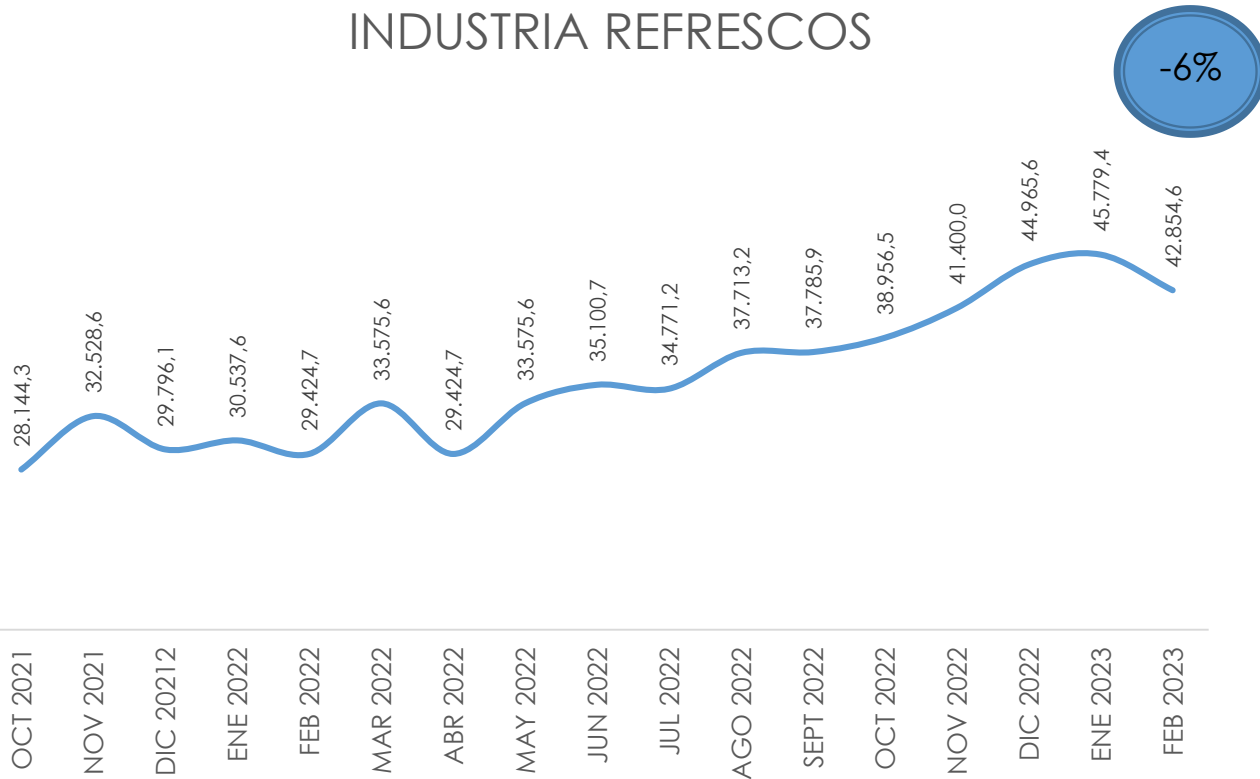


PDM REFRESCOS FEBRERO'23

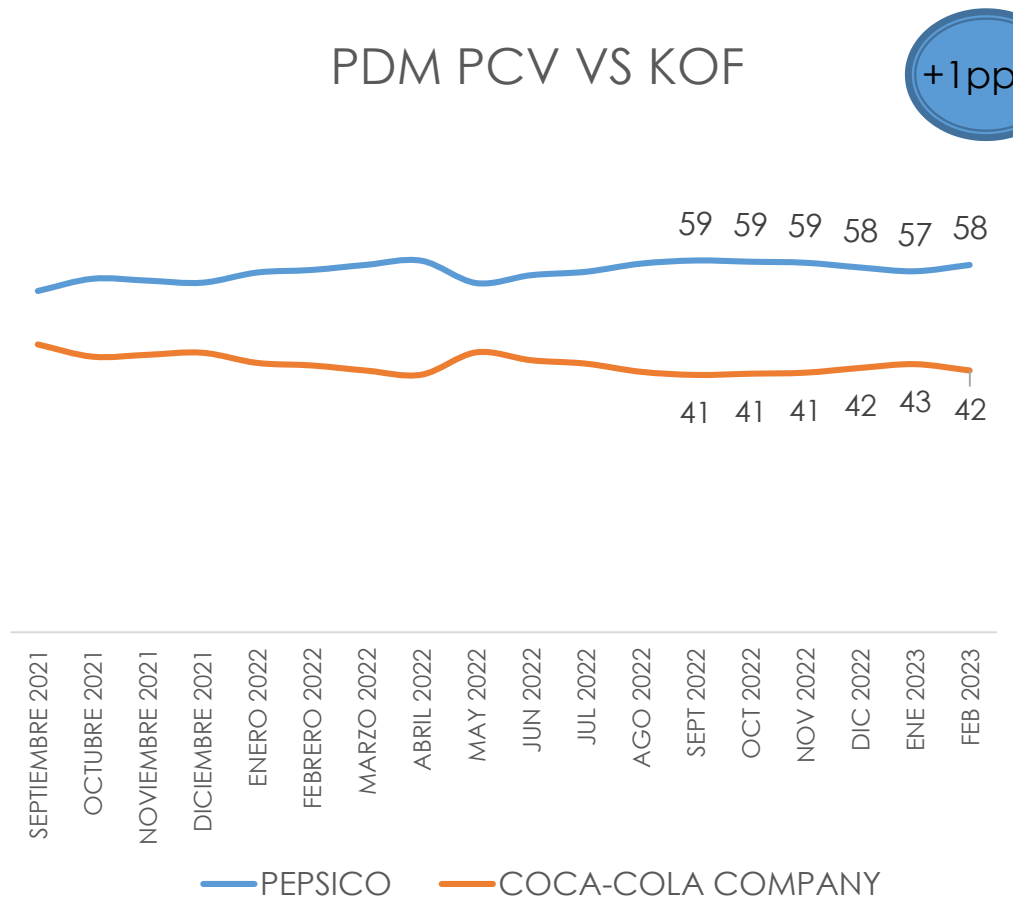
La industria Nielsen presenta una disminución importante en Febrero.
La PDM de PCV se recupera, luego de estar en su punto más bajo.

