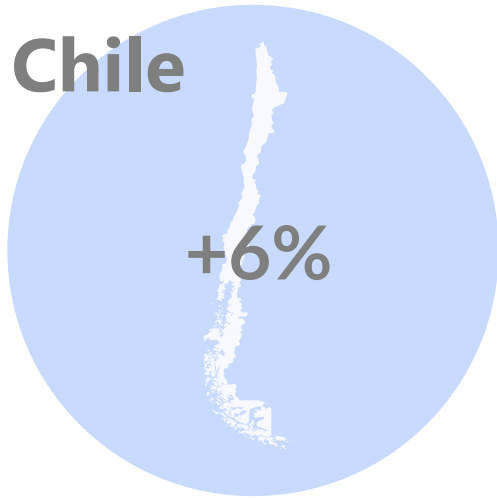
Perú



Colombia



Chile



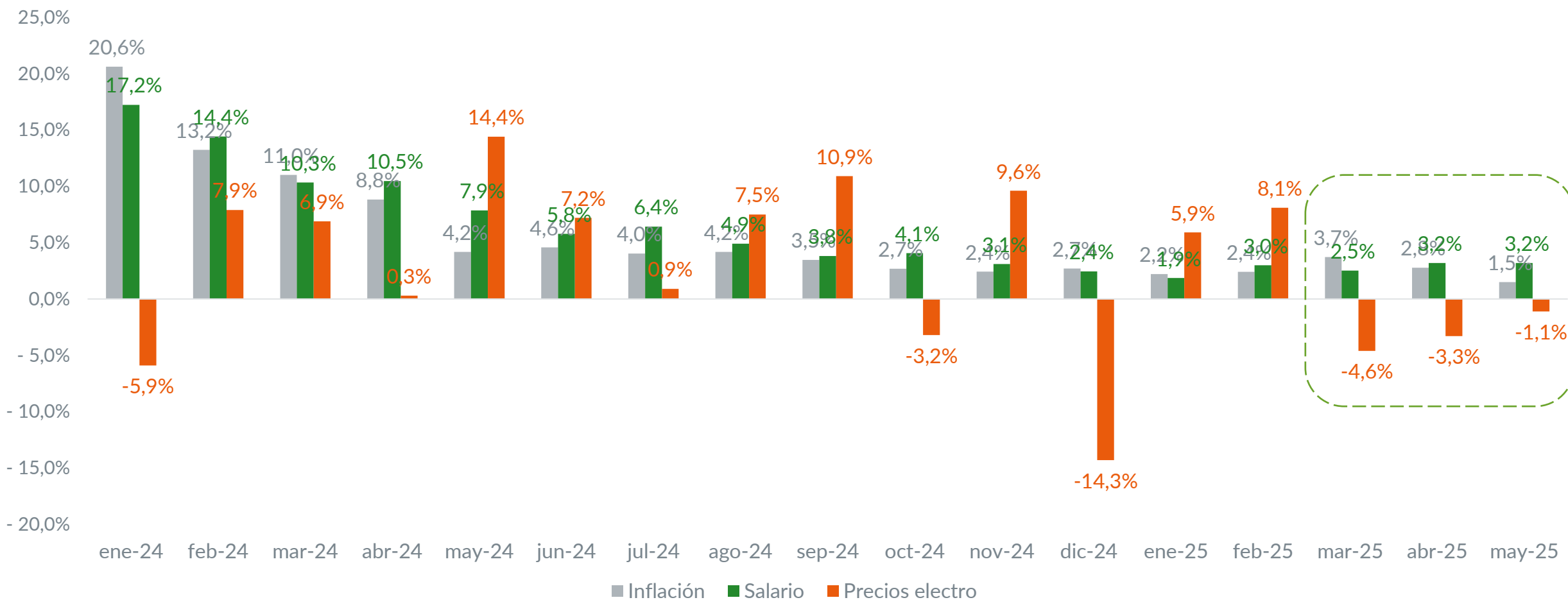
Impulsando la recuperación...

La industria de **Bienes Durables** comenzó a mostrar signos de recuperación antes que otras industrias.



