

ÍNDICE

A. BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS

1. BEBIDAS CARBONATADAS / REFRESCOS

2. BEBIDAS NO CARBONATADAS

- Agua embotellada
- Bebidas naturales y funcionales
- Jugos, néctares y bebidas de frutas sin gas
- Té
- Café

B. BEBIDAS ALCOHÓLICAS

- Las cervezas
- El vino
- Bebidas espirituosas. Whisky, brandys, licores y bebidas premium

A. BEBIDAS NO ALCOHÓLICAS

Tendencias en la industria de bebidas no alcohólicas en 2017 en México (Fuente: EcoFocus):

- **Millennials y su impacto:** Este sector está liderando el crecimiento de los alimentos y bebidas envasados con menos aditivos. Piden que los conservantes e ingredientes artificiales sean menos utilizados y a su vez sean más ricos en nutrientes.
- **Valor añadido: Fresch + Clean= saludable:** Ingredientes limpios han pasado de ser una tendencia a una norma. La creación de productos más frescos y ecológicos es el nuevo go-to, ya que se han convertido en una prioridad para los consumidores
- **Bebidas funcionales:** Los consumidores buscan cada vez más bebidas que se apeguen a sus dietas y rutinas de salud. BevNet informa que la categoría de bebidas carbonatadas ha presentado una disminución en los últimos cinco años, mientras que la demanda de bebidas naturales y orgánicas ha aumentado a medida que los consumidores buscan más opciones saludables.

Las nuevas exigencias del consumidor (bebidas que brinden energía, fortalezcan el sistema inmunológico, ayuda a controlar el sueño, la gestión de azúcar en la sangre y una serie de beneficios asociados con las bebidas de energía multifuncionales).

1. LA INDUSTRIA REFRESQUERA EN MÉXICO

De acuerdo con datos de la Asociación Nacional de Productores de Refresco y Agua Carbonatadas (ANPRAC) y la firma auditora KPMG México, **18.824 millones de litros** de refresco fue lo que se consumió en México en 2016, aproximadamente 1,5 litros por mexicano en promedio.

Volumen de ventas. La industria cerró el 2016 con un volumen de ventas de alrededor de 18.824 millones de litros de refresco, lo cual representa un incremento de 3,8% con respecto al año anterior.

La industria de bebidas no alcohólicas en México es muy competitiva. Está integrada por diversos segmentos de mercado, incluyendo bebidas carbonatadas, como sodas, y bebidas no carbonatadas, como jugos, agua embotellada, tés, aguas de sabor y bebidas isotónicas.



La categoría de bebidas carbonatadas o “sodas” es una de las más ambivalentes del mercado mundial de bebidas. Culpada en gran parte por los problemas de obesidad y diabetes del país, su crecimiento no ha cesado en muchos años y los expertos analistas siguen apuntando un **crecimiento de un 7% continuado desde el año 2015 al 2019** al estar adaptándose a los gustos locales, creando nuevos sabores y formatos que se acoplen al consumidor y a las tendencias de salud o moda que marca cada región.

A pesar del incremento de los precios de bebidas saborizadas en México, los patrones de consumo se mantuvieron entre los mexicanos, y la industria mantuvo su crecimiento en 2015 y 2016.

En los últimos 16 años, la industria refresquera ha experimentado una tasa de crecimiento compuesta anual de 1,2%, lo que refleja un comportamiento favorable sostenido entre el año 2000 y 2016.

En el 2015, la **industria de refrescos** fue la de mayores ventas dentro del sector de bebidas no alcohólicas, con un porcentaje