



Junio 2020



COVID-19 – al 05/06
Tendencias en el Autoservicio

EFEECTO COVID-19 HIGHLIGHTS

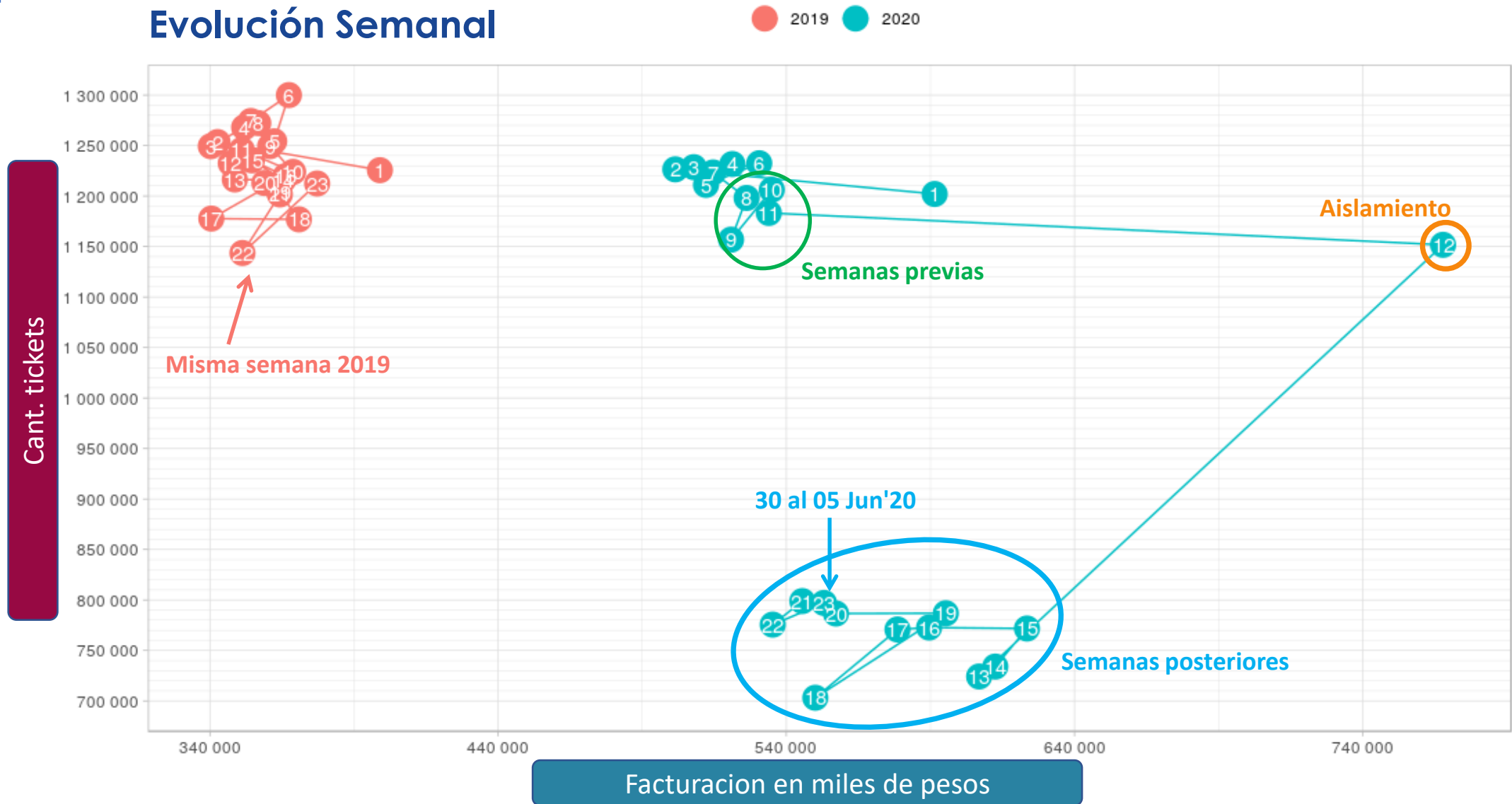
- La 1er semana de Jun'20, mantiene la misma tendencia de las ultimas 3 semanas, persistiendo la cantidad de transacciones semanales promedio entorno a los 800.000 tickets
- Se mantiene estable el valor del ticket y cantidad de unidades, en la ultima semana; con un valor promedio de \$474 incluyendo 6,4 unidades; comparado contra la semana pico donde comenzó a regir la cuarentena esto implica una retracción del -18% en valor y -23% en unidades
- Alimentos es la flia. cuyo valor de ticket mas se incremento a partir del aislamiento, capturando un +63% vs semanas anteriores e incluyendo 3 unidades adicionales; también es la de mayor caída en las ultimas semanas. Todas las flias desaceleran el valor del Ticket desde la primer semana de confinamiento, excepto Bebidas y Cuidado Personal quienes mantienen flat el valor del ticket llevando menos unidades
- El efecto COVID-19 cambio la relevancia de lo facturado en el canal, Bebidas la mas afectada con un -3,3% menos de importancia en la variacion interanual (recuperando vs Abril20 pero solo en manos de las Alcoholicas) y distribuyendose esta merma a favor de Alimentos (Canasta Básica) y Limpieza. Parecería cambiar el rumbo de las categorías de Limpieza en la variación de May'20 vs Abr'20, comienzan a perder relevancia
- T. Canasta: Mayo cierra con un crecimiento positivo del +2,8% en consumo vs mismo periodo del año anterior, pero con una marcada desaceleración quedando lejos de las variaciones a doble dígito de Marzo. Junio no arranca muy bien, 1er semana con datos negativos en consumo

