



Agosto 2020



COVID-19

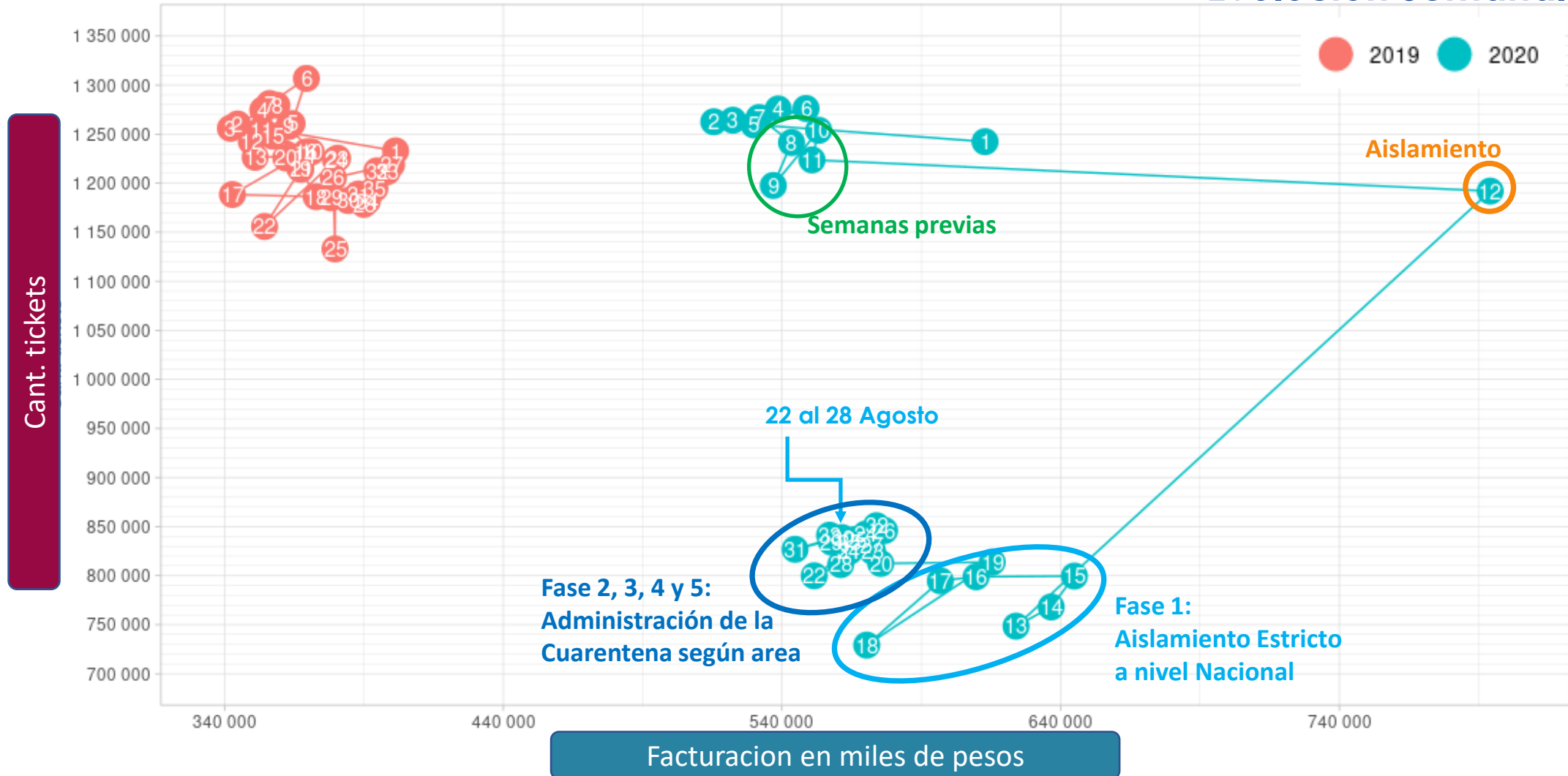
Tendencias en el Autoservicio

HIGHLIGHTS

- Se mantuvo estable la facturación promedio semanal de los Autoservicios durante Ago'20 muy alineado a los niveles de las semanas de Jul'20; igualando los niveles de las semanas previas al inicio del Aislamiento Obligatorio
- Durante las 4 semanas de Agosto el valor del ticket y la cantidad de unidades se mostraron estables, \$457 fue el gasto promedio llevando 5,8 unidades en la ultima semana
- Agosto 2020 cierra con una caída en consumo del -6,7% profundizándose aun mas la retracción del mes anterior, si bien el saldo es positivo +2,3% en el acumulado de los primeros ocho meses del 2020. Sin embargo por formato esta tendencia YTD es distinta: los mas negocios mas pequeños presentan un caída del -5,8% en tanto los mas grandes crecen al doble de tasa vs el promedio
- En Metropolitana e Interior se profundiza la caída en consumo por tercer mes consecutivo; Metropolitana quiebra la tendencia de variaciones mas favorables vs Interior en el ultimo mes, cayendo -8,7% en Ago'20
- El alza de precios en el ultimo mes fue del 3,6% vs mes anterior, esto nos deja con una inflación acumulada del 19,1%. Golosinas y Bebidas con Alcohol quienes mayor corrección de precios han registrado en el ultimo mes
- Crecen categorías Indulgentes como Helados, DDLeche además de Otras Harinas como Mandioca, Almidón de Maíz mientras retroceden algunas de las Básicas en Alimentos: Arroz, Azúcar, Harina de Maíz y Salsas de Tomate. En Bebidas persiste con una mejor tendencia de Gin, Aperitivos, Cervezas de hasta 500, Aguas y Jugos en Polvo mientras en Limpieza y Cuidado Personal siguen dinamizando las categorías vinculadas a los cuidados COVID-19

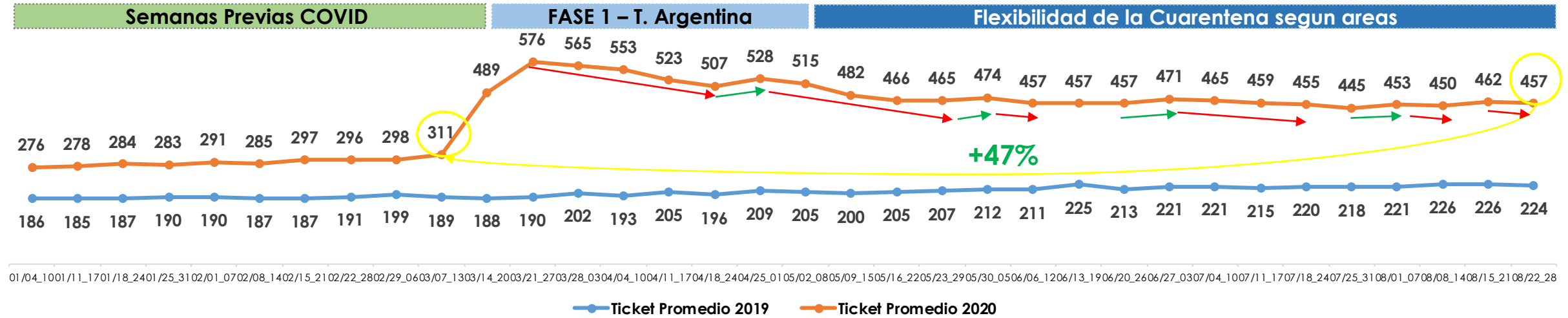
Se mantuvo estable la facturación promedio semanal de los Autoservicios durante Ago'20 muy alineado a los niveles de las semanas de Jul'20; igualando los niveles de las semanas previas al inicio del Aislamiento Obligatorio