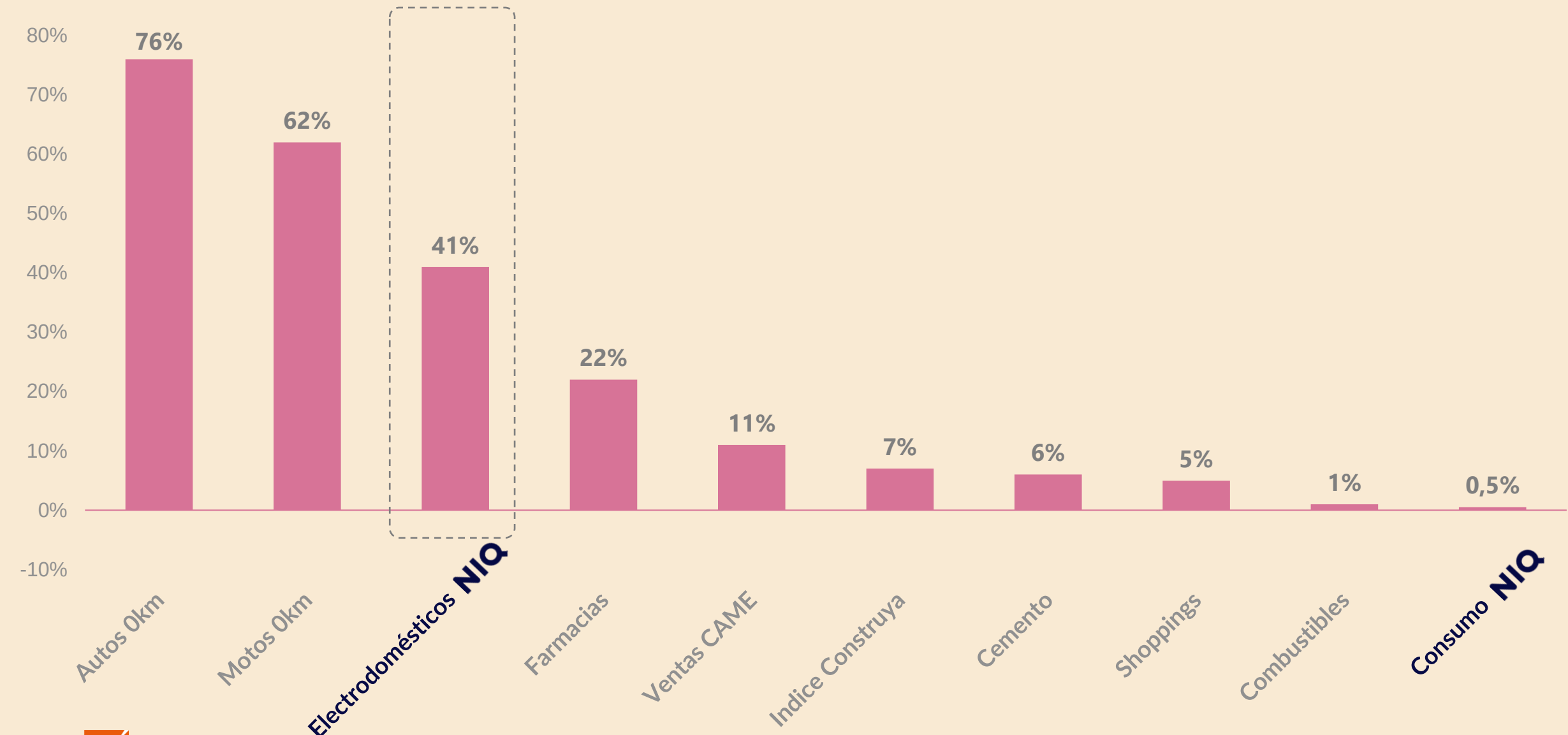
MERCADO TOTAL

Variación intermensual de inflación y salarios vs precio promedio T&D



Dinámica del Consumo durante 2025: ¿Qué pasó más allá del mercado de Electrodomésticos?