INDUSTRIA REFRESCOS



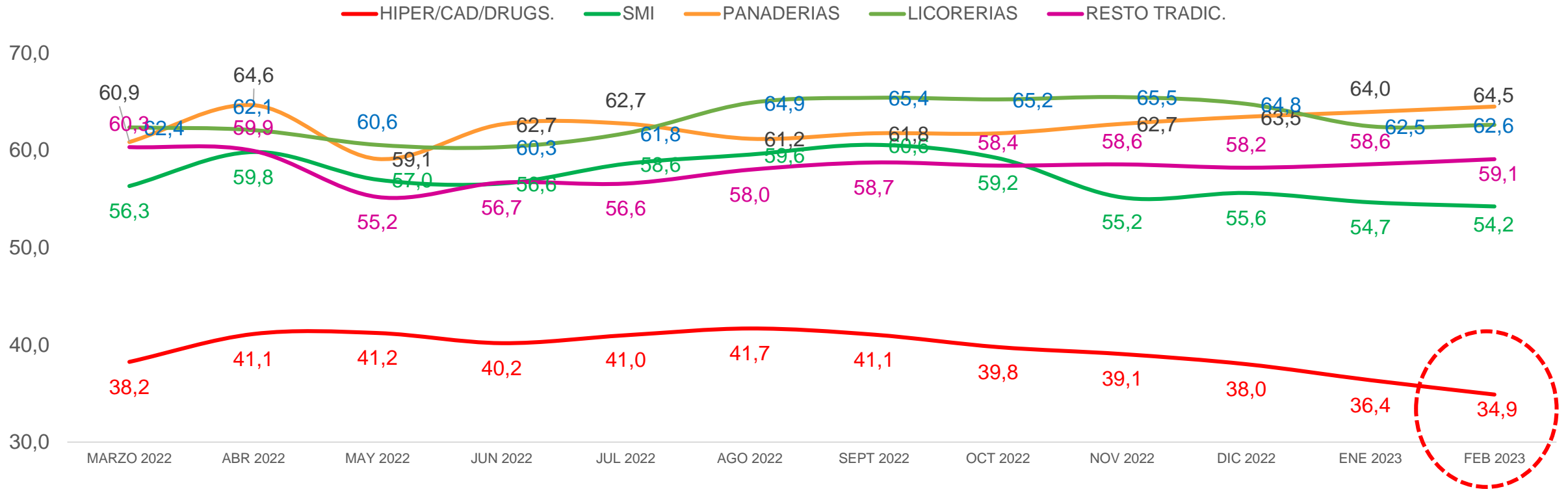
-6%

PDM PCV VS KOF



+1pp

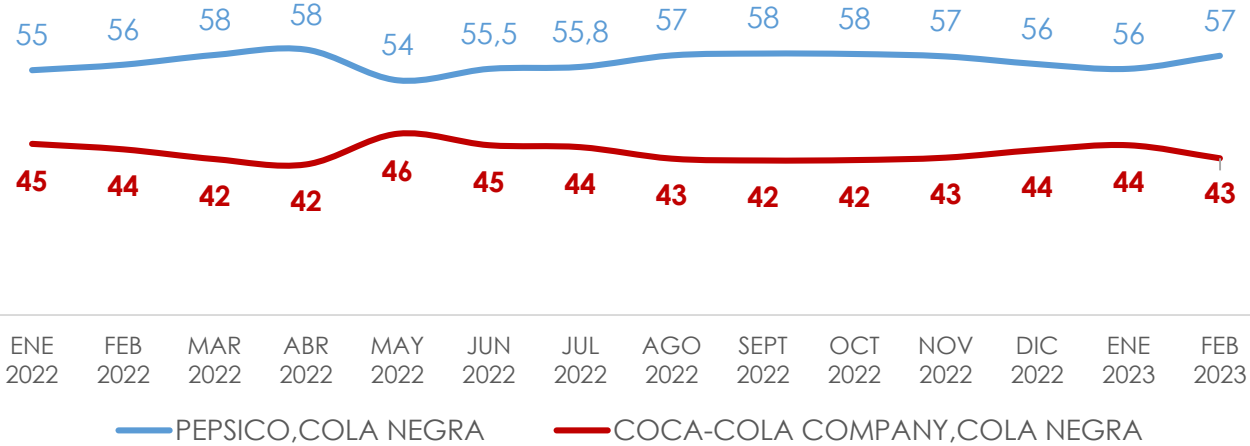
PDM PCV POR SEGMENTO - TOTAL REFRESCOS (PCV VS KOF)