Evolución Semanal

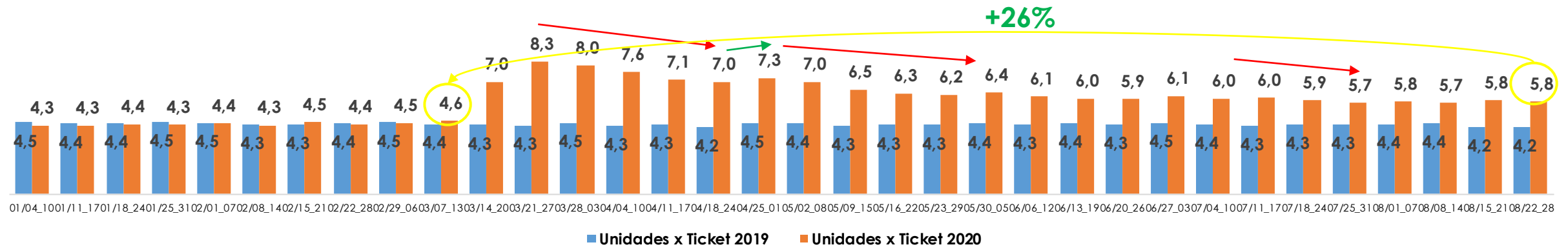


Durante las 4 semanas de Agosto el valor del ticket y la cantidad de unidades se mostraron estables, \$457 fue el gasto promedio llevando 5,8 unidades en la ultima semana

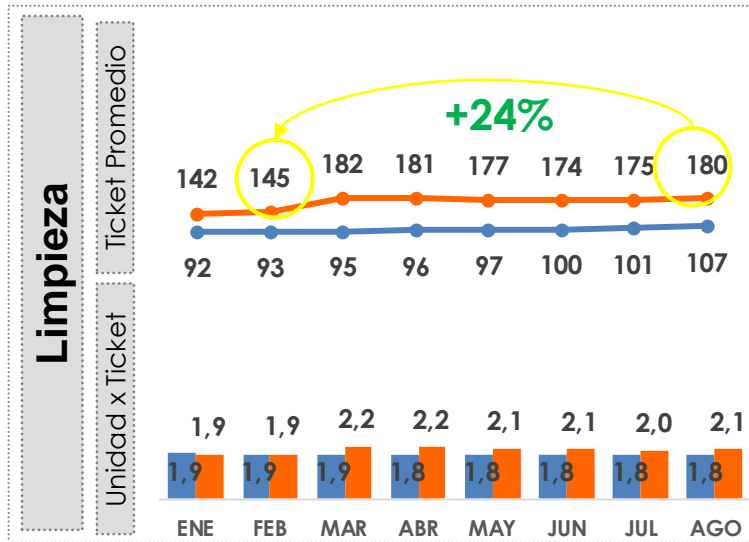
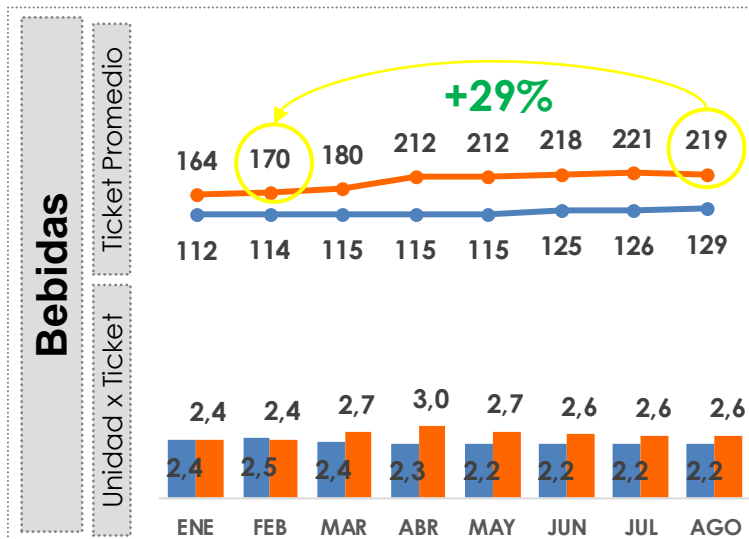
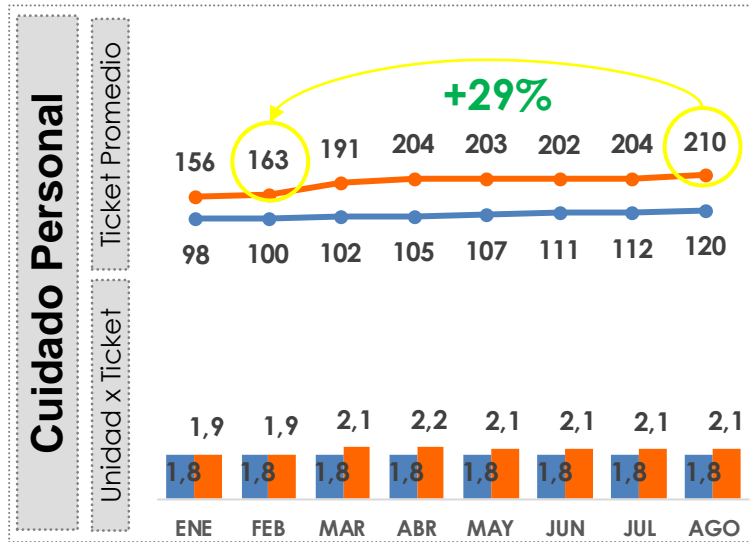
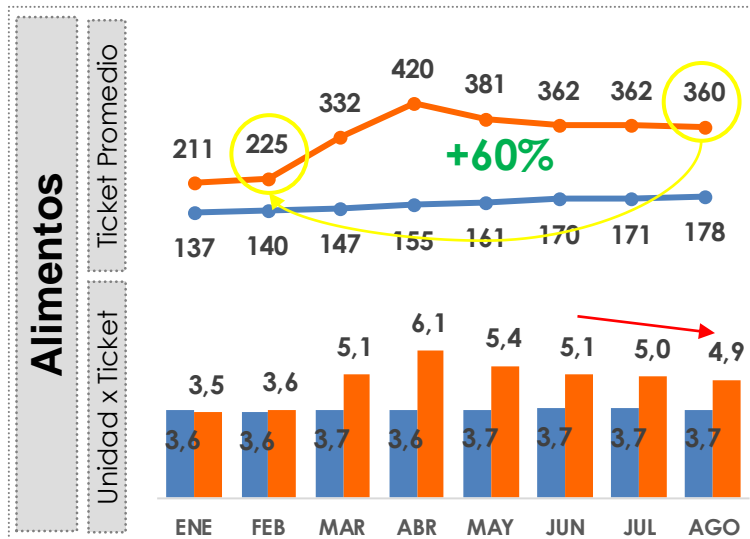
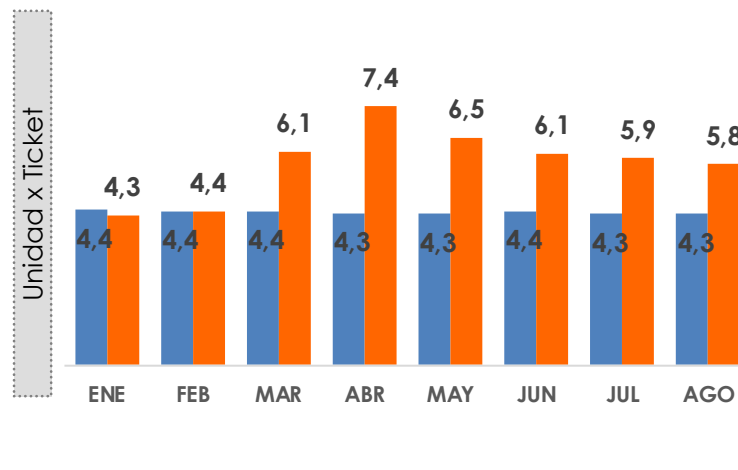
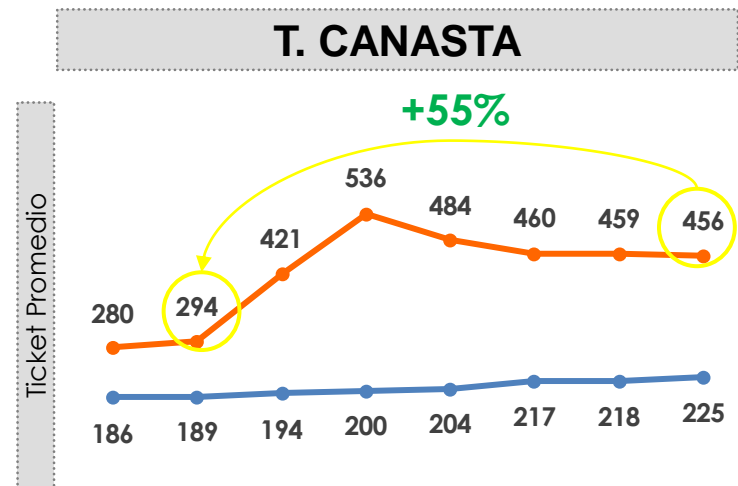
Evolución del Ticket Promedio Productos Empaquetados (Food)