EFECTO COVID-19 HIGHLIGHTS

- El área Metropolitana persiste con una mejor tendencia en consumo vs el Interior, Mayo cierra con un crecimiento de +5,6% vs PY mientras Interior +1,8%, en ambos casos desacelerando. La caída de Junio es apalancada por el Interior. Hay una mayor aceleración en precios en Metropolitana vs Interior en los últimos tres meses, y una mas fuerte caída en transacciones en la primera posiblemente a raíz de una menor flexibilización de actividades por Cuarentena
- Las Bebidas sin Alcohol caen por sobre las Alcohólicas en Mayo. Los 1eros lugares del Ranking en alza siguen vinculados a CPs de cuidados COVID y preparación de alimentos; mientras en Baja además de Bebidas encontramos Snacks, Golosinas y Cuidado de Bebe
- Desde el comienzo de la Cuarentena, Amargos, Jugos en Polvo y Aguas mantienen crecimientos vs PY dentro de Bebidas sin Alcohol; mientras Gin, Licores, Whiskys, Aperitivos y Vinos Finos lo hacen dentro de un mundo de Bebidas con Alcohol

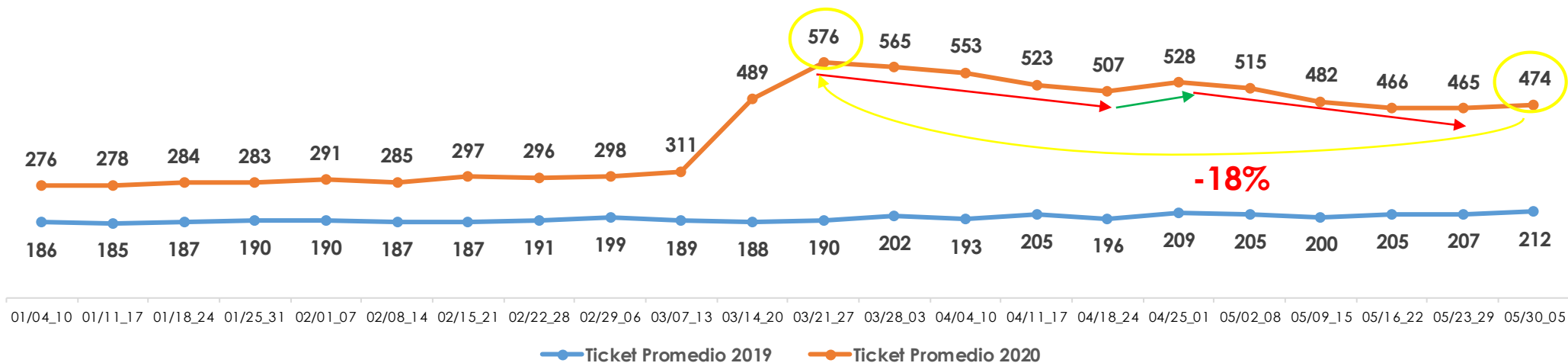
La 1er semana de Jun'20, mantiene la misma tendencia de las ultimas 3 semanas, persistiendo la cantidad de transacciones semanales promedio entorno a los 800.000 tickets y una facturación de \$550.000.000

Evolución Semanal

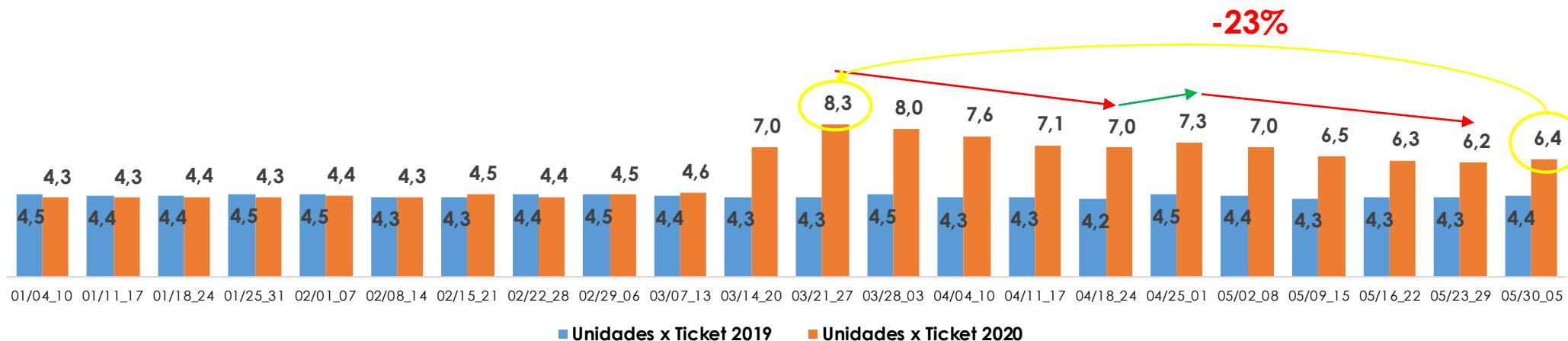


Se mantiene estable el valor del ticket y cantidad de unidades, en la ultima semana; con un valor promedio de \$474 incluyendo 6,4 unidades; comparado contra la semana pico donde comenzó a regir la cuarentena esto implica una retracción del -18% en valor y -23% en unidades.