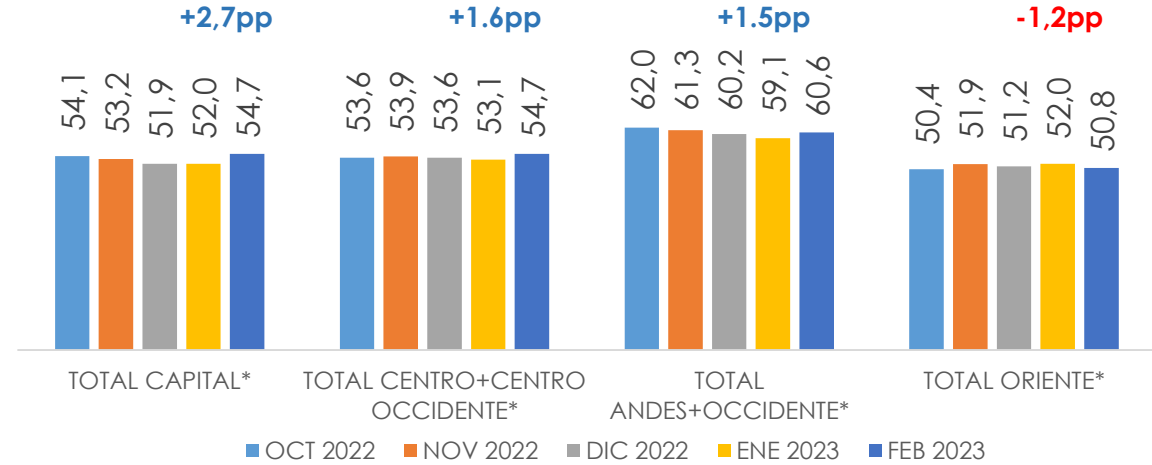
La PDM de PCV en CN (vs KOF) se recupera levemente, luego de caer dos meses consecutivos, gracias a la recuperación en 3 de 4 territorios.

COLA NEGRA TOTAL

+1,9pp

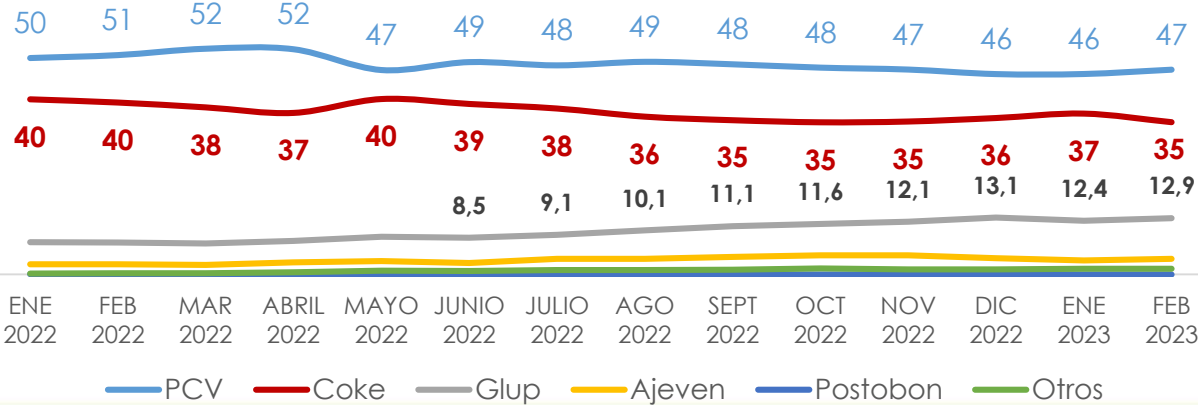


PDM CN PCV vs COKE (POR TERRITORIO)



