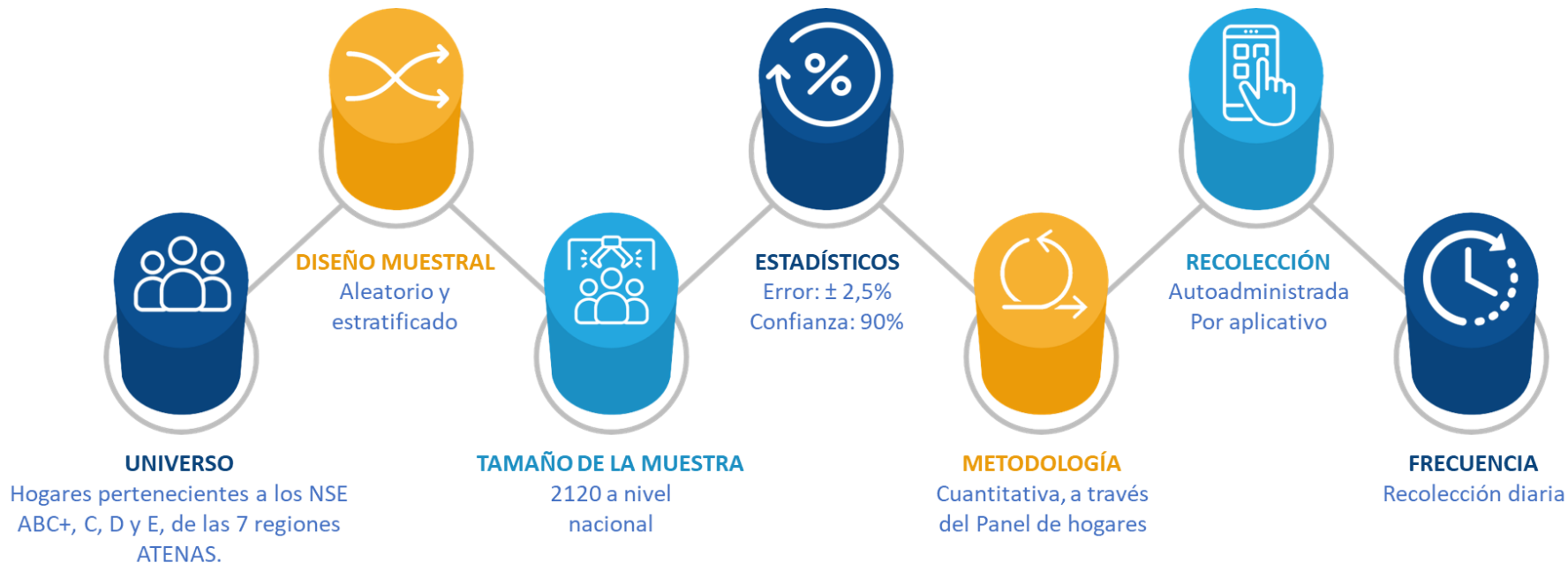
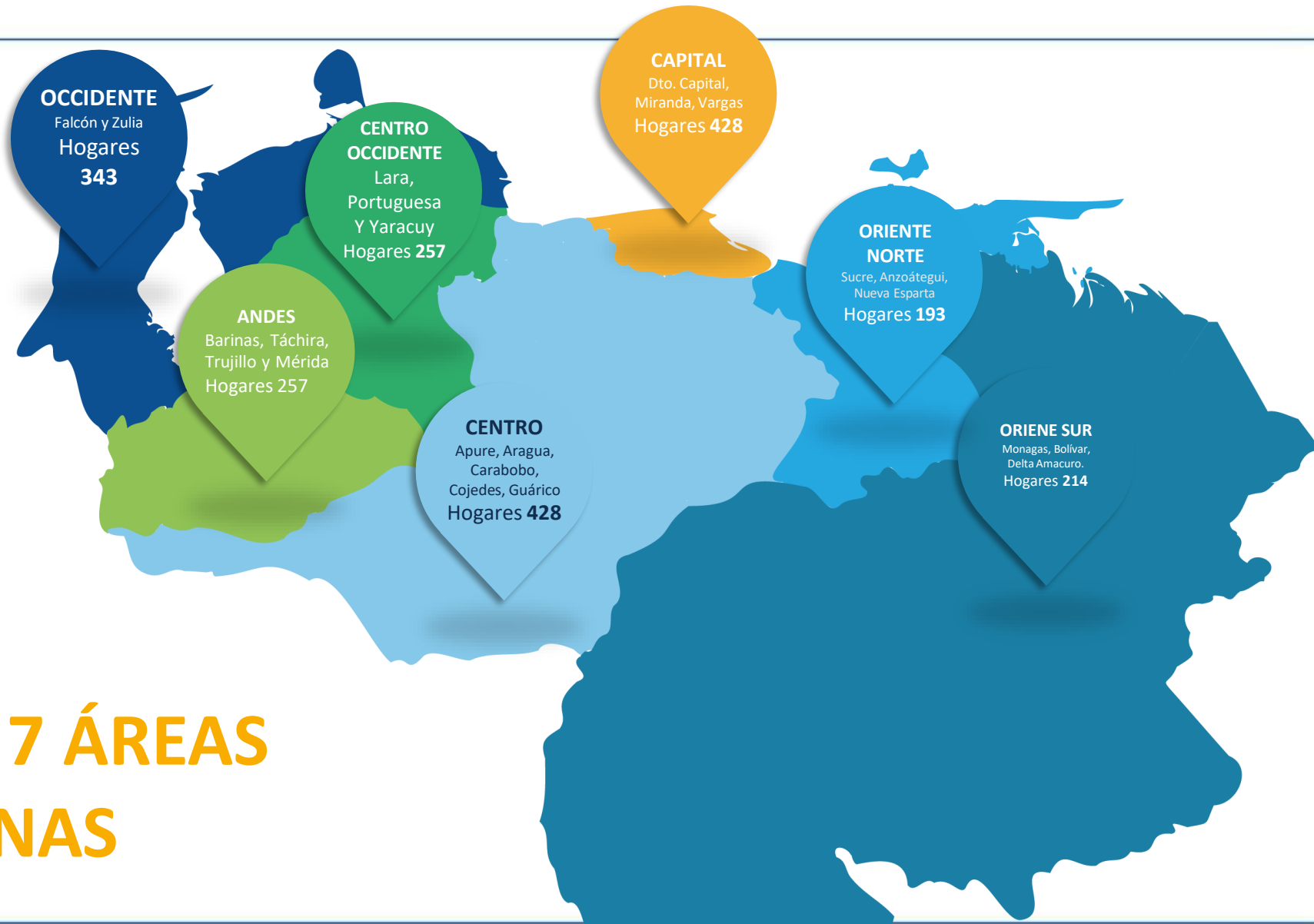


Panel de Hogares - Refrescos

MARZO 2023

CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO





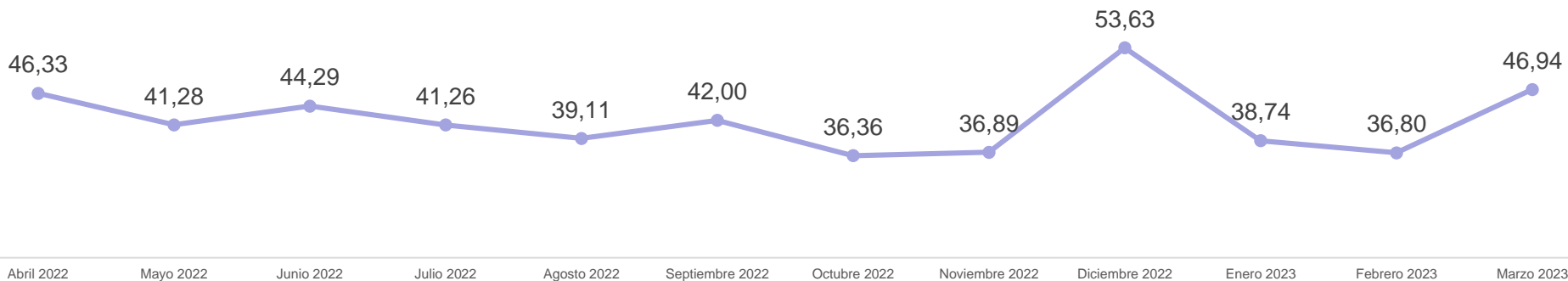
LAS 7 ÁREAS ATENAS

Panel de Hogares - Refrescos

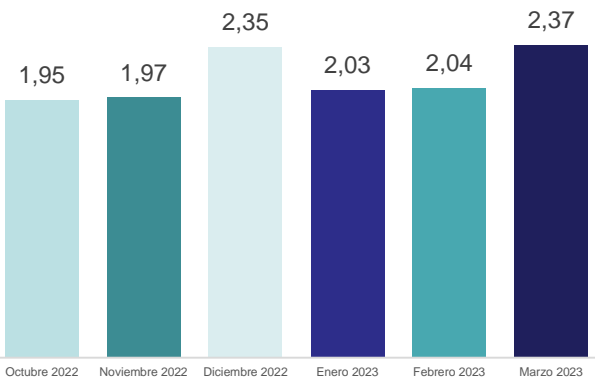
MARZO 2023

La categoría presenta un crecimiento importante en penetración, se puede inferir que esto se debe a la estacionalidad propia de SS.

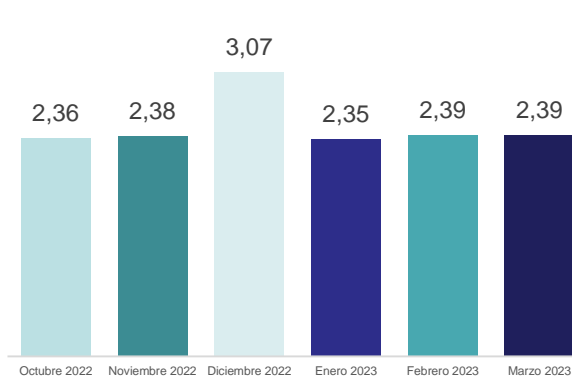
Penetración Compra de Refrescos



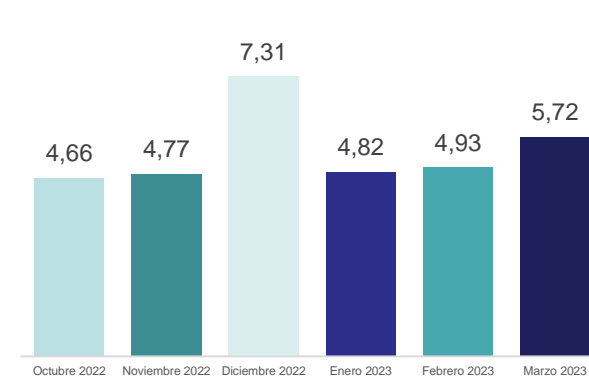
Frecuencia (Actos de Compra por Hogar)



Volumen por Acto de Compra (Lts)



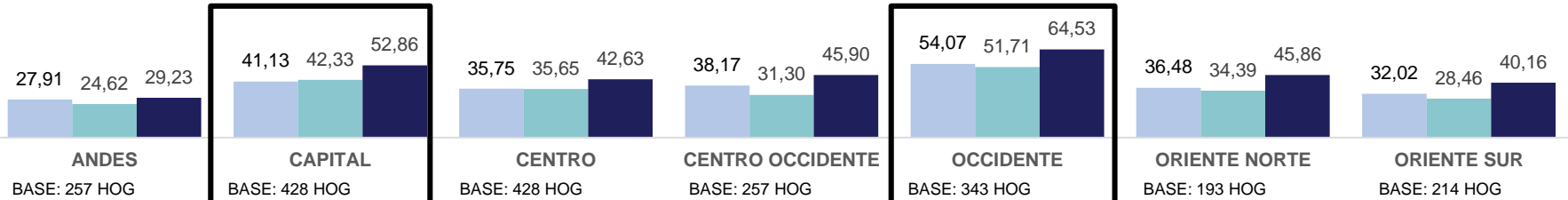
Compra Media por Hogar (Lts Mes)



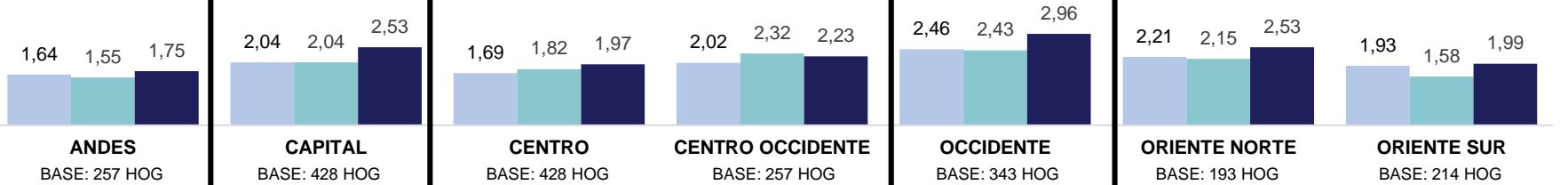
...Este crecimiento se puede apreciar en todos los territorios. Destacando La penetración de Glup en Capital (8,73pp) y de PCV en Occidente (8,37pp).