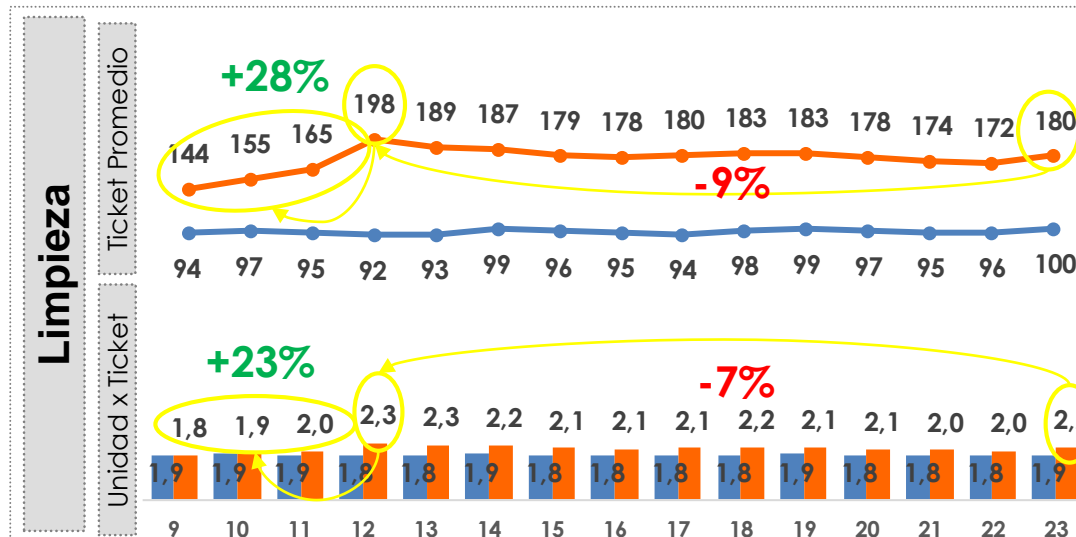
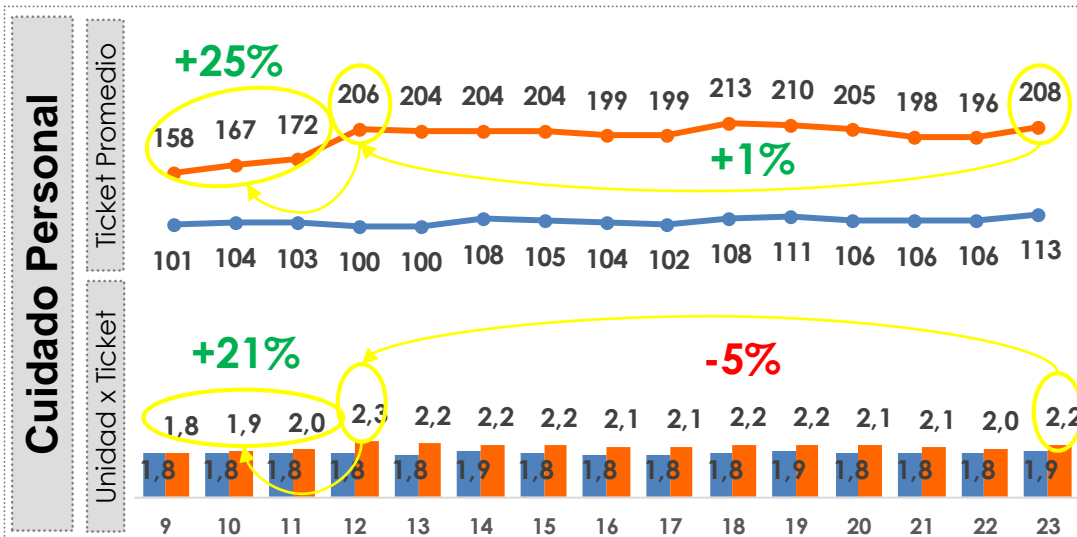
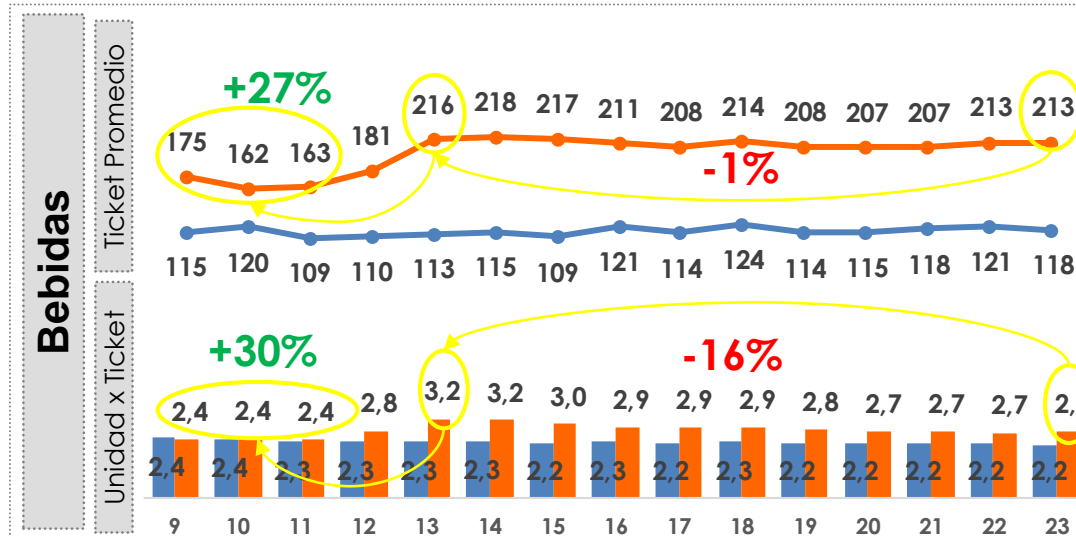
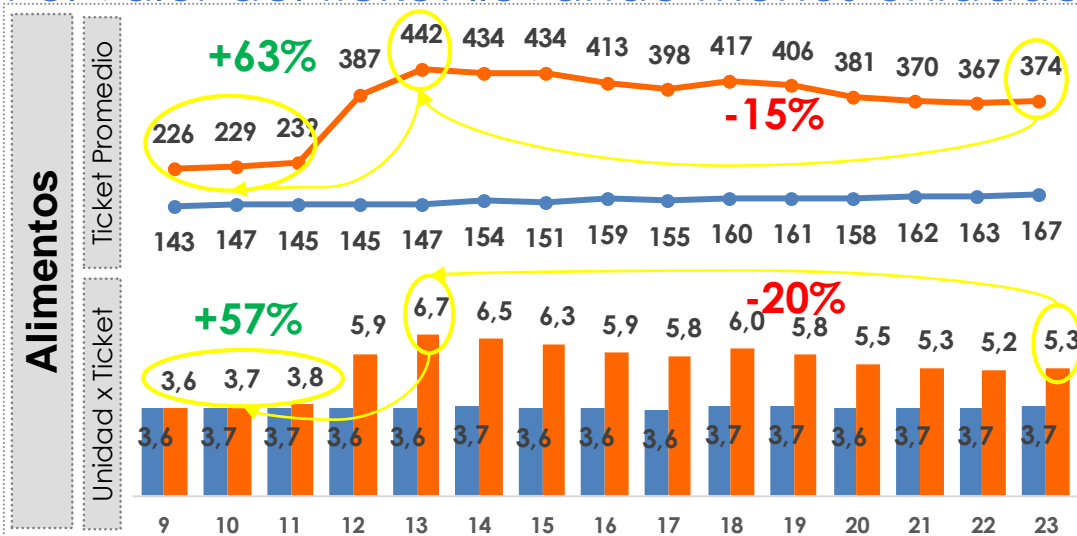
Evolución del Ticket Promedio Productos Empaquetados (Food)



