

EN ARGENTINA VIVIMOS EN ESTADO



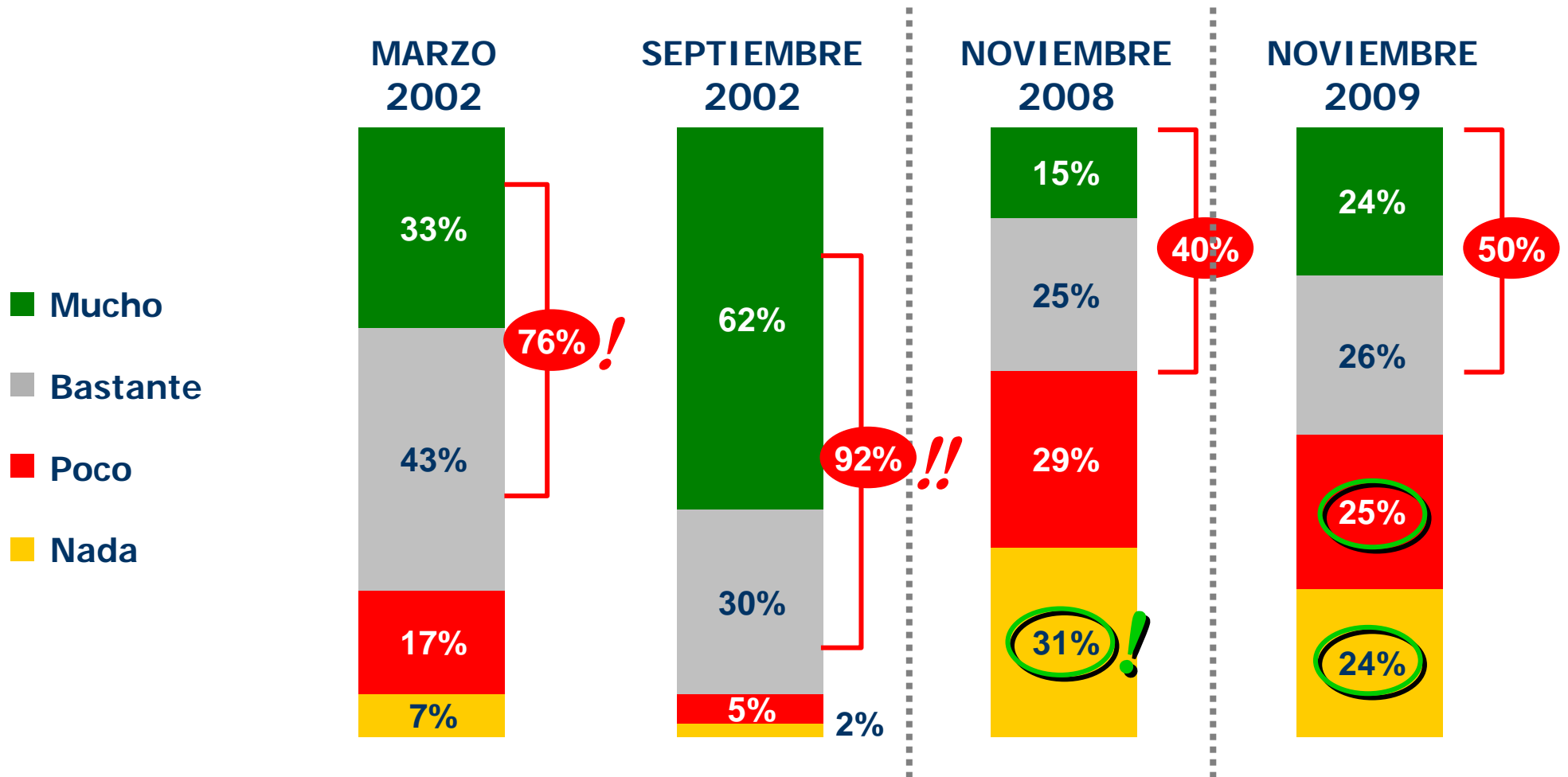
CRISIS



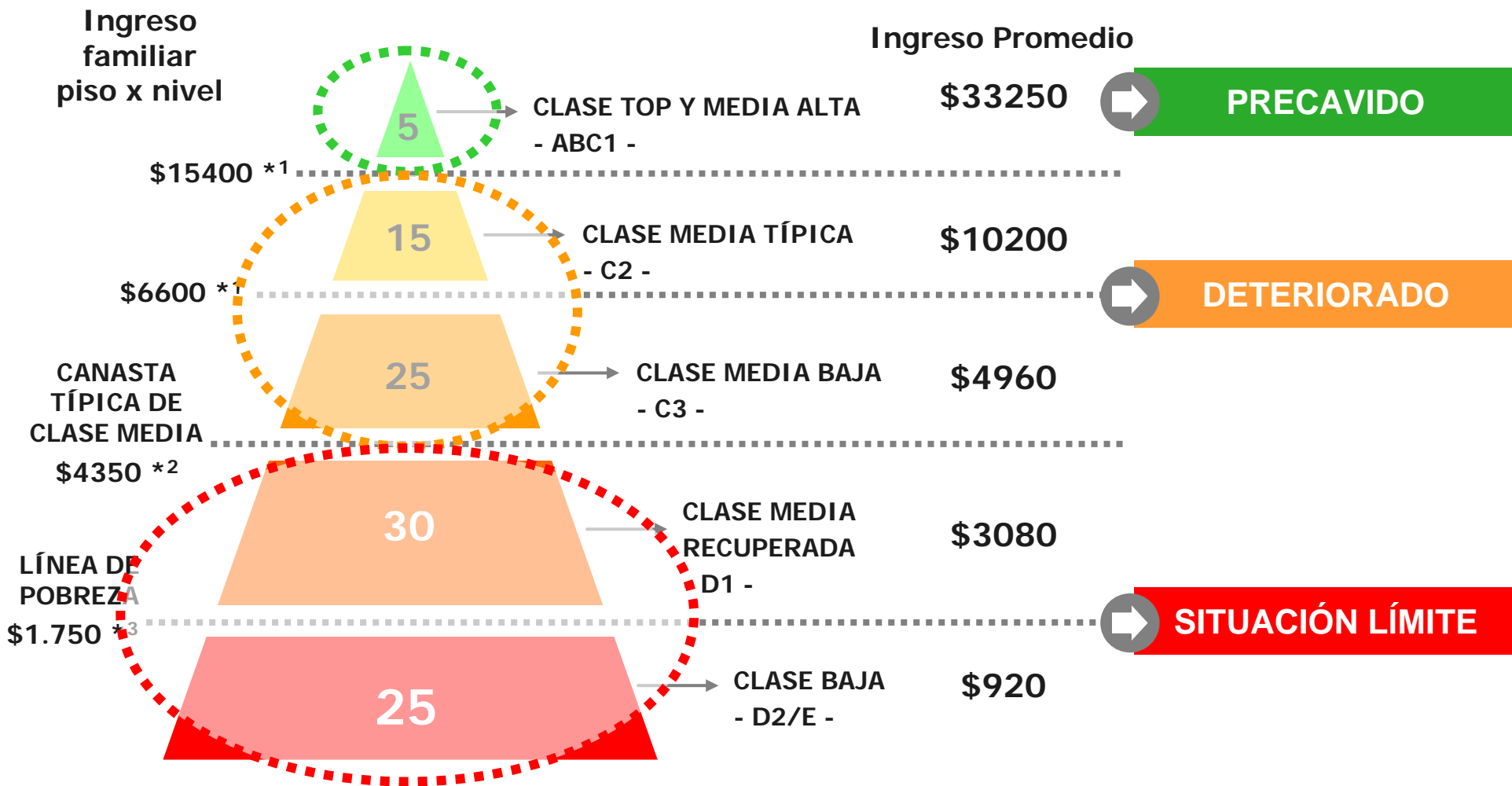
CRÓNICA

IMPACTO DEL CONTEXTO EN LOS HÁBITOS DE CONSUMO

En función de la situación del país, ¿Ud. modificó en algo sus hábitos de consumo vs. 1 año atrás?



