

WEBINAR SCANNTech CAS Y FASA

Marzo 2021

Contenido

01

Presentacion Scanttech

02

Overview de Consumo 1er Bimestre 21

03

Reflexiones finales

Quienes Somos



- La empresa de tecnología líder, con más de 30 años de trayectoria y con la red de locales conectados más grande de la región



490
colaboradores

61 mil locales
en America Latina

+ 650 millones de tickets por mes
procesados

Inversores

SEQUOIA CAPITAL



Mas de 1100 locales conectados

Algunas cadenas regionales y supermercados independientes en nuestra red:



Entre otros y creciendo...

Algunos fabricantes que nos acompañan:



Overview

Consumo Argentina

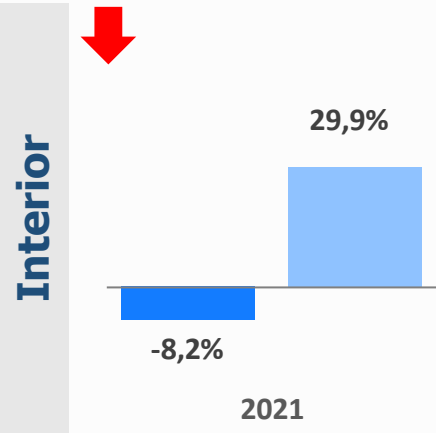
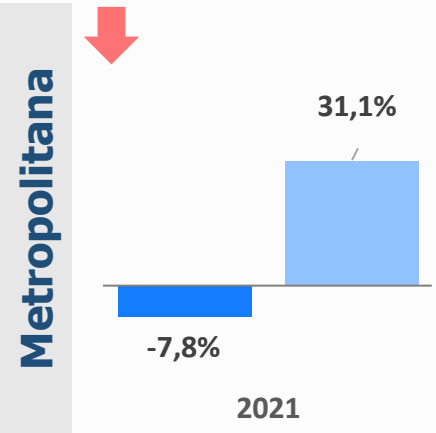
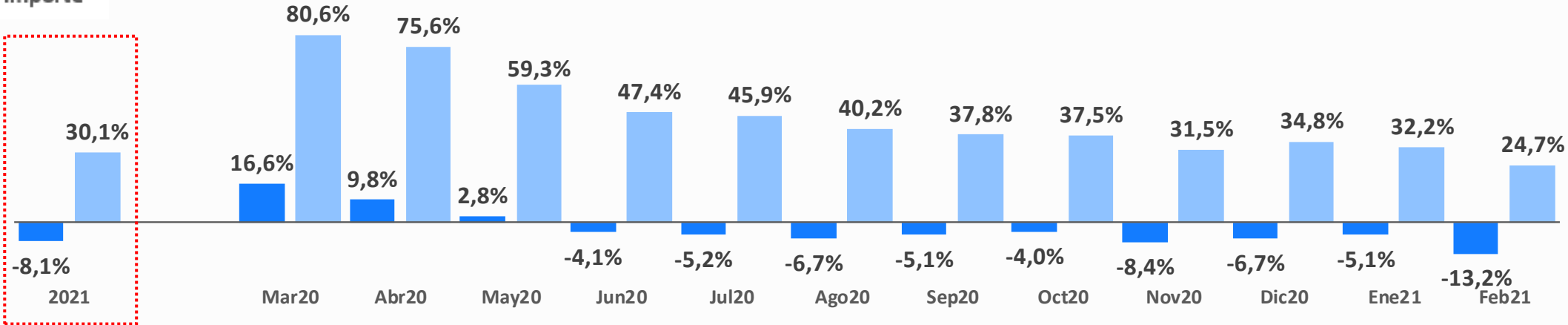
Marzo 2021



En Febrero se registra una contracción del -13,2% en consumo, noveno mes consecutivo de caída de la demanda. En Marzo esperamos que el valor sea igual o algo mayor