Penetración Refrescos por Territorio

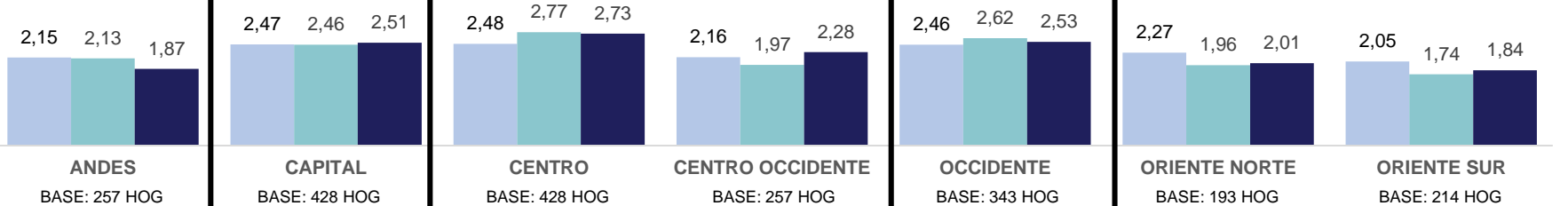
Enero 2023 Febrero 2023 Marzo 2023



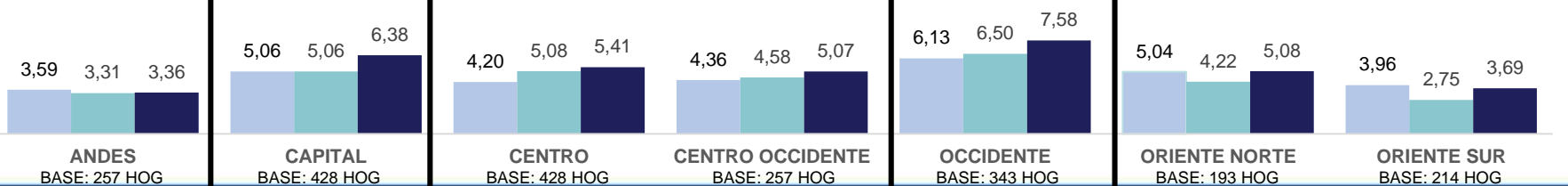
Actos de Compra por Territorio



Volumen por Acto de Compra por Territorio

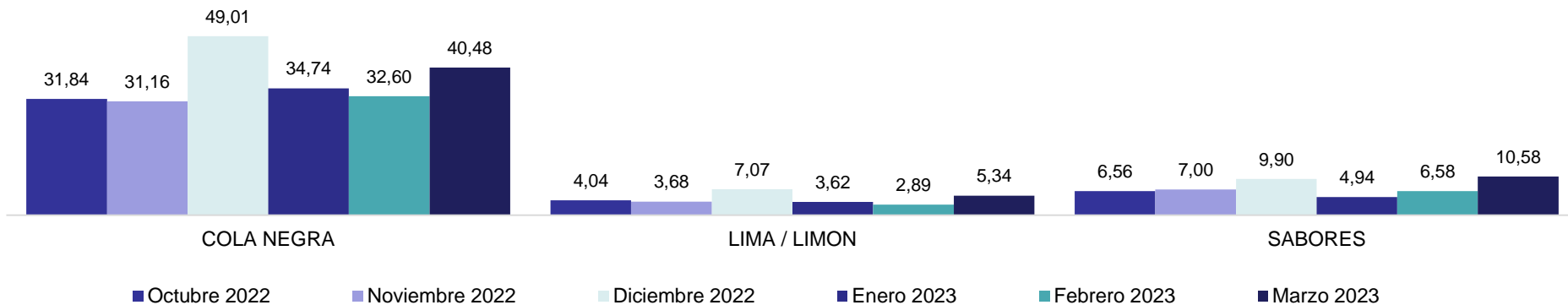


Compra Media por Hogar por Territorio

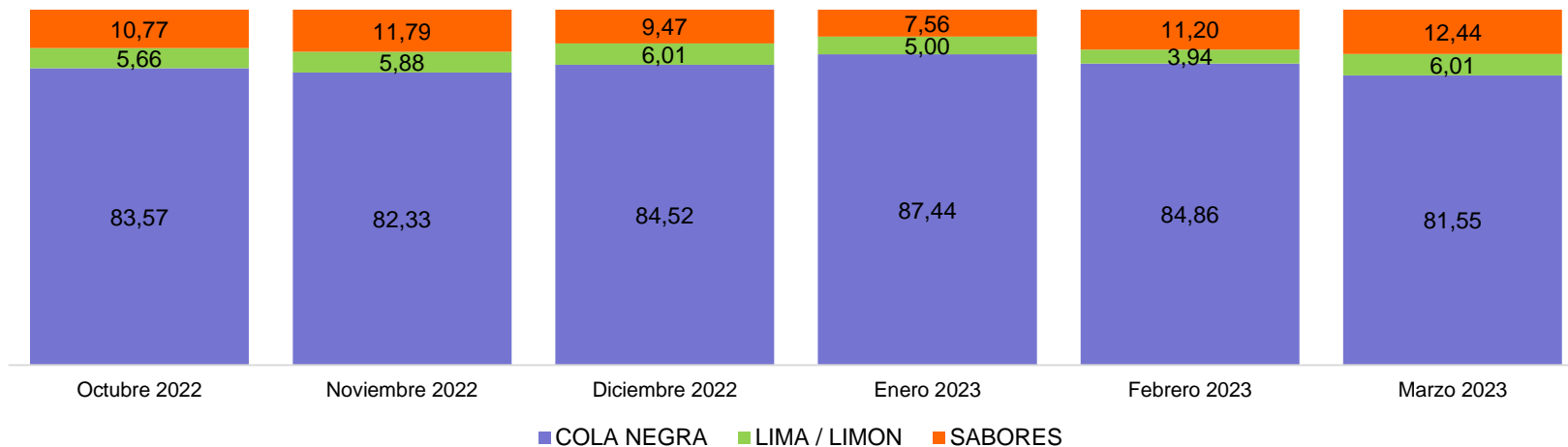


La penetración de los segmentos aumenta considerablemente, en mayor proporción en CN.
En la composición del mix, CN decrece 3,31pp siendo capitalizado por Lima/Limón.

Penetración Segmentos CN,LL y SAB

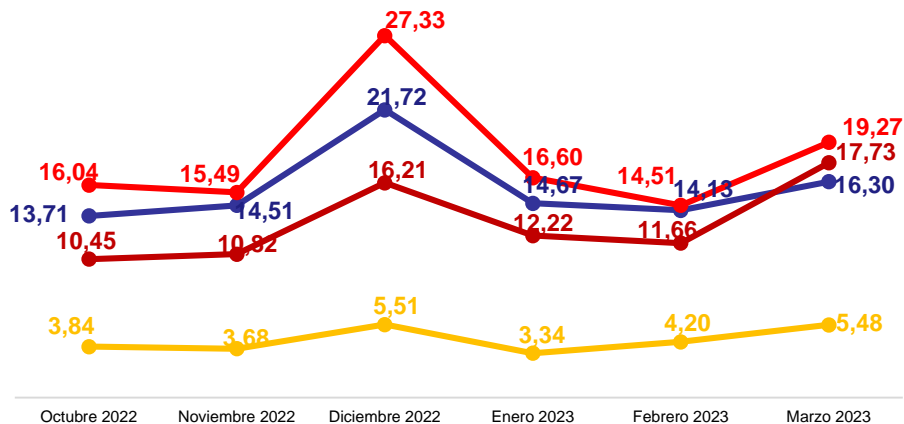


Share Segmentos CN, LL y SAB



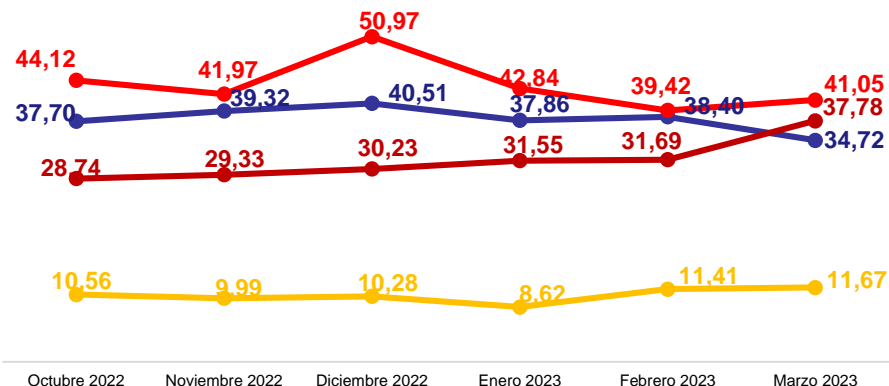
Nota: ya aquí la data no incluye Mezcladores

Penetración Compra Fabricantes (%)
Total Panel



PEPSICO AJEVEN
COCA-COLA COMPANY MULTINACIONAL DE SABORES

Penetración Compra Fabricantes (%)
Hogares Compradores de Refrescos

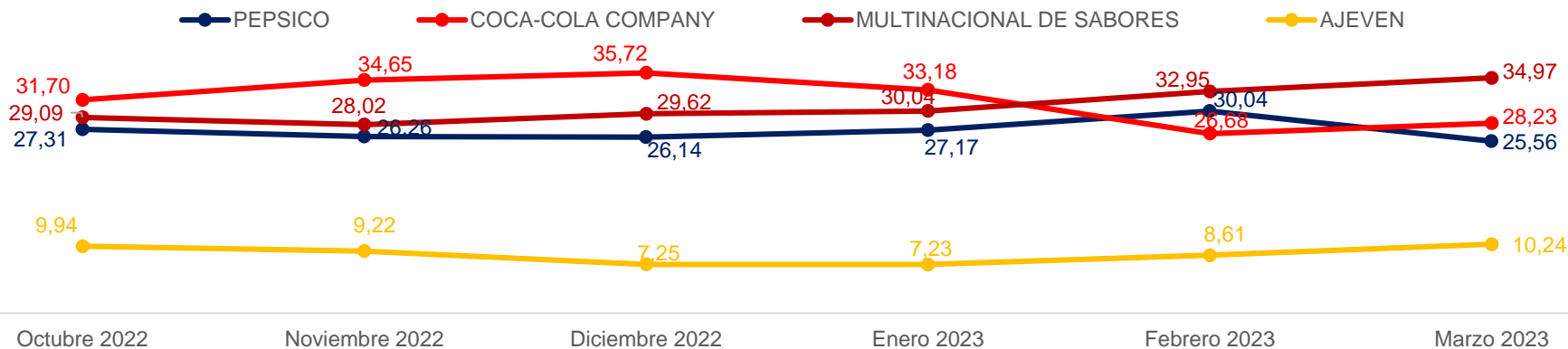


PEPSICO AJEVEN
COCA-COLA COMPANY MULTINACIONAL DE SABORES

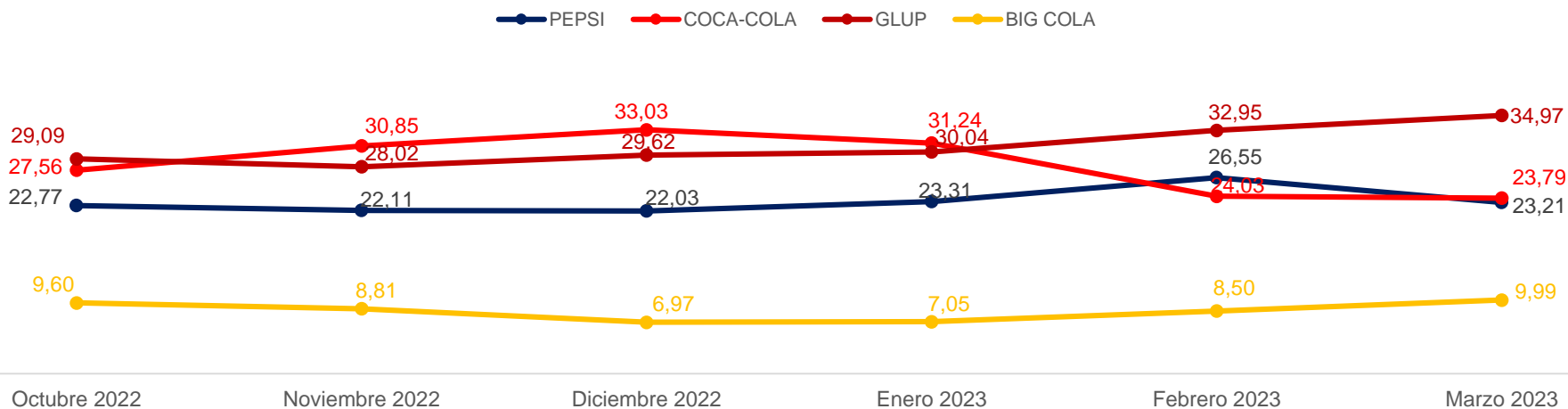
Fabricante	Indicador	Octubre 2022	Noviembre 2022	Diciembre 2022	Enero 2023	Febrero 2023	Marzo 2023
PEPSICO	ActCompHog	1,45	1,45	1,64	1,49	1,51	1,70
	PenetRelativa	37,70	39,32	40,51	37,86	38,40	34,72
	VolActoCompra	2,32	2,17	2,83	2,31	2,50	2,46
COCA-COLA COMPANY	ActCompHog	1,75	1,89	1,90	1,85	1,83	2,00
	PenetRelativa	44,12	41,97	50,97	42,84	39,42	41,05
	VolActoCompra	1,89	2,05	2,68	1,99	1,81	1,94
MULTINACIONAL DE SABORES	ActCompHog	1,63	1,56	1,96	1,72	1,82	1,98
	PenetRelativa	28,74	29,33	30,23	31,55	31,69	37,78
	VolActoCompra	2,85	2,87	3,60	2,66	2,80	2,65

... Los fabricantes presentan crecimiento en volumen a excepción de Pepsico, que presenta un decrecimiento.