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



A raíz de la cuarentena, el valor del ticket que mas se incremento es el de Alimentos +63% vs semanas anteriores incluyendo 3 unidades adicionales; y también el de mayor caída en las ultimas semanas. Todas las flias desacelerando, excepto Bebidas y Cuidado Personal quienes mantienen flat el valor del ticket llevando menos unidades



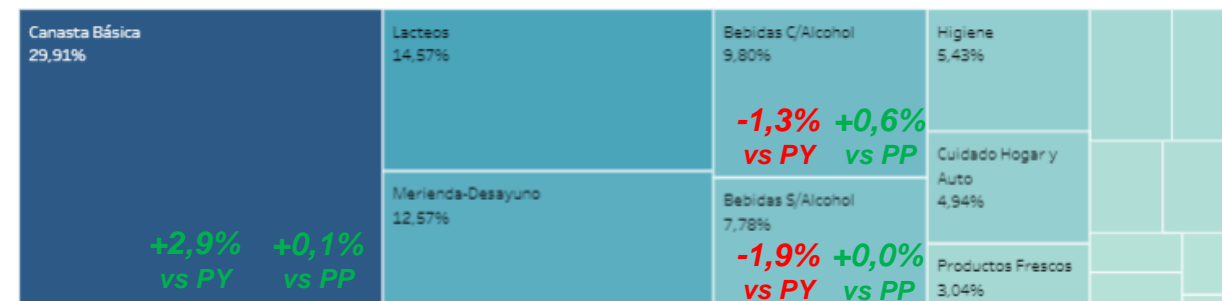
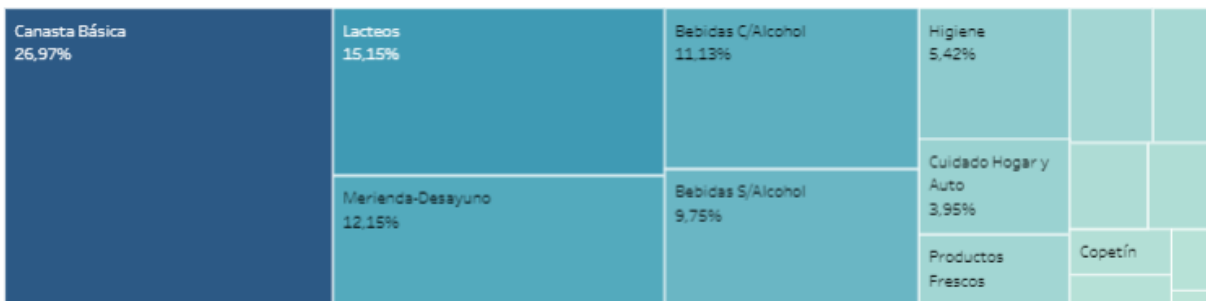
El efecto COVID-19 cambio la relevancia de lo facturado en el canal, Bebidas la mas afectada con un -3,3% menos de importancia en la variacion interanual (recuperando vs Abril20 pero solo en manos de las Alcoholicas) y distribuyendose esta merma a favor de Alimentos (Canasta Básica) y Limpieza. Parecería cambiar el rumbo de las categorías de Limpieza en la variación de May'20 vs Abr'20, comienzan a perder relevancia