YTD Mayo 2025 – Variación Ventas Reales/Units





Consumo YTD
+0,5%



Bebidas YTD
-0,8%



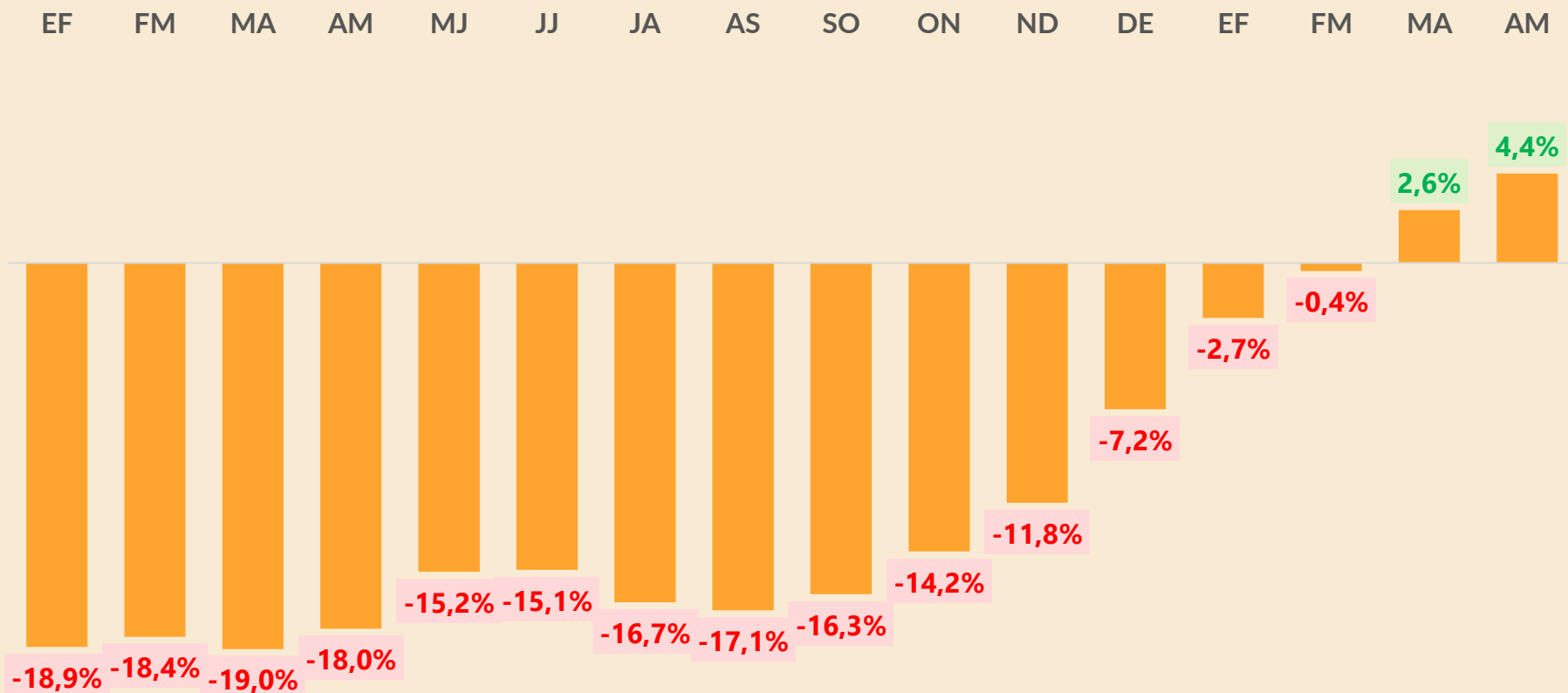
Alimentos YTD
+0,6%



Cuidado personal
y limpieza YTD
+3,5%

CONSUMO MASIVO

Consumo variación PY Unidades





T&D

Resultados Electro YTD 2025 ENERO - MAYO

MERCADO TOTAL T&D

Evolución anual en miles de unidades. Variación PY

Sin Marketplace

YTD 23

YTD 24

YTD 25

9.623

6.310

9.040

5%

-34%

43%

MERCADO TOTAL T&D

Variación PY en unidades

Ene25

Feb25

Mar25

Abr25

May25

3.233

2.674

2.867

2.625

4.379

47%

57%

58%

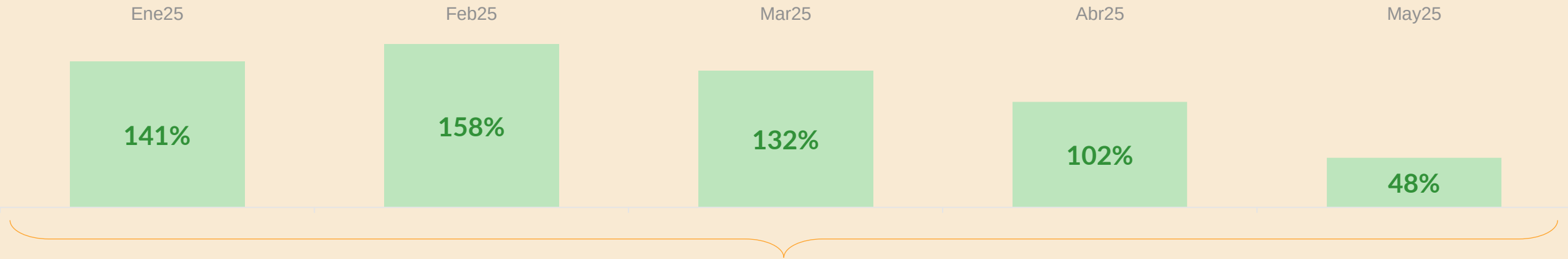
43%

21%

YTD mayo 25 +41%

MERCADO TOTAL T&D

Variación PY en facturación



YTD mayo 25 +102%

Evolución precio promedio. Variación PY.