Canasta Total

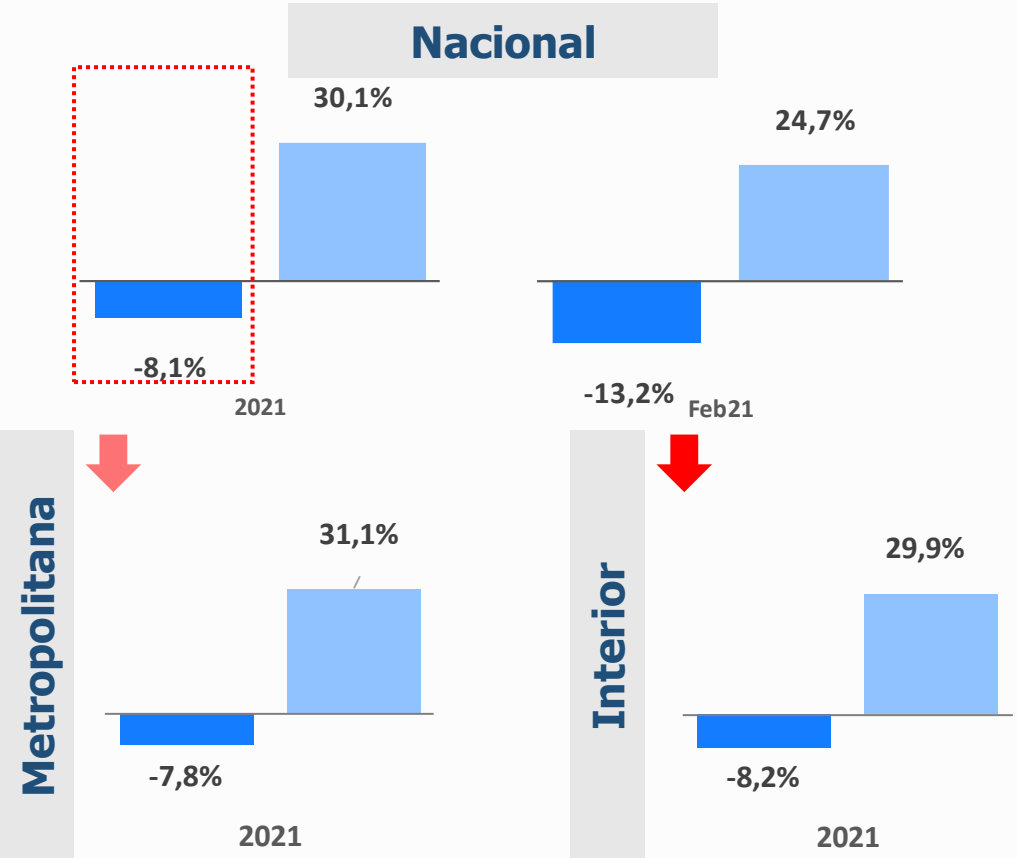
Consumo Importe



Las superficies más chicas son las más afectadas por la pérdida en consumo, de la misma manera que las zonas de NSE más bajo en GBA

Canasta Total

■ Consumo ■ Importe



Consumo – YTD 21 vs 20

	Kioscos + Almacenes	Autoservicios	Supermercados
	-17,2%	-11,4%	-4,0%
Metro	NSE Alto	NSE Medio	NSE Bajo
	-1,1%	-11,6%	-18,5%
Int.	Ciudades	Interior	
	-11,0%	-7,1%	

Fuente: 650 PDV comparables Autoservicios y Cadenas reg.

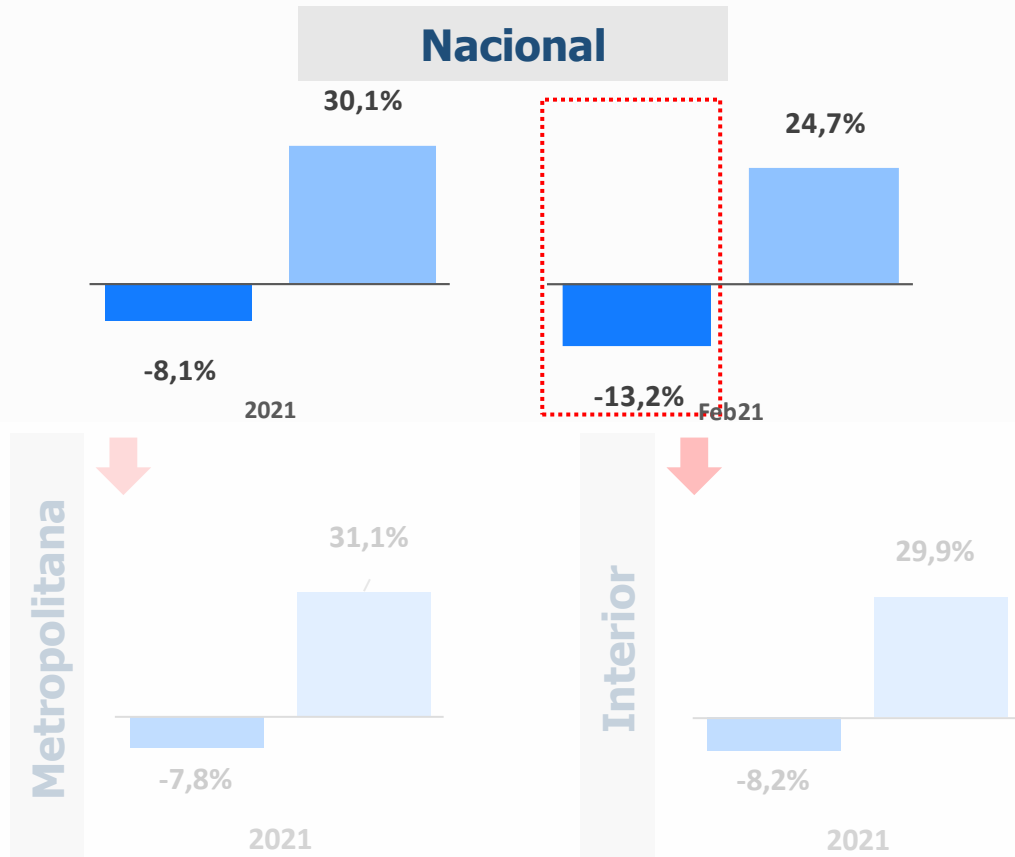


Información confidencial y de uso exclusivo de Scantech.

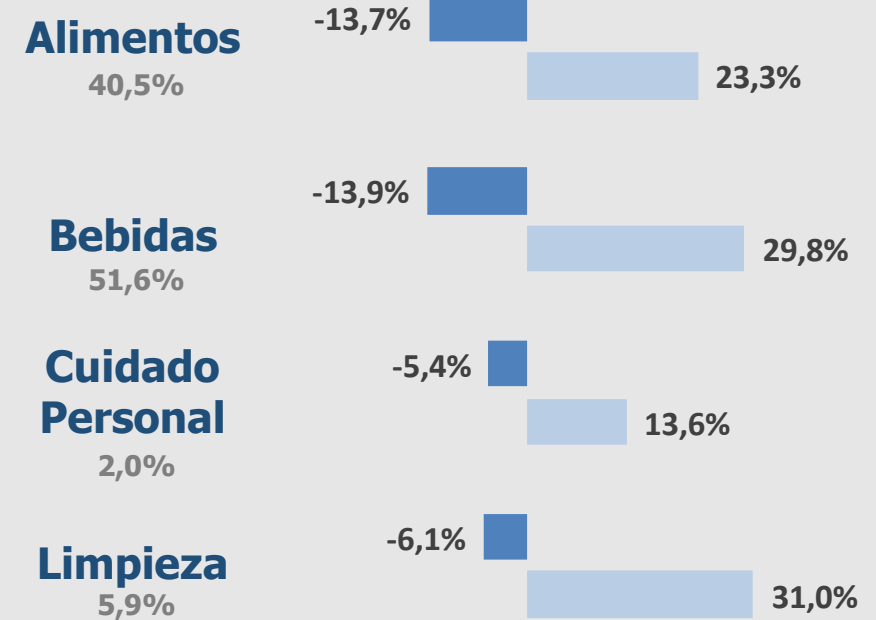
Alimentos y Bebidas son el driver de la caída, concentrando el 90% del volumen de la Canasta ya que no se incluyen aquí los grandes supermercados