EL "NUEVO CONSUMO" SEGÚN LA PIRÁMIDE SOCIAL

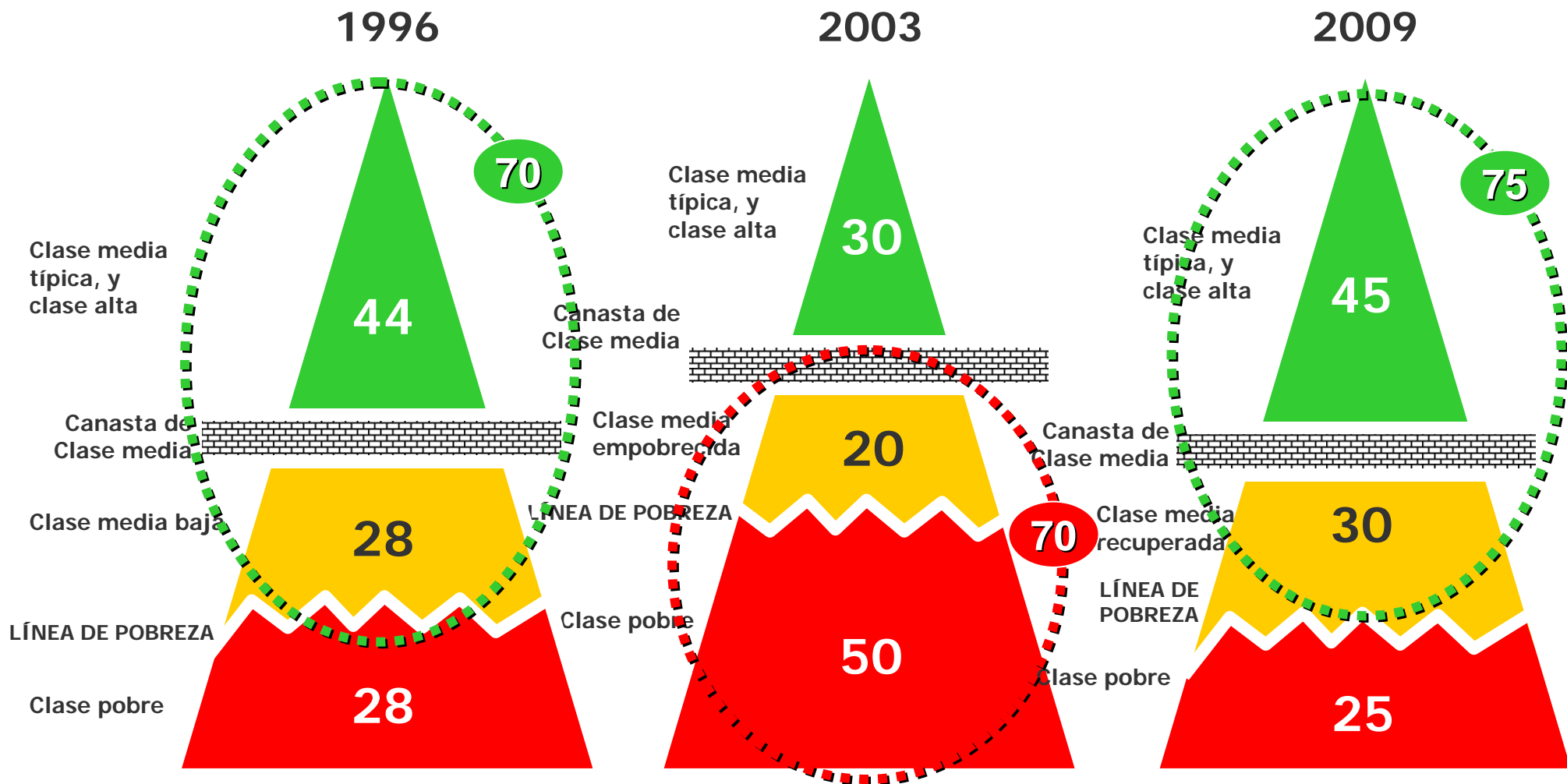


*1 EPH 1T '07 Ajustado a 3T 2009

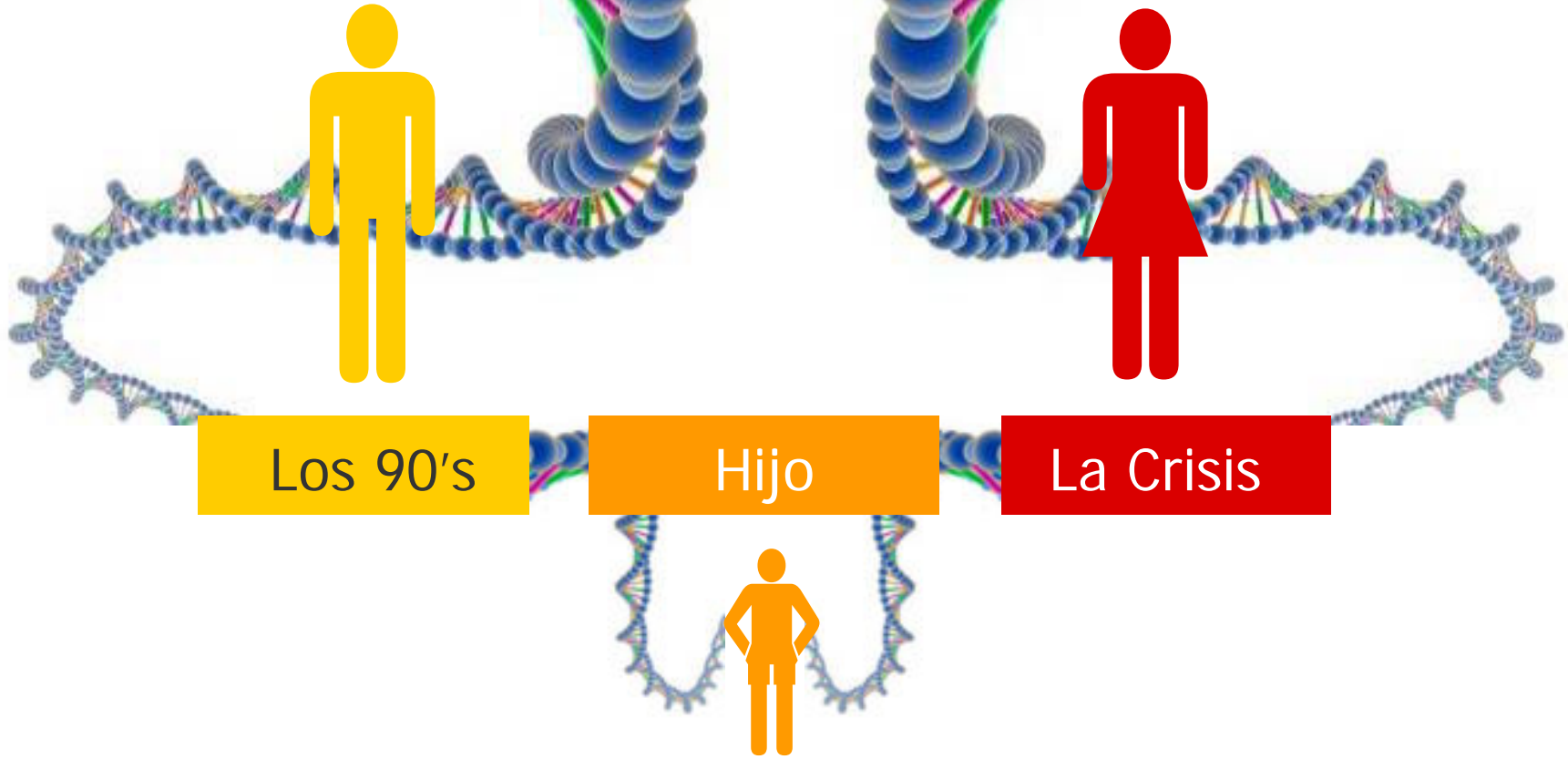
*2 FIDE (ajustado por inflación)