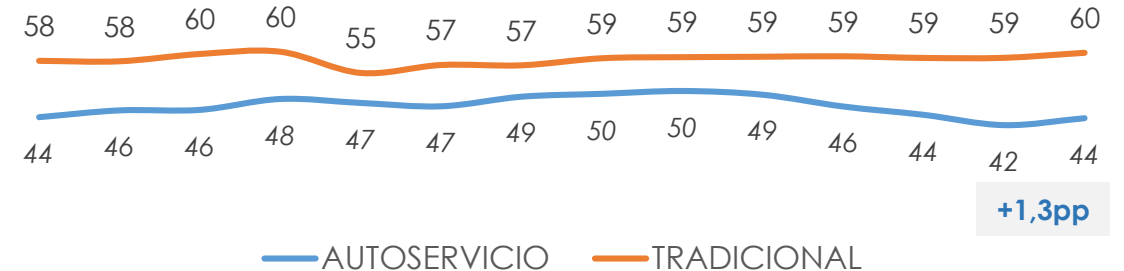
CN+BBRANDS TOTAL

+1pp



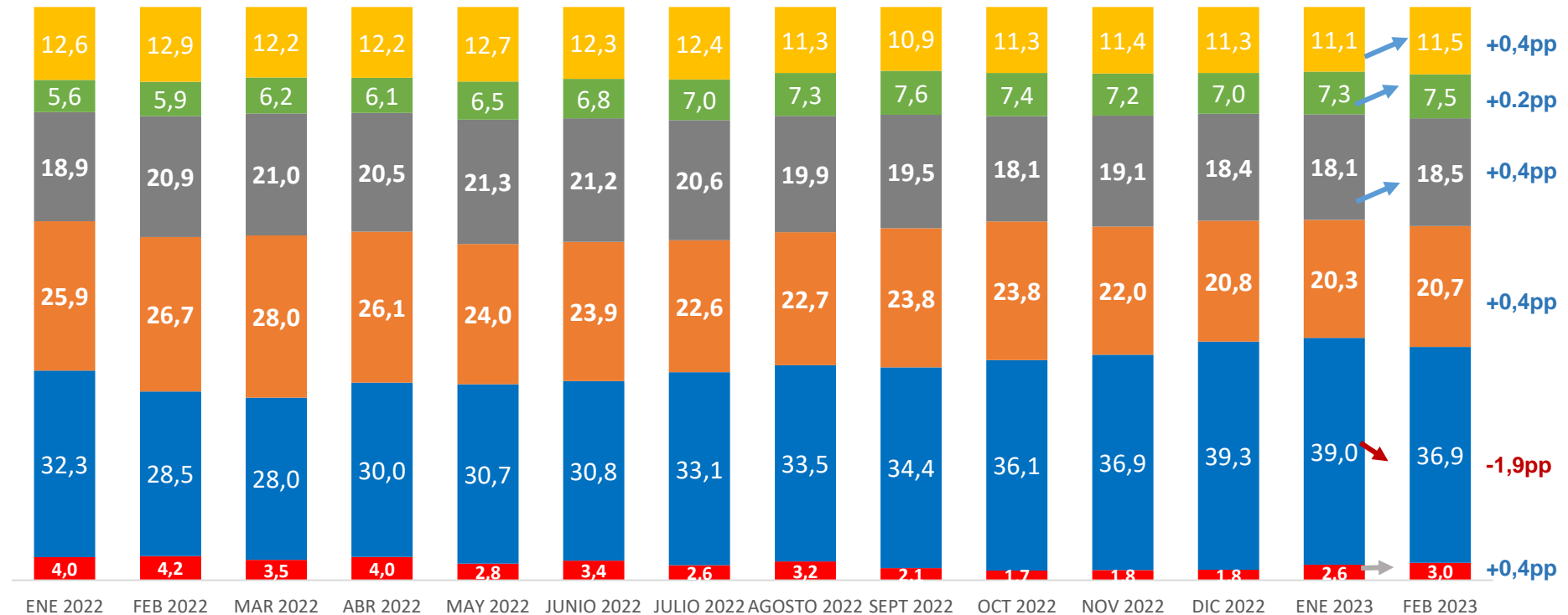
CN PCV POR CANAL

+1,8pp

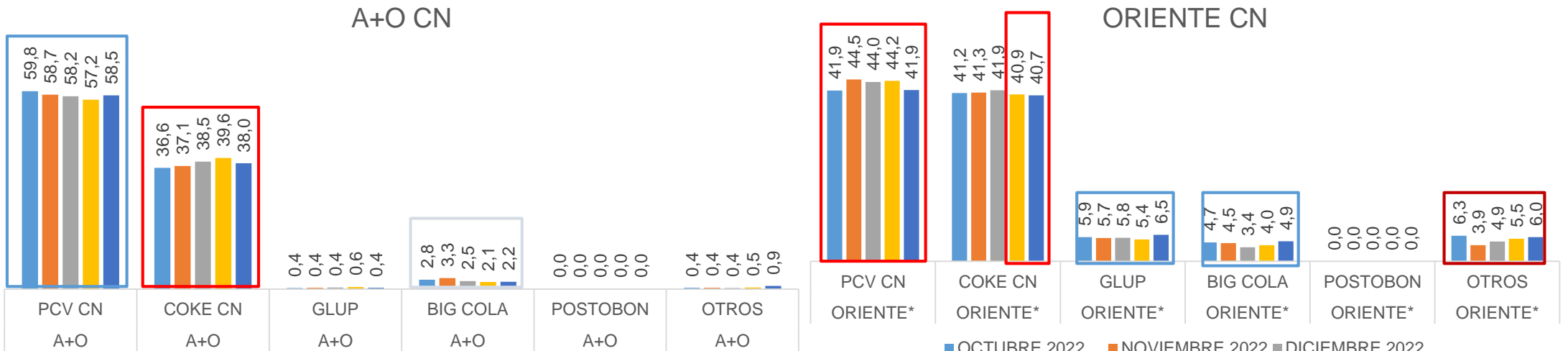
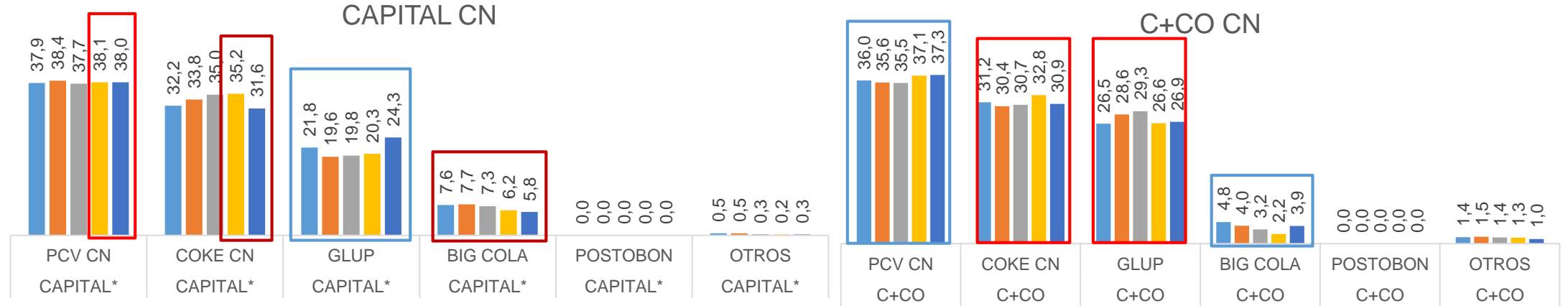