Evolución de Unidades por Acto de Compra Productos Empaquetados (Food)



El ticket de compra de Alimentos es el que mas creció en valor y unidades a partir del aislamiento obligatorio, y se mantiene con la mayor variación Ago'20 vs Feb'20 si bien por 3er mes consecutivo se ve una merma en la cantidad de unidades



El efecto COVID-19 cambio la relevancia de lo facturado en el canal, Alimentos quién mas favorecido se vio con un crecimiento de +2,1% en el YTD, seguido por Limpieza +0,8%; retrocediendo Bebidas -3,2% en el mismo período, desacelerando la caída en la var. interanual

Importancia en Facturación de las Familias

| YTD'19 | | |
|---------------------|-------------------|---------------------------|
| Alimentos 60,09% | Bebidas 23,38% | Cuidado Personal 8,99% |
| | | Limpieza 7,54% |

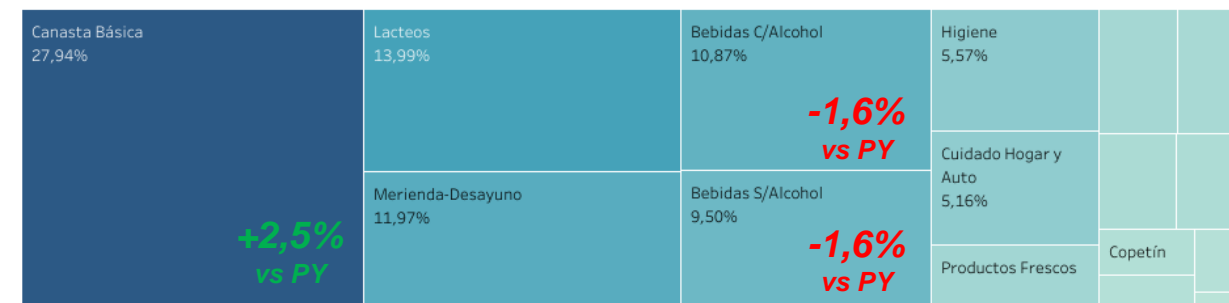
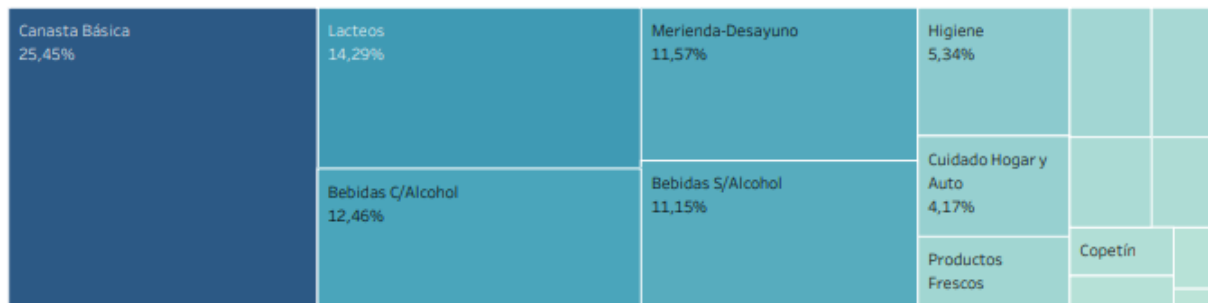
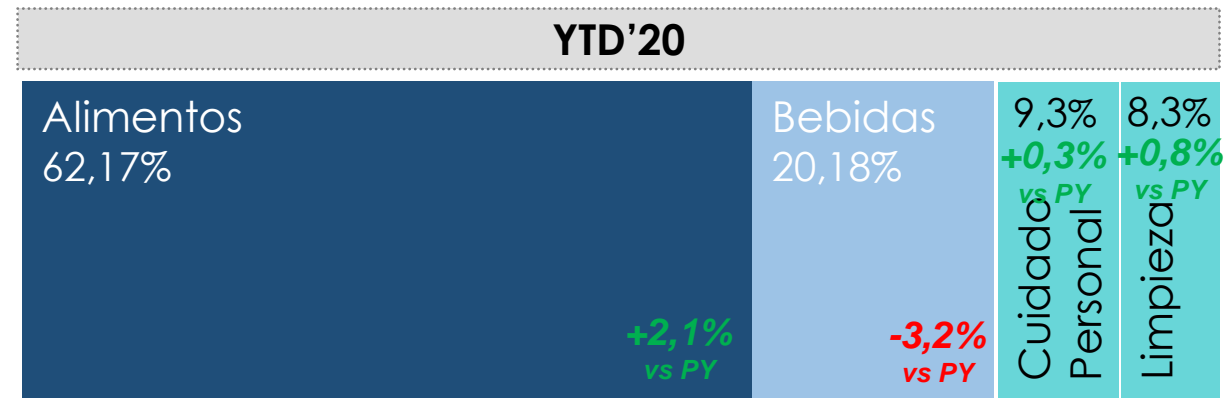
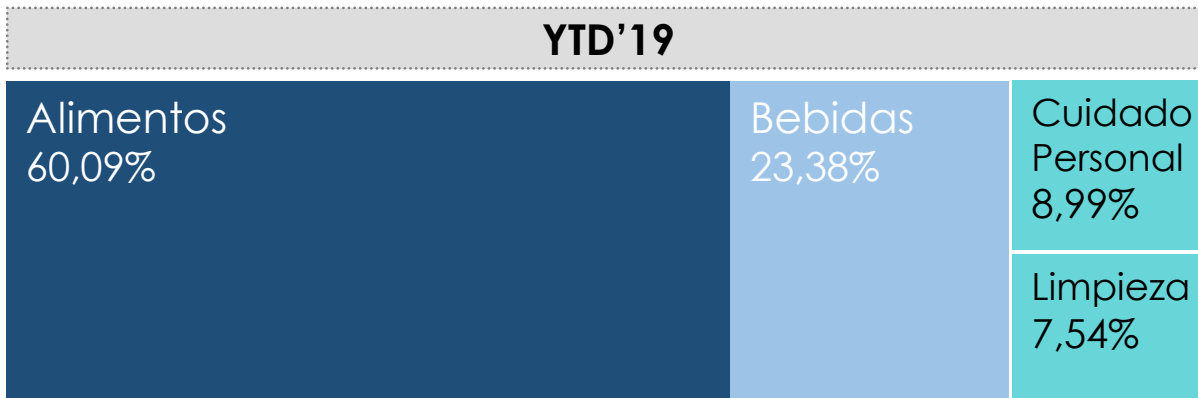
| YTD'20 | | | |
|---------------------|--------------------|--|--|
| Alimentos 62,17% | Bebidas 20,18% | Cuidado Personal 9,3% +0,3% vs PY | Limpieza 8,3% +0,8% vs PY |
| +2,1% vs PY | -3,2% vs PY | | |