*3 Línea de pobreza – INDEC 1° TRIMESTRE 2007 AJUSTADO a 3T 2009

10 AÑOS: LA SOCIEDAD ARGENTINA EN MOVIMIENTO



El Consumidor Actual



Los 90's

Hijo

La Crisis

La vocación compradora "Noventosa"

La flexibilidad y el oportunismo de "La Crisis"

Semejanzas y Diferencias 2009 vs. 2002

2002

2009

• 25%

DESEMPLEO

• 9%

• 3 años de recesión

ESCENARIO PREVIO

• 6 años de crecimiento

• Pánico

CLIMA SOCIAL

• Incertidumbre

• Destruído

PODER ADQUISITIVO

• Disminuído

• De \$1 a \$4

DOLAR

• De \$3.10 a \$3.85

• 40pts

ÍNDICE DE CONFIANZA DEL CONSUMIDOR

• 40pts

• Abrumado

CONSUMIDOR

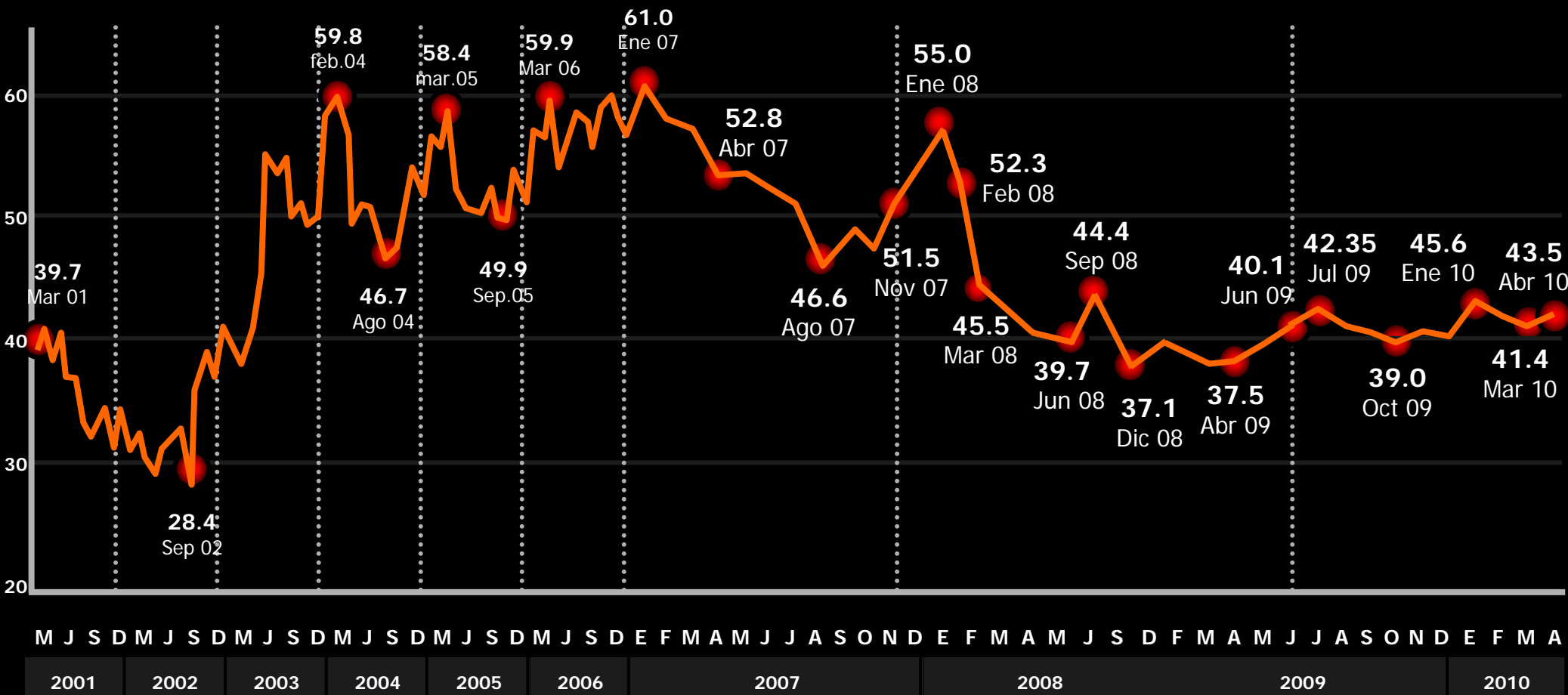
• Recargado



el regreso del **SMART SHOPPER**

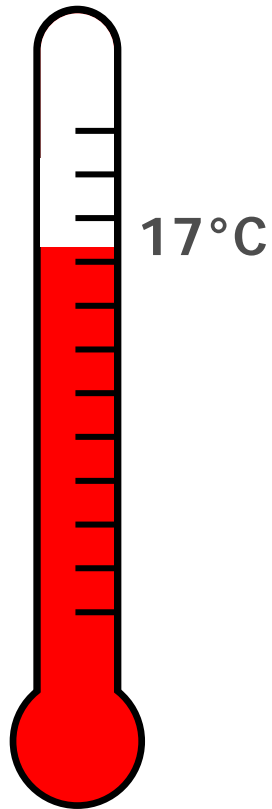
- + CONTROL