Share Volumen Fabricantes (%)

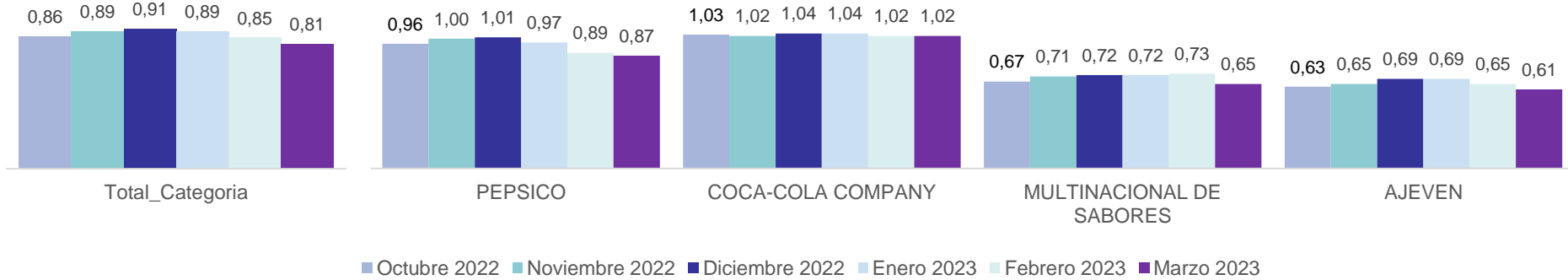


Share Marcas (%)



Multinacional de Sab. disminuye casi 10 puntos su \$/L en el empaque de 2L, lo que impulsa su crecimiento en penetración.

Precio Promedio Volumen (\$/Lts)

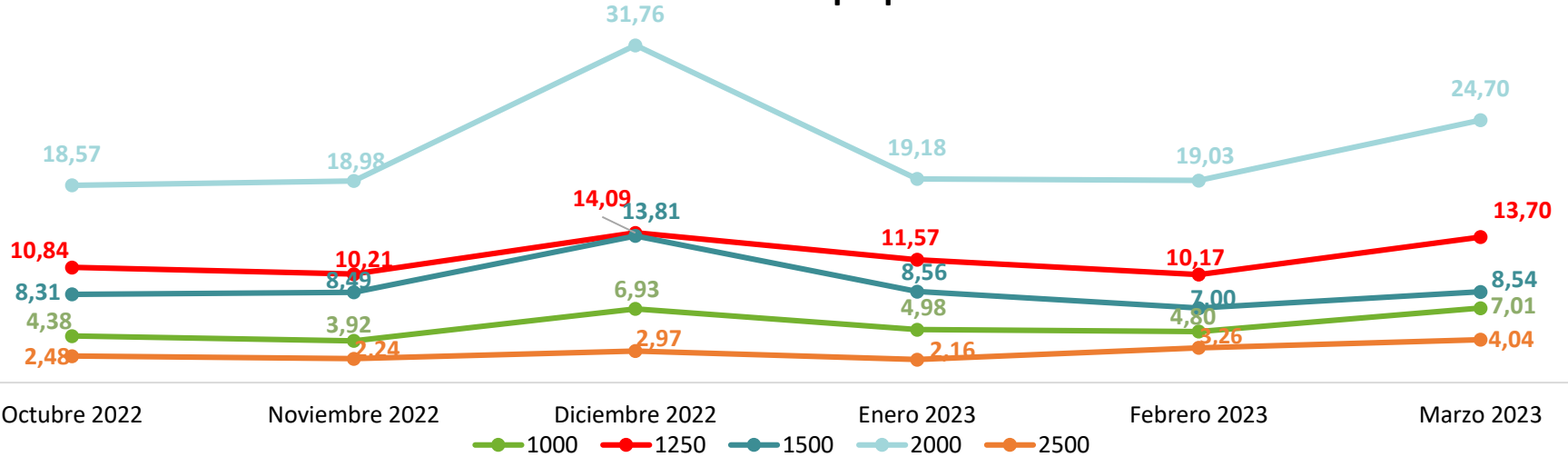


Precio Promedio Volumen (\$/Lts) Tamaño 2Lts

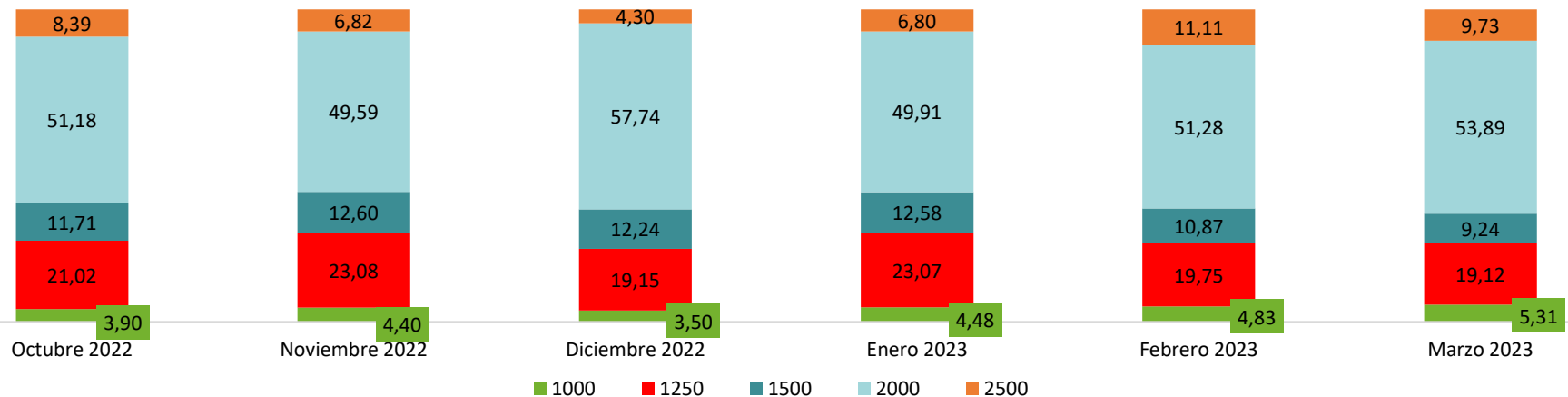


El empaque de 2L presenta el mayor crecimiento.
En la composición del mix, 2L refleja este crecimiento seguido por 1L, ambos capitalizando la caída de los demás empaques.

Penetración Empaques



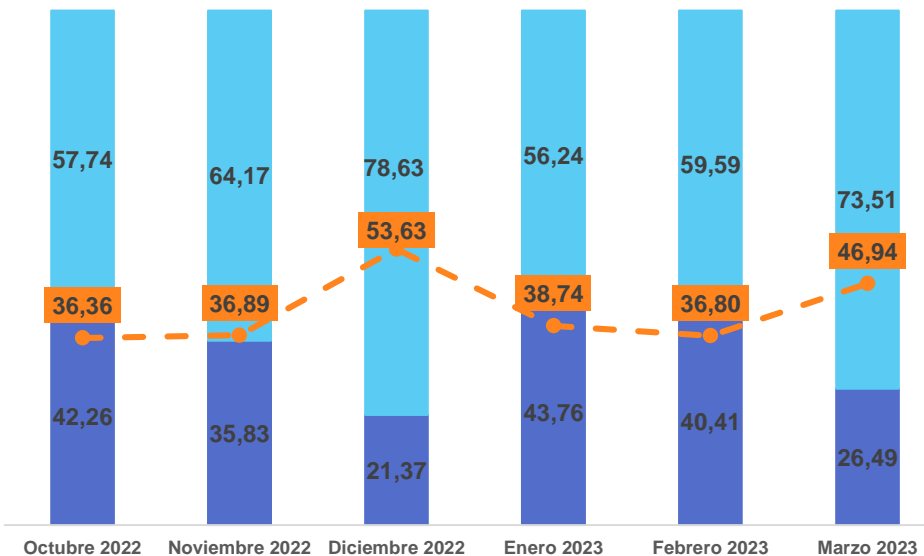
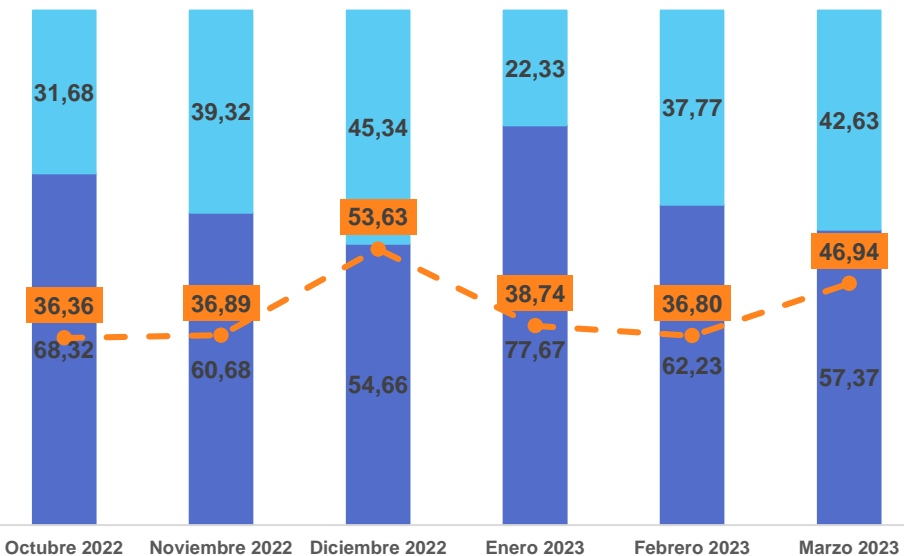
Share Empaques



Estudio de indicadores de Recompra de la Categoría Refresco

INDICADORES DE RECOMPRA MES ACTUAL

INDICADORES DE RECOMPRA MES ANTERIOR



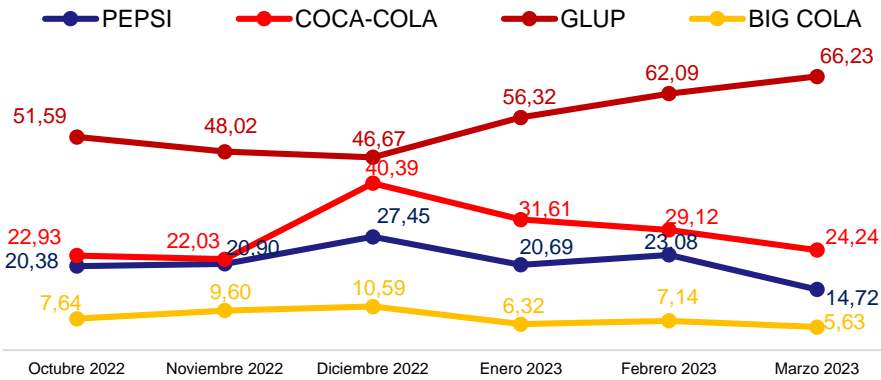
■ HogRecomp ■ HogNuevos - Penetración

■ HogNoRecomp ■ HogRecompAnt - Penetración

Penetración Relativa (Hogares Compradores de Refrescos)

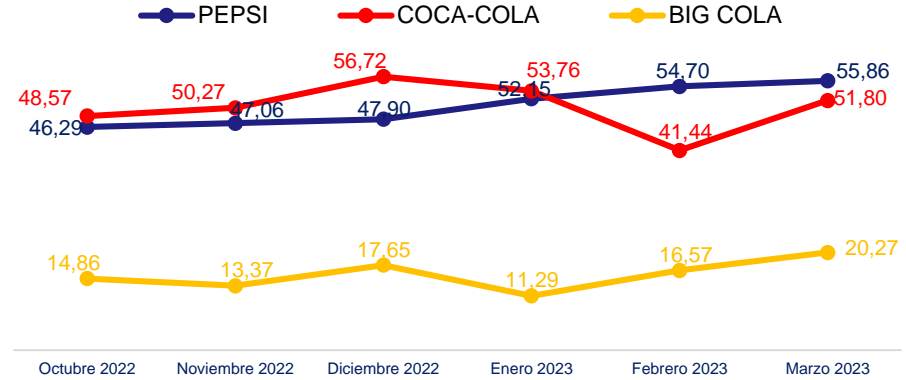
CAPITAL

(BASE: 428 HOG)



