

Oferta variada en el mercado de las bebidas

Hay otros negocios que deberían ver crecer su demanda en esta época del año. Como hemos mencionado, la industria dedicada a la producción de bebidas tiene su pico más elevado en verano, porque el calor intensifica la sed y las ganas de rehidratarse. Ocurre no solo con los deportistas. De hecho, la oferta es variada. Cualquier motivo es bueno para comprar un producto bebible: aguas, jugos, gaseosa, yogurt bebible y, por supuesto, las infaltables cervezas.

El rubro de gaseosas es, sin duda, el de mayores cifras dentro del sector. Los mayores niveles de venta del mercado total de bebidas son capitalizados por las bebidas gasificadas más tradicionales, moviendo alrededor de 250 millones de cajas al año en promedio. Sin embargo, el año pasado, sufrió una desaceleración en su consumo, pues no hubo el crecimiento esperado; seguramente producto de la crisis, pero también por la movilización de los grupos de consumo a otros tipos de productos bebibles. No obstante, y pese a ello, el mercado de gaseosas continuará mostrando los mayores niveles de ventas del mercado total de bebidas.

Un caso especial está ocurriendo con las gaseosas light que es el tipo de producto de mayor proyección en el rubro. Según las estadísticas, el mercado ha crecido alrededor de 28% en dos años. La mayoría de las marcas de ga-

seosa tiene presentación light, con reducidas calorías y sin azúcar. Esto está relacionado con el hecho de que, en los últimos tiempos, las personas han decidido dar prioridad al cuidado personal, yendo a gimnasios o haciendo dietas. Así, este tipo de gaseosas resultan ser una alternativa más acorde con el estilo de vida saludable.

CERVEZA

El verano no solo provoca mayor consumo de gaseosas, también el de la cerveza. No es novedad escuchar en un día caluroso: "Me ha provocado una cervecita bien helada", o "Almorcemos con un par de chelas heladitas". Según Alfredo Paredes, de Aje Group, el consumo de cervezas en el país casi se ha duplicado en menos de tres años. Solo en 2008, se vendieron alrededor de 1,300 millones de litros. Este crecimiento se debe principalmente al ingreso de nuevas marcas en el mercado, lo cual ocurre generalmente en verano. La competencia ha contribuido a rebajar los precios en aproximadamente 10%. Hay que sumar, a la guerra de ofertas, la enorme propaganda de impacto en el público consumidor.

La venta de cerveza en el verano representa aproximadamente el 30% del total anual. Según los sondeos, la cantidad de marcas aumenta cada vez, pero todos tienen un público receptivo. El Grupo Backus lidera el mercado de cerveza con sus marcas

Cristal, Pilsen y Cusqueña, seguido por el grupo Ambev, con sus marcas Brahma y Zenda; y en tercer lugar, Ajeper, de aparición más reciente, con Franca y Caral.

Pero, ni gaseosas ni cervezas cubren toda la demanda del mercado. Las aguas envasadas, jugos y yogurts bebibles se venden crecientemente en verano. Aunque su público inicial eran deportistas y personas a dieta, actualmente el mercado ha crecido debido a que hay más gente preocupada por una vida sana. Junto a ellos, las bebidas energizantes y gasificadas también despegaron al ser dirigidas a un público preocupado por lo que consume. Aunque actualmente tienen una base menor comparada con las gaseosas, poco a poco, la guerra de marcas se va trasladando a este sector del mercado, donde las empresas han priorizado últimamente sus lanzamientos. ■

Algo de creatividad en el mercado de cervezas

La clásica guerra de las cervezas en verano puede ponerle mejor cara al asunto. La creatividad en sus spots publicitarios y las campañas que organicen pueden mejorar el consumo de cerveza, para la cual ni el mal tiempo es excusa. Así, la marca Brahma invita a vivir de una manera positiva y de disfrutar cada momento de la vida. Por eso, proponen un "Berano" con B grande, explica Manuel Rangel, gerente de Marketing de Ambev Perú. Otro tipo de campaña ha sido iniciada por Cristal, la cerveza más popular del país. Su portal Web busca ser una red social en la que se puede jugar en línea, ver a las Chicas Cristal, leer noticias divertidas, además de crear personajes con los que se pueden identificar sus diferentes tipos de público consumidor.



Foto: Maggy Producciones