- + OPORTUNISMO
- + RESTRICCIONES
- + CAUTELA

Índice de Confianza del Consumidor CIF/ UTDT

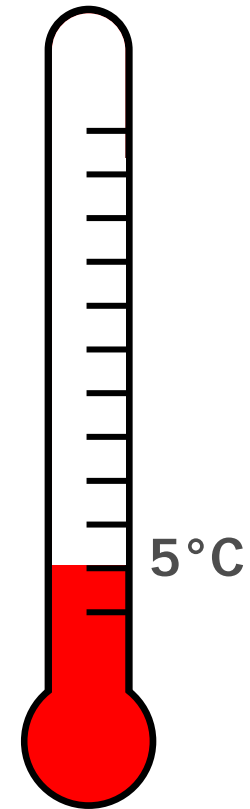


EL PAÍS HOY

TEMPERATURA



SENSACIÓN TÉRMICA



Detenida

Desánimo

Desigualdad

Desilusión

Depresión

Descontento

Decepción

Desesperanza

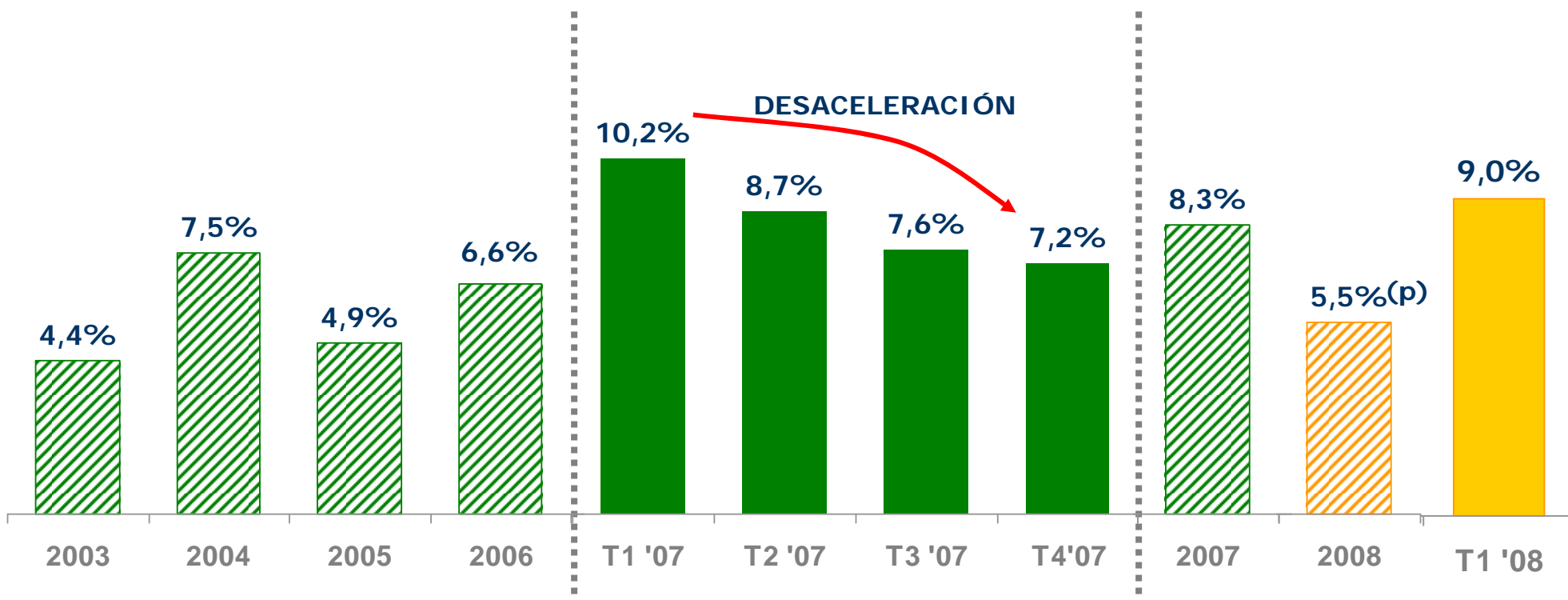
DORMIDA

EVOLUCIÓN DEL MERCADO – VOLÚMENES – 2003-2008

Food Empaquetado - Alimentos, Bebidas, Cosmética y Limpieza

(no incluye perecederos ni Non Food)

TOTAL CANALES – TOTAL NACIONAL
VARIACIÓN VS MISMO PERIODO AÑO ANTERIOR



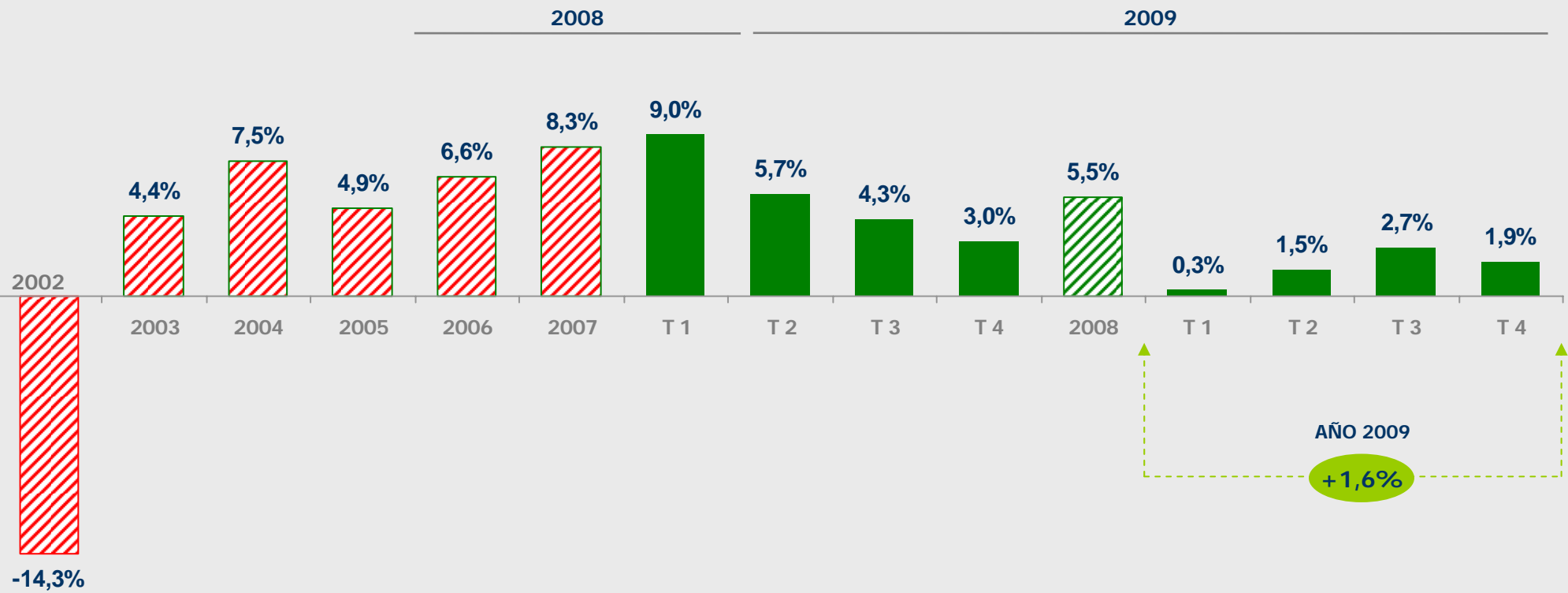
EVOLUCIÓN DEL MERCADO – VOLÚMENES – 2002/2009

Food empaquetado – Alimentos, Bebidas, Cosmética y Limpieza

(no incluye perecederos ni non food)