Relevancia en Facturación

MAYO19



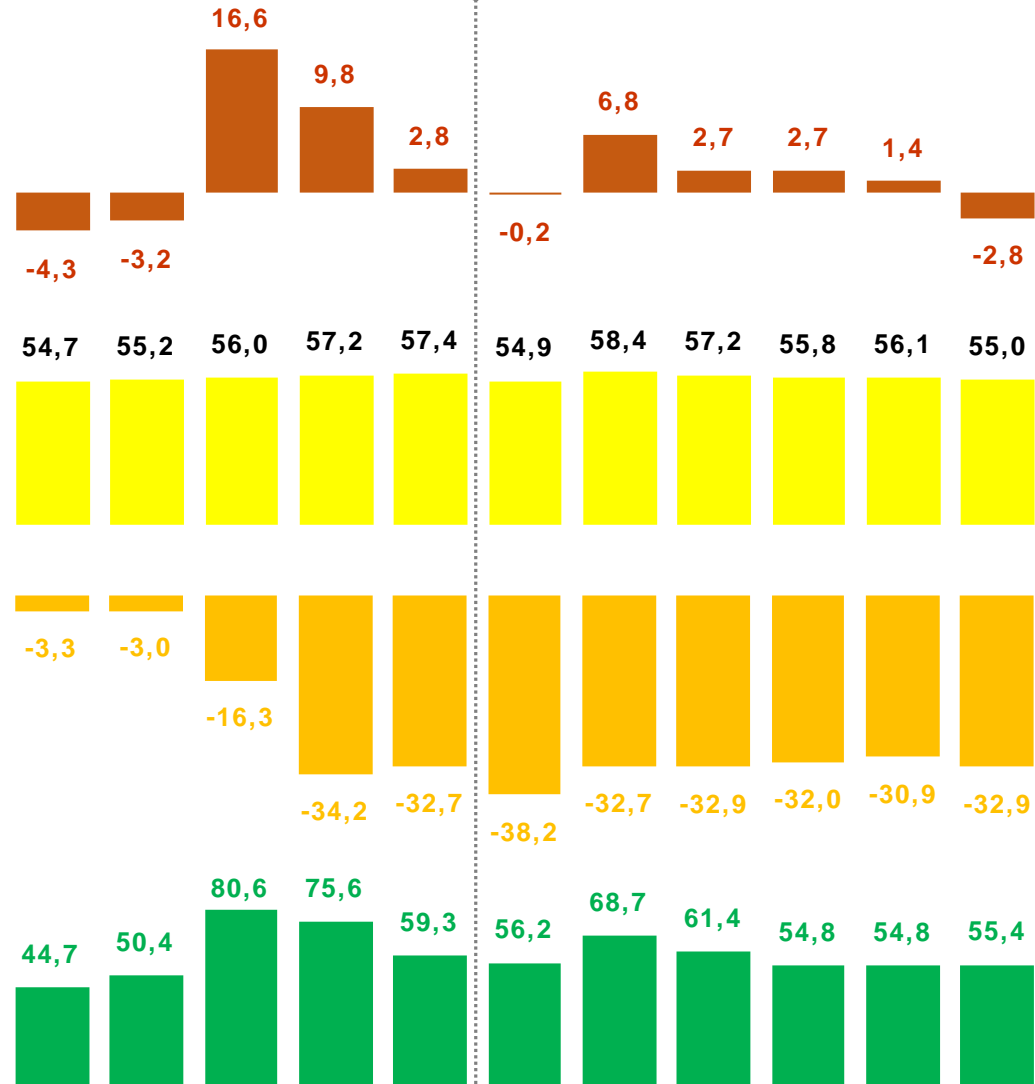
MAYO20



Variación % respecto igual período año anterior

T. NACIONAL

ENE 2020 FEB 2020 MAR 2020 ABR 2020 MAY 2020 25-1 ABR 2-8 MAY 9-15 MAY 16-22 MAY 23-29 MAY 30-05 JUN*



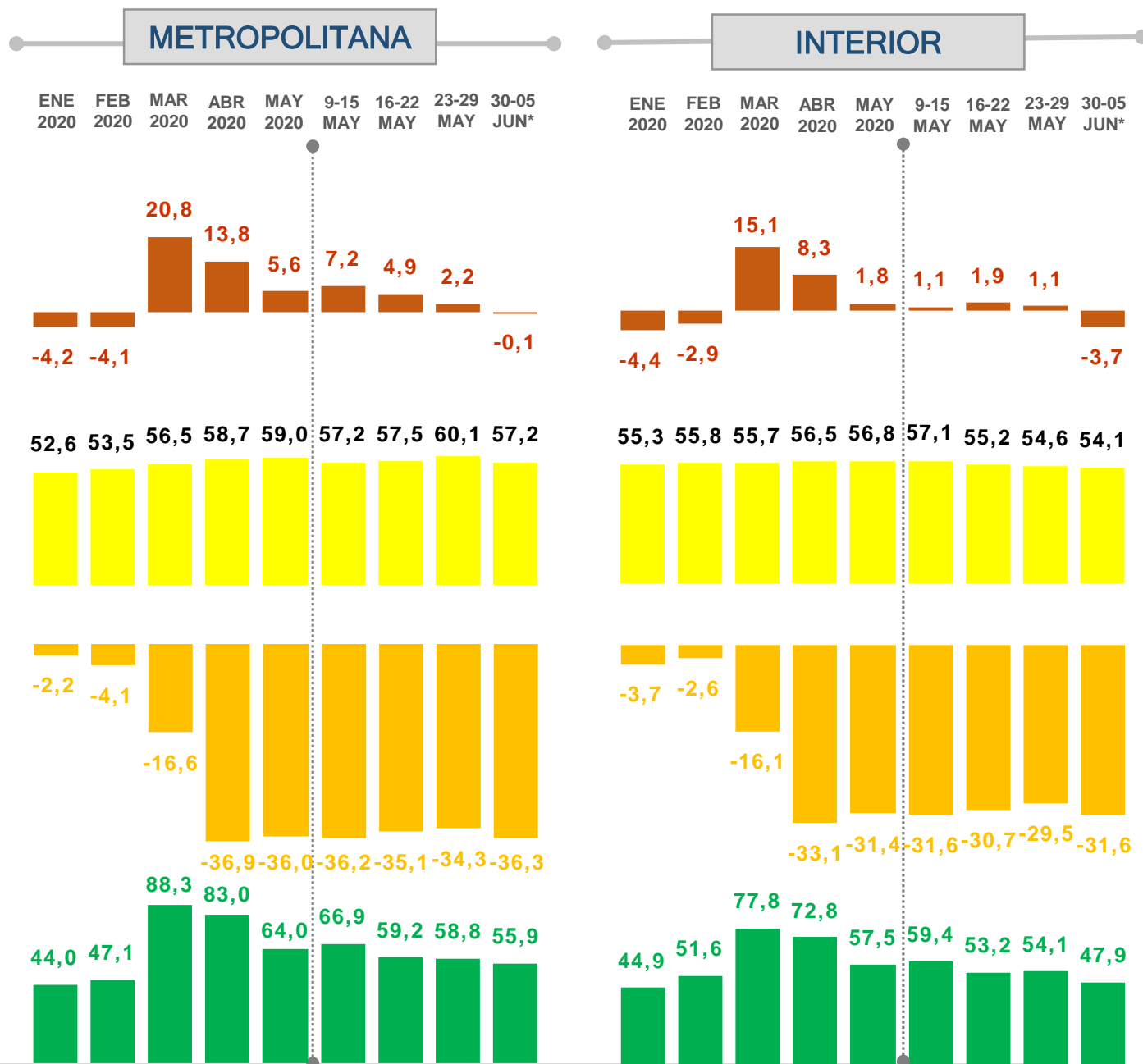
EFEECTO COVID-19

- Mayo cierra con un crecimiento positivo del +2,8% en consumo vs mismo periodo del año anterior, pero con una marcada desaceleración quedando lejos de las variaciones a doble dígito de Marzo. Junio no arranca muy bien, 1er semana con datos negativos en consumo
- Persiste la menor concurrencia a los comercios, Mayo con una caída en transacciones por debajo del mes anterior