MIX EMPAQUES COLA NEGRA +BBRANDS

■ 2.5 LTS ■ 2 LTS ■ 1.5 LTS ■ 1.25 LTS RET ■ 1 LT PET ■ 350 ML RET



CN + BBRANDS POR TERRITORIO



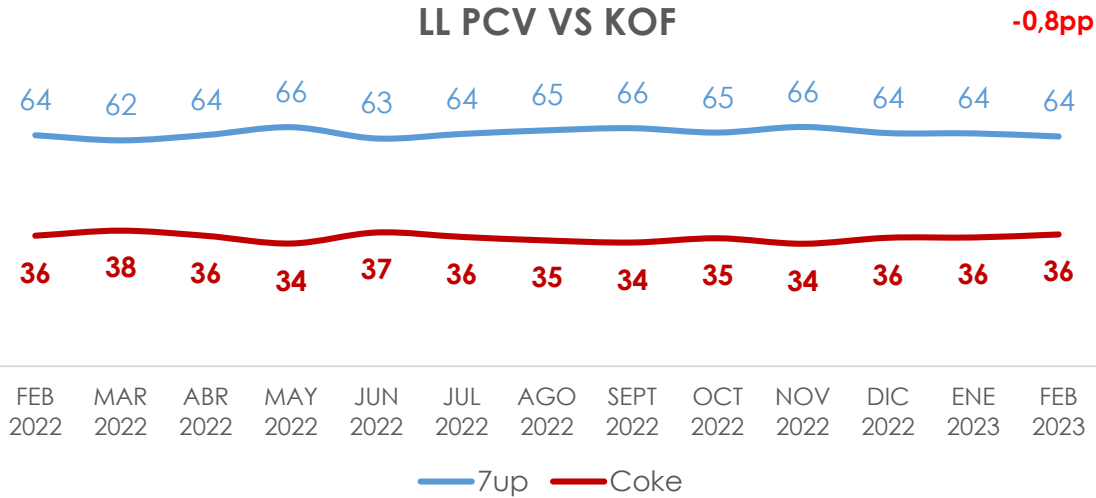
■ OCTUBRE 2022 ■ NOVIEMBRE 2022 ■ DICIEMBRE 2022 ■ ENERO 2023 ■ FEBRERO 2023

■ OCTUBRE 2022 ■ NOVIEMBRE 2022 ■ DICIEMBRE 2022 ■ ENERO 2023 ■ FEBRERO 2023

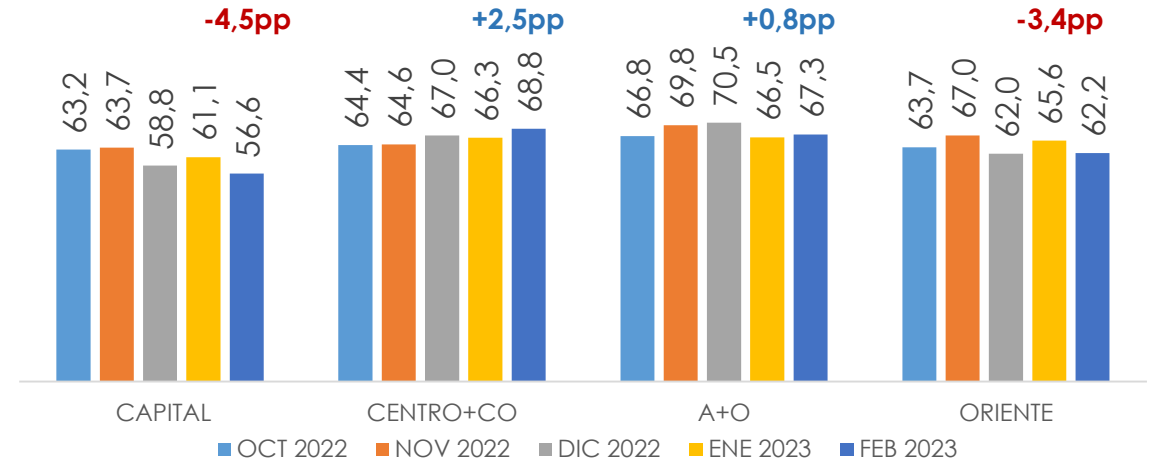
PDM LIMA - LIMÓN

7up se mantiene estable a pesar de la caída en Oriente y Capital, que se compensa con el crecimiento en Centro y CO. Glup muestra retroceso.