| AGOSTO'19 | | |
|--------------------|------------------|--------------------------|
| Alimentos 61,9% | Bebidas 22,2% | Cuidado Personal 8,7% |
| | | Limpieza 7,2% |

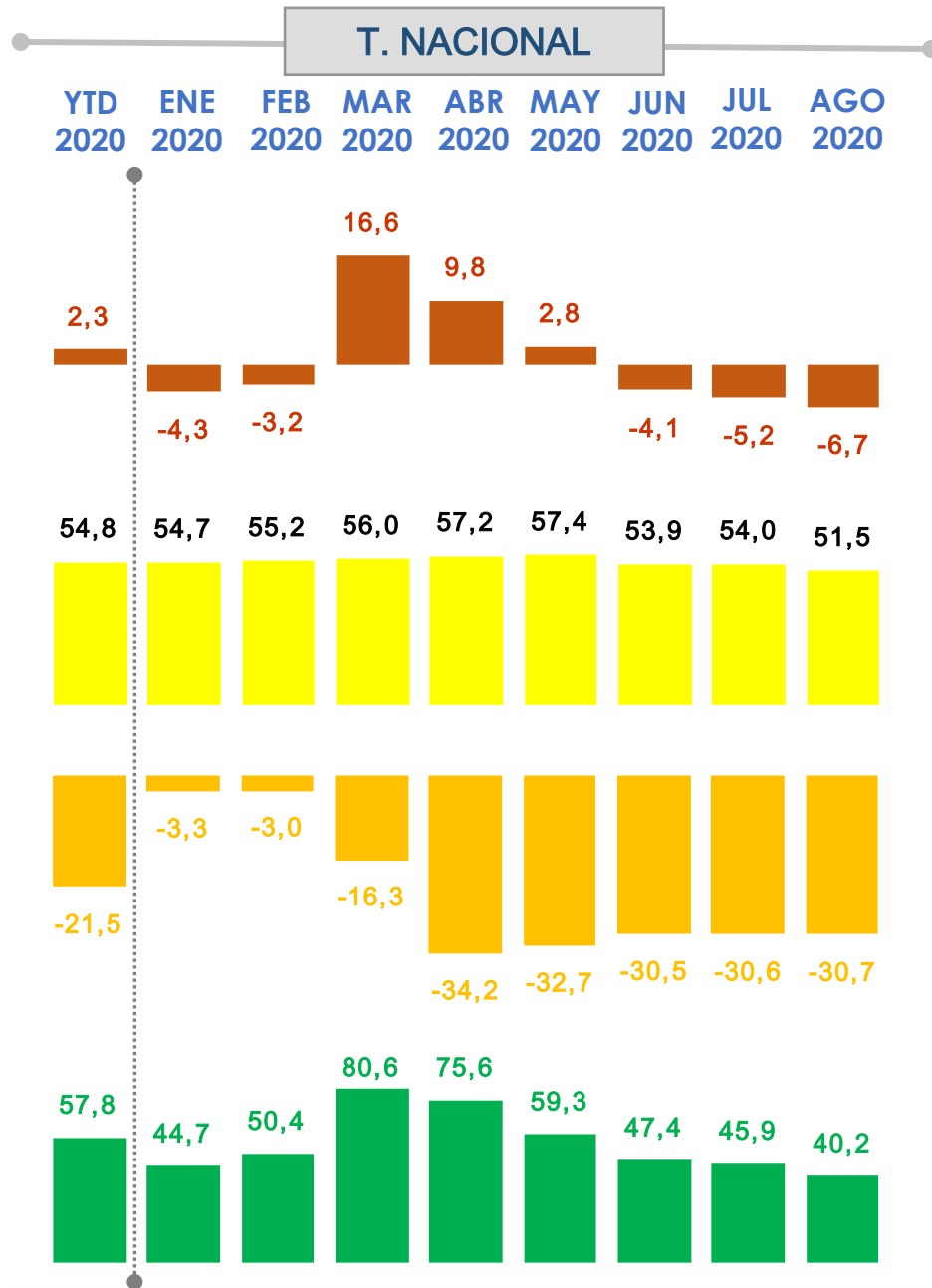
| AGOSTO'20 | | | |
|--------------------|------------------|--|--|
| Alimentos 64,3% | Bebidas 19,1% | Cuidado Personal 9,1% -3,1% vs PY | Limpieza 7,5% +0,3% vs PY |
| +2,4% vs PY | | +0,4% vs PY | |

Canasta Básica es quien apalanca el crecimiento de Alimentos; mientras las Bebidas sin Alcohol y con Alcohol aportan por igual a la caída del T. Bebidas