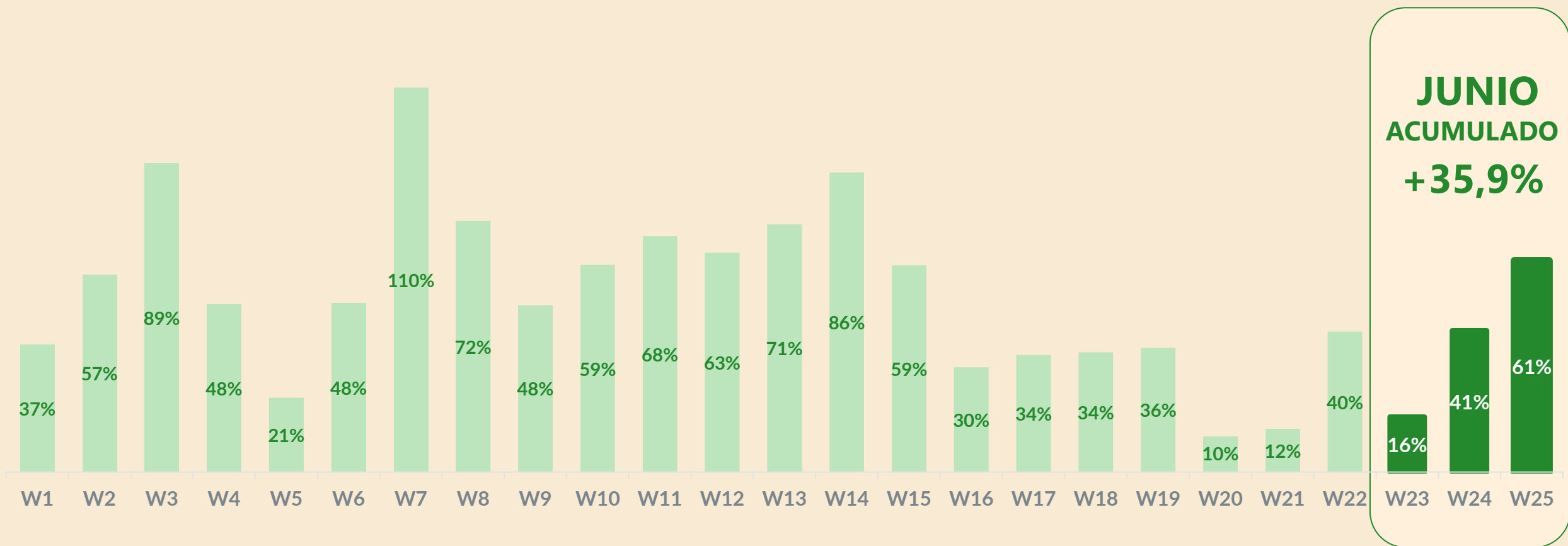


YTD mayo 25 +43%

MERCADO TOTAL T&D

Variación semanal 2025 en unidades

Sin Marketplace



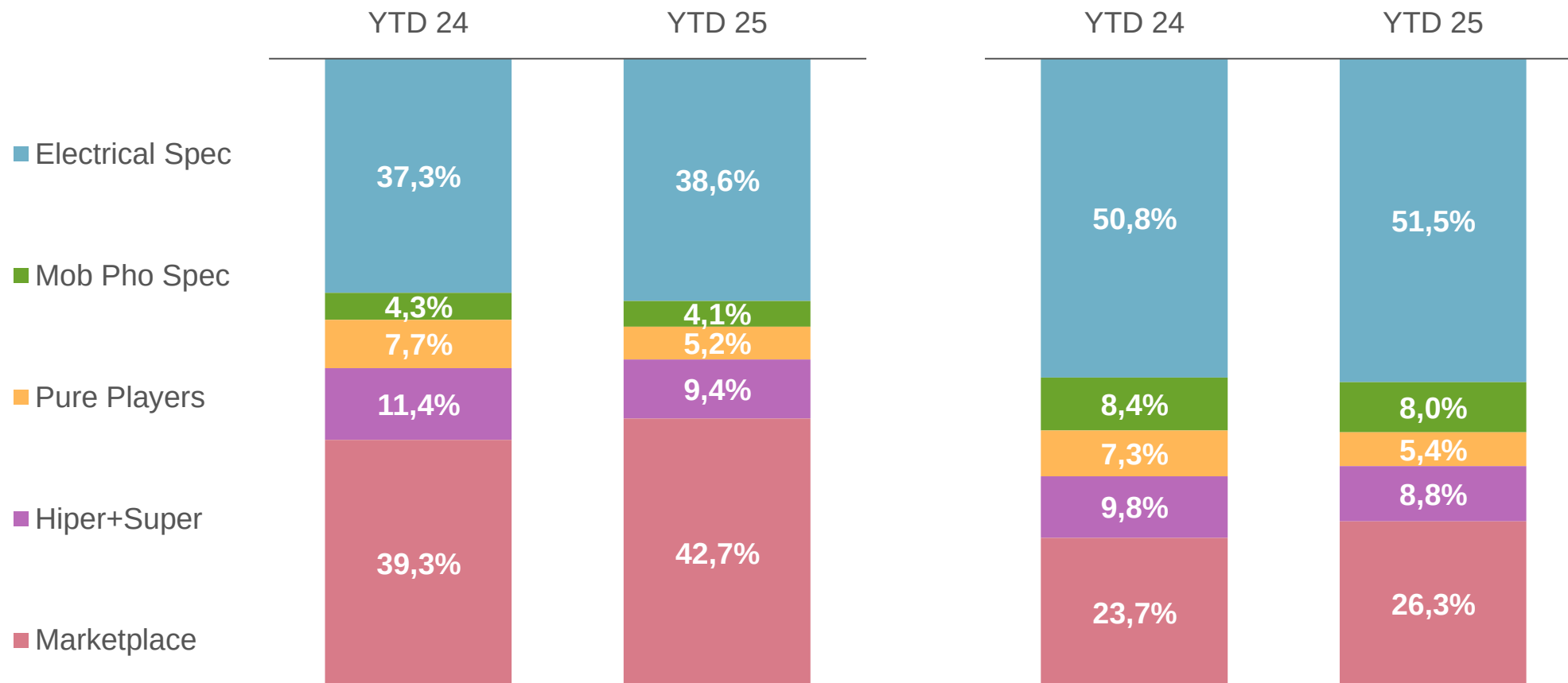
Canales y Regiones

CANALES

Participación YTD Mayo 25

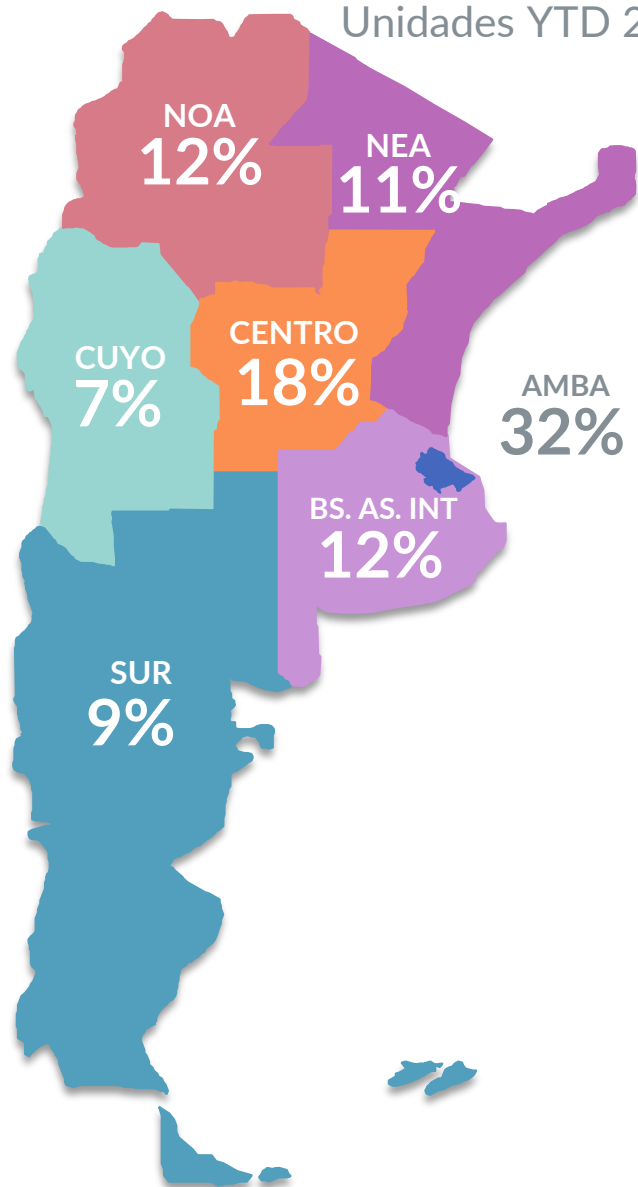