Canasta Total

■ Consumo ■ Importe



Consumo – Feb 21 vs 20



A partir de Marzo 20 las Marcas A recuperan parte del volumen tomado por las B brands durante el 2019, sin embargo aún hay una fuerte reducción del surtido en primeras marcas

T. Canasta

Feb 21 vs Feb 20

24,7%

Facturación

30,1% YTD 21 vs 20

-27,1%

Cant. Tickets

-24,5%

5,7

+0,9

Dropsize

1,0

Dropsize: Items Promedio por Ticket

42,7%

Precios

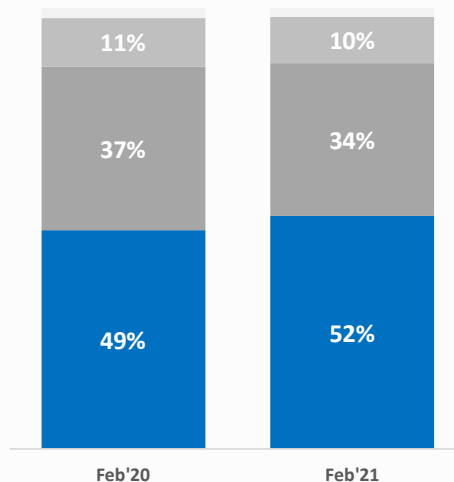
41,1%

-13,2%
Consumo

-8,1%

YTD 21 vs 20

Mix Volumen



Total Items	1.865	1.841	1.763	-102
	Feb'19	Feb'20	Feb'21	Dif
Marcas A	559	523	487	-72
Marcas B	265	273	258	-6
Marcas C	118	124	120	2
Marcas Propias	23	22	20	-2

	NSE Alto	NSE Bajo	Int. Ciudad	Int. Resto
Marcas A	579	557	464	492
Marcas B	201	309	241	285
Marcas C	98	170	108	127
Marcas Propias	16	40	19	18
Total Items	894	1.077	831	921

■ Marcas A ■ Marcas B ■ Marcas C ■ Marcas Propias

Marcas A: +30% precio vs Promedio de la Categoría

Marcas B: Promedio de la Categoría

Marcas C: -30% precio vs Promedio de la Categoría

*Considerado 30 categorías – 50% de la Facturación

Las marcas B se encuentran desarrolladas en los NSE bajos, teniendo oportunidad de crecer en NSE Altos en algunas categorías particulares donde ya tienen buena penetración

T. Canasta

Feb 21 vs Feb 20

24,7%

Facturación

30,1%

YTD 21 vs 20

-27,1%

Cant. Tickets

-24,5%

5,7

+0,9

Dropsize

1,0

42,7%

Precios

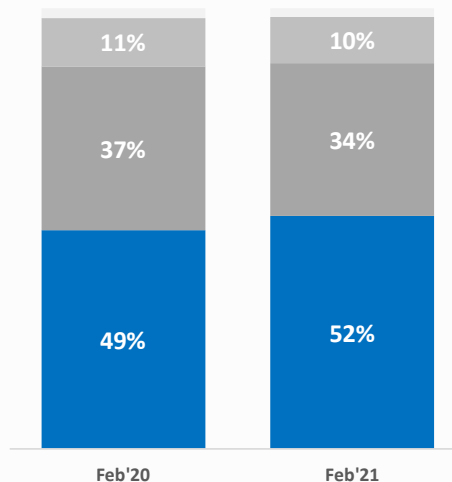
41,1%

-13,2%
Consumo

-8,1%

YTD 21 vs 20

Mix Volumen



Ranking categorías con mayor surtido disponible en Bbrands sin presencia en NSE Alto

NSE Alto NSE Bajo

Marcas B 201 309



NSE Alto

Feb'19 Feb'20 Feb'21

Marcas A 634 624 579

Marcas B 187 207 201

Peso volumen Bb y Cb

NSE Alto NSE Bajo Dif

Detergente para Ropa	23%	51%	28%
Yerbas	65%	82%	16%
Yogures	40%	58%	18%
Gaseosas	13%	38%	25%
Pastas Secas	20%	41%	22%
Papel Higiénico	31%	65%	34%
Galletas	46%	64%	19%
Pelo	37%	58%	20%
Conservas	48%	44%	-4%
Jugos en Polvo	10%	11%	0%

■ Marcas A ■ Marcas B ■ Marcas C ■ Marcas Propias

Las marcas B se encuentran desarrolladas en los NSE bajos, teniendo oportunidad de crecer en NSE Altos en algunas categorías particulares donde ya tienen buena penetración