Importancia en Facturación de las Familias



Variación % respecto igual período año anterior



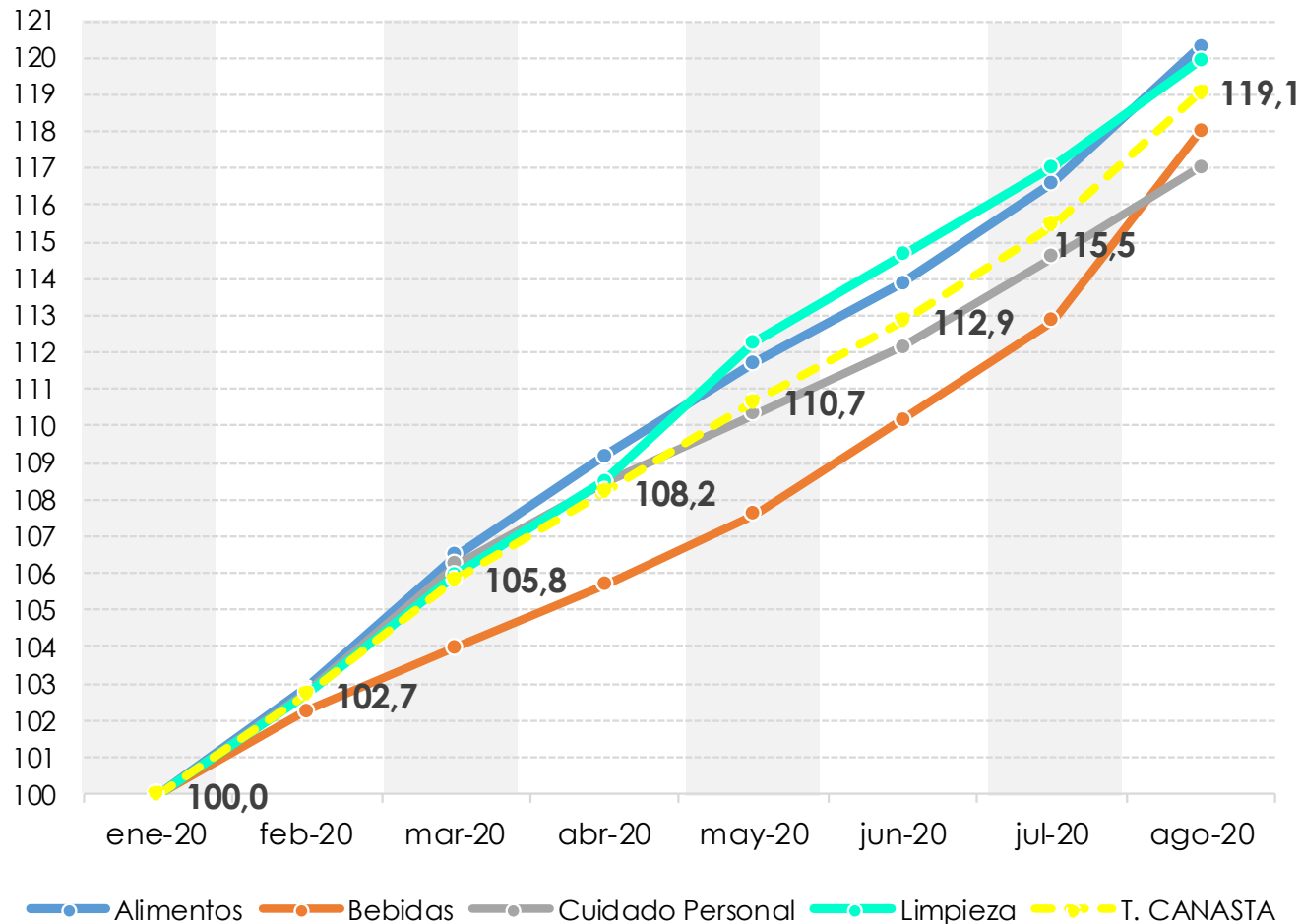
EFECTO COVID-19

- Agosto 2020 muestra una contracción en consumo del -6,7%, tercer mes consecutivo con caída, acelerando las tasas; a pesar de esto el YTD aun mantiene un saldo positivo del +2,3% vs el año anterior
- Persiste la caída en cantidad de transacciones, que evidencian la menor visita al autoservicio manteniéndose en niveles del -30,7%

El alza de precios en el último mes fue del 3,6% vs mes anterior, esto nos deja con una inflación acumulada del 19,1% para los primeros 8 meses del año. Golosinas y Bebidas con Alcohol quienes mayor corrección de precios han registrado en el último mes

Incremento de precios 2020 | Base 100=Ene'20

Canasta Comparable 5.000 items



| Ranking Top Alza Variación de Precios | | | |
|---------------------------------------|-------------------------|-------------|------------|
| | YTD'20 | AGO'20 | |
| 1 | Golosinas | 23,8 | 5,9 |
| 2 | Canasta Básica | 22,5 | 3,8 |
| 3 | Cuidado Hogar y Auto | 21,5 | 3,1 |
| 4 | Merienda-Desayuno | 21,3 | 4,0 |
| 5 | Higiene | 19,2 | 2,0 |
| | T. CANASTA | 19,1 | 3,6 |
| 6 | Bebidas C/Alcohol | 18,7 | 5,4 |
| 7 | Cosmética | 18,0 | 1,7 |
| 8 | Productos Frescos | 17,4 | 3,5 |
| 9 | Cuidado Oral | 16,4 | 2,0 |
| 10 | Copetín | 16,3 | 4,1 |
| 11 | Cuidado Capilar | 16,0 | 2,5 |
| 12 | Congelados | 15,0 | 2,1 |
| 13 | Accesorios Hogar y Auto | 14,4 | 2,1 |
| 14 | Bebidas S/Alcohol | 14,3 | 3,7 |
| 15 | Lacteos | 14,3 | 2,5 |
| 16 | Cuidado de la Ropa | 13,9 | 2,2 |
| 17 | Bebe | 13,7 | 4,7 |

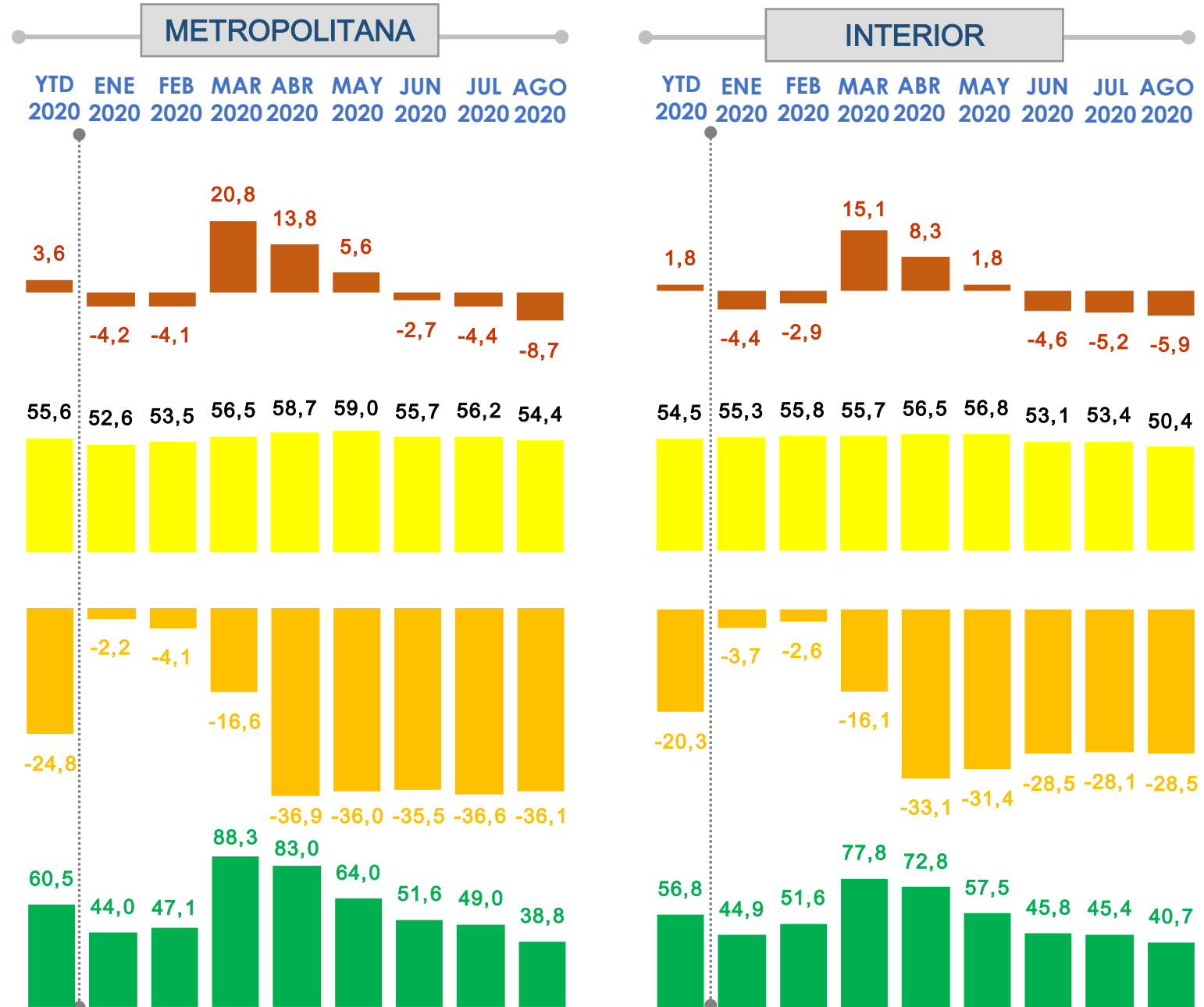
En el último mes las categorías con mayores incrementos de precios fueron Fiambres envasados, Cervezas, Chocolates además de categoría de canasta básica como Mate Cocido, Yerba, Otras Harinas, Salsas de Tomates.

| CATEGORIAS CON MAYORES SUBAS EN AGO20 | Ranking Top 20 Alza Var. Precios | | | Ranking Top Alza Variación de Precios | | | |
|---------------------------------------|----------------------------------|--------|--------|---------------------------------------|-------------------------|-------------|------------|
| | Categorías | YTD'20 | AGO'20 | | YTD'20 | AGO'20 | |
| 1 | Fiambres - Embutidos | 21,2 | 12,8 | 1 | Golosinas | 23,8 | 5,9 |
| 2 | Cervezas mas de 500 c | 12,3 | 12,0 | 2 | Canasta Básica | 22,5 | 3,8 |
| 3 | Chocolates | 21,7 | 8,5 | 3 | Cuidado Hogar y Auto | 21,5 | 3,1 |
| 4 | Frizzantes | 8,9 | 8,3 | 4 | Merienda-Desayuno | 21,3 | 4,0 |
| 5 | Cervezas hasta 500 cc | 7,1 | 7,5 | 5 | Higiene | 19,2 | 2,0 |
| 6 | Licores | 34,4 | 6,6 | | T. CANASTA | 19,1 | 3,6 |
| 7 | Vodka | 20,1 | 6,1 | 6 | Bebidas C/Alcohol | 18,7 | 5,4 |
| 8 | Whisky | 23,9 | 6,0 | 7 | Cosmética | 18,0 | 1,7 |
| 9 | Agua Saborizada | 8,3 | 5,7 | 8 | Productos Frescos | 17,4 | 3,5 |
| 10 | Mate Cocido | 24,4 | 5,7 | 9 | Cuidado Oral | 16,4 | 2,0 |
| 11 | Otras Harinas | 32,4 | 5,6 | 10 | Copetín | 16,3 | 4,1 |
| 12 | Yerba | 32,7 | 5,6 | 11 | Cuidado Capilar | 16,0 | 2,5 |
| 13 | paños y trapos sintetic | 25,8 | 5,5 | 12 | Congelados | 15,0 | 2,1 |
| 14 | Salsas | 20,6 | 5,5 | 13 | Accesorios Hogar y Auto | 14,4 | 2,1 |
| 15 | Vinos Comunes | 20,9 | 5,5 | 14 | Bebidas S/Alcohol | 14,3 | 3,7 |
| 16 | Postres | 13,7 | 5,5 | 15 | Lacteos | 14,3 | 2,5 |
| 17 | Vinos Finos | 18,7 | 5,4 | 16 | Cuidado de la Ropa | 13,9 | 2,2 |
| 18 | Café | 16,4 | 5,3 | 17 | Bebe | 13,7 | 4,7 |

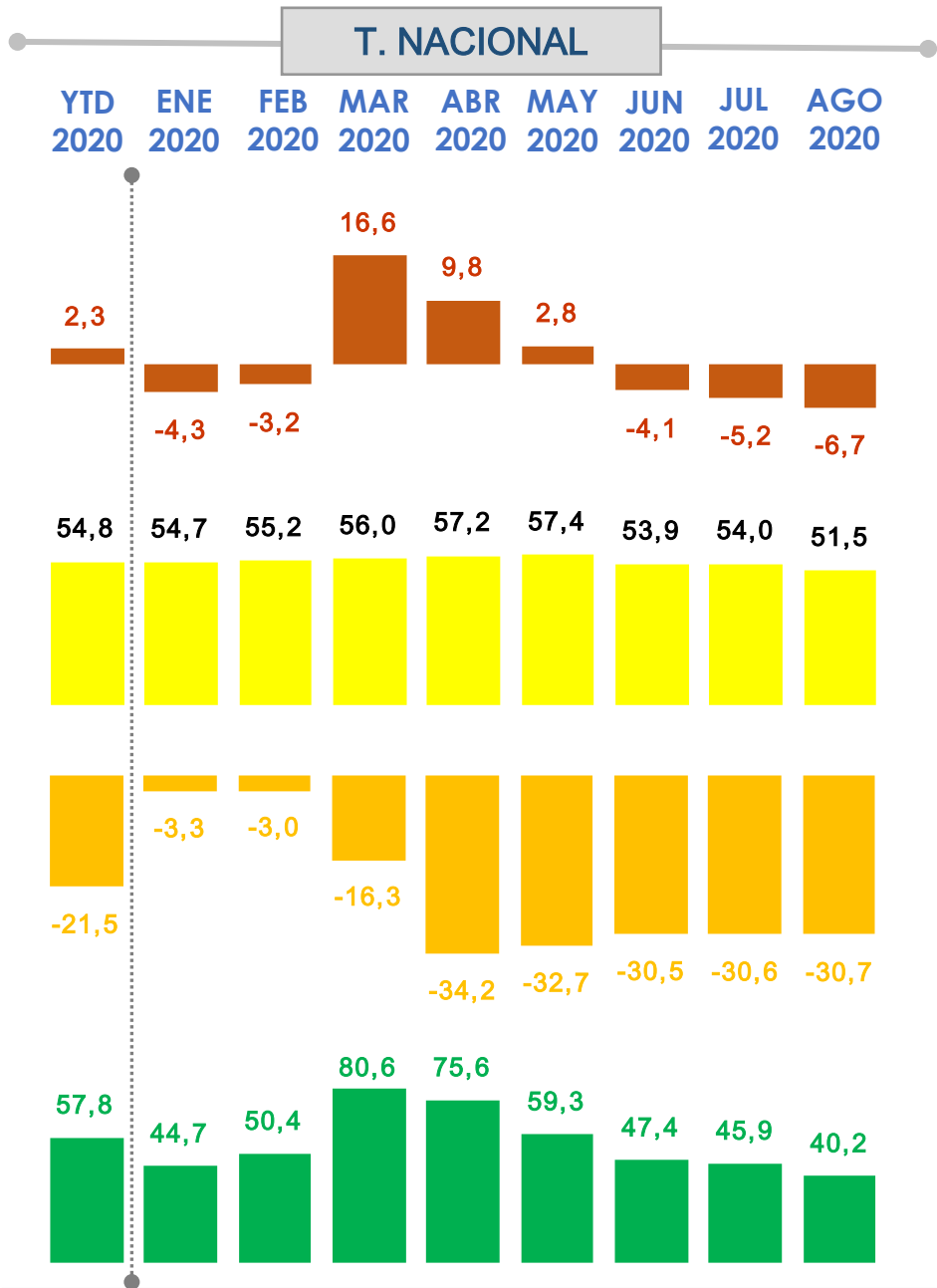
EFEECTO COVID-19

- En ambas áreas, se profundiza la caída en consumo por tercer mes consecutivo; Metropolitana quiebra la tendencia de variaciones más favorables vs Interior en el último mes, cayendo -8,7% en Ago'20
- Si bien, Metropolitana e Interior persisten con caídas en cantidad de transacciones, el Interior muestra tasas en el orden del -28% mientras en Metropolitana sigue estable por encima del -36%