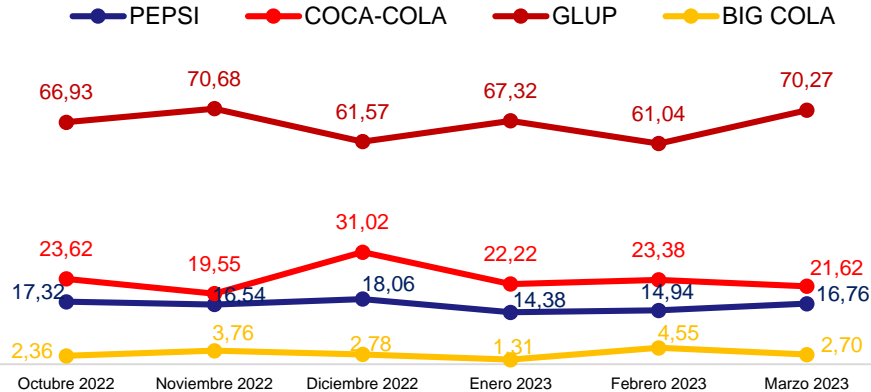
OCCIDENTE

(BASE: 343 HOG)



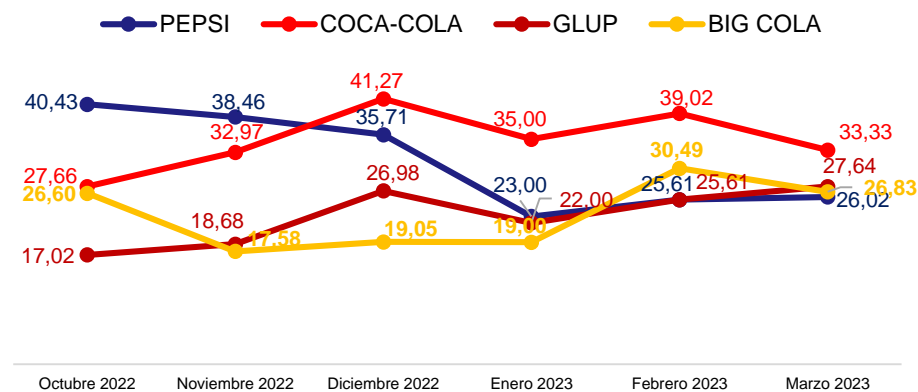
CENTRO

(BASE: 428 HOG)



CENTRO OCCIDENTE

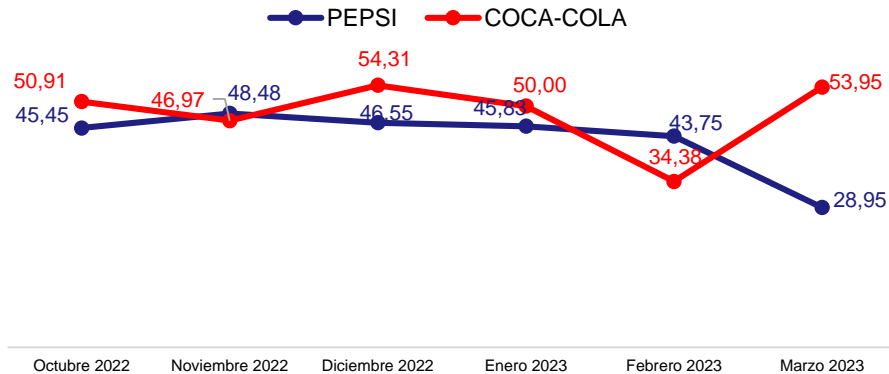
(BASE: 257 HOG)



Penetración Relativa (Hogares Compradores de Refrescos)

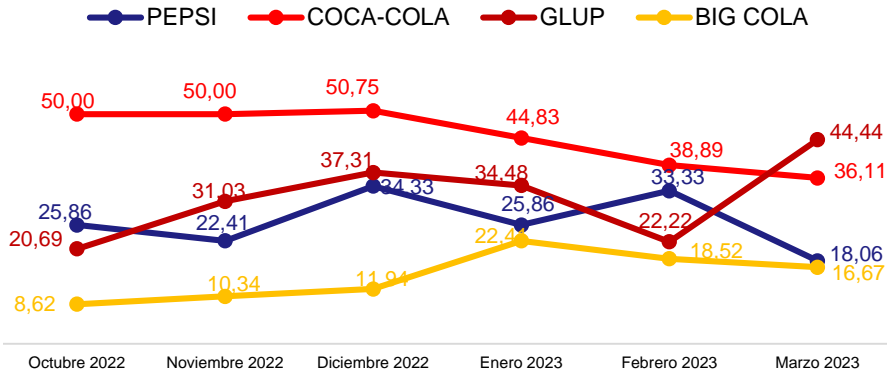
ANDES

(BASE: 257 HOG)



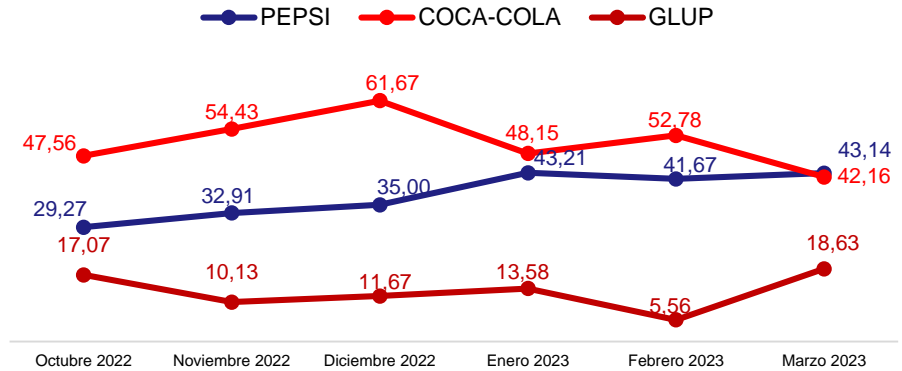
ORIENTE NORTE

(BASE: 193 HOG)



ORIENTE SUR

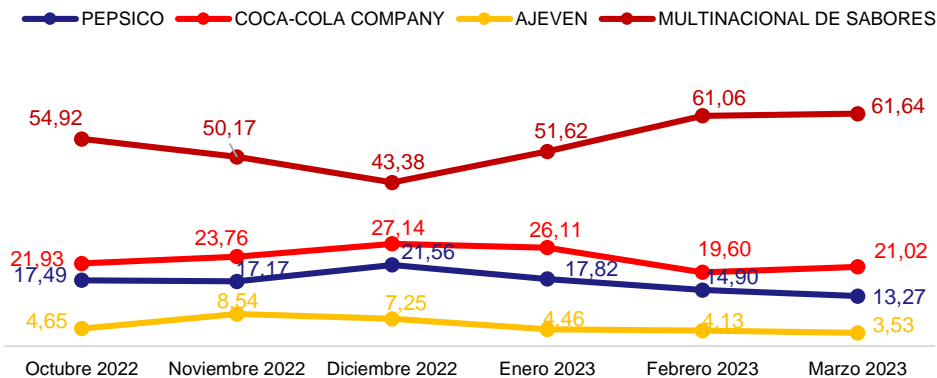
(BASE: 214 HOG)



Share

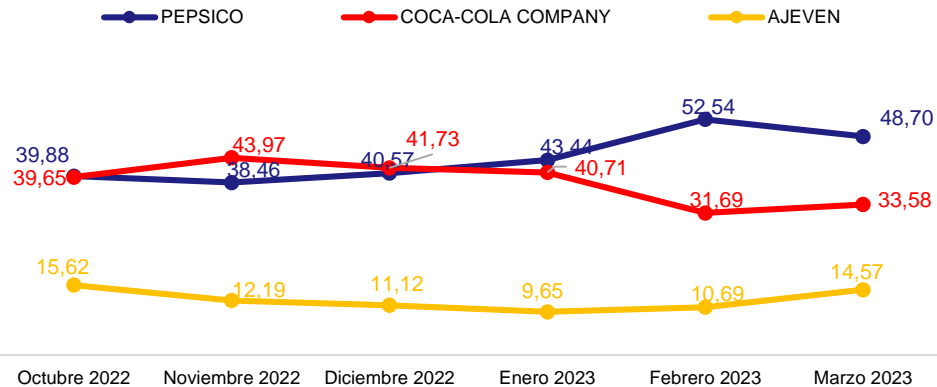
CAPITAL

(BASE: 428 HOG)



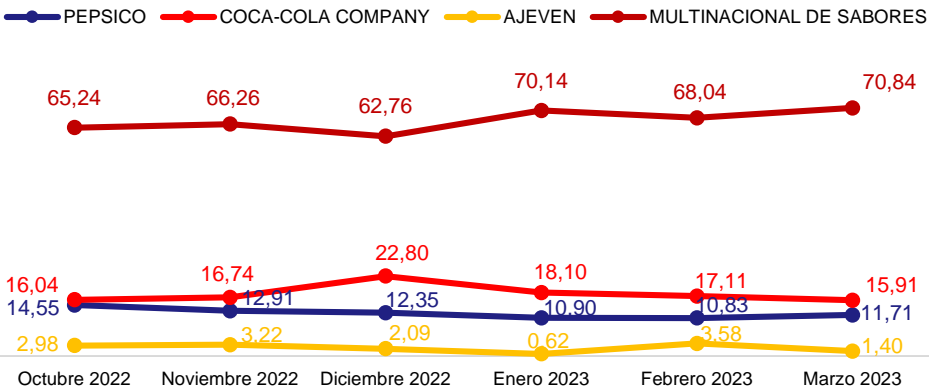
OCCIDENTE

(BASE: 343 HOG)



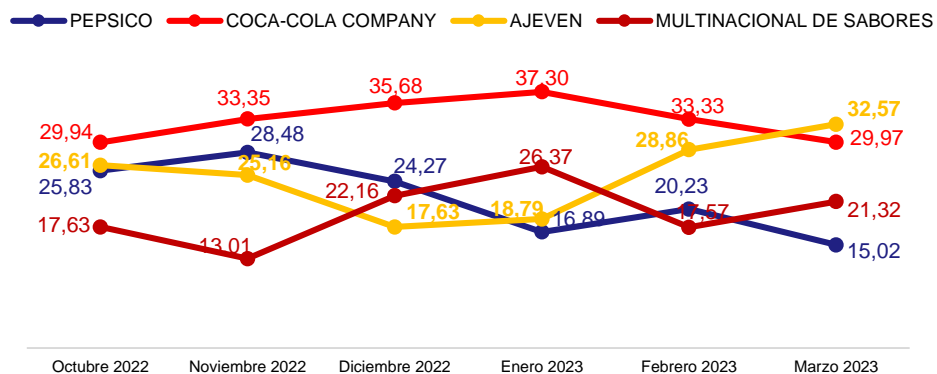
CENTRO

(BASE: 428 HOG)



CENTRO OCCIDENTE

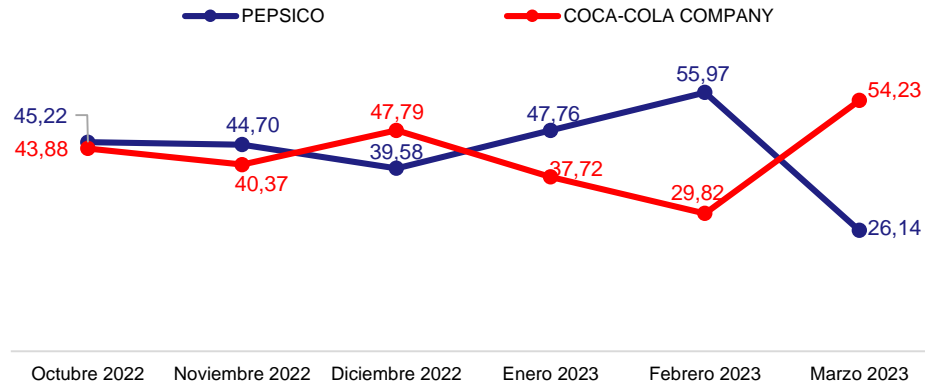
(BASE: 257 HOG)



Share

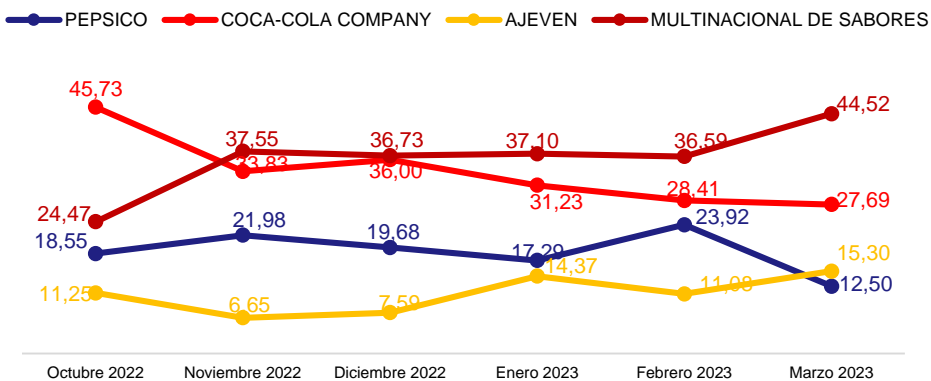
ANDES

(BASE: 257 HOG)