T. Canasta

Feb 21 vs Feb 20

24,7%

Facturación

30,1%

YTD 21 vs 20

-27,1%

Cant. Tickets

-24,5%

5,7

+0,9

Dropsize

1,0

42,7%

Precios

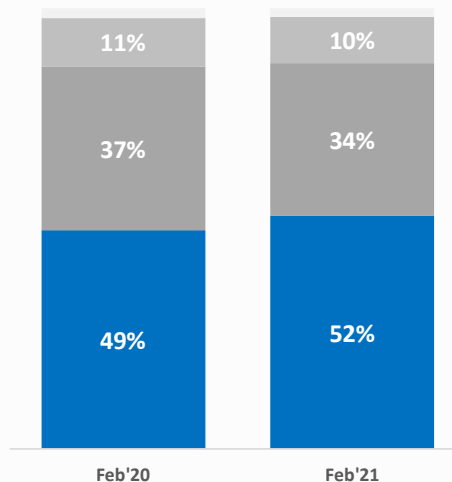
41,1%

-13,2%
Consumo

-8,1%

YTD 21 vs 20

Mix Volumen



NSE Alto NSE Bajo

Marcas B 201 309



NSE Alto

Feb'19 Feb'20 Feb'21

Marcas A 634 624 579

Marcas B 187 207 201

Tienda a total canasta

Var. Consumo Feb21 vs 20

Incorporaron BB -0,2%

No Incorporaron -22,7%

Se considera tienda que incorpora BB a partir de 10 nuevos ítems de Marcas B vs Feb20.
Consolidan el 20% de las Tiendas

■ Marcas A ■ Marcas B ■ Marcas C ■ Marcas Propias

La Golosinas, Canasta Básica, Lácteos y Desayuno son las familias con mayor contracción del consumo en lo que va del año

