REACCIÓN

Verano empieza a calentarse con alza en precio de bebidas no alcohólicas

—Ya se pueden ver aumentos en varias marcas, principalmente en formatos de mayor volumen, influenciados por factores como costos de insumo, inflación, competencia, entre otros.

MIRTHA TRIGOSO LÓPEZ
mtrigoso@diariogestion.com.pe

VANESSA OCHOA FATTORINI
vochoa@diariogestion.com.pe

Conforme se elevan las temperaturas en el verano también se elevan los precios de las bebidas no alcohólicas (gaseosas, aguas de mesa, jugos, entre otros), que solo en esta temporada se incrementarían hasta en 3%, según estimó la Asociación de la Industria de Bebidas y Refrescos sin Alcohol (Abresa).

Su presidente, César Luza Elías, proyectó que en el año los precios aumentarían 4.3% y esto se debería principalmente al incremento del costo de los insumos de las bebidas no alcohólicas ante el continuo incremento del precio del dólar, y al efecto de la inflación en la estructuras de costos de las empresas.

"Ya entre enero y noviembre del 2015 versus el mismo periodo del 2014 se registró un incremento de precios en las bebidas no alcohólicas similar (4.3%) por las mismas razones. En años anteriores los incrementos han sido más ligeros", recordó.

Se inicia el reajuste

Este aumento empezó casi exactamente desde el inicio del 2015, es decir, el 2 de enero, primer día hábil para algunas cadenas de supermercados. Ahí se pudo observar que el reajuste va en el orden de S/. 0.20 y S/. 0.30, pero se ha dado en bebidas de volumen grande. Es parte de la estrategia porque pueden soportar mejor un alza de precios, comentó al respecto Fernando Panizo, gerente de Marketing del Grupo Perú Cola.

"Los precios se han reajustado en bebidas de 3 litros y en aguas de formato de 2.5 litros porque pueden aguantar mejor un alza que en tamaños personales", refirió el ejecutivo que maneja las marcas Perú Cola, Agua Vida e Isaac Kola.

Consultados sobre esta subida de precios, Corporación Lindley indicó que "las decisiones de cambio de precio se toman en base a varios factores, como los costos de los insumos, la inflación, la competencia, el portafolio de empaques, entre otros, y en ese sentido, no se puede hablar de un factor en particular que haya generado la subida.

PRECISIONES

Impacto. José Oropeza, gerente de Consumer y Nuevos Negocios de CCR, dijo que además de las altas temperaturas en verano, influyen en las ventas las campañas publicitarias, la inversión de las empresas en puntos de ventas, ofertas y otras acciones.

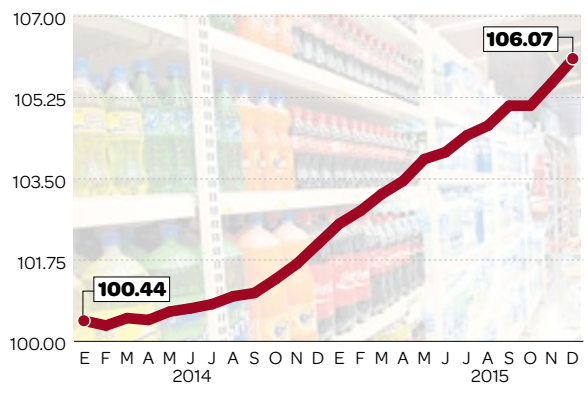
Expectativa. Las ventas este año en subcategorías como aguas y néctares crecerían en un 19% y 14%, respectivamente, estimó Abresa.

Presencia. En el canal tradicional las ventas de las bebidas no alcohólicas pesan un 85%.

THINKSTOCK

Expectativa. La venta de bebidas no alcohólicas este verano crecería 6%, llegando a mover más de US$ 455 millones, estimaron representantes de la industria.

EVOLUCIÓN DE PRECIOS DE BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS*



FUENTE: INEI

* Aguas minerales, refrescos, jugos de frutas y de legumbres

Impacto en ventas

Y debido a la mayor demanda de bebidas no alcohólicas en el verano (enero-marzo) por el aumento de la temperatura, es en este periodo que las empresas aprovechan de hacer un mayor incremento en el precio de estos productos.

"Se prevé que en la campaña de verano de este año, el precio de las bebidas no alcohólicas subiría hasta en un 3%", señaló Luza Elías.

¿Qué tipos de bebidas serían las más afectadas por el aumento de precio? Luza precisó que en particular las gaseosas y jugos, además de las bebidas isotónicas, energizantes y aguas saborizadas, que son las que utilizan mayores insumos; en tanto aguas se mantendrían casi flat por usar menos y diferentes insumos al de las otras bebidas. "Si hablamos de impacto en ventas, este obviamente se dará; es un poco al comienzo, pero después se acomoda y vuelve a sus niveles y hasta las ventas mejoran", comentó Panizo, quien indicó que esta alza ha sido la mayor en los últimos años.

Campaña de verano

Pese a la proyección de aumento de precios, Abresa estima que las ventas de bebidas no alcohólicas crecerán un 6% este año, llegando a mover más de US$ 700 millones. Y en la campaña de verano que representa alrededor del 45% de la venta anual se llegaría a registrar más de US$ 455 millones en ventas, 6% más que en la anterior campaña.

APUNTE

Fidel La Riva
COUNTRY MANAGER DE KANTAR WORLDPANEL

PRECIO DEBE RESPETARSE EN PUNTO DE VENTA

El incremento de precios en la categoría de bebidas no alcohólicas en la campaña de verano no afectaría la demanda de los consumidores por estos productos, en general, por el aumento de la temperatura producido por el fenómeno de El Niño. Así, estimamos que el incremento del consumo de aguas en hogares sería de 10%, y el de gaseosas de 7%.

Sin embargo, si se ve por subcategorías, un aumento de precio podría afectar el consumo de gaseosas versus el de otros productos más saludables, como jugos o aguas. Esto por la tendencia del consumidor a preferir bebidas que cuiden su salud. Y en el caso de aguas, favorece su consumo que su precio sea menor al de gaseosas.

Por su parte, las empresas que participan del mercado de bebidas no alcohólicas deben hacer que el precio en el punto de venta se respete y que el comercio minorista no termine subiendo más el precio determinado por el fabricante, lo que, en general, sucede con otro tipo de productos en el mercado, lo que podría provocar distorsiones en el precio.