EFEECTO COVID-19

- El área Metropolitana persiste con una mejor tendencia en consumo vs el Interior, Mayo cierra con un crecimiento de +5,6% vs PY mientras Interior +1,8%, en ambos casos desacelerando. La caída de Junio es apalancada por el Interior
- Hay una mayor aceleración en precios en Metropolitana vs Interior en los últimos tres meses
- Es mas fuerte la caída en transacciones en Metropolitana vs el Interior; en esta ultima con una mayor flexibilización de actividades por Cuarentena

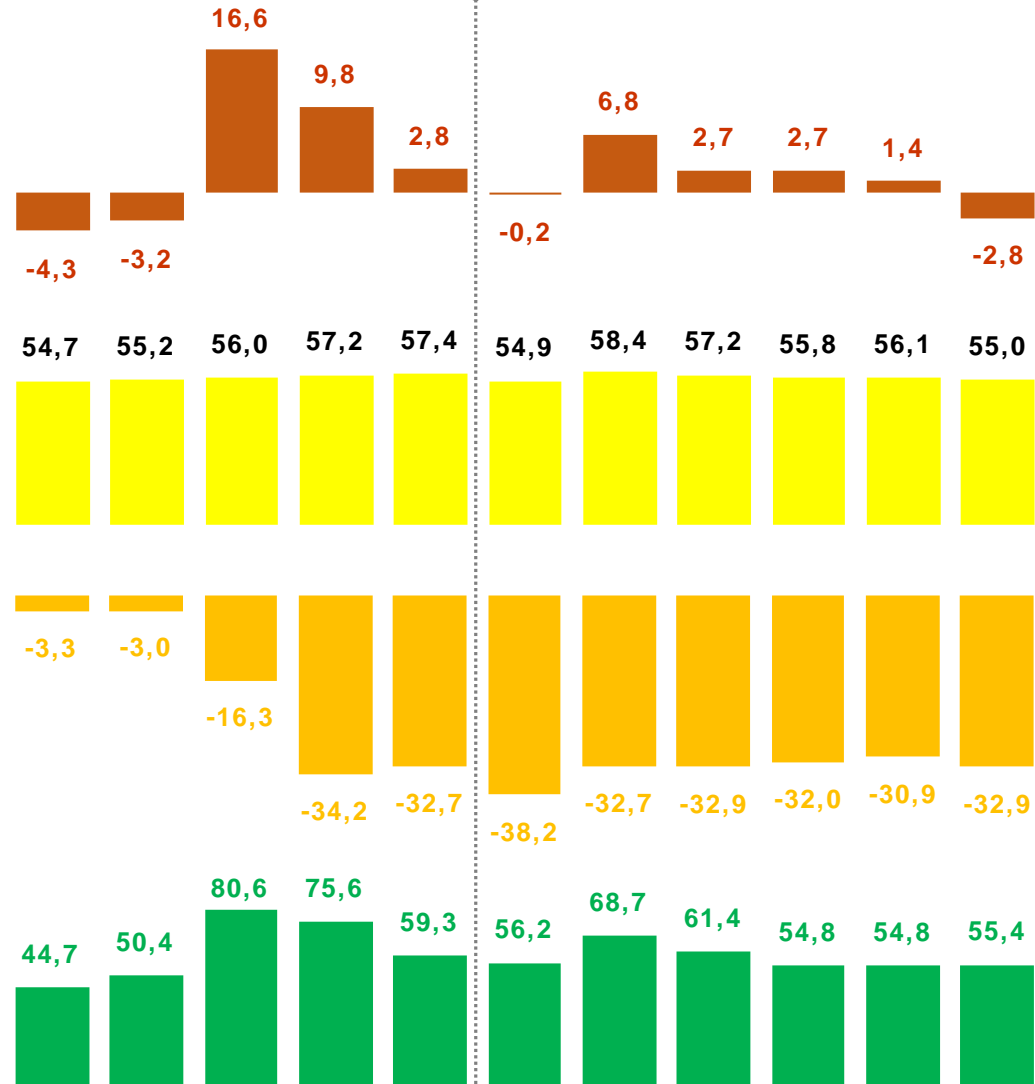
Variación % respecto igual período año anterior