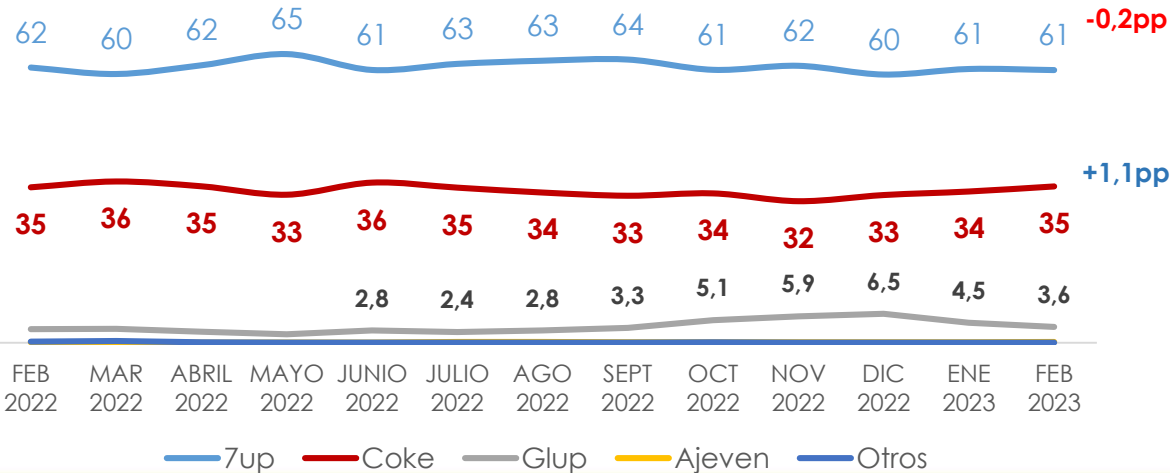
LL PCV VS KOF



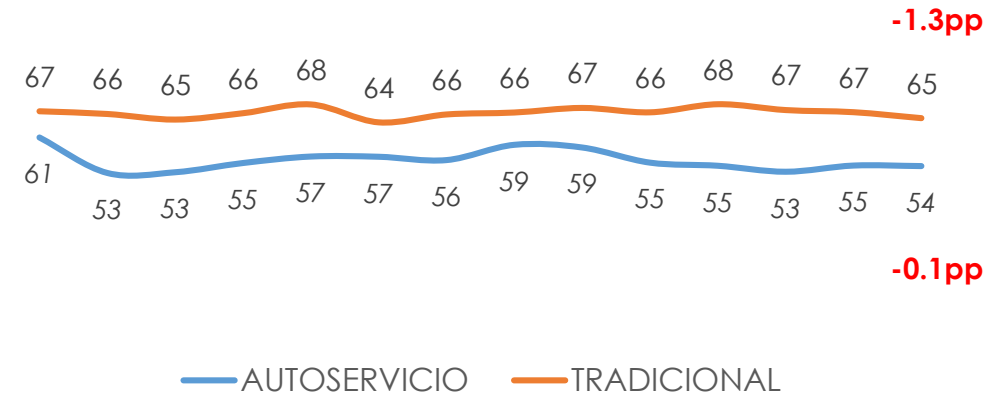
PDM LL PCV POR TERRITORIO PCV vs COKE



LL+BBRANDS TOTAL



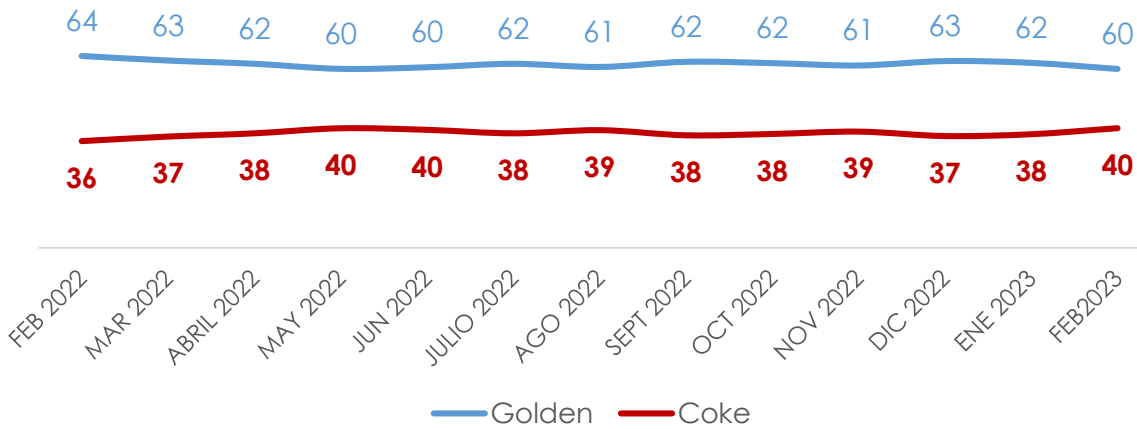
LL PCV POR CANAL



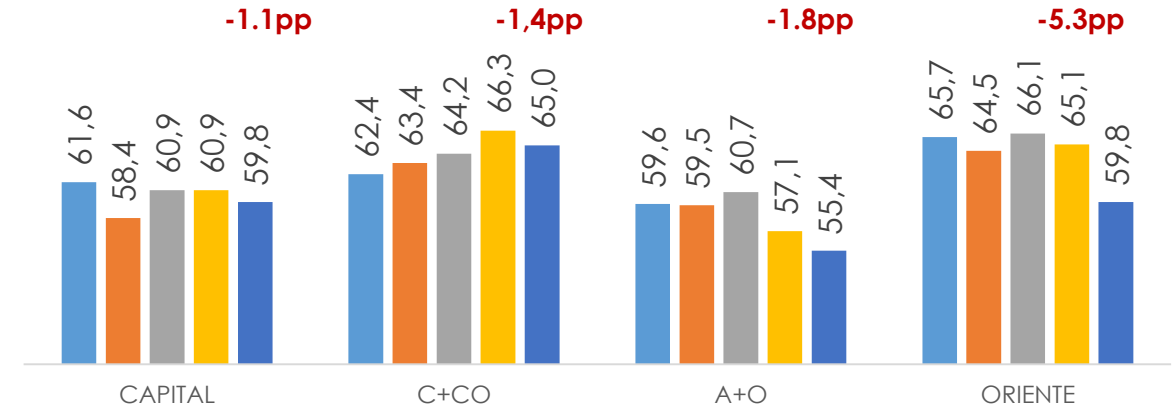
PDM SABORES

Sabores PCV VS KOF

-2pp

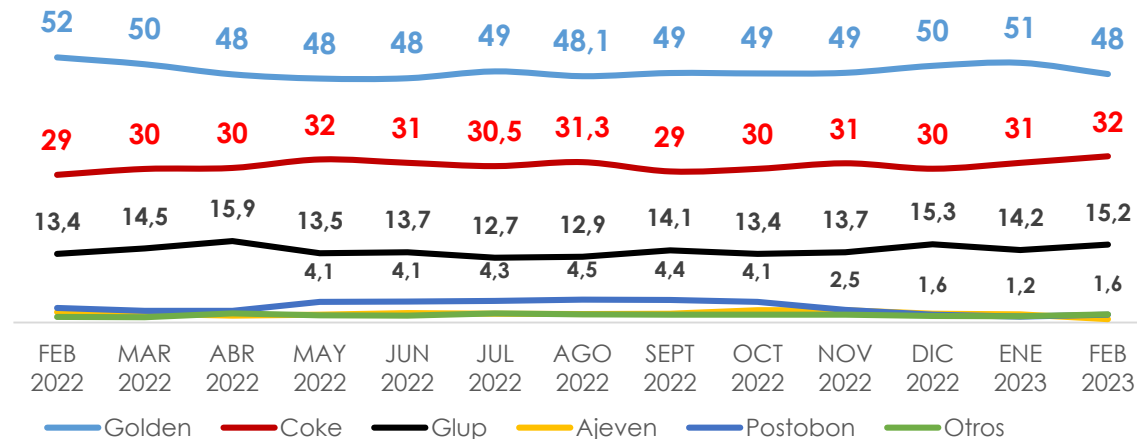