TOTAL CANALES – TOTAL NACIONAL

VARIACIÓN VS MISMO PERIODO AÑO ANTERIOR

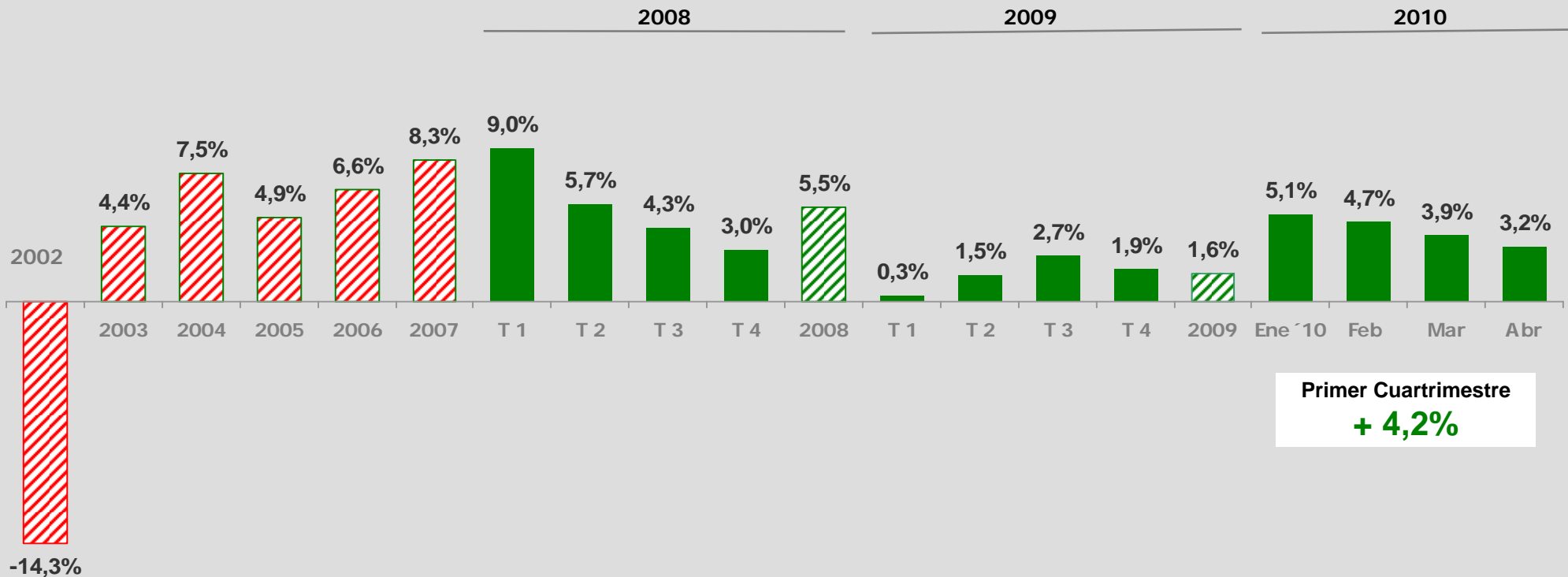


Food empaquetado – Alimentos, Bebidas, Cosmética y Limpieza

(no incluye perecederos ni non food)

TOTAL CANALES – TOTAL NACIONAL

VARIACIÓN VS MISMO PERIODO AÑO ANTERIOR



Food Empaquetado - Alimentos, Bebidas, Cosmética y Limpieza (110 Categorías)

(no incluye perecederos ni Non Food)

TOTAL NACIONAL

VARIACIÓN VS. MISMO PERÍODO AÑO ANTERIOR

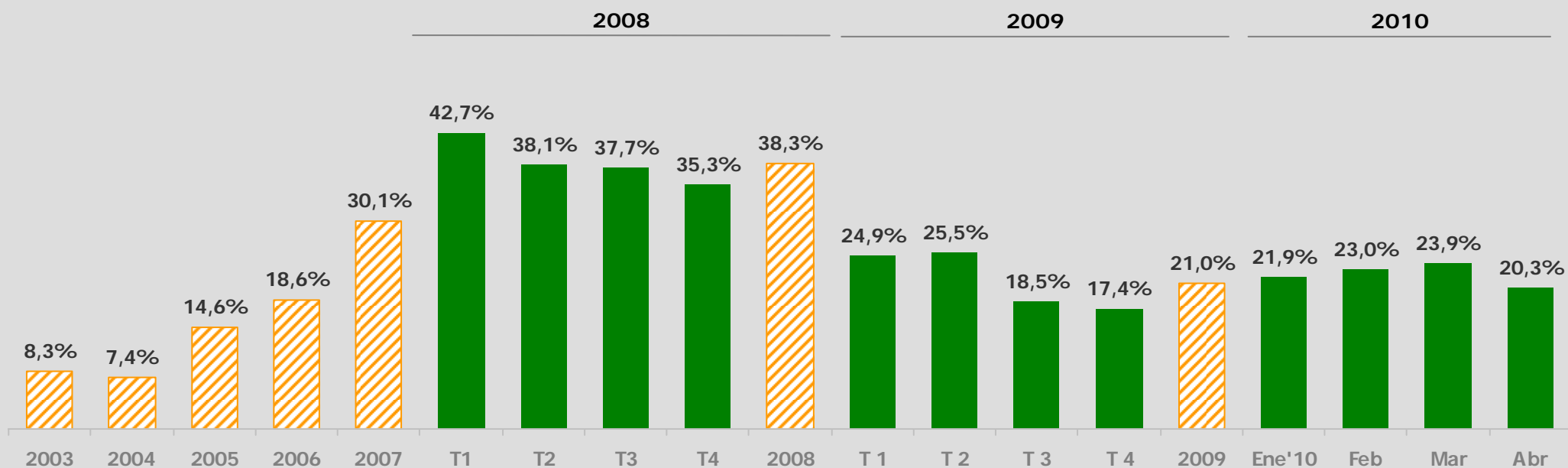


Food Empaquetado - Alimentos, Bebidas, Cosmética y Limpieza (110 Categorías)

(no incluye perecederos ni Non Food)