Canasta Alimentos

Feb 21 vs Feb 20

-13,7%
Consumo

-7,8%

YTD 21 vs 20

23,3%

Facturación

29,3%

YTD 21 vs 20

-25,8%

Cant. Tickets

-23,0%

4,6

+0,7

Dropsize

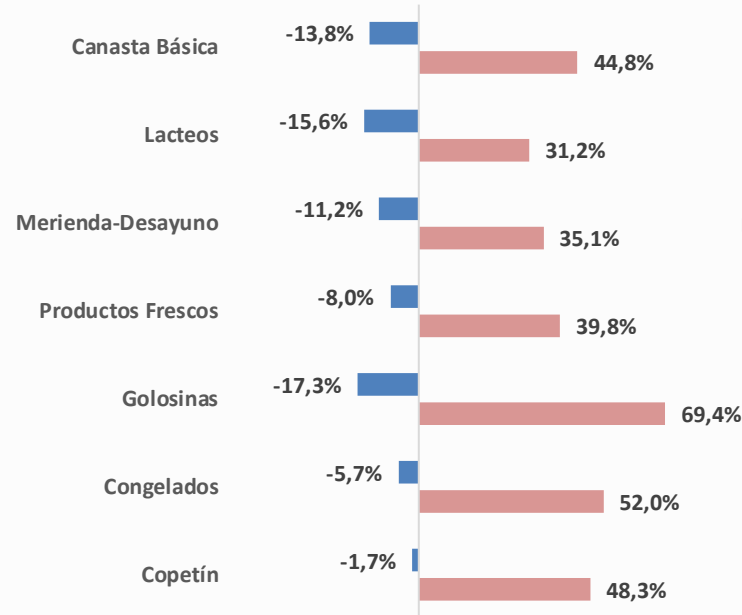
0,8

41,5%

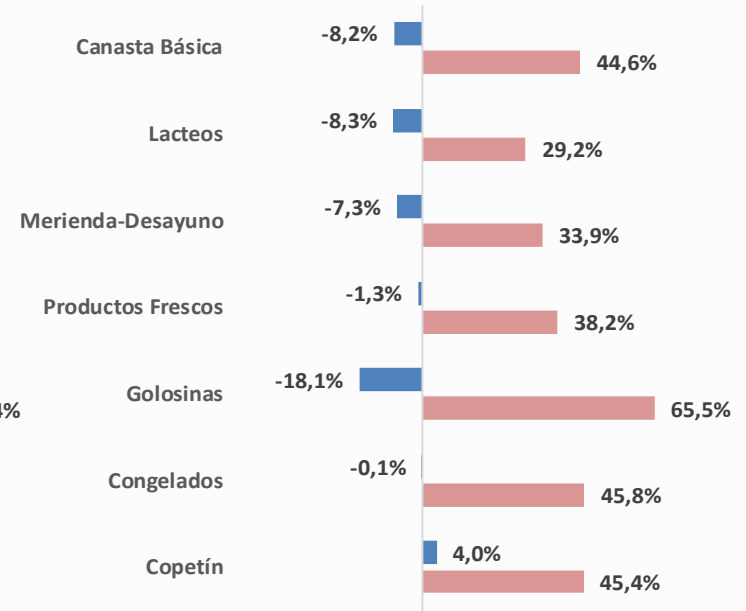
Precios

40,4%

Feb 2021 vs Feb 2020



YTD 21 vs 20

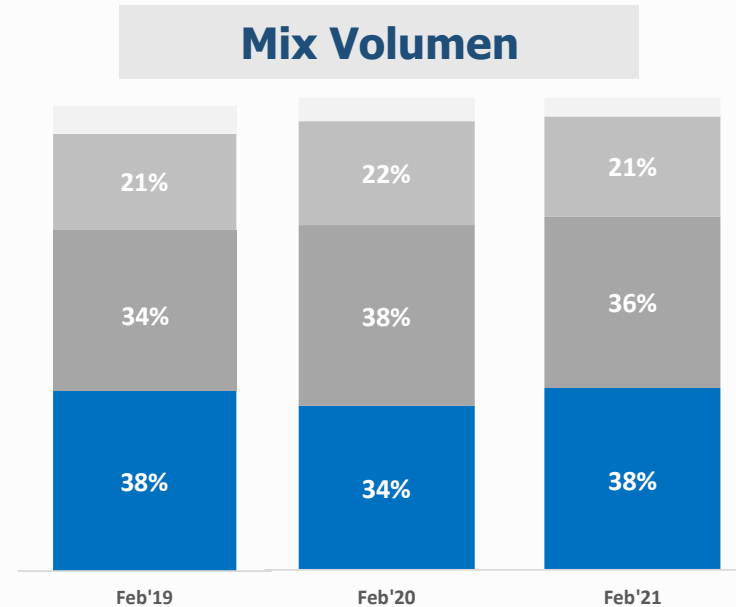


■ Consumo ■ Precios

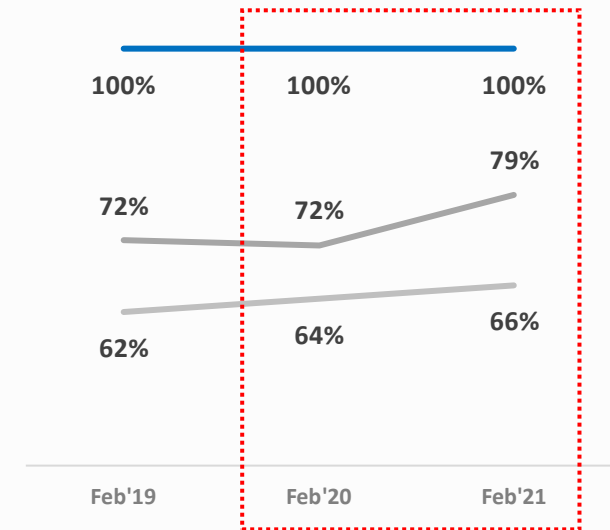
En los Alimentos la recuperación por parte de las Marcas A es más marcada, impulsada principalmente por los incrementos de precios en las segundas marcas

Canasta Alimentos

Feb 21 vs Feb 20



Price index



Incremento de Precio

Marcas A	34,1%
Marcas B	47,6%
Marcas C	38,1%

■ Marcas A ■ Marcas B ■ Marcas C ■ Marcas Propias

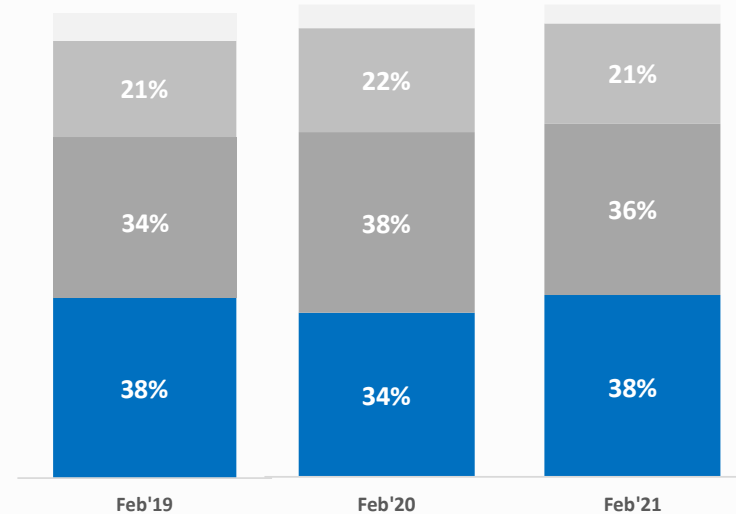
En los Alimentos la recuperación por parte de las Marcas A es más marcada, impulsada principalmente por los incrementos de precios en las segundas marcas

Canasta Alimentos

Feb 21 vs Feb 20



Mix Volumen



Price index

Ejemplo Bb con PI Estable

Lacteos

PI		SOM	
Feb'20	Feb'21	Feb'20	Feb'21
65%	63%	12,8%	14,0%

Ejemplo Bb con PI Encareciéndose

Aceites

PI		SOM	
Feb'20	Feb'21	Feb'20	Feb'21
83%	98%	3,7%	2,8%

■ Marcas A ■ Marcas B ■ Marcas C ■ Marcas Propias

Aguas, Jugos en Polvo, Vinos y las Cervezas hasta 500cc mostraron las caídas en volumen más importantes vs Febrero 2020, algunos con fuertes incrementos de precios