PDM SAB PCV POR TERRITORIO vs COKE



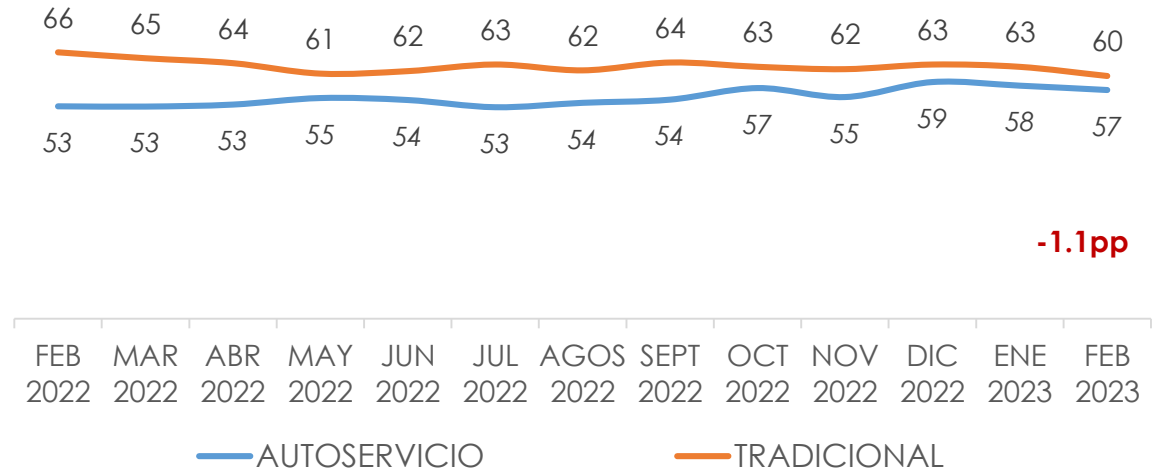
SAB+BBRANDS TOTAL

-2.2pp



SAB PCV POR CANAL

-2.3pp

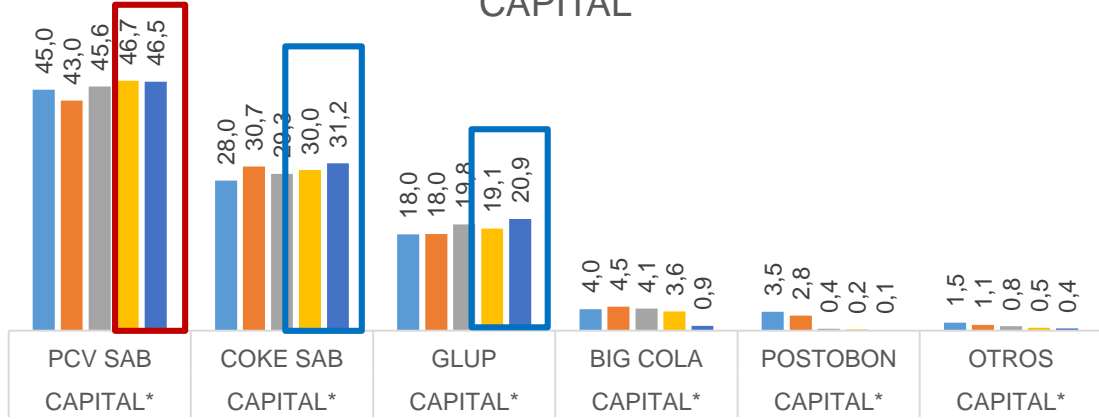


-1.1pp

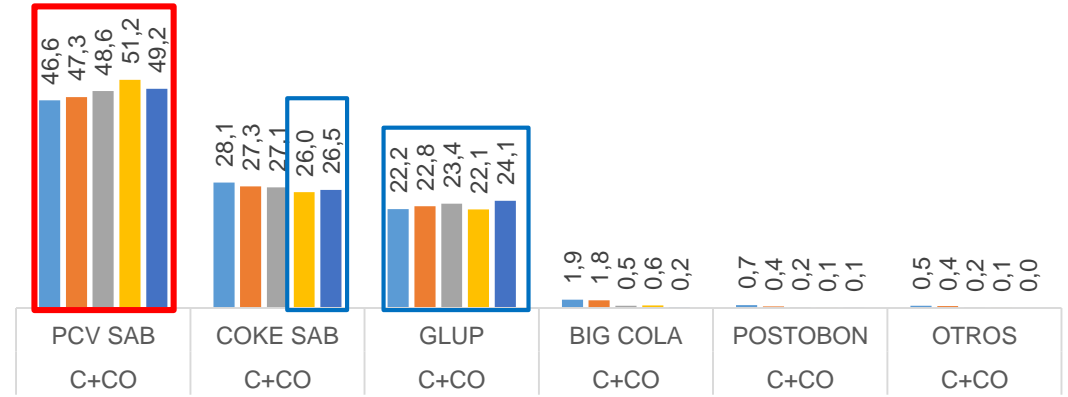
PCV vs BBRands en sabores presenta oportunidad principalmente en Oriente, siendo capitalizado por Coke. En el resto de los Territorios cae en menor proporción y Glup gana espacio.