TOTAL NACIONAL

VARIACIÓN VS. MISMO PERÍODO AÑO ANTERIOR

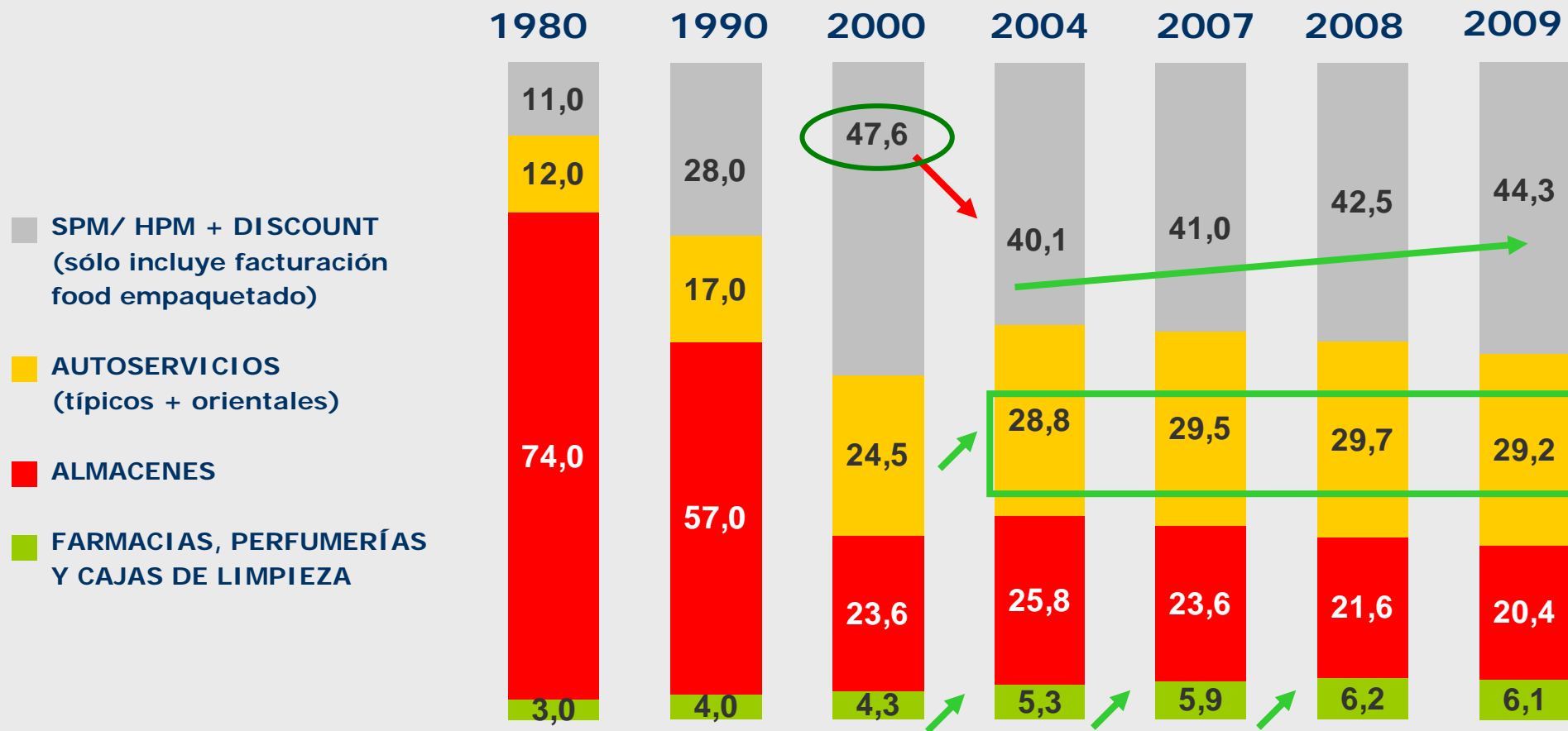


Evolución Mix de Canales – Facturación – 30 años

Total Nacional Food Empaquetados

Food Empaquetado - Alimentos, Bebidas, Cosmética y Limpieza (110 Categorías)

(no incluye perecederos ni Non Food)



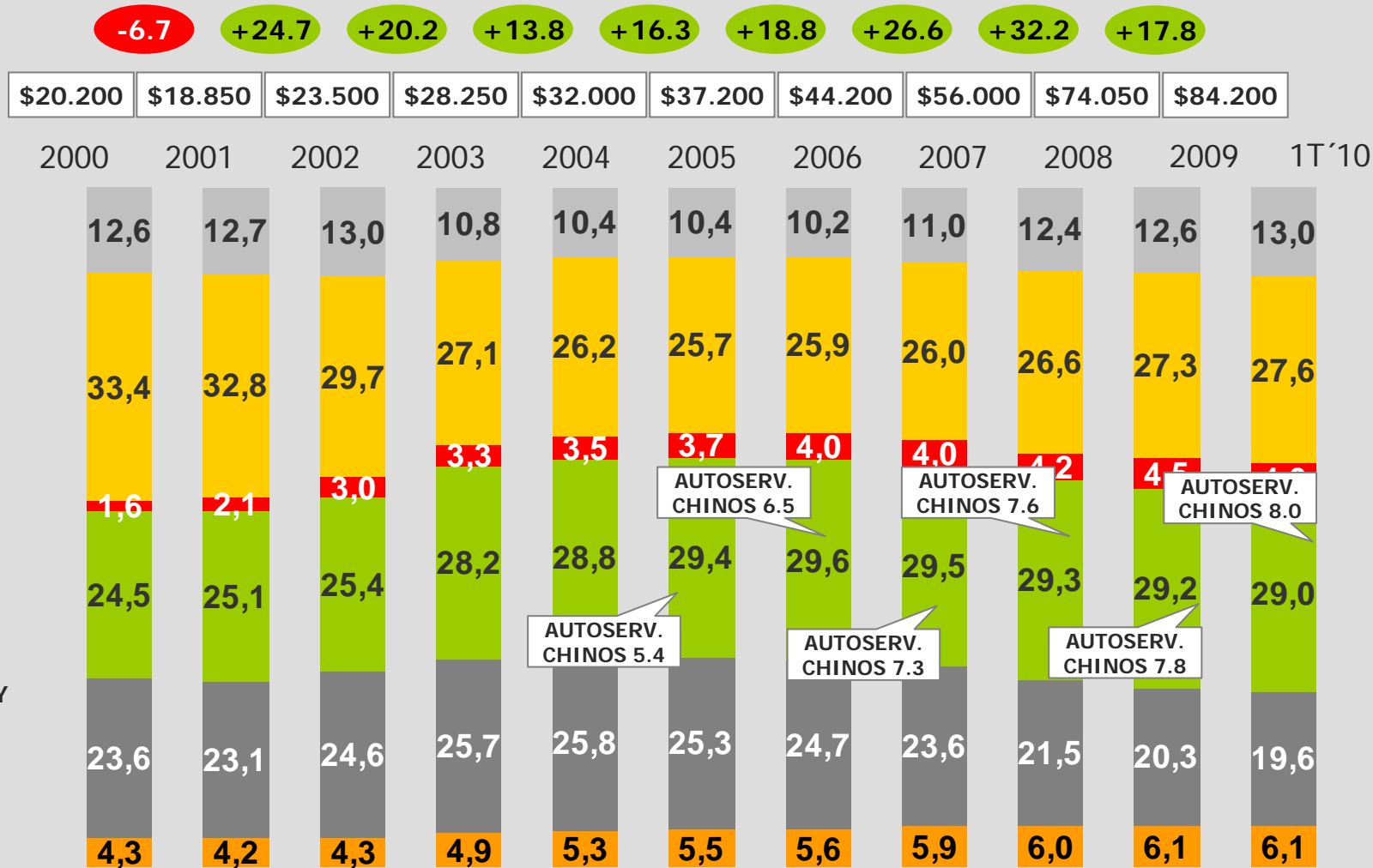
EVOLUCIÓN POR CANAL DE COMERCIALIZACIÓN

Food Empaquetado - Alimentos, Bebidas, Cosmética y Limpieza

(no incluye perecederos ni Non Food)