Canasta Bebidas

Feb 21 vs Feb 20

-13,9%
Consumo

-9,3%

YTD 21 vs 20

29,8%

Facturación

34,4%

YTD 21 vs 20

-25,3%

Cant. Tickets

-21,7%

2,9

+0,4

Dropsize

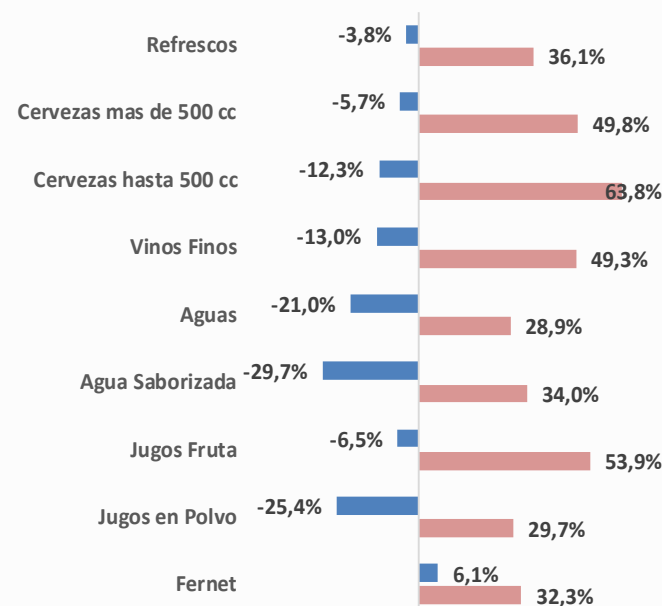
0,4

52,3%

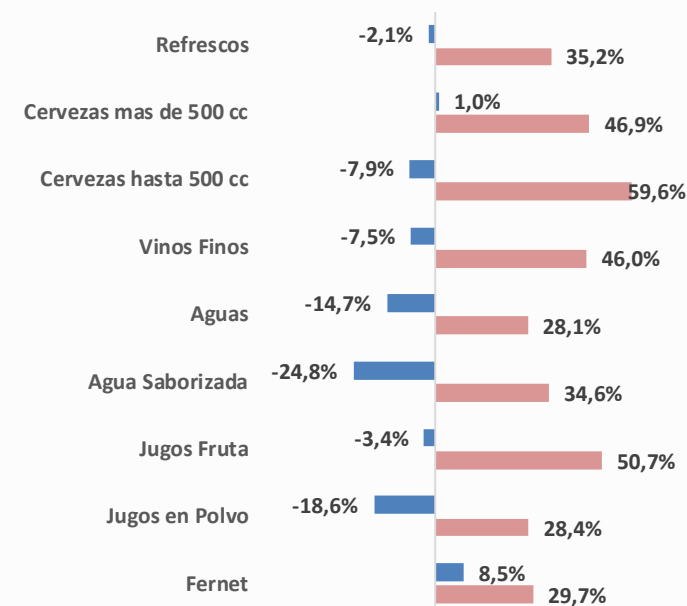
Precios

49,2%

Feb 2021 vs Feb 2020



YTD 21 vs 20



■ Consumo ■ Precios

El avance de las Bbrands en Bebidas fue similar al de Alimentos, sin embargo el ajuste de precios en ambos tiers fue similar

Canasta Bebidas

Feb 21 vs Feb 20

-13,9%
Consumo

-9,3%

YTD 21 vs 20

29,8%

Facturación

34,4%

YTD 21 vs 20

-25,3%

Cant. Tickets

-21,7%

2,9

+0,4

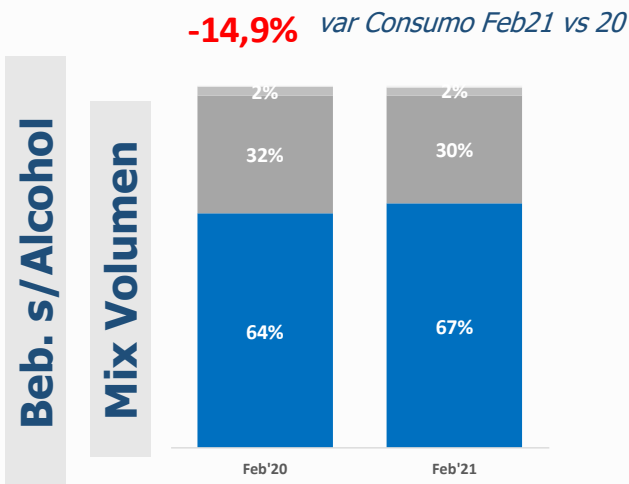
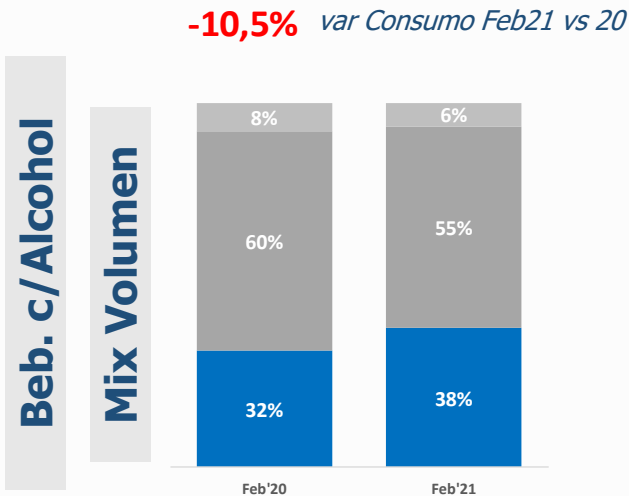
Dropsize

0,4

52,3%

Precios

49,2%



Price index

100% 100%

61% 63%

Feb'20

Feb'21

Incremento de Precio

Marcas A 55,0%

Marcas B 60,2%

100% 100%

58% 59%

Incremento de Precio

Marcas A 37,6%

Marcas B 40,1%

El avance de las Bbrands en Bebidas fue similar al de Alimentos, sin embargo el ajuste de precios en ambos tiers fue similar

Canasta Bebidas

Feb 21 vs Feb 20

-13,9%
Consumo

-9,3%

YTD 21 vs 20

29,8%

Facturación

34,4%

YTD 21 vs 20

-25,3%

Cant. Tickets

-21,7%

2,9

+0,4

Dropsize

0,4

52,3%

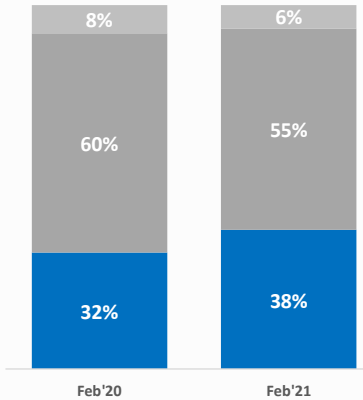
Precios

49,2%

Beb. c/Alcohol

Mix Volumen

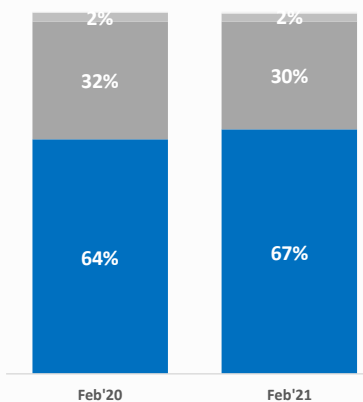
-10,5% var Consumo Feb21 vs 20



-14,9% var Consumo Feb21 vs 20

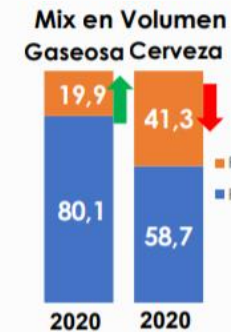
Beb. s/Alcohol

Mix Volumen

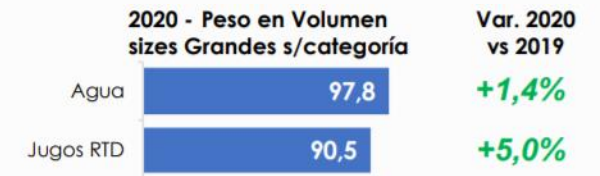


Otras Estrategias

Retornabilidad si para Gaseosas, no para Cervezas



Crecen los Empaques de mas contenido



Paños y trapos es la categoría de mayor caída, sin embargo se debe al importante incremento en la venta que se dio en febrero del año pasado