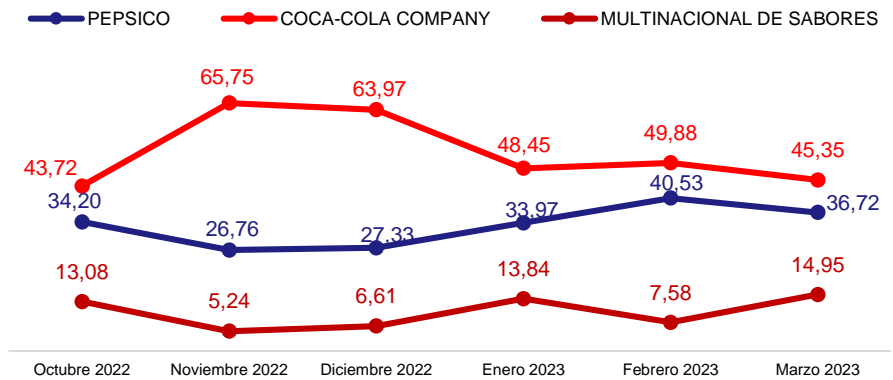
ORIENTE NORTE

(BASE: 193 HOG)



ORIENTE SUR

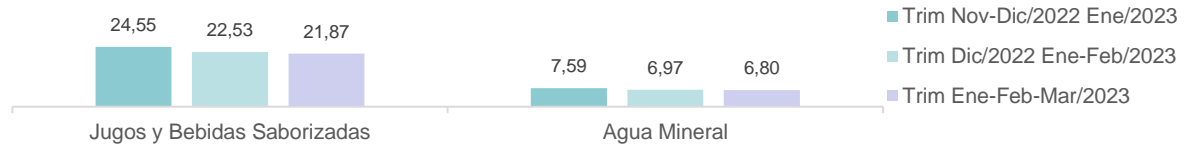
(BASE: 214 HOG)



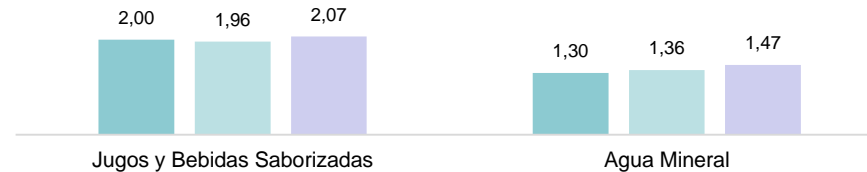
Panel de Hogares - BNC

Compra de Categorías BNC (Período Trimestral)

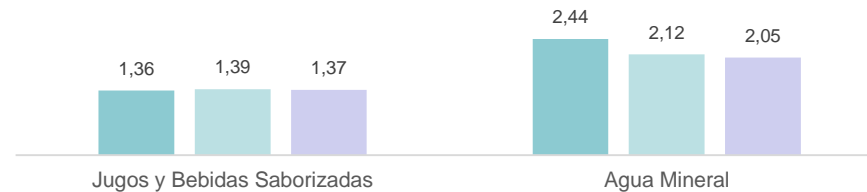
Penetración



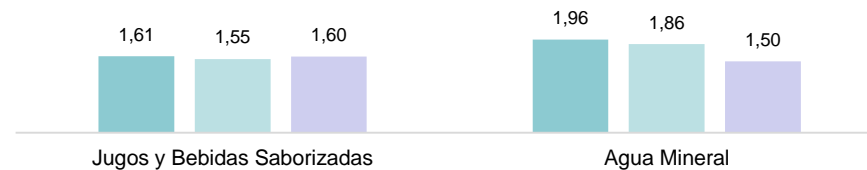
Actos de Compra (Frecuencia)



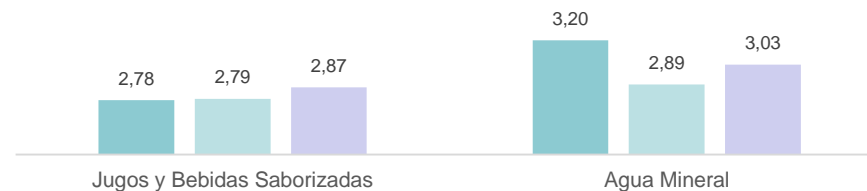
Vol. Actos de Compra Lts.



Unidades de compra



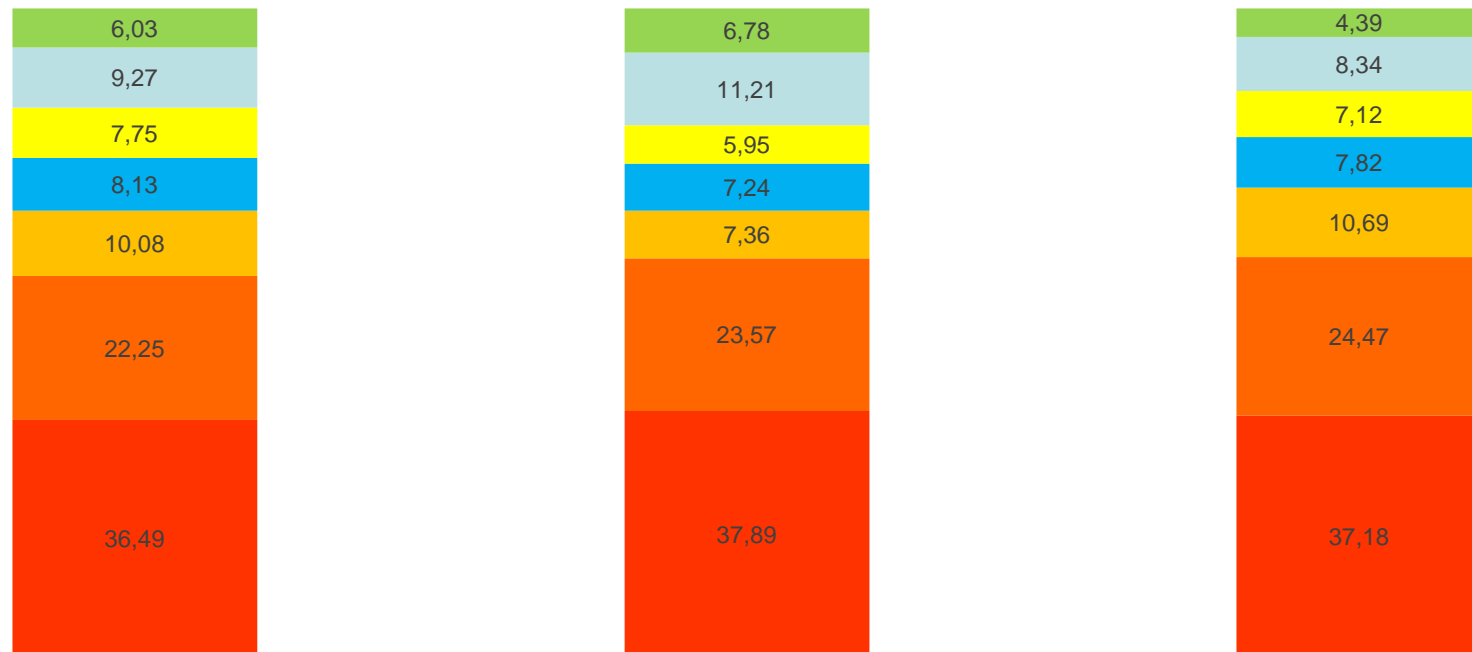
Compra media Hog mes



AGUA MINERAL

Peso Agua Mineral por Territorio

■ CAPITAL ■ CENTRO ■ CENTRO OCCIDENTE ■ OCCIDENTE ■ ORIENTE NORTE ■ ORIENTE SUR ■ ANDES



Trim Nov-Dic/2022 Ene/2023

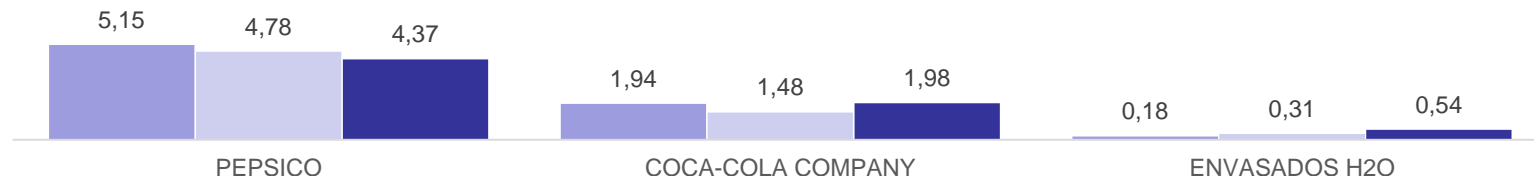
Trim Dic/2022 Ene-Feb/2023

Trim Ene-Feb-Mar/2023

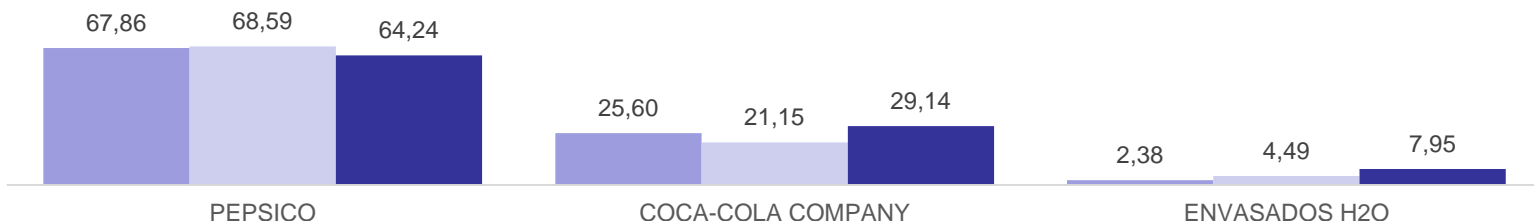
AGUAS 5 LTS O MENOS - FABRICANTES

■ Trim Nov-Dic/2022 Ene/2023 ■ Trim Dic/2022 Ene-Feb/2023 ■ Trim Ene-Feb-Mar/2023

Penetración

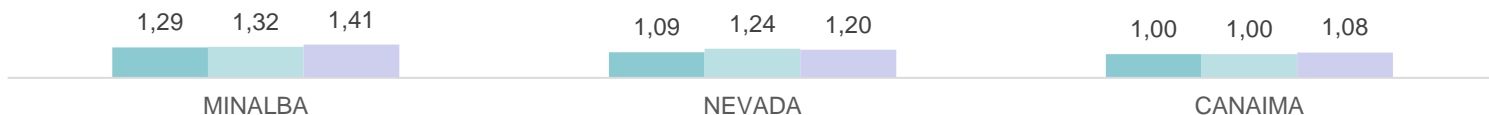


Penetración Relativa

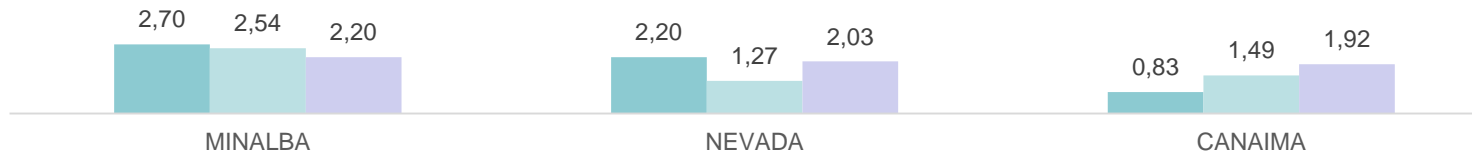


Actos de Compra (Frecuencia)

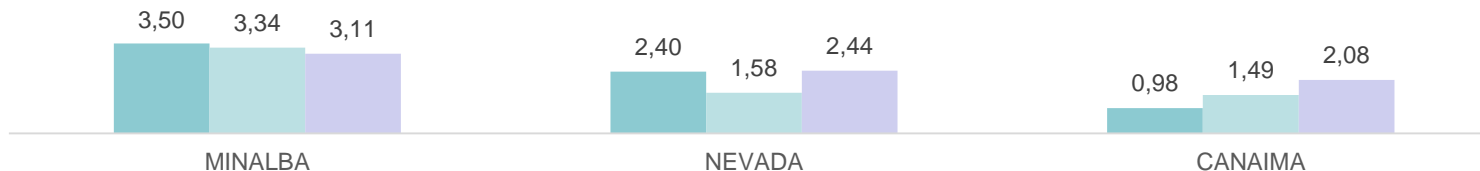
■ Trim Nov-Dic/2022 Ene/2023 ■ Trim Dic/2022 Ene-Feb/2023 ■ Trim Ene-Feb-Mar/2023



Vol. Actos de Compra (Lts)