Unidades

Facturación



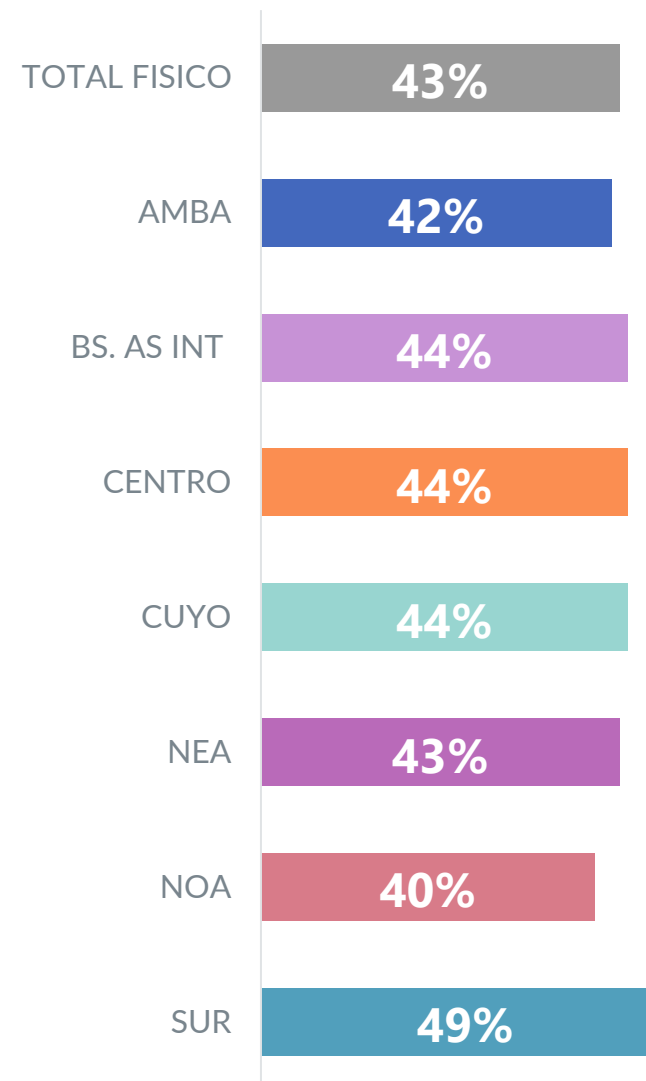
MIX REGIONES

Unidades YTD 25

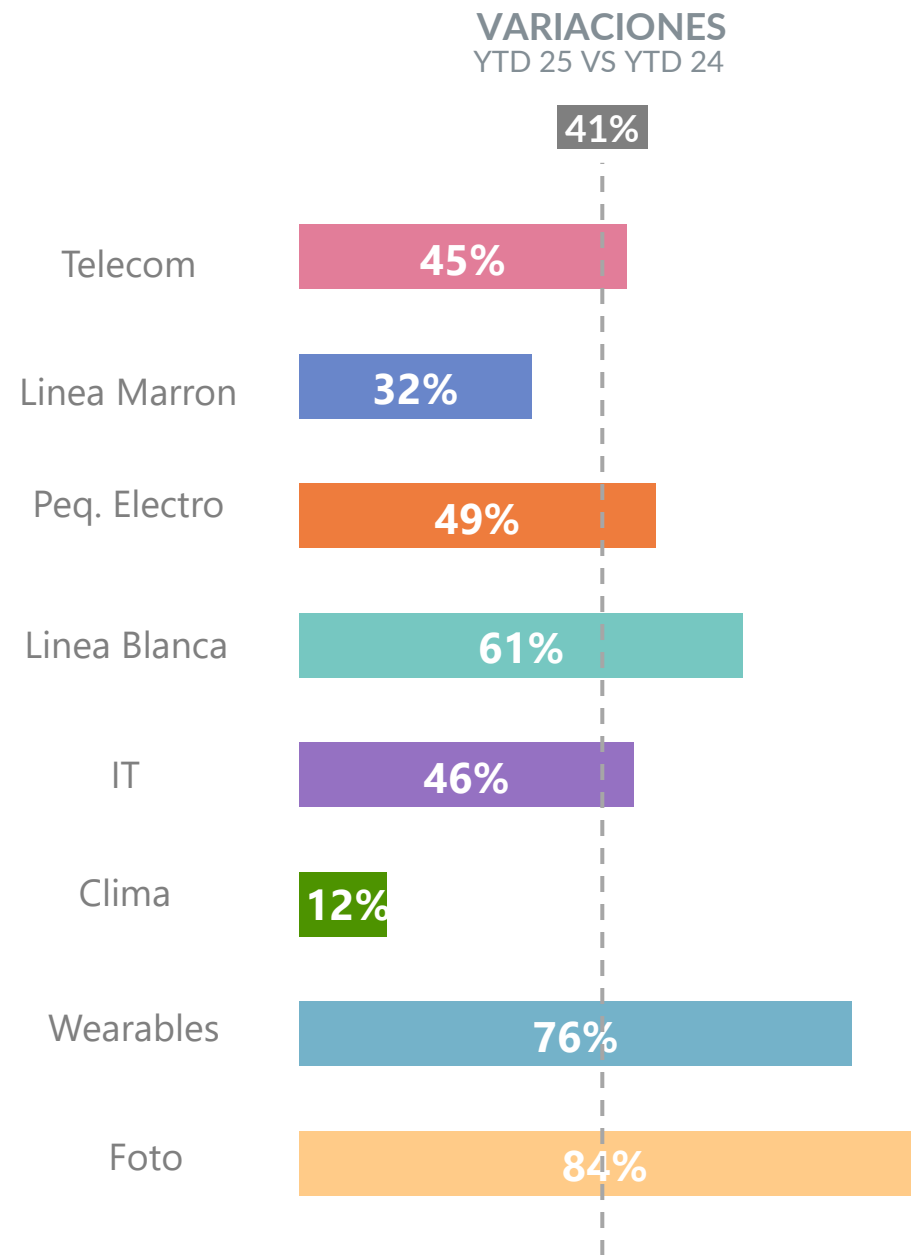
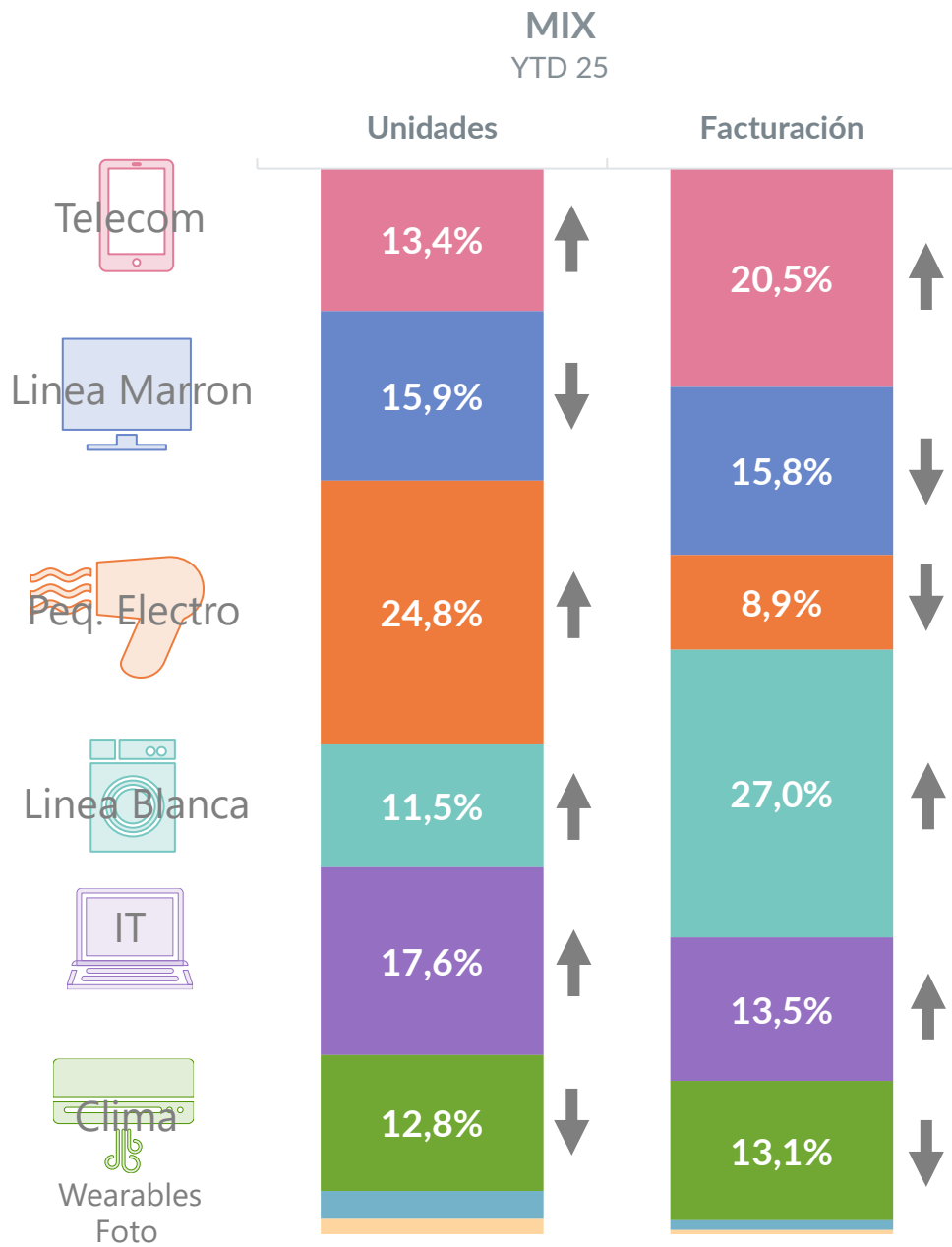


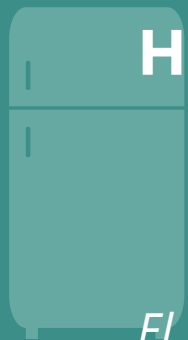
VARIACIONES

YTD 25 VS YTD 24



Sectores y Categorías



**HELADERAS****+90%**

Unidades

El **34%** del surtido
son **ITEMS nuevos**

Las heladeras **No Frost** crecen
143% y representan el 57% de la
facturación (+10pp)

Side by Side y **+3 Puertas**, son
los segmentos que más crecen
Representan el **11%** de la \$
(+5,3pp)