SABORES + BBRANDS POR TERRITORIO

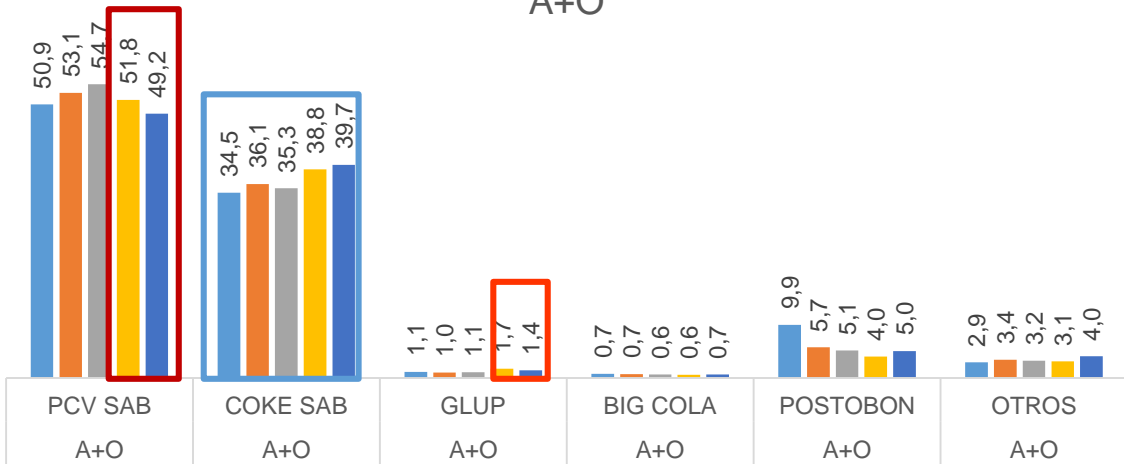
CAPITAL



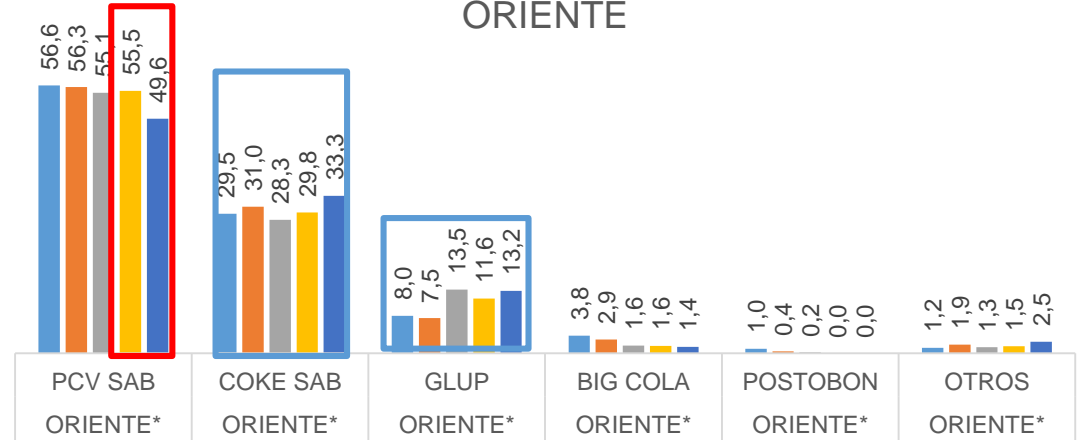
C+CO



A+O



ORIENTE



■ OCTUBRE 2022 ■ NOVIEMBRE 2022 ■ DICIEMBRE 2022 ■ ENERO 2023 ■ FEBRERO 2023

■ OCTUBRE 2022 ■ NOVIEMBRE 2022 ■ DICIEMBRE 2022
 ■ ENERO 2023 ■ FEBRERO 2023