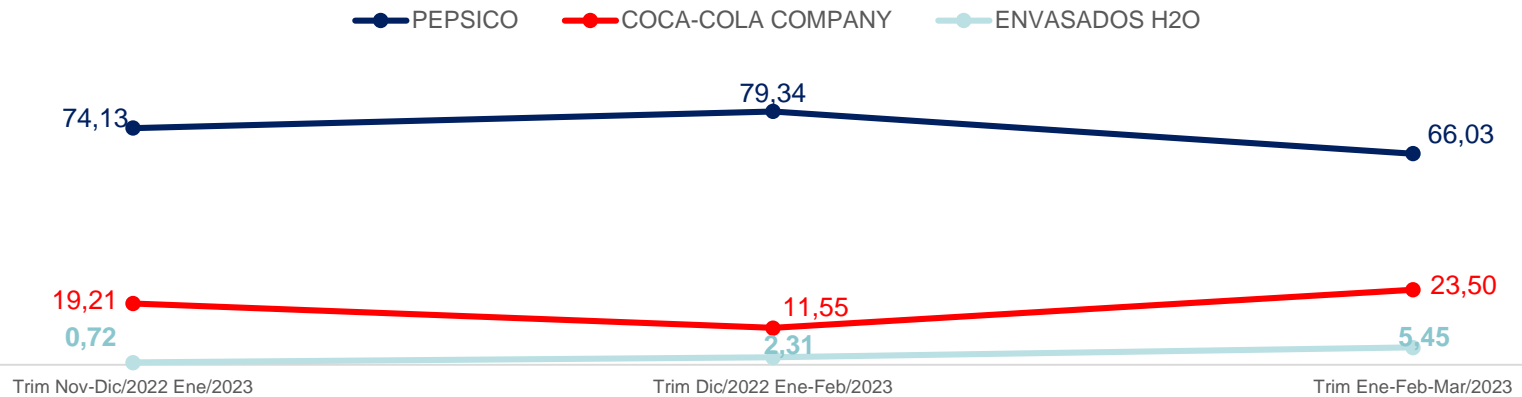


Compra Media Hog

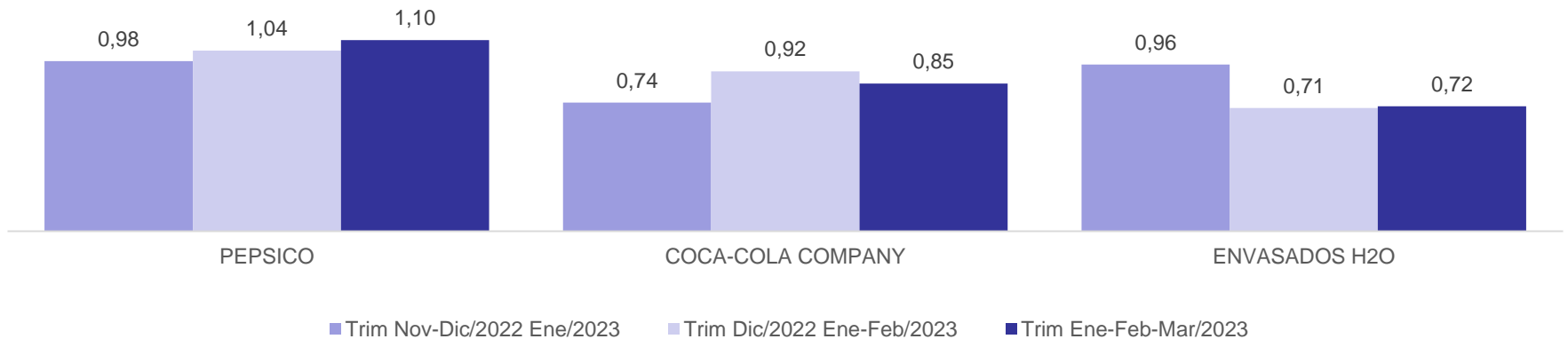


AGUAS 5 LTS O MENOS

SHARE FABRICANTES

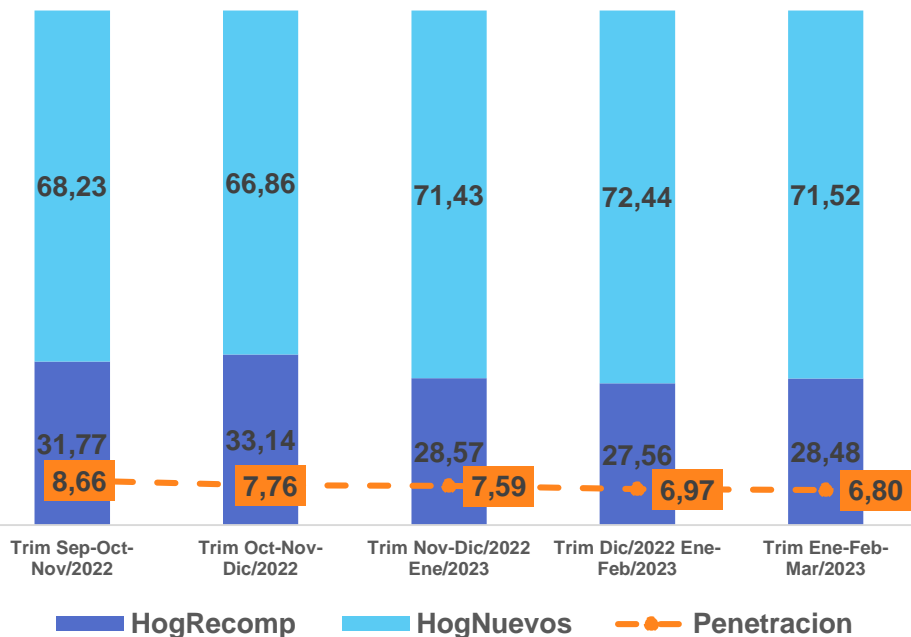


PRECIO PROMEDIO VOLUMEN (\$/Lts)

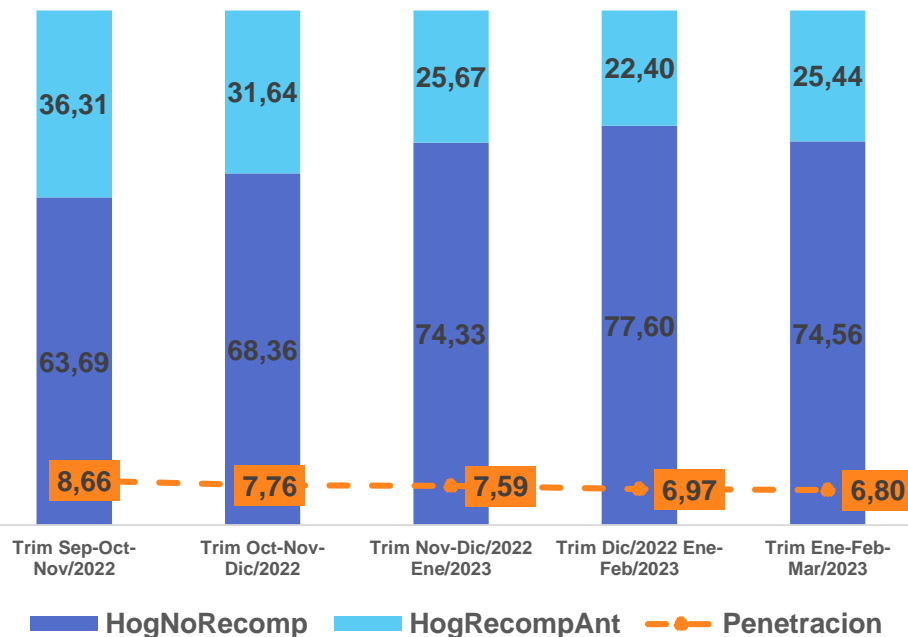


Estudio de Indicadores de Recompra de la Categoría Agua (Período Trimestre Rolling)

INDICADORES DE RECOMPRA MES ACTUAL



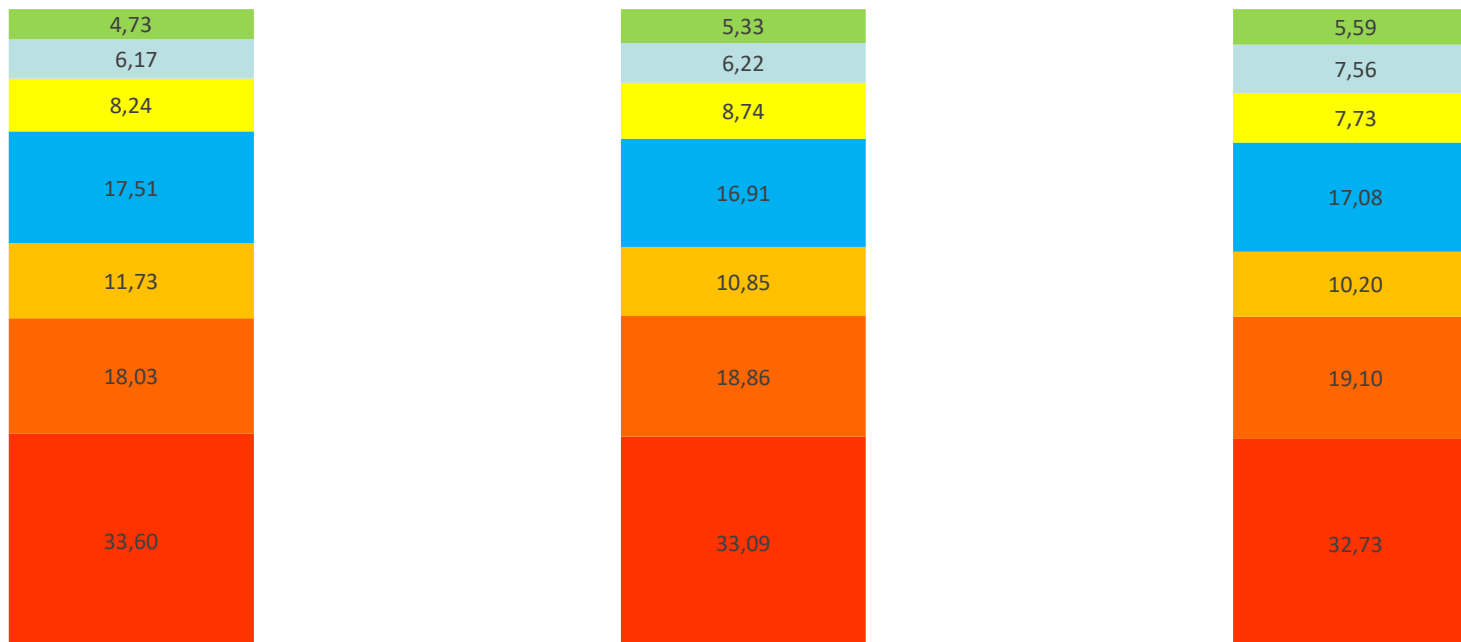
INDICADORES DE RECOMPRA MES ANTERIOR



JUGOS Y BEBIDAS SABORIZADAS

Peso Jugos y Bebidas Saborizadas por Territorio

■ CAPITAL
 ■ CENTRO
 ■ CENTRO OCCIDENTE
 ■ OCCIDENTE
 ■ ORIENTE NORTE
 ■ ORIENTE SUR
 ■ ANDES



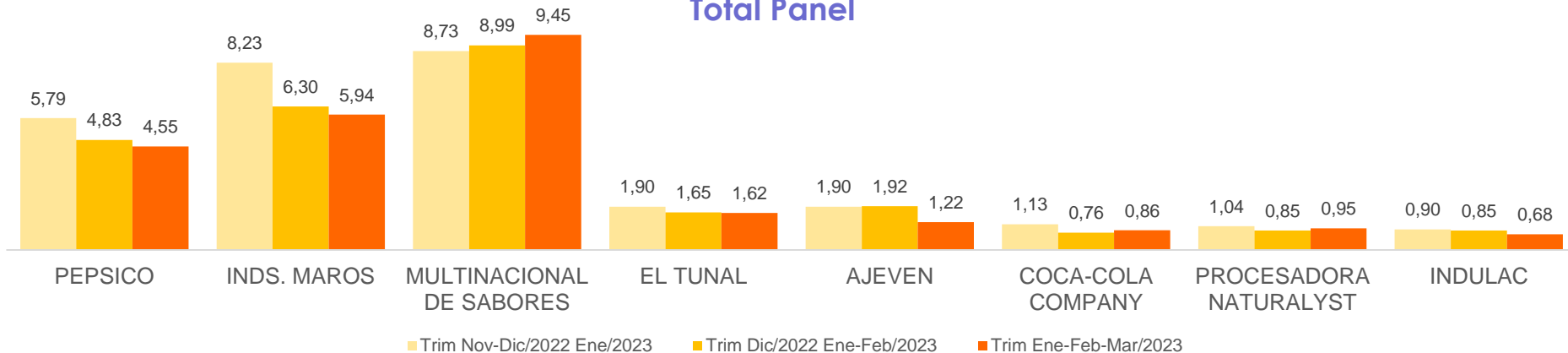
Trim Nov-Dic/2022 Ene/2023

Trim Dic/2022 Ene-Feb/2023

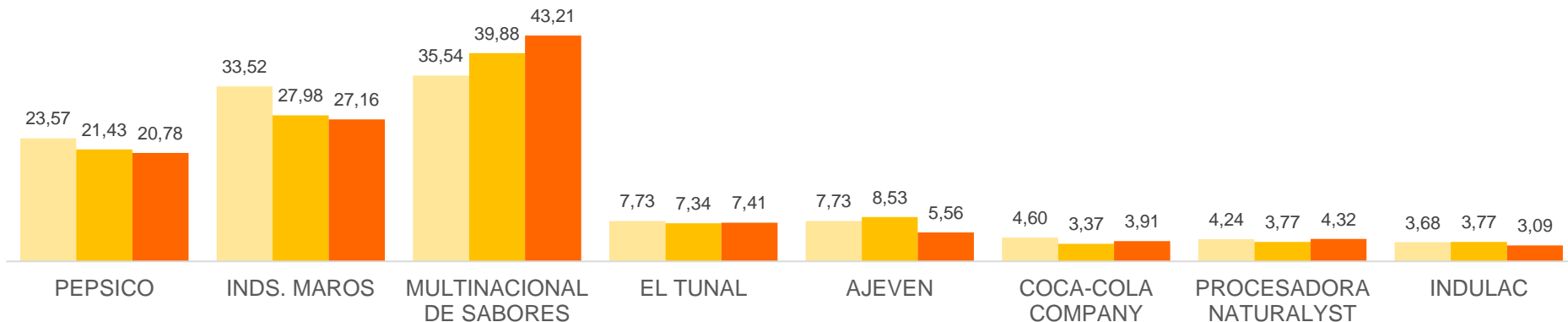
Trim Ene-Feb-Mar/2023

JUGOS Y BEBIDAS SABORIZADAS

Penetración Compra Fabricante (%)
Total Panel



Penetración Compra Fabricante (%)
Hogares Compradores



En penetración relativa la caída más significativa la tiene Ajeven (-2,97pp), por el contrario MultNac. Sabores (+3,33pp), presenta su punto más alto del año.