Variación % respecto igual período año anterior

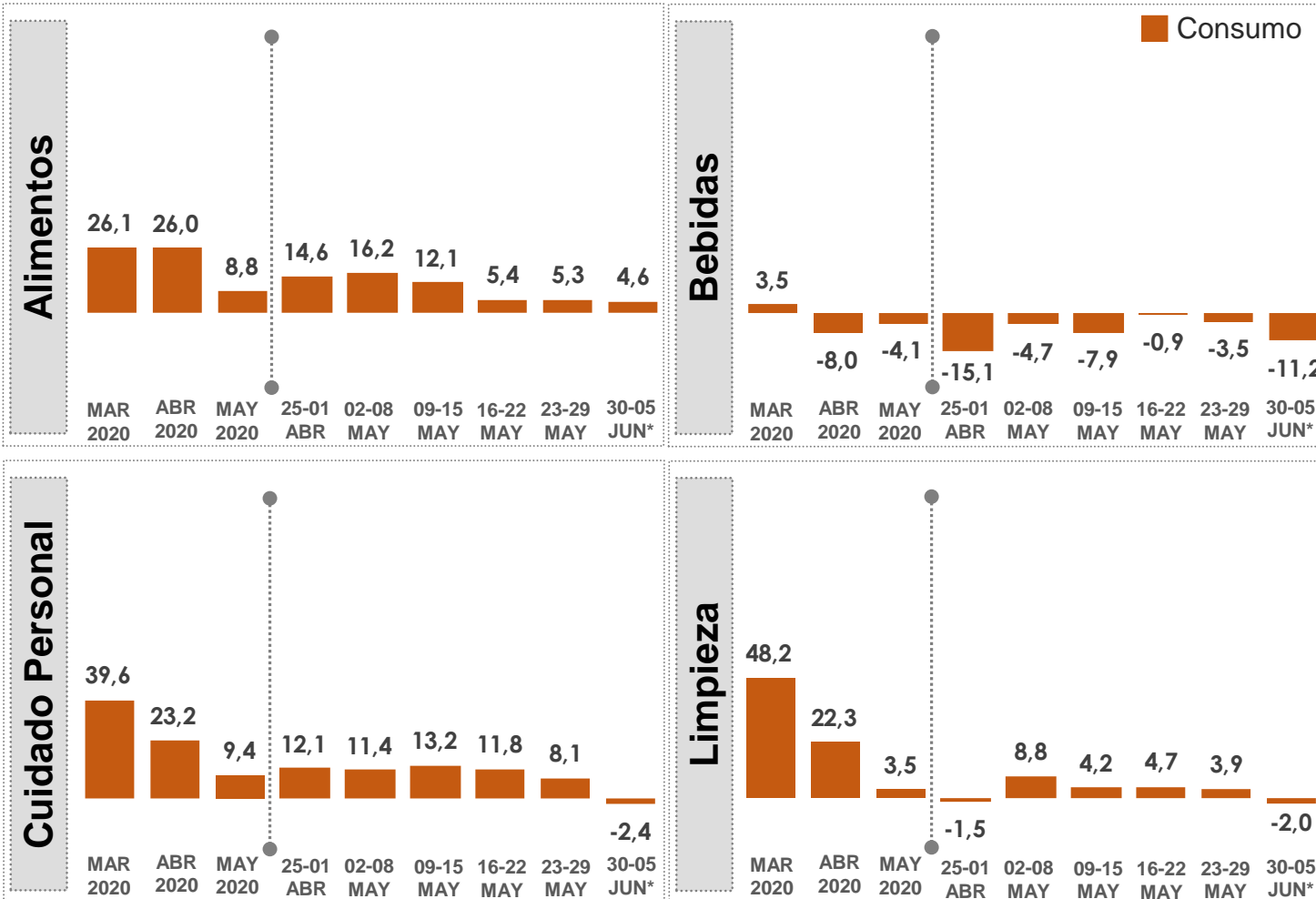
T. NACIONAL

ENE 2020 FEB 2020 MAR 2020 ABR 2020 MAY 2020 25-1 ABR 2-8 MAY 9-15 MAY 16-22 MAY 23-29 MAY 30-05 JUN*



Bebidas persiste como la única flia. con contracción en consumo por segundo mes consecutivo, mientras el resto crecen a menor tasa en relación al mes anterior. En la 1er semana de Junio solo alimentos mantiene crecimientos