**LAVARROPAS****+72%**

Unidades

El surtido aumentó **61%**

El segmento **Lavasecarropas**
crece por encima de la
categoría, y reúne el **12%** de
la facturación (+3,7pp)

**COCINAS****+57%**

El surtido aumentó 23%

**FREEZERS****+94%**

El surtido aumentó 23%

**SECARROPAS****+251%**

El surtido aumentó 40%



FREIDORAS

+367%
Unidades

*Categoría con mayor crecimiento
de unidades vs 2024*

*El **80%** de los items que componen
el surtido son nuevos*



ASPIRADORAS

+72%
Unidades

*El segmento **Robot** es el **2do** más
vendido en unidades, escalando dos
puestos vs YTD 24*

*Reúne el **20%** de la venta en unidades
y **40%** en facturación (+6pp)*



CAFETERAS

+72%
Unidades

*Las cafeteras **Espresso** crecen
+7pp en el mix en unidades y son
el segmento número **1** en
facturación (86%)*

**NOTEBOOKS****+94%**

Unidades

El canal Marketplace y los especialistas impulsan el crecimiento de la categoría con productos de precios menores a los 400usd.

**COMPUTADORAS
DE ESCRITORIO****+160%**

Unidades

*El segmento GAMING representa el **50%** de la facturación de la categoría y un **43%** de la venta en unidades*

**IMPRESIÓN****+105%**

Unidades

***Impresoras Multifunción** concentran el **75%** de la facturación*

**TABLETS****+111%**

*Las pulgadas **>10** concentran el **65%** de las unidades, creciendo **15pp** en el mix vs YTD 24.*

Telecom

+45%
vs YTD 24



SMARTPHONES

+46%

Unidades

Es la categoría **más vendida** en unidades y facturación

Ganan **5 puntos** de participación los celulares con precio promedio en dólares mayor a **USD 400**

El **50%** de modelos vendidos en el 2025 son ITEMS nuevos

Linea Marrón

+32%
vs YTD 24



TV

+42%

Unidades

Es la segunda categoría en el ranking de facturación

Crecimiento apalancado por el rango de **54 a 60** pulgadas

Las pulgadas mayores a **75"** ganan **2pp** en facturación en el mix de la categoría y representan el **8%**

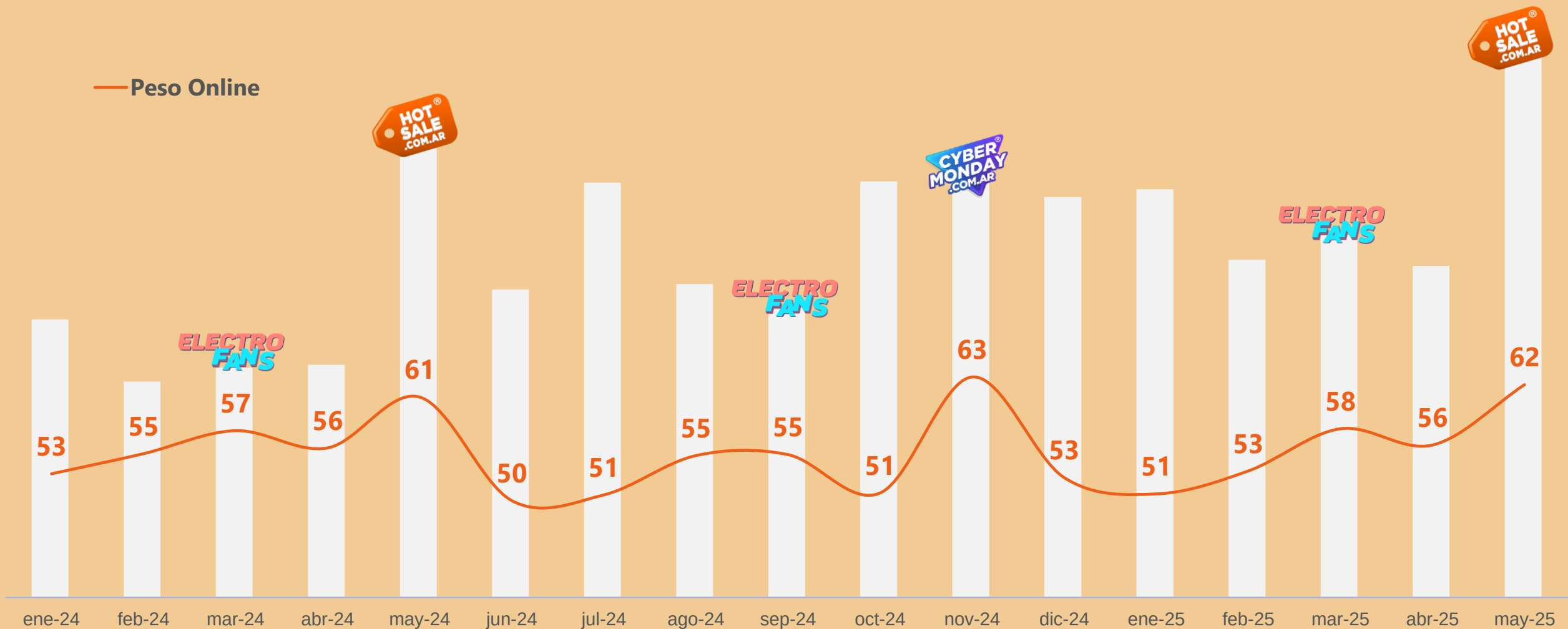
El **38%** de modelos vendidos en el 2025 son ITEMS nuevos