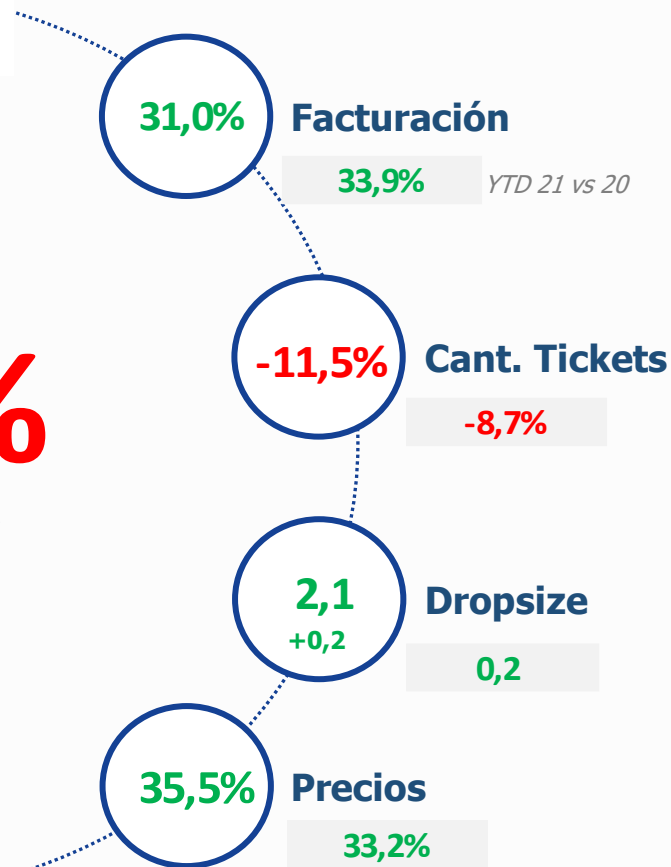
Canasta Limpieza

Feb 21 vs Feb 20

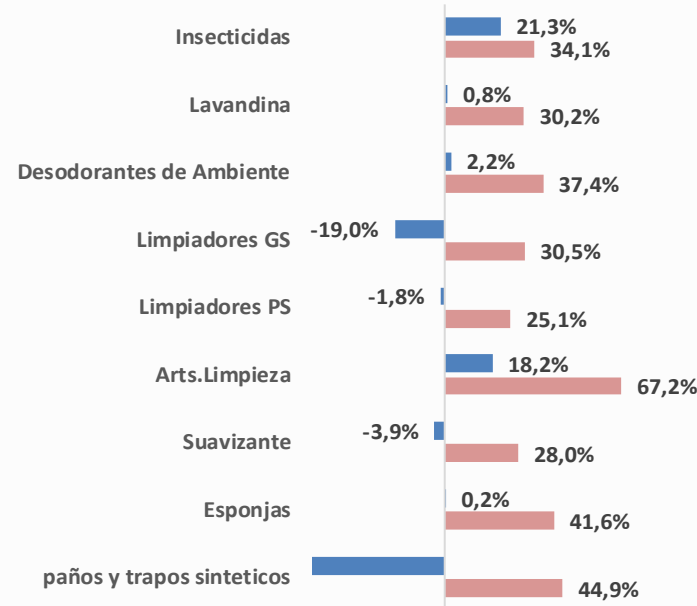
-6,1%
Consumo

-1,0%

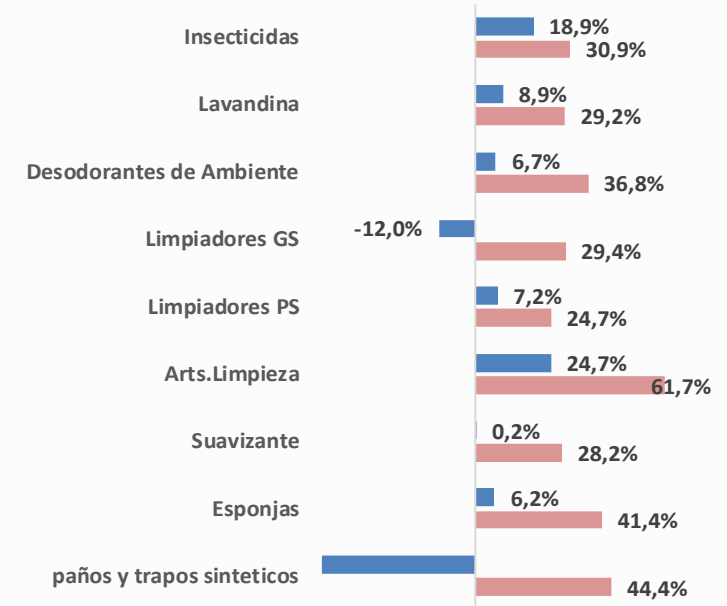
YTD 21 vs 20



Feb 2021 vs Feb 2020



YTD 21 vs 20



■ Consumo ■ Precios

Jabones, desodorantes y cuidado del pelo son las categorías de mayor caída de volumen vs el año anterior

