

Still drinks, la última apuesta de CBC

Consumo. Con Squiz y Frutaris, la firma guatemalteca busca conquistar esta categoría. El 2017 podría ser un año de más lanzamientos.

CLAUDIAPAAN

Hace más de un año la embotelladora y productora de bebidas CBC ingresó al Perú, con la meta de liderar el mercado. Uno de sus primeros pasos ha sido traer su portafolio de marcas propias.

Tras lanzar su energizante V220 y su jugo Petit, la compañía guatemalteca apuesta por la categoría de 'still drinks' (o jugos refrescantes listos para tomar) con Squiz y Frutaris.

César Abreu, gerente comercial de CBC, menciona que la primera marca entrará a competir con la oferta actual del mercado de bebidas sin alcohol (que solo abarca sabores cítricos), la segunda será la plataforma de innovación de sabores (con mezclas de frutas).

Cabe decir que esta categoría es la cuarta más grande dentro de la canasta de bebidas sin alcohol y genera ventas por S/450 millones en el país. CBC no solo busca captar el 10% de participación de la categoría para el cierre de este año, sino también hacer crecer la torta.

Para ello, señala el ejecutivo, además de las mezclas de sabores y la funcionalidad de sus productos (con menos calorías y vitaminas) se apoyarán en la distribución.

Un gran paso en esa línea ha sido ampliar su presencia en el canal tradicional, a través de su red de distribuidores. Desde octubre pasado, la firma ya está presente con todo su portafolio en todo el país. Y, tal como sucedió con V220, también recurrirán a los crucheristas (vendedores en paraderos)

Otra ficha dentro de la estrategia será la de formatos.



En el verano, recurrirán a los crucheristas para impulsar las ventas.

CBC busca captar el 10% del rubro de 'still drinks', el cual mueve S/450 millones.

El 2017, la firma podría sumar nuevas marcas en las categorías en las que ya está participando.

A inicios del próximo año lanzarán una versión para loncheras, la cual se unirá a sus presentaciones familiares y personales.

Con estas iniciativas, el próximo año la firma espera captar el 17% del rubro de 'still drinks'.

Pero, ¿qué otras novedades prepara CBC para el 2017? Abreu responde que fortalecerán aun más su red de distribución y su presencia en las categorías en las que ya están, posiblemente con nuevas marcas. "Vamos a tener novedades en planta", adelanta tímidamente.