

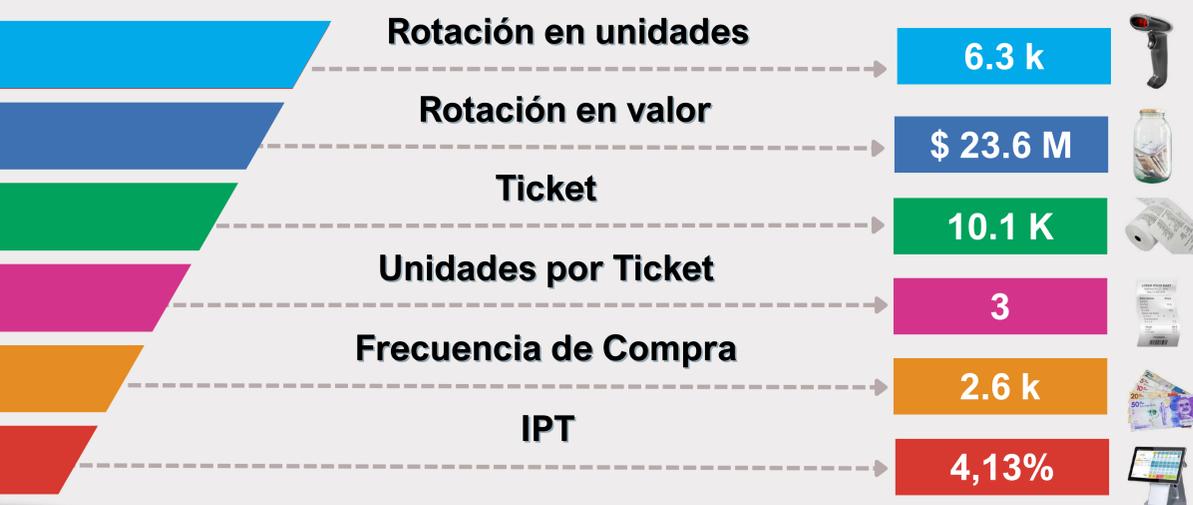
Les contamos como avanza el canal tradicional en el YTD 2025

(Información 5 Ciudades - YTD Enero-Septiembre 2025)

07

Boletín 2025

INDICADORES TOTAL TIENDA



La tienda de barrio durante el 2025 ha rotado en promedio 6.300 unidades por establecimiento al mes, equivalente a \$23.600.000.

El ticket del consumidor de la tienda cierra al rededor de los \$10.000 alcanzándole para 3 unidades por acto de compra.

Los precios en el canal han aumentado un 4.13% mostrando estabilidad frente al mismo periodo evaluado en el 2024.

YTD 2025: Year To Date. Enero - Septiembre

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO POR CANASTA

En los estratos bajos (1,2,3) predomina un consumo concentrado en alimentos no refrigerados y productos básicos del hogar, reflejando control del gasto. Por su parte, los estratos altos (4,5,6) muestran un patrón de compra más indulgente, con mayor participación de bebidas y productos de disfrute.



MIX en Valor

YTD: Year To Date. Enero - Septiembre

RANKING DE MARCAS QUE MÁS CRECEN SUS INDICADORES FRENTE A ENERO 2025

Trululu

Tiendas Vendedoras **+4 pp** ▲

Rotación unidades **+35%** ▲

Su crecimiento es explicado por:
Las innovaciones y regramajes que ha hecho en el canal.



Alquería

Tiendas Vendedoras **Estable**

Rotación unidades **+8%** ▲

Su crecimiento se da principalmente en las categorías de:
Avenas, Quesos y yogures



CHOCORAMO

Tiendas Vendedoras **Estable**

Rotación unidades **+7%** ▲

Su crecimiento es explicado por:
La diversificación de su portafolio



A pesar de los constantes cambios en el entorno y los desafíos del mercado, algunas marcas logran destacar gracias a su capacidad de adaptación. El crecimiento de Alquería, Trululu y Chocoramo en lo que va del 2025 es un claro ejemplo de cómo la innovación, la diversificación del portafolio y la adaptación en formatos y tamaños pueden ser estrategias clave para mantenerse relevantes y crecer en el canal tradicional. Estas marcas demuestran que reinventarse es esencial para seguir conectando con el consumidor y ganar espacio en el punto de venta.

Variación sept 2025 vs enero 2025