JUGOS Y BEBIDAS SABORIZADAS- FABRICANTES

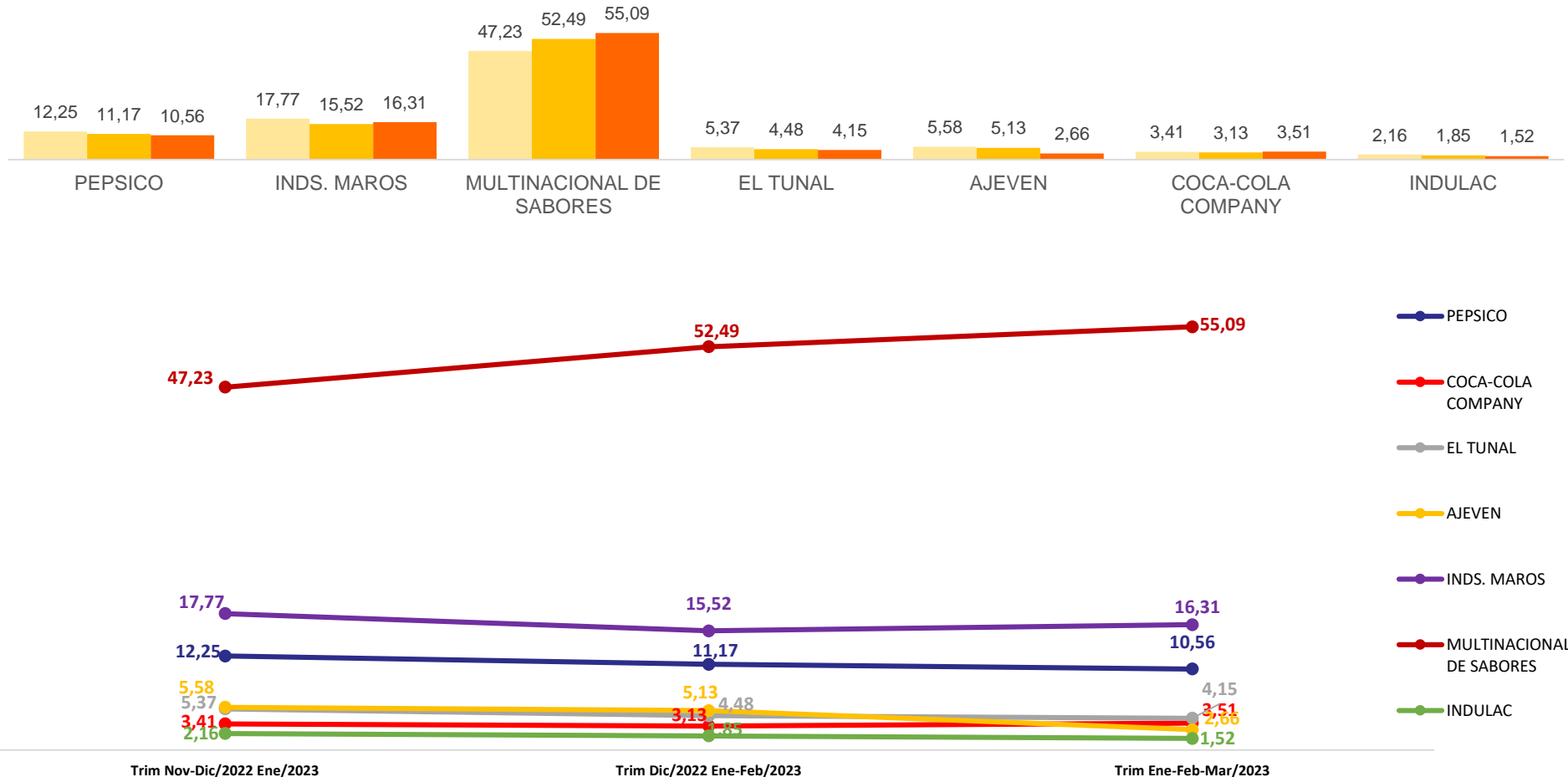


...En share por fabricante, el mayor crecimiento lo presenta Mult. Nac. Sabores, mientras PCV presenta su punto más bajo.

JUGOS Y BEBIDAS SABORIZADAS

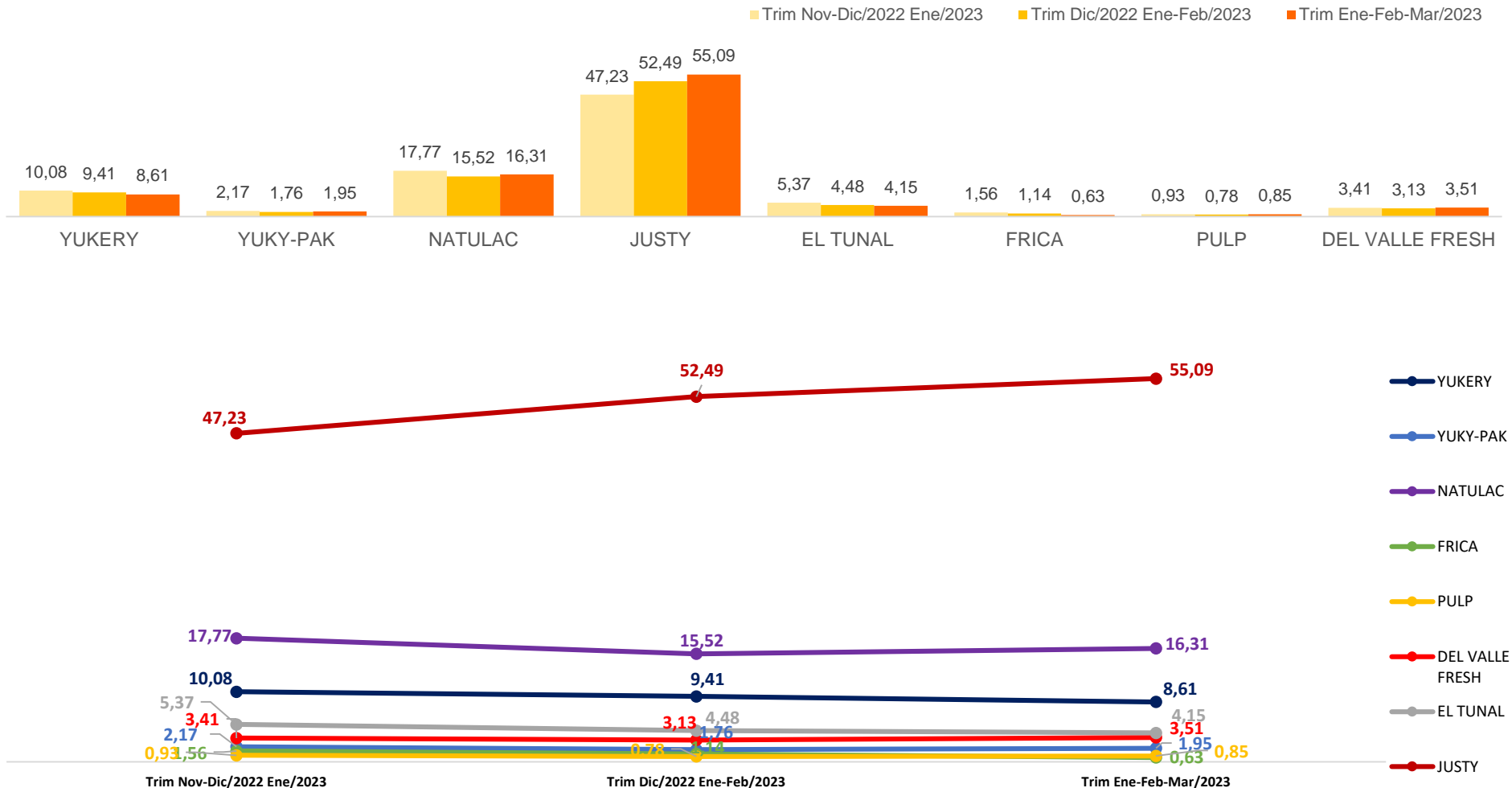
SHARE FABRICANTES

■ Trim Nov-Dic/2022 Ene/2023 ■ Trim Dic/2022 Ene-Feb/2023 ■ Trim Ene-Feb-Mar/2023



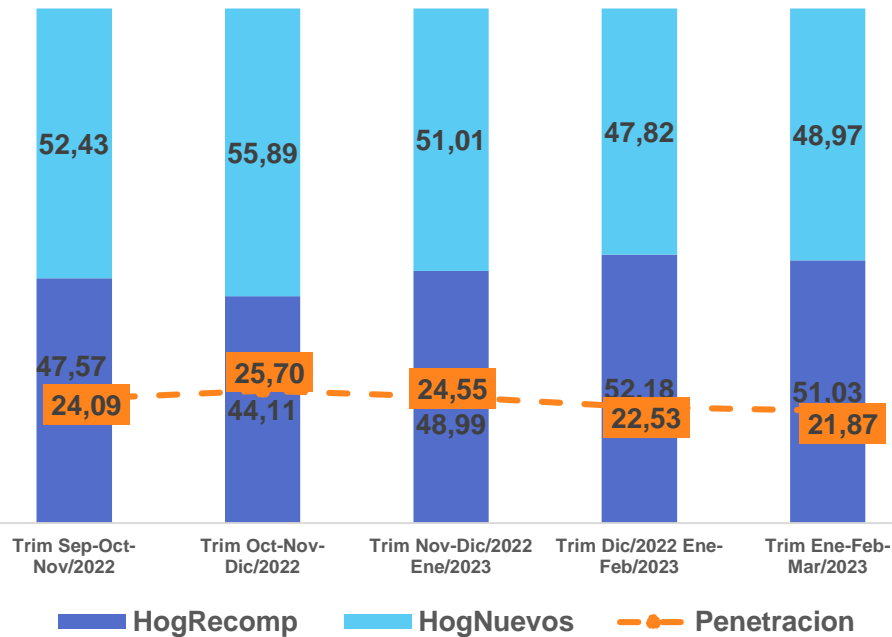
JUGOS Y BEBIDAS SABORIZADAS

SHARE MARCAS

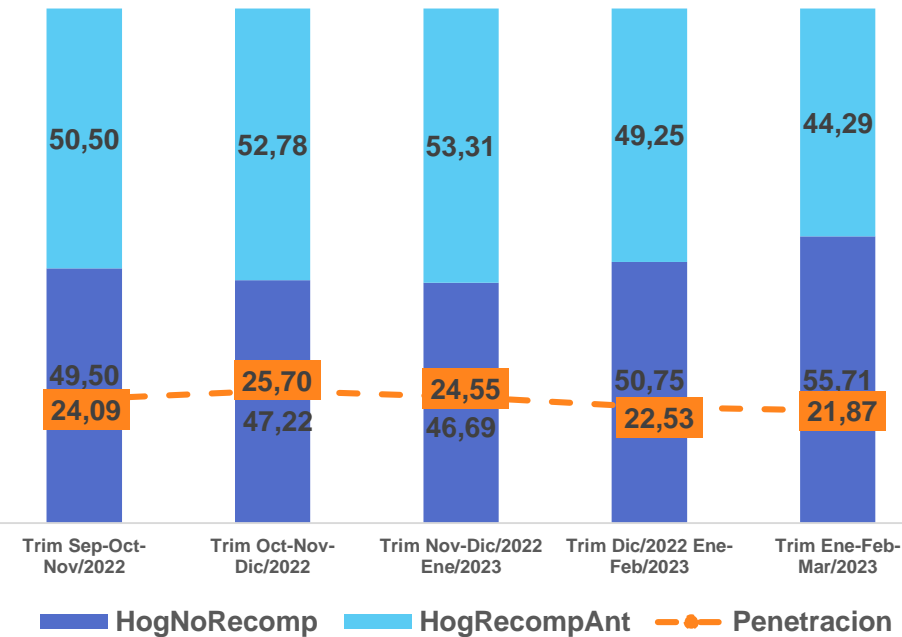


Estudio de Indicadores de Recompra de la Categoría Jugos (Período Trimestre Rolling)