TENDENCIAS ONLINE

La evolución del Ecommerce

MERCADO TOTAL

Peso del Online y elasticidad a los eventos especiales en unidades



LATAM

YTD Mayo 25
Facturación



Peso del ONLINE

Brasil

47%

Chile

47%

Argentina

46%

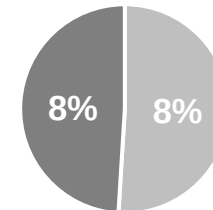
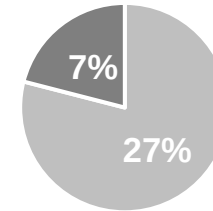
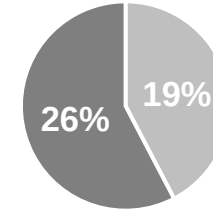
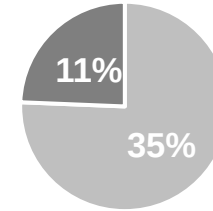
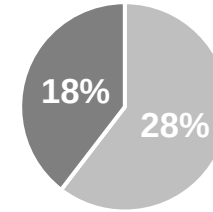
Peru

34%

Colombia

15%

1P 3P



ONLINE

Peso del Online Unidades

Variación PY

TOTAL YTD 24

57%

TOTAL YTD 25

56%

40%

Telecom

44%

51%

Linea Marron

59%

27%

Linea Blanca

33%

59%

Peq. Electro

56%

50%

IT

81%

39%

Clima

46%

8%

Wearables

84%

79%

Foto

88%

89%

El **63%** de las personas usa su celular para comprar online.

HOT SALE 2025

Semana 20

Variaciones

Unidades HS25 vs HS24 HS25 vs CM24

MT +10% +10%

ON +22% +14%

OFF -2% +5%

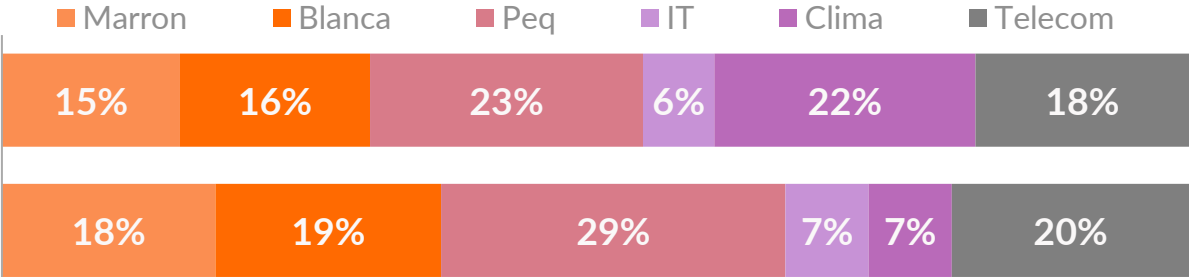
Sectores y Ranking Categorías

MIX
SECTORES

Unidades

HS 24

HS 25

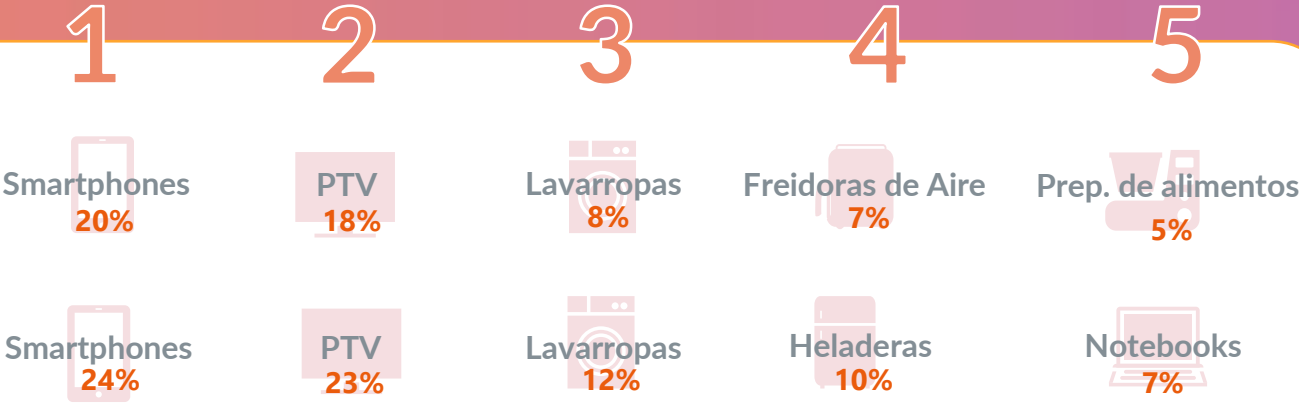


Unidades

Peso sobre el volumen total

Facturación

Peso sobre la facturación total



OVERVIEW T&D

Conclusiones

OVERVIEW T&D

YTD Mayo 25

El mercado de *electrodomesticos* creció un **41%** en unidades, apalancado por mayor surtido, desaceleración en los precios y mayor financiación.

Los puntos de ventas físicos crecen por encima del promedio, **43%** en unidades. En términos de canales, los **Especialistas** y los **Marketplaces** son los que ganan participación respecto al año pasado.

Los sectores con mayor crecimiento son **Línea Blanca, Pequeños, IT y Telecom**, mientras que Línea Marrón y Climatización crecen por debajo del promedio.

El canal online representa el **56%** de las unidades vendidas del mercado. Siendo los Marketplaces el 76% del total la venta online.

Muchas gracias!

NIQ