Canasta C. Personal

Feb 21 vs Feb 20

-5,4%
Consumo

1,0%

YTD 21 vs 20

13,6%

Facturación

19,8%

YTD 21 vs 20

-18,5%

Cant. Tickets

-14,8%

2,0

+0,2

Dropsize

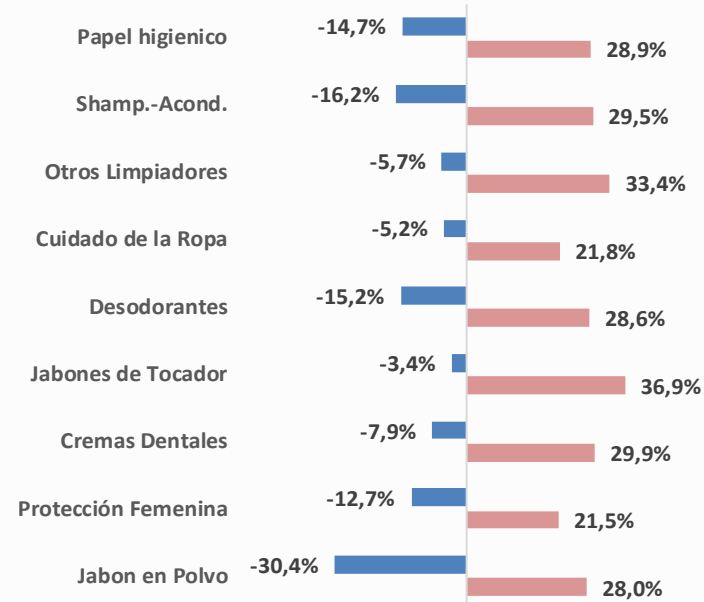
0,2

28,7%

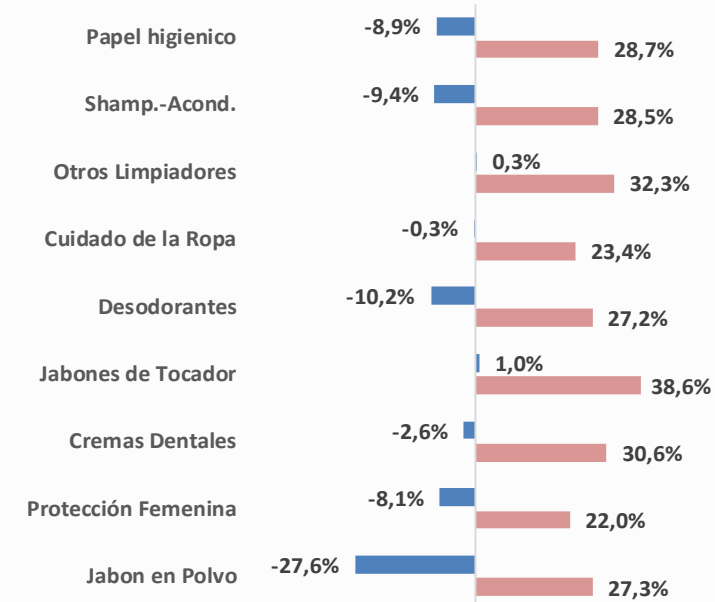
Precios

29,1%

Feb 2021 vs Feb 2020



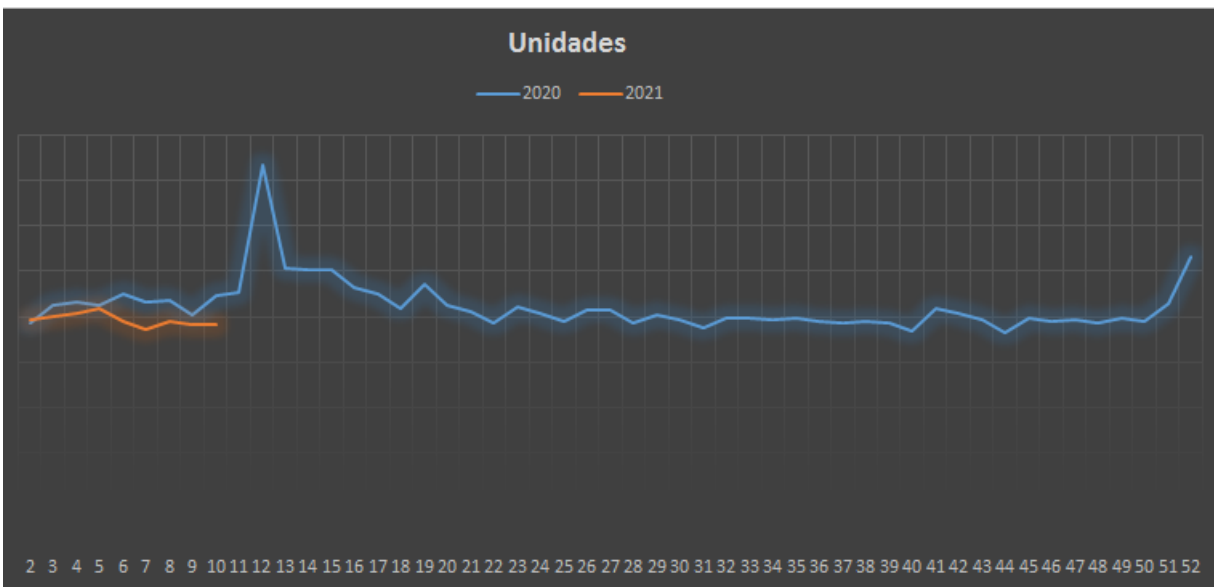
YTD 21 vs 20



■ Consumo ■ Precios

Que esperamos para el primer semestre 21?

- Las siguientes semanas hasta la numero 20 (mediados de mayo) se verán desafiadas por el comportamiento atípico del 2020



Caída del Consumo

Amesetamiento

- Continua tensión en rentabilidad

Precios

Costos

Acuerdos Comerciales

Ingresos de los Hogares

Muchas gracias

Para más información seguinos en nuestras redes

/scanntecharg

Scanntech Argentina

Contactos

Darío Hernández

Gerente de Cuentas

☎ :+54 11 2264 3291

✉ :dhernandez@scanntech.com

✉ :consumomasivo_ar@scanntech.com