

Globoeconomía

NOTICIAS A UN CLIC

Visita a Hiroshima, el quinto acto de Obama contra la guerra

¿Dónde son más caros los insumos de la bandeja paisa?

Estados Unidos y China juegan al póker económico

Facebook

Twitter

Google +

LinkedIn

Viernes, Junio 3, 2016

Negocio regional de gaseosas mueve US\$28.500 millones

País	Volumen de consumo (millones de litros)	US\$ (millones)	Compañía	Porcentaje	Ranking
México	12.947,8	US\$14.051,8	Anheuser-Busch InBev	9%	2
			PepsiCo	5,5%	3
			Antarctica		
Chile	2.269,6	US\$2.471,9	The Coca-Cola Company	77,9%	1
			Cía Cervecerías Unidas	9,3%	2
			Fanta		
Colombia	2.317,6	US\$2.007,6	PepsiCo	3,7%	3
			Sprite		
			Coca-Cola		
Ecuador	796,4	US\$1.405,1	The Coca-Cola Company	42,4%	1
			Postobón	25,7%	2
			Postobón		
Argentina	5.818,2	US\$9.378,5	PepsiCo	12,4%	3
			Colombiana		
			Coca-Cola		
Venezuela	37.827	US\$28.506	The Coca-Cola Company	58%	1
			Sprite	10,6%	2

Bogotá_ Con 130 años en el mercado, la fórmula secreta de la Coca-Cola sigue estando bien guardada bajo llave en un banco de Atlanta (Estados Unidos).

Esta compañía, una de las más valoradas del planeta, ha sido la protagonista de las portadas de los diarios en los últimos días debido a que detuvo su producción en Venezuela, compró la marca Ades junto a Femsa y su embotelladora en Europa (European Partners) debutó con alzas en bolsa.

Su dominio es tan vasto que según datos de Euromonitor Internacional, posee el control de 60% del negocio de las bebidas gaseosas en Latinoamérica que mueve cerca de US\$28.506 millones. En ese reinado, la receta original es la acompañante preferida de todos los almuerzos regionales, excepto en los venezolanos, quienes prefieren la local Maltín Polar.

En total, en siete países del continente el volumen de consumo de este producto es de 37.827 millones de litros, y de ellos, los más adictos a estas bebidas azucaradas son los mexicanos, con un consumo de 12.947,8 millones de litros y US\$ 14.051,8 millones ventas.

En el segundo lugar están los brasileños que consumen 12.183,4 millones de litros, con unas ventas de US\$9.378 y en el tercero está Argentina en donde se el volumen es de 5.818,2 millones de litros.

Parte del reinado de la gaseosa norteamericana se debe a la mexicana Coca-Cola Femsa, principal embotelladora de productos de la marca en la región.

Así las cosas, en México (73,5%), Chile (77,9%), Brasil (66,5%), Argentina (61,6%), Ecuador (58%) y Colombia (42,4%), esta referencia tiene más mercado por encima de su rival PepsiCo. Detrás aparecen grupos locales como Postobón en Colombia, Pritty en Argentina, Induquito en Ecuador o AB InBev en Brasil.

Incluso, Coca-Cola Company mantiene el liderazgo en Venezuela donde controla 39,7% del negocio, seguido de PepsiCo con 26,1% y Empresas Polar con 23,2%.

De acuerdo con Euromonitor, la Coca-Cola tradicional sigue siendo la gaseosa preferida para los latinoamericanos y cada vez más ganan terreno las marcas saludables como Coca-Cola Light y Coca-Cola Zero.

"A pesar de que las ventas de Coca-Cola se destacan en el mundo, le ha tocado restablecer sus unidades de negocio en función de los intereses de los consumidores y así invertir en productos más saludables. El futuro son las bebidas saborizadas, los té y las aguas", indicó Santiago Roldán, experto en mercadeo.

En el ranking de marcas, la segunda gaseosa más consumida por los brasileños es Antarctica de AB InBev y la tercera es la Coca-Cola Zero. En Colombia se compran gaseosas de sabores como la Manzana Postobón y la Colombiana, también del mismo grupo.

Los chilenos y los ecuatorianos prefieren las marcas Fanta y Sprite, productos de Coca-Cola; los mexicanos optan por Pepsi y Coca-Cola Light; y los venezolanos por Maltín Polar, Coca-Cola y Frescolita, también del grupo estadounidense.

Para Raúl Ávila, profesor de industria de la Universidad Nacional, los obstáculos a los que se tendrán que enfrentar estas compañías en el país es el debatido impuesto a las bebidas azucaradas y la reciente restricción de la venta de gaseosas en los colegios del país. "Estas medidas impactarán a largo plazo. La población va a migrar a otros productos", añadió.

Cada colombiano gasta al año \$111.300

Según Kantar Worldpanel, la presencia de las gaseosas en el mercado creció 7%, llegando a 98,4% de los hogares colombianos. Las familias locales gastan más dinero en esta categoría, 4% más que el año anterior. En promedio gastan \$111.300 al año, con una frecuencia de compra de 38 veces. "A pesar de la inflación, las gaseosas son clave para los hogares colombianos, sobre todo en los estratos bajos (1y2) con un crecimiento en valor de 7%, y en los medios (3y4) que aumentaron 8%", indicaron voceros de la consultora.

La opinión

Raúl Ávila

Profesor de industria de la Universidad Nacional

"A pesar de los problemas de salud que representan, estas bebidas han logrado mantener su posicionamiento gracias a la publicidad".