VARIACIÓN % VS AÑO ANTERIOR

FACTURACIÓN EN MILLONES DE \$



EVOLUCIÓN DE LOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

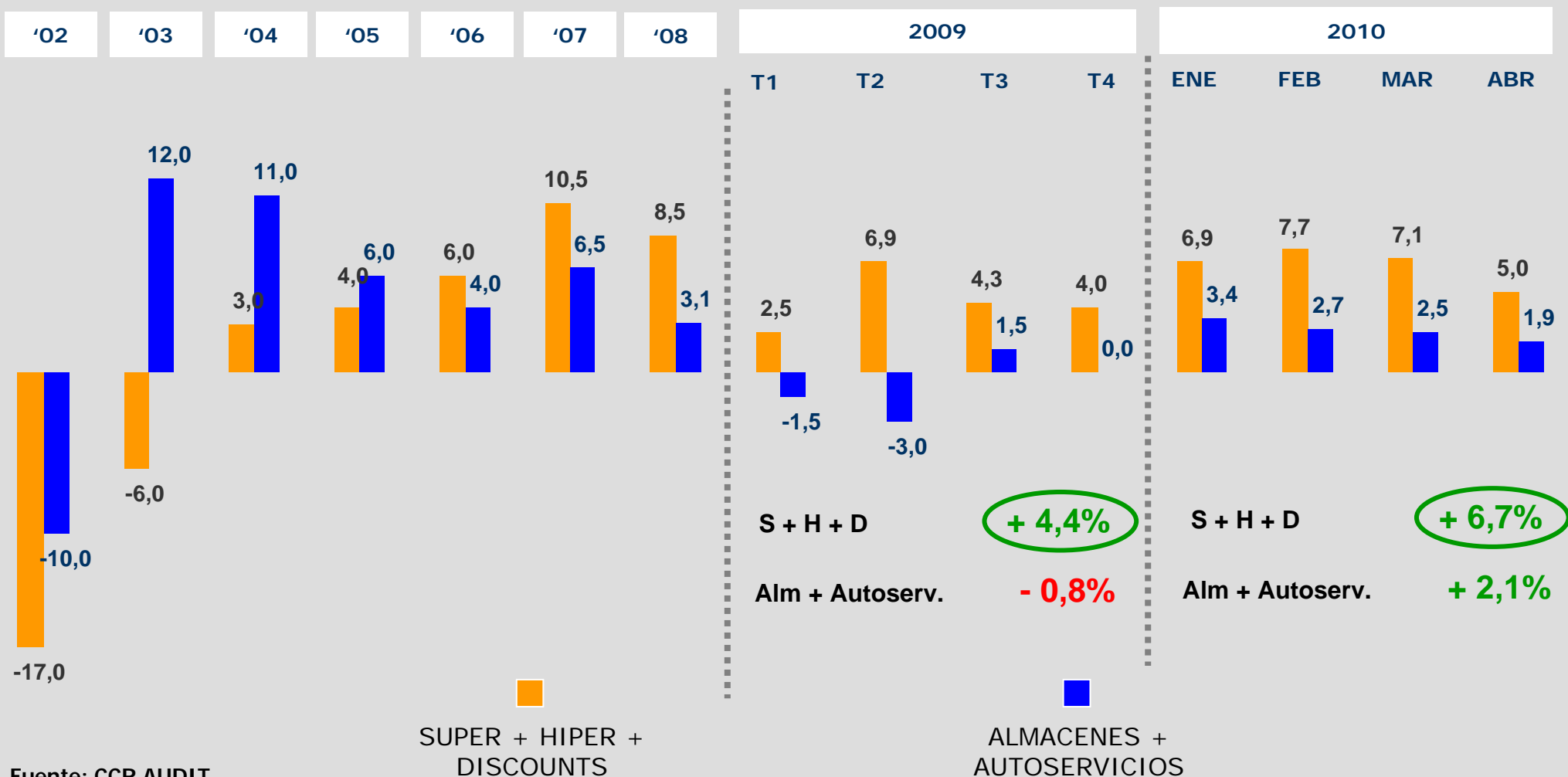


Variación en volúmenes

Food Empaquetado - Alimentos, Bebidas, Cosmética y Limpieza

TOTAL PAÍS

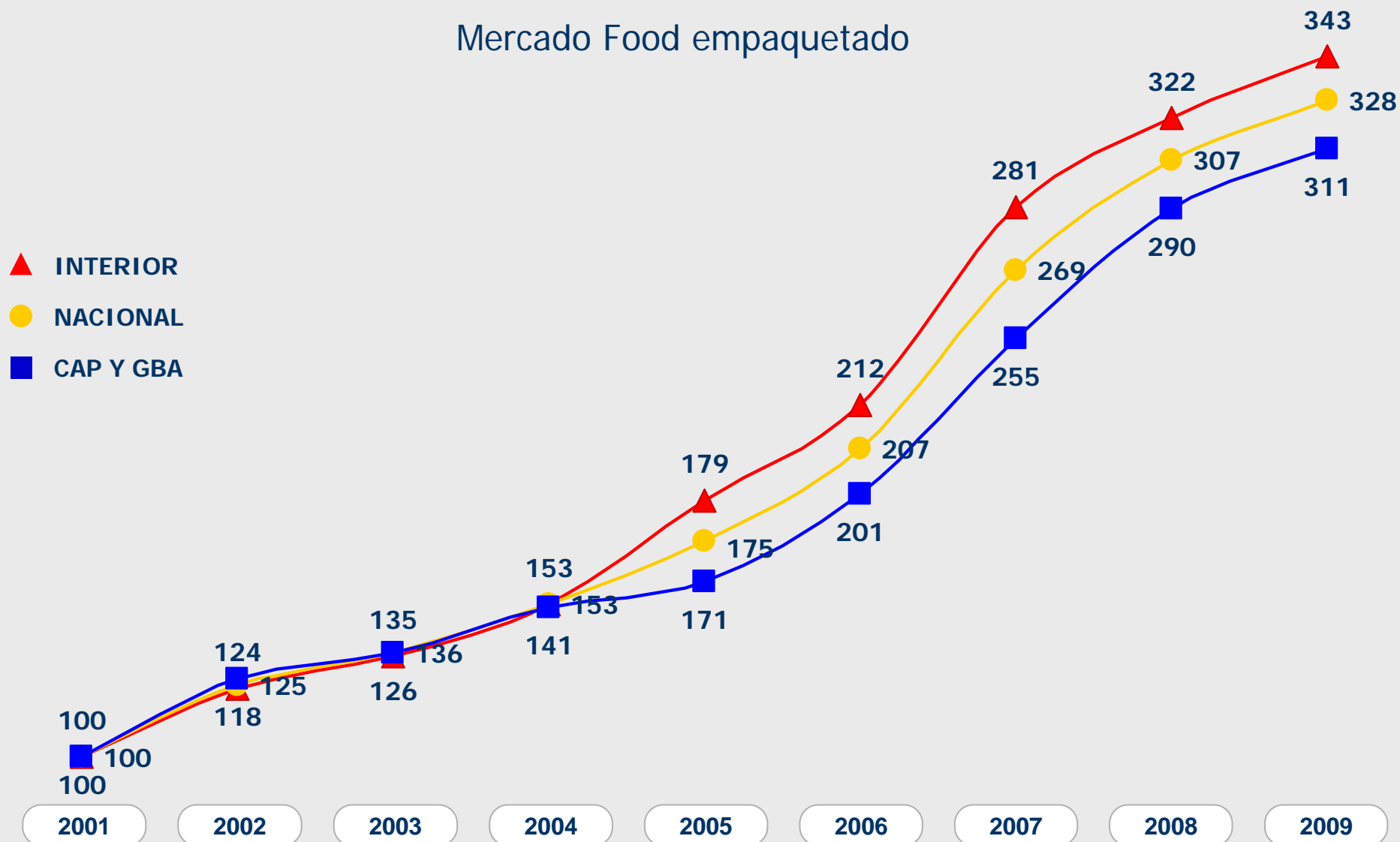
VARIACIÓN VOLUMEN VS. MISMO MES DEL AÑO ANTERIOR



Evolución de Ventas en Facturación – Total Argentina

Facturación de las Cadenas de SPM - Base 100: Año 2001

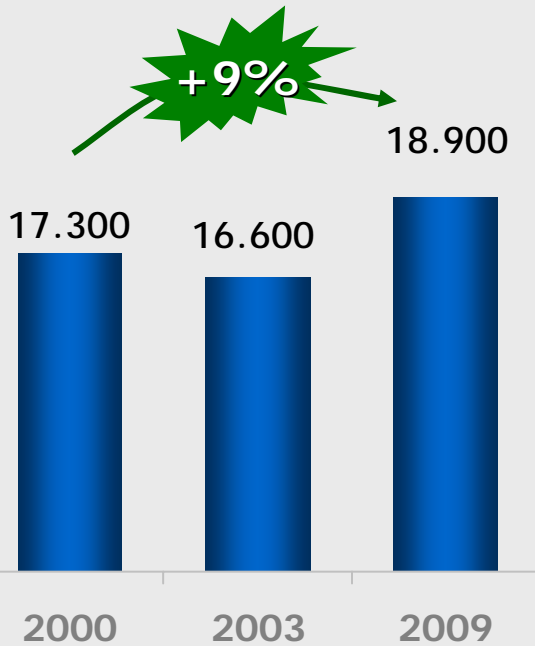
Mercado Food empaquetado



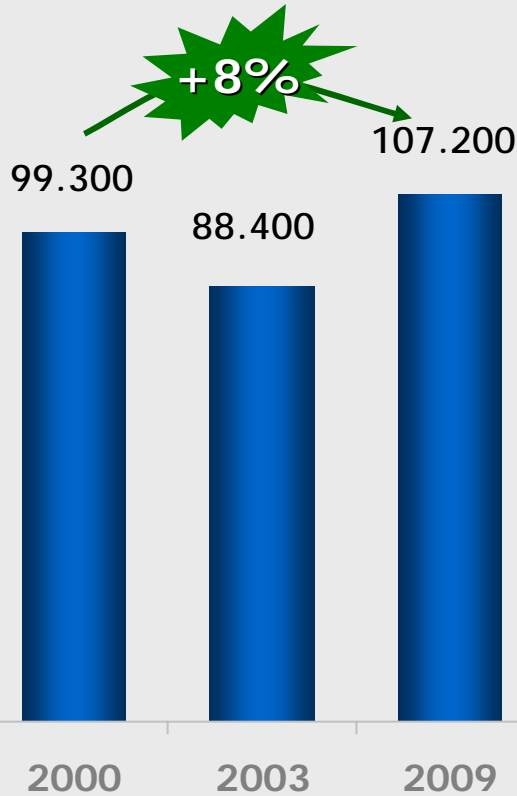
Evolución de Comercios Total Argentina

2009 Vs 2000

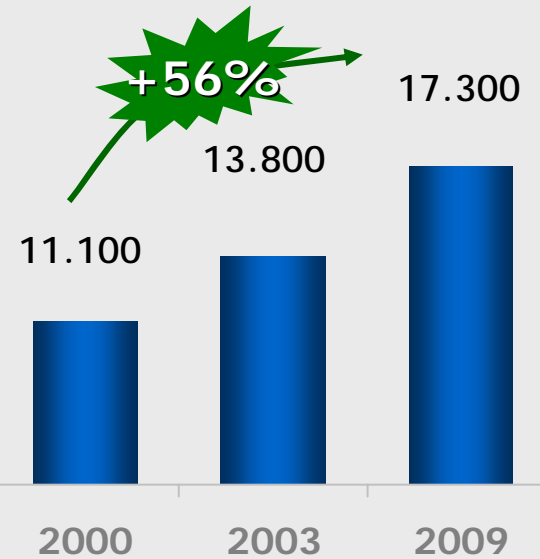
Farmacias, Perfumerías
y Casas de Limpiezas



Almacenes y
Polirubros



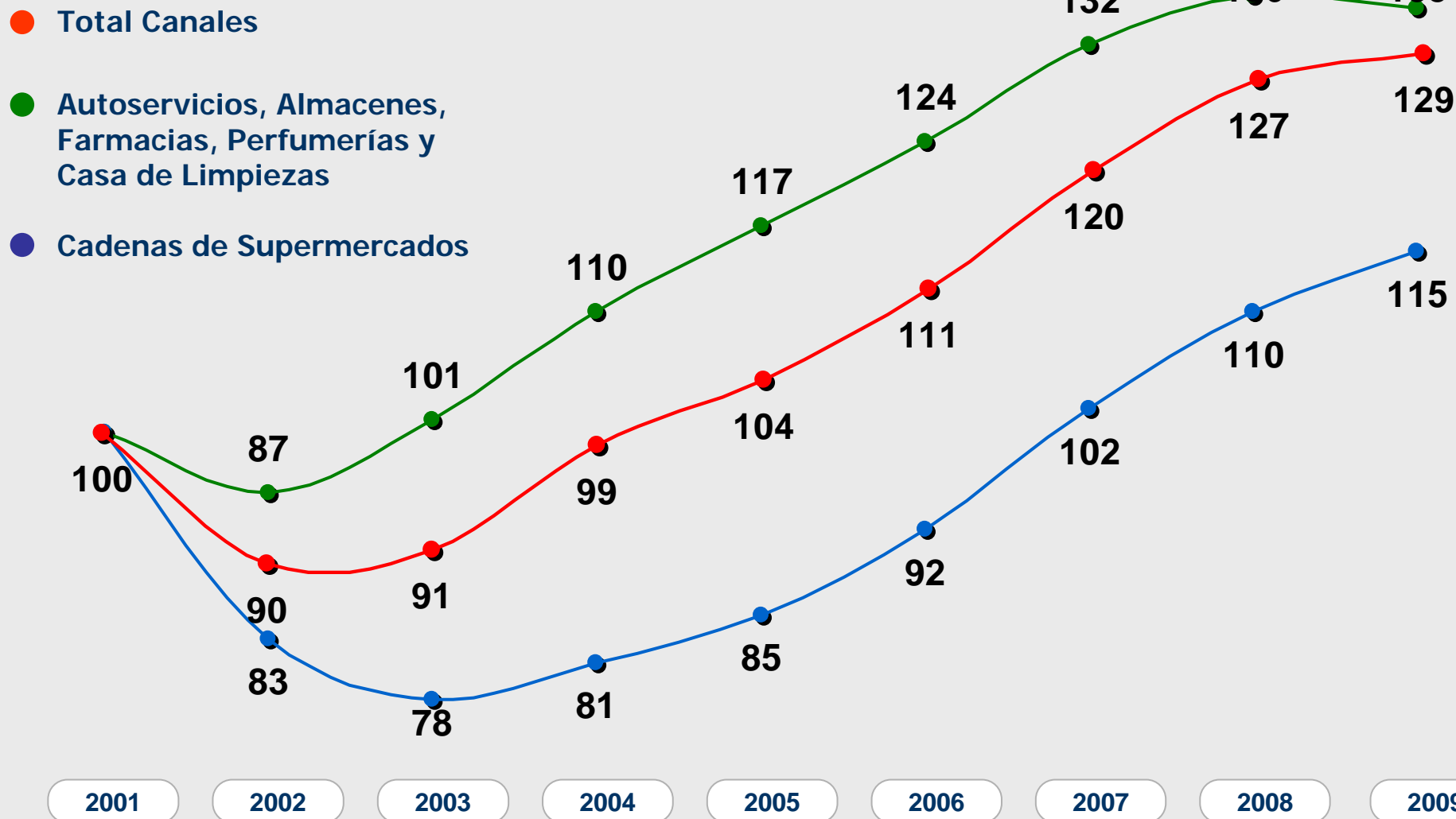
Autoservicios




Evolución de los Canales – Total Argentina

Alimentos, Bebidas, Cosmética y Limpieza

Volúmenes Base 100: Año 2001





“Ya me compré la batidora,
ahora quiero un proyecto”

CIUDADANO ARGENTINO PROMEDIO, MAYO DE 2010

Argentina 2010

Nuestros Deseos

- Proyecto
- Visión de mediano plazo
- Cohesión
- Desarrollo
- Producción
- Trabajo
- Esperanza



ALVIN TOFFLER

Futurólogo Americano

Autor de "La Tercera Ola", "El Shock del Futuro" y "La Revolución de la Riqueza"

¿Es optimista con respecto a nuestro futuro?

Depende de qué período estemos hablando

Este no es un buen momento para los Estados Unidos. Afrontamos un declive económico que podría tornarse mucho peor, antes de mejorar.

Pero si miramos al largo plazo, diez o quince años hacia delante es otra historia.

Creo que muchos países disfrutarán de grandes oportunidades para mejorar la vida de sus ciudadanos.

INTERNATIONAL

Food Technology Summit

Argentina 2010

10 de Agosto - Hotel Sheraton - Buenos Aires - Argentina



Dr. Brian Wansink
Nutrición



Lic. Lu Ann Williams
Tendencias en productos
Health & Wellness



Lic. Guillermo Oliveto
Perfil del consumidor



Lic. Jorge Zubizarreta
Innovación

**El Punto de encuentro para los Profesionales
de Alimentos & Bebidas**