

Globoeconomía

NOTICIAS A UN CLIC

Uruguay, Argentina y Ecuador son los de mayor deuda pública

Venta de agua en botella mueve US\$10.237 millones

Perú y Paraguay son los países más atractivos para la inversión petrolera

Facebook

Twitter

Google +

LinkedIn

Lunes, Febrero 8, 2016

Venta de agua en botella mueve US\$10.237 millones



Bogotá_ En algunas partes de América Latina están prendidas las alarmas por el desabastecimiento de agua, y aún se debate cuáles son las vías para entregar el líquido a las personas.

Una de las propuestas de los expertos es la de ofrecer agua embotellada, pero a partir de una solución de las empresas como responsabilidad social teniendo en cuenta que el negocio mueve US\$10.237 millones al año, una cifra mucho más alta que el PIB de naciones como Haití.

Según datos de Euromonitor Internacional, el consumo de este líquido en 13 países de la región es de 41.025 millones de litros, solo contando el negocio en el retail.

México y Brasil son las naciones que más consumen y gastan en agua al cabo de 12 meses, de la lista de países, ya que el primero mueve US\$3.978 millones y el segundo US\$3.070 millones.

De acuerdo con los analistas es lógico que estos países estén a la cabeza del ranking de los más gastadores y consumidores tanto por el número de población, como por el nivel adquisitivo de los residentes; sin embargo, esa ecuación no se aplica en República Dominicana, en donde se toman 1.291 millones de agua en botella pero solo se recogen US\$268,4 millones, superando por poco a Ecuador que vende US\$260 millones tras comercializar 629,2 millones de litros.

En el caso de Colombia, las cifras arrojan que durante 365 días se consumen 949,6 millones de litros de agua, que representan US\$438,9 millones. Raúl Ávila, experto en industria de la Universidad Nacional, dijo que el mercado local de agua ha crecido a tasas de 4% o 5% y ha generado la creación de alrededor de 800 compañías comercializadoras de agua en botella.

“La tendencia de los consumidores ha migrado a buscar productos saludables y eso lo han explotado las firmas líderes y detrás de ellas otras pequeñas. La gente con poder adquisitivo alto, que ha crecido en el último tiempo, está demandando más agua en botella porque considera que ingerir esto es mucho mejor que las gaseosas”, añadió Ávila.

El experto resaltó que esta es una tendencia que se ha esparcido por toda la región y es por eso que compañías como el sistema Coca-Cola, conformado por The Coca-Cola Company y Femsá, han empezado a innovar con diferentes tipos de agua.

Carlos Rodríguez, profesor de la Facultad de Administración Social de la Universidad Nacional, dijo que el negocio de este líquido lleva varias décadas en ascenso a raíz de fuertes competidores como Danone que recibe 20% de sus ingresos netos de la división de venta de agua.

“La venta del líquido en el retail ha tenido tanto éxito porque los hogares pagan hasta 1.000% más por un producto que tienen como servicio público y es potable”, puntualizó Rodríguez.