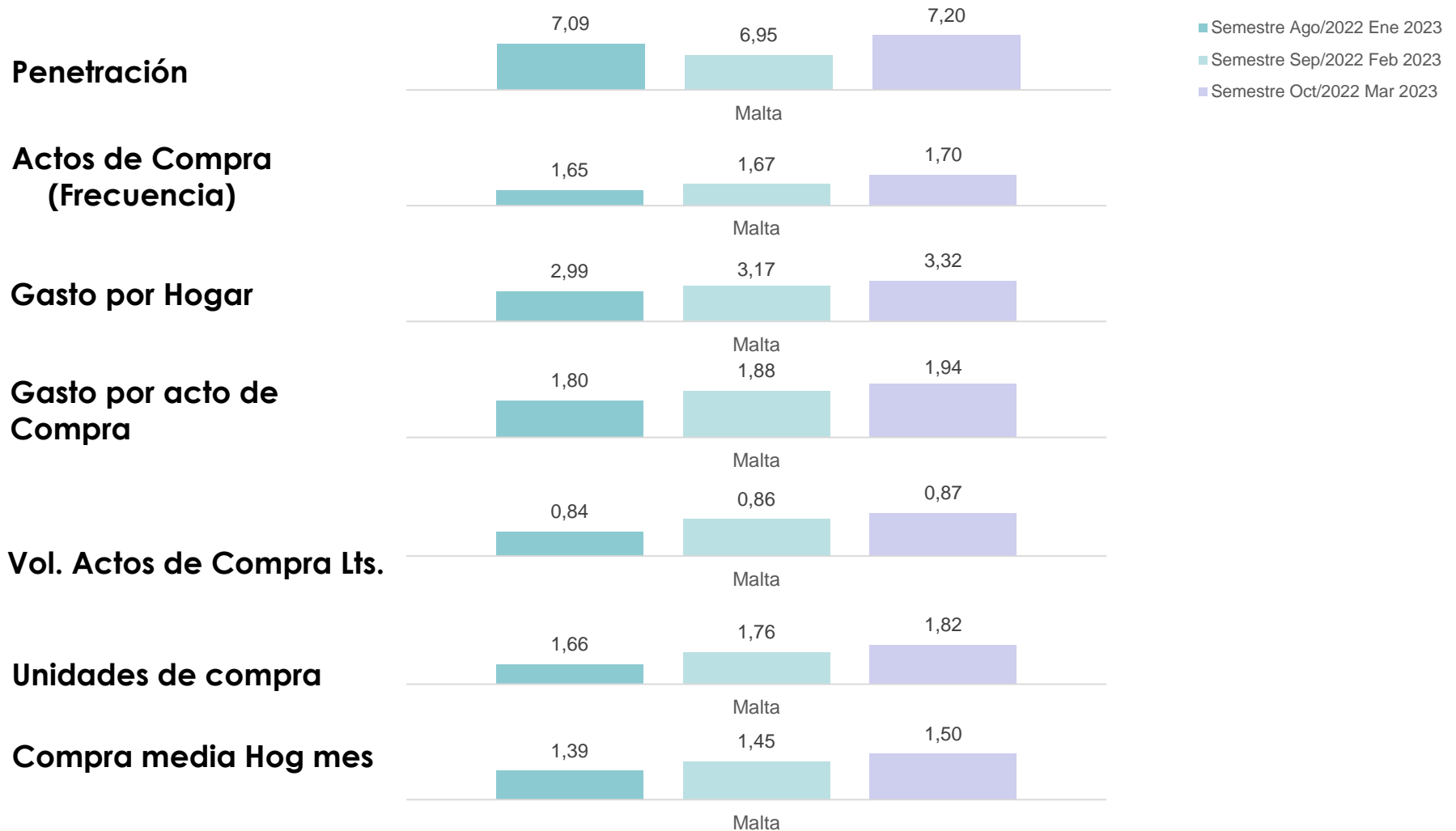
INDICADORES DE RECOMPRA MES ACTUAL



INDICADORES DE RECOMPRA MES ANTERIOR



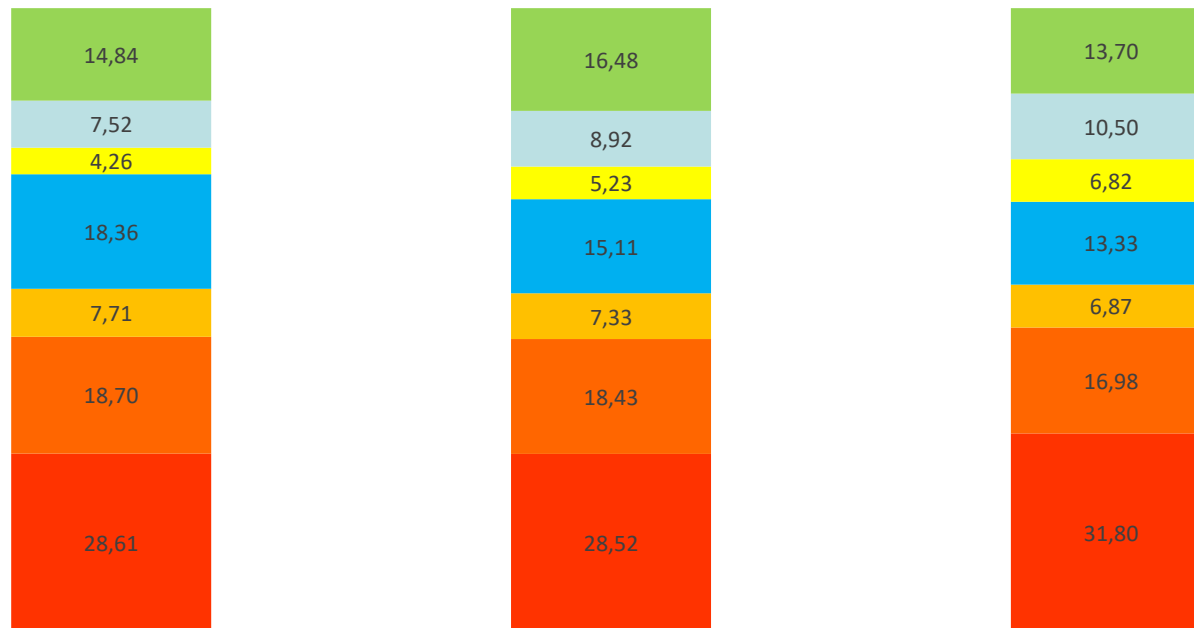
Compra de Categoría BNC (Período Semestral)



MALTAS

Peso Maltas por Territorio

■ CAPITAL
 ■ CENTRO
 ■ CENTRO OCCIDENTE
 ■ OCCIDENTE
 ■ ORIENTE NORTE
 ■ ORIENTE SUR
 ■ ANDES

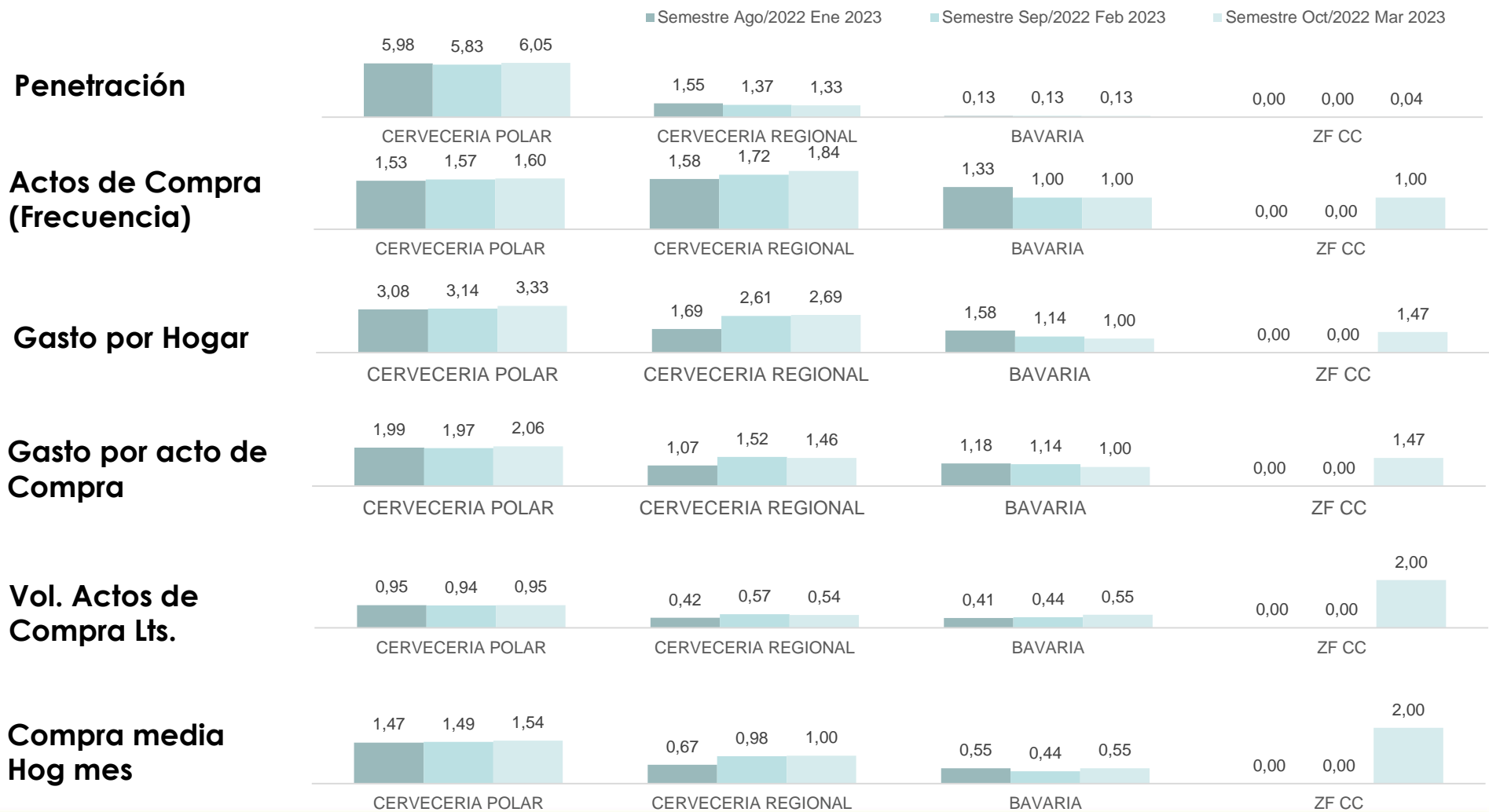


Semestre Ago/2022 Ene 2023

Semestre Sep/2022 Feb 2023

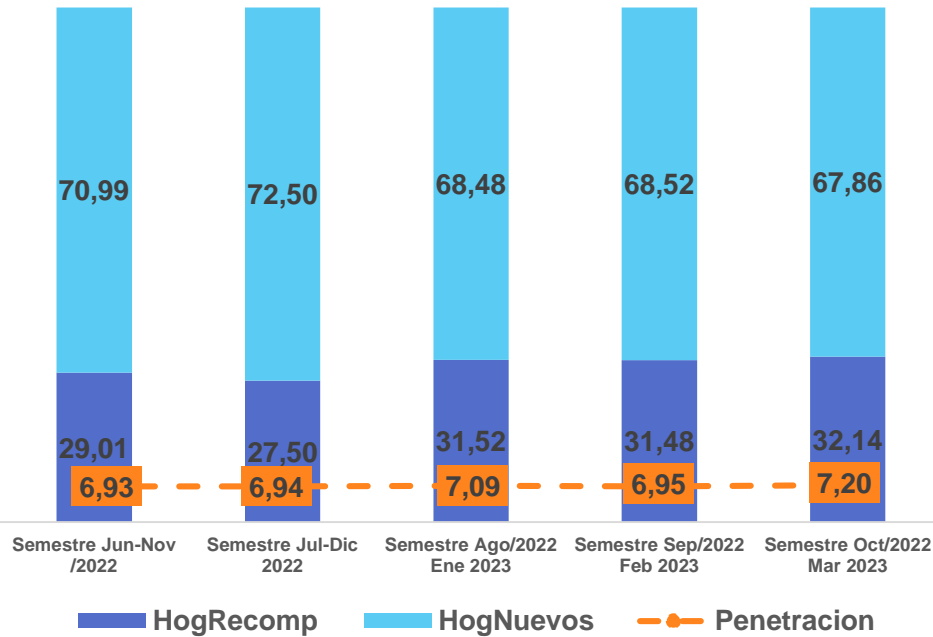
Semestre Oct/2022 Mar 2023

MALTAS



MALTAS

INDICADORES DE RECOMPRA MES ACTUAL



INDICADORES DE RECOMPRA MES ANTERIOR

