



El verano se vuelve más intenso y las categorías tradicionales como helados y aguas crecen a buen ritmo. Otras menos tradicionales, como el aire acondicionado, se convierten en una necesidad dentro de casa.

Ventas que calientan (más) este verano

Consumo masivo. Ante la ola de calor, bebidas podrían crecer por encima del 11%. Además se dispara demanda de helados y de aire acondicionado.

CLAUDIA INGA MARTÍNEZ

En un verano más caluroso de lo esperado, no solo las temperaturas quiebran los pronósticos, lo mismo ocurre con la demanda de más de una categoría.

Aunque helados, aguas o isotónicas son algunos de los productos reyes de la época estival, ante la ola de calor han visto un dinamismo que crece y que no se derrite con nada.

Eso lo sabe bien Coca-Cola (y su embotelladora Arca Continental Lindley), cuya producción está siendo ajustada a los pronósticos, en vista de la demanda en alza. No solo producto de la ola de calor, sino por los constantes cortes de agua y huaicos registrados tanto en la capital como en el norte del país.

“La categoría de aguas es la que ha mostrado más dinamismo estos meses. Estamos trabajando arduamente con

miras a cubrir las necesidades del mercado”, comenta la empresa.

Y, como parte de su estrategia, el sistema Coca-Cola optó por innovar en esta categoría -la semana pasada con el lanzamiento de las aguas saborizadas bajo su marca San Luis.

Mientras que por el lado de sus otros productos (isotónicas, jugos, etc.), le están dando fuerza al portafolio de bebidas bajas en calorías.

Aunque la compañía asegura que aún es pronto para dar proyecciones del verano, afirma que su meta es mantener su crecimiento y asegurar la disponibilidad de distintas opciones de bebidas al mercado.

Por su parte, la Asociación de la Industria de Bebidas y Refrescos Sin Alcohol (Abresa), recuerda que si bien este verano ha sido inesperadamente caluroso -producto del llamado Fenómeno de El Niño Costero-, el año pasado también fue fuerte por el fenómeno

de El Niño.

“Por ese motivo, para este año se espera un crecimiento similar al del año anterior (11%) o ligeramente superior (entre 1 y 2 puntos porcentuales más), siendo isotónicas, aguas y energizantes las bebidas con mayor explosión”, estima César Luza, presidente de la asociación.

HELADOS Y TENTACIONES

Los helados también han disparado su venta. Juan Mejía, jefe de producción de Helados Artika, cuenta a **Día 1** que los helados más demandados han sido los de hielo, como las paletas de aguaje, fresa o piña.

Y viendo ese escenario, le han dado mayor fuerza a sus productos de hielo más económicos (de 50 céntimos) como paletas de chicle y de limón, que por ser refrescantes tienen mayor rotación.

Por su parte, Ana María Bugosen, gerenta general de la cadena Cafeladería 4D, refiere que la demanda de helados se ha incrementado en 15% en lo que va del verano, con respecto al año anterior.

El helado de pisco sour y el de tiramisú son los favoritos, comenta Bugosen. Asimismo, las variedades de café fríos están entre los productos más solicitados.



Los helados de hielo son los más pedidos por los peruanos que se sofocan de calor en las calles.

La producción de Coca-Cola está siendo ajustada a los pronósticos, ante la mayor demanda.

En el caso de LG, rompieron inventario de aires acondicionados.

OJO AL AIRE ACONDICIONADO

Una de las categorías que más ha despuntado en los últimos años, en particular este verano, ha sido la de aire acondicionado. Sobre todo en el segmento residencial, que antes de estas elevadas temperaturas crecía a un ritmo más pausado.

En el caso de LG, rompieron inventario en esta campaña. Arturo Madrid, director de ventas B2B de la surcoreana, indica que la de-

mandase incrementó en más del 30% de lo que tenían pensado. “A fines de este mes llegará otro lote de aire acondicionado”, refiere el ejecutivo.

Por su parte, Samsung prevé duplicar la venta de aire acondicionado en el 2017. Marco Antonio Márquez, gerente de producto de aire acondicionado comenta que hacen esta proyección en vista a la tendencia creciente de estos equipos.

La categoría empezó la curva de crecimiento el año pasado (entre 20% y 30%), cuando por el calor se empezó a hacer más necesario tanto en casas como oficinas. Y, claro, también ante el aumento del poder adquisitivo de los peruanos.

Ambas compañías coinciden en que el camino de crecimiento de la categoría irá por el lado de productos más sofisticados -amigables con el medio ambiente- para casas y edificios. Las altas temperaturas proyectan seguir en alza hasta el mes de marzo y la demanda parece seguir elevándose junto a ellas.

Verano retador Acciones y proyecciones

Logística

Coca-Cola comenta que está trabajando para atender de manera oportuna a todos sus puntos de venta, pese a la dificultad de las lluvias y huaicos.

Aire para refrescar

Para este 2017, se espera un crecimiento de entre 20% y 30% en la categoría de aire acondicionado, similar al del año pasado. Los equipos de pared hacen el 80% de las ventas.