

NEGOCIOS

CONSUMO MASIVO

Aguas y energizantes seguirán revitalizando el mercado de bebidas

—En la categoría de aguas compiten siete marcas, mientras que en la de energizantes son doce. Ventas de bebidas crecerían 4% en el próximo verano, similar al que se tendrá este año.

VANESSA OCHOA FATTORINI
vochoa@diariogestion.com.pe

El verano empezó oficialmente hoy, pero la sensación de calor llegó desde hace varias semanas. Y para apaciguarla una de las salidas es el consumo de bebidas.

Bajo este escenario, la campaña del verano 2017 debería tener un crecimiento en la industria de bebidas del 4%, similar al resultado que se espera tener al cierre del 2016, con un avance ligeramente superior al del 2015, indicó César Luza, presidente de la Asociación de la Industria de Bebidas y Refrescos Sin Alcohol del Perú (Abresa).

El ejecutivo enfatizó que este año el fenómeno de El Niño tuvo un impacto positivo, impulsando el crecimiento del volumen de la industria de bebidas no alcohólicas en verano con un avance de 11%.

Lo que también se incrementó fue el precio. Al cierre del tercer trimestre, el precio promedio acumulado de la industria de bebidas no alcohólicas se ubica en S/ 2.4 por litro, 3% más que en el 2015.

En base a información de CCR, las categorías que incrementaron sus precios fueron las rehidratantes (Powerade, Sporade, Gatorade, entre otras) aguas y gaseosas, esta última en mayor proporción.

“Estos aumentos han sido por el alza en los principales insumos como el azúcar y la resina, impactados por el tipo



CLAUDIALLONTOP

Opciones. Pese a que el público empieza a optar por otro tipo de productos, las bebidas gaseosas son de las más nutridas en oferta.

de cambio que se ha experimentado”, refirió Luza.

Mercado en movimiento
Pero el mercado de bebidas no alcohólicas sigue en avance y algunas categorías han tomado la posta de crecimiento. Una de ellas es la de Energy Drinks por nuevos lanzamientos que han generado que la categoría quintuple su volumen.

Según CCR, esto fue impulsado por Volt, de AJE, que con la estrategia de menor precio, ganó mercado (hoy tiene el 93% considerando su volumen de venta) y movió la categoría, lo que obligó a las demás marcas a seguirla.

En esta categoría compiten seis marcas, además de Volt, como Burn, Red Bull, V220, Go y Dragon Energy, donde se mueve alrededor de S/ 160 millones al año.

Otra categoría que conserva su movimiento es la de aguas embotelladas en la que compiten unas 12 marcas. Y es que hablamos de una categoría que tiene una penetración del 92%, con una frecuencia de compra de 11 días, frente a la de las gaseosas que se da cada cinco.

Así, hablamos de un mercado que mueve, en litros, 643 millones, donde los principales jugadores son San Mateo (Backus) y San

PROYECCIÓN DE VENTA EN CANAL OFF-TRADE POR CATEGORÍA

Millones de soles

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Botella de agua	1,139.8	1,252.0	1,362.4	1,476.6	1,595.8	1,721.3
Carbonatada	3,352.1	3,399.8	3,417.6	3,455.3	3,508.8	3,576.0
Concentrados	80.5	80.7	80.6	80.7	81.2	81.9
Jugos	903.5	930.9	948.8	969.8	994.0	1,021.4
Café envasado	0.4	0.4	0.4	0.4	0.4	0.5
Té envasado	366.8	425.9	489.7	555.3	622.5	691.3
Bebidas energéticas	878.0	960.7	1,043.9	1,128.7	1,513.8	1,598.9
Bebidas especiales de Asia	-	-	-	-	-	-
Total	6,721.1	7,050.3	7,343.4	7,666.8	8,316.6	8,691.2

FUENTE: Euromonitor International

PROYECCIÓN DE VENTA DE BEBIDAS OFF-TRADE* VS. ON-TRADE**

Millones de litros

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Off-trade	2,616.7	2,728.6	2,823.2	2,929.2	3,041.4	3,163.8
On-trade	373.1	384.0	394.1	405.1	416.8	429.0
Total	2,989.8	3,112.6	3,217.4	3,334.3	3,458.1	3,592.8

*consumo directo como canal horeca

** consumo no directo como venta en supermercado

FUENTE: Euromonitor International

PARTICIPACIÓN DE MARCAS EN OFF-TRADE

	2013	2014	2015
Coca-Cola (Coca-Cola Co)	14.3	14.0	13.6
Inca Kola (Coca-Cola Co)	12.6	12.4	11.9
Cielo (Aje Group)	6.0	6.3	6.8
San Luis (Coca-Cola Co)	6.0	6.2	6.6
Kola Real (Aje Group)	5.6	5.6	5.4
Gatorade (PepsiCo Inc)	4.4	4.5	4.7
Pepsi (PepsiCo Inc)	3.8	3.7	3.6
Inca Kola Light	3.3	3.2	3.1
Sporade (Aje Group)	2.8	2.9	3.1
Frugos (Coca-Cola Co)	3.4	3.3	3.1

FUENTE: Euromonitor International

Luis (Coca-Cola), en base a datos de CCR.

Por su parte, Abresa destaca que el ingreso de CBC al mercado peruano ha desarrollado las categorías de ju-

gos ligeros con el ingreso de nuevas marcas. En general, a nivel de jugos y néctares, compiten 16 marcas, pero las Cifrut (AJE) y Frugos (Coca-Cola), tienen la mayor parti-

cipación con 30% y 14%, respectivamente.

Y el mercado que si bien ya está maduro pero mantiene la demanda y tiene el mayor número de marcas es el de las bebidas gaseosas. Son 47 las que compiten pero solo cuatro concentran el 70% de las ventas: Coca-Cola, Inca Kola, Kola Real y Pepsi.

A esto se añade que a nivel de participación por empresa, en volumen, cerca del 48% lo tiene Arca Continental, que prácticamente ha mantenido su liderazgo, con un portafolio que tiene a las dos primeras de las cuatro, según Euromonitor Internacional.