Variación % respecto igual período año anterior

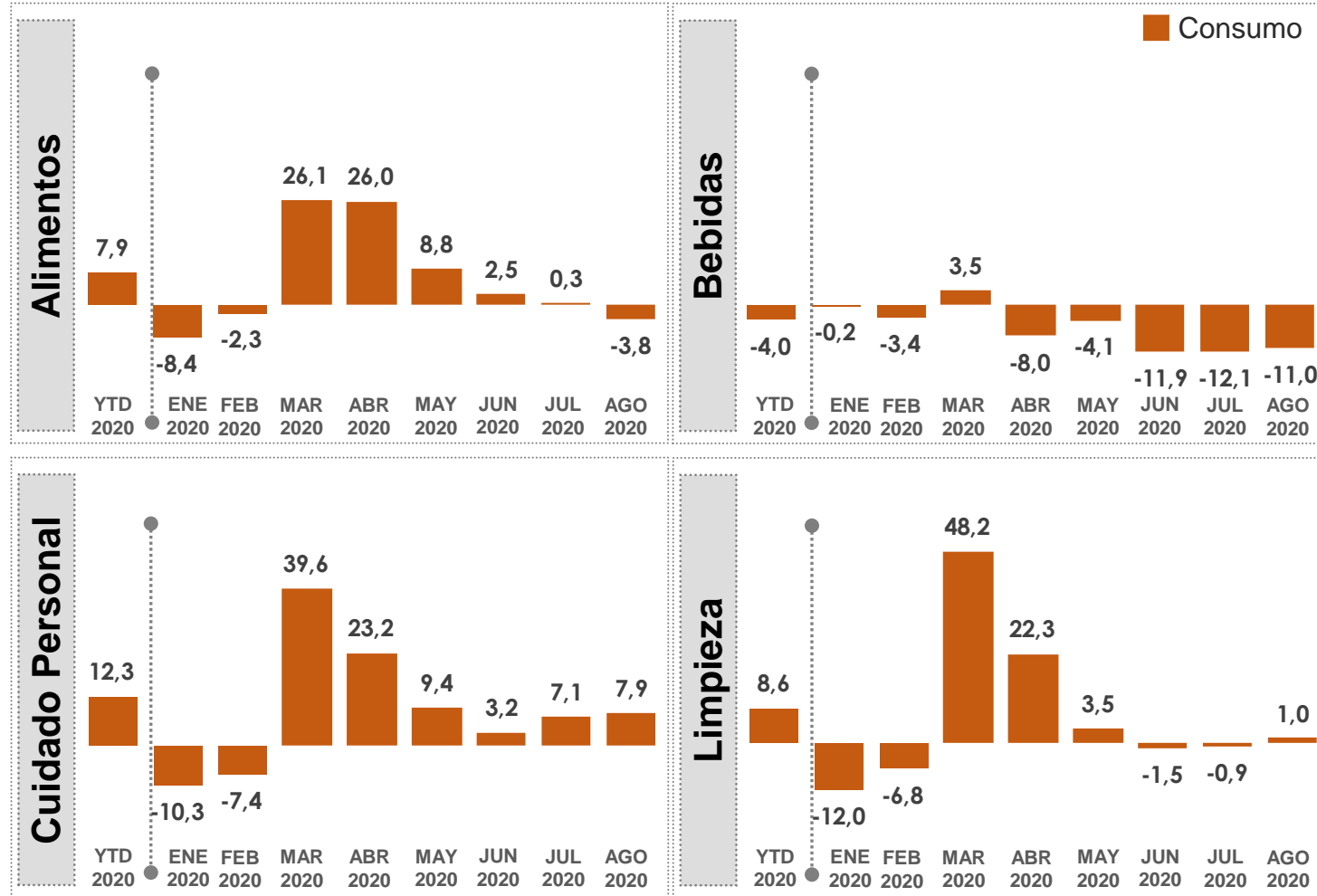


Variación % respecto igual período año anterior



Bebidas y Alimentos apalancan la caída al total Canasta durante el último mes; Cuidado Personal y Limpieza mantienen tasas positivas

Variación % respecto igual período año anterior

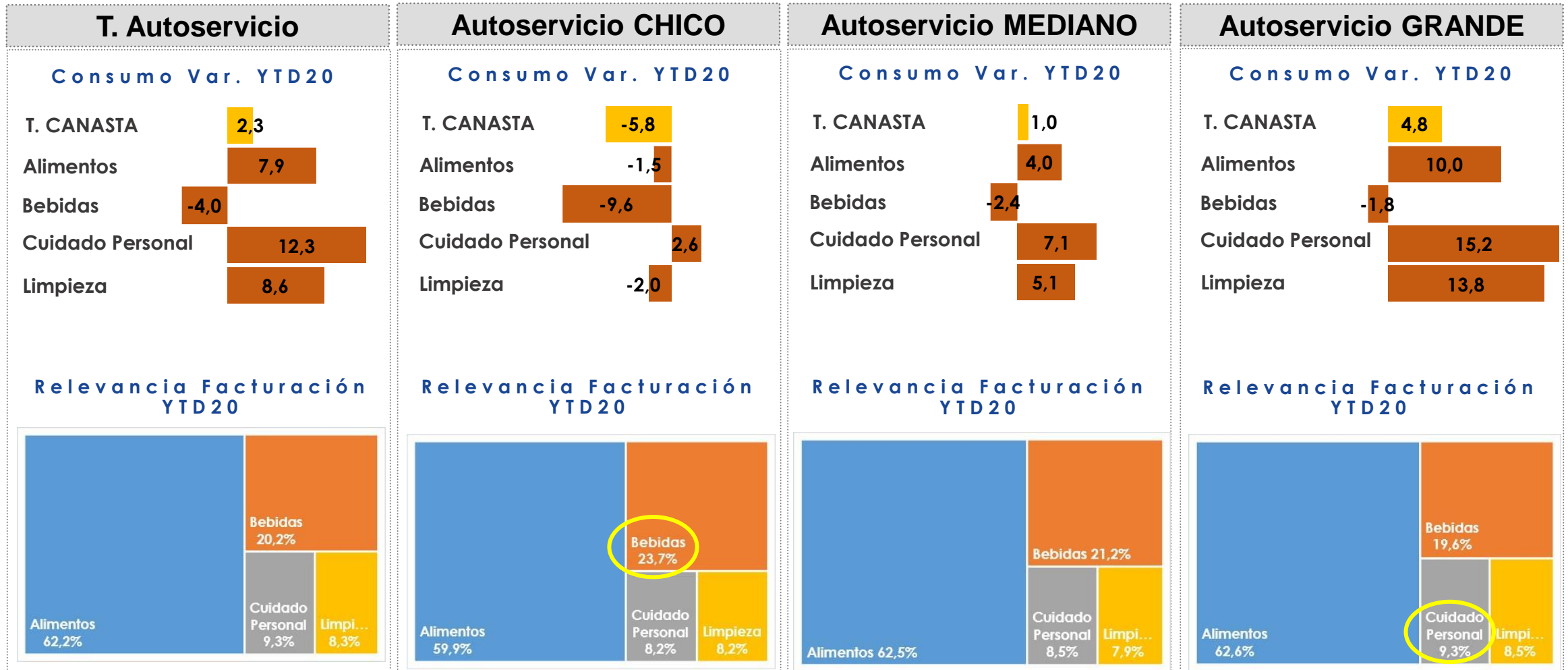


Crece categorías Indulgentes como Helados, DDLeche además de Otras Harinas como Mandioca, Almidón de Maíz mientras retroceden algunas de las Básicas en Alimentos: Arroz, Azúcar, Harina de Maíz y Salsas de Tomate. En Bebidas persiste con una mejor tendencia de Gin, Aperitivos, Cervezas de hasta 500, Aguas y Jugos en Polvo mientras en Limpieza y Cuidado Personal siguen dinamizando las categorías vinculadas a los cuidados COVID-19

Ranking en Consumo AGO'20 | Variación % respecto igual período año anterior

| | | | | |
|-------------------------------|------------------------|-------------------------|-----------------------------|-------------------------------|
| Ganaron por sobre el Promedio | 1 Otras Harinas | 1 Gin | 1 Arts.Limpieza | |
| | 2 Helados | 2 Aperitivos C/A | 2 Desodorantes de Ambiente | |
| | 3 Aderezos | 3 Aperitivo S/A | 3 Insecticidas | |
| | 4 Panificados | 4 Licores | 4 Guantes | |
| | 5 Dulce de Leche | 5 Whisky | 5 Limpiadores PS | |
| | 6 Achocolatados | 6 Cervezas hasta 500 cc | 6 Lavandina | |
| | 7 Dulces - Mermeladas | 7 Aguas | 7 Esponjas | |
| | 8 Quesos | 8 Jugos en Polvo | 8 paños y trapos sinteticos | |
| | ALIMENTOS -3,8% | BEBIDAS -11% | LIMPIEZA +1,0% | CUIDADO PERSONAL +7,9% |
| Perdieron mas que el Promedio | 8 Arroz | 8 Vinos Comunes | 3 Suavizante | 8 Cuidado del Bebe |
| | 7 Salsas | 7 Fernet | 2 Cuidado de la Ropa | 7 Desodorantes |
| | 6 Leche Saborizada | 6 Ron | 1 Limpiadores GS | 6 Cuidado Facial |
| | 5 Harina de Maíz | 5 Sidra | | 5 Protección Femenina |
| | 4 Snacks | 4 Isotonicas | | 4 Pañales |
| | 3 Azúcar | 3 Vodka | | 3 Perfumería |
| | 2 Alfajores | 2 Agua Saborizada | | 2 Colo.-Tratam |
| | 1 Fiambres - Embutidos | 1 Coolers | | 1 Toallas Húmedas |

Mientras el autoservicio promedio acumula un crecimiento del total consumo del 2,3%; los formatos mas pequeños presentan un caída del -5,8% en tanto los mas grandes crecen al doble de tasa vs el promedio. La variación negativa de la Canasta de Bebidas se profundiza mucho mas en los Autoservicios chicos, donde alcanza una contracción de casi el -9,6% mientras los formatos medianos y grandes promedian el -2%. La relevancia de las Bebidas es mayor cuanto mas pequeño es el autoservicio



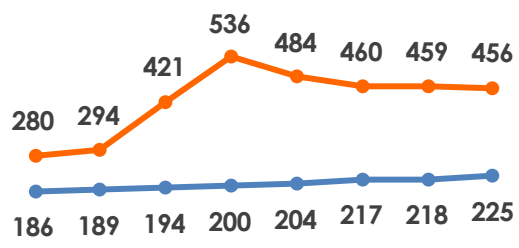
Un autoservicio Grande factura en promedio 5 veces más que uno pequeño, y el doble en relación a uno Mediano con un surtido promedio del 114% mas en relación a uno Chico y 34% más que uno Mediano. La transacción promedio en el Autoservicio Chico ronda los \$330 llevando 4 unidades; en el Mediano \$370 incluyendo algo mas de 4,5 unidades mientras en el Grande hablamos de un viaje de compra de \$510 llevando 6,6 unidades

T. Autoservicio

KIPs Claves-Mensual

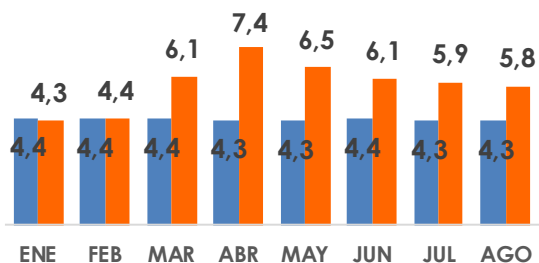
| | |
|-------------|-----------|
| Facturacion | 3.169.276 |
| # Ticket | 5.913 |
| SKUs | 1.958 |

Ticket Promedio



Ticket Promedio

Unidad x Ticket

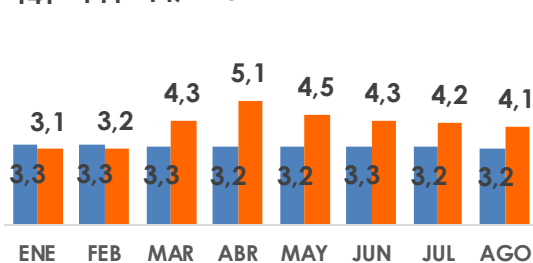
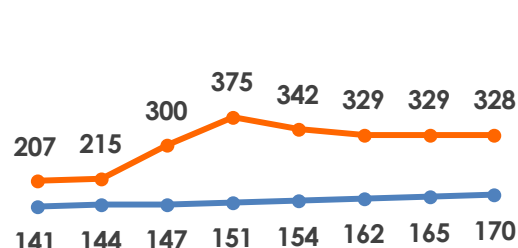


Autoservicio CHICO

KIPs Claves-Mensual

| | |
|-------------|-----------|
| Facturacion | 1.361.332 |
| # Ticket | 3.240 |
| SKUs | 1.376 |

Ticket Promedio

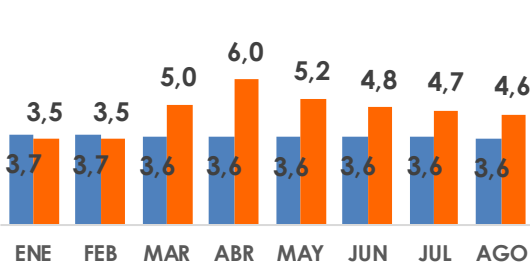
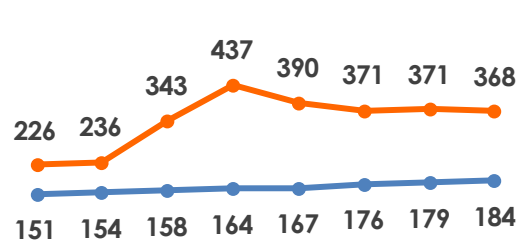


Autoservicio MEDIANO

KIPs Claves-Mensual

| | |
|-------------|-----------|
| Facturacion | 3.272.247 |
| # Ticket | 6.875 |
| SKUs | 2.193 |

Ticket Promedio

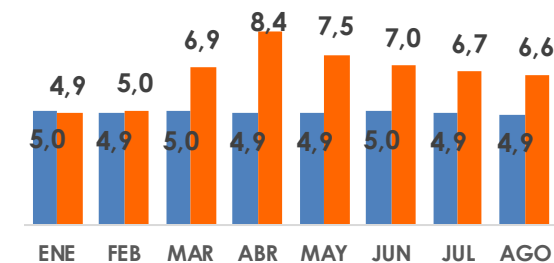
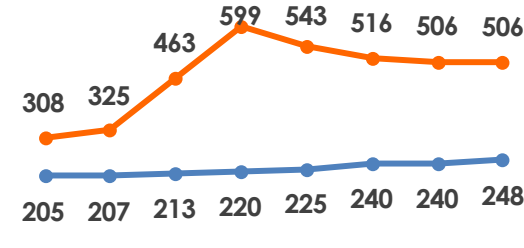


Autoservicio GRANDE

KIPs Claves-Mensual

| | |
|-------------|-----------|
| Facturacion | 6.818.758 |
| # Ticket | 10.560 |
| SKUs | 2.945 |

Ticket Promedio





Muchas gracias