Variación % respecto igual período año anterior



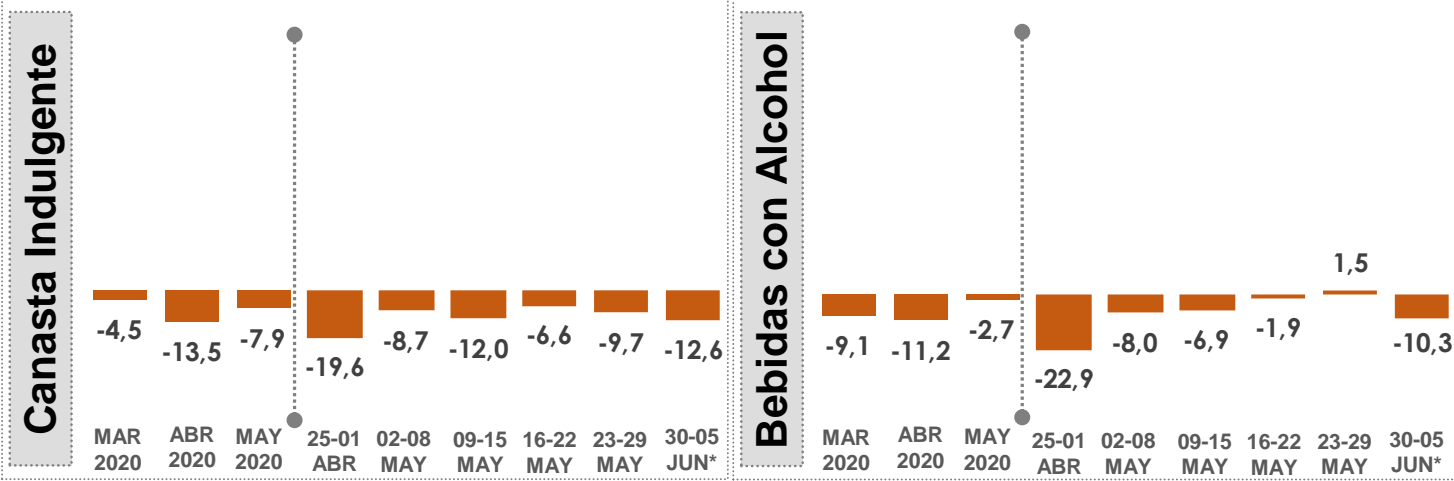
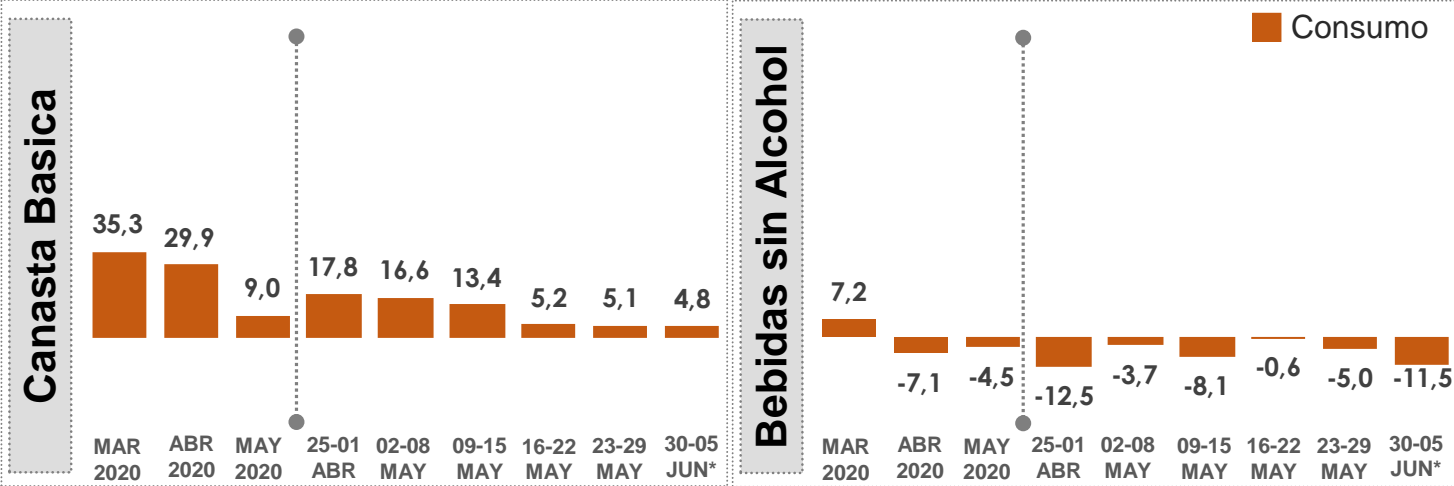
Las Bebidas sin Alcohol caen por sobre las Alcohólicas en Mayo. Los 1eros lugares del Ranking en alza siguen vinculados a CPs de cuidados COVID y preparación de alimentos; mientras en Baja además de Bebidas encontramos Snacks, Golosinas y Cuidado de Bebe

Ranking Top 15 Alza en Consumo

| CATEGORIA | SUB-FAMILIA | Vr. % vs PY | |
|-----------|-----------------------|-------------|---------------|
| | | 30-05 JUN20 | D/Aislamiento |
| 1 | Gin | 80% | 67% |
| 2 | Licores | 54% | 20% |
| 3 | Congelados de Verdura | 51% | 88% |
| 4 | Guantes | 50% | 79% |
| 5 | Farmacía | 46% | 120% |
| 6 | Dulce de Leche | 38% | 75% |
| 7 | Cremas Corporales | 37% | 40% |
| 8 | Otras Harinas | 33% | 47% |
| 9 | Manteca | 33% | 62% |
| 10 | Achocolatados | 32% | 49% |
| 11 | Whisky | 29% | 15% |
| 12 | Granos | 29% | 47% |
| 13 | Pre-mezclas | 29% | 63% |
| 14 | Lavandina | 28% | 99% |
| 15 | Repostería | 27% | 45% |

Ranking Top 15 Baja en Consumo

| CATEGORIA | SUB-FAMILIA | Vr. % vs PY | |
|-----------|------------------------|-------------|---------------|
| | | 30-05 JUN20 | D/Aislamiento |
| 1 | Isotónicas | -49,8% | -36,7% |
| 2 | Coolers | -47,7% | -44,5% |
| 3 | Frizzantes | -38,0% | -30,6% |
| 4 | Snacks | -37,8% | -39,1% |
| 5 | Pizzas | -37,4% | -25,5% |
| 6 | Toallas Húmedas | -33,2% | -9,2% |
| 7 | Golosinas | -33,1% | -31,1% |
| 8 | Agua Saborizada | -32,3% | -31,3% |
| 9 | Sidra | -30,2% | -30,2% |
| 10 | Energizantes | -29,3% | -28,9% |
| 11 | Quitamanchas | -27,3% | -6,8% |
| 12 | Cervezas mas de 500 cc | -26,9% | -25,6% |
| 13 | Jugos Fruta | -24,2% | -13,5% |
| 14 | Perfumería | -23,8% | -15,1% |
| 15 | Fiambres - Embutidos | -23,0% | 1,0% |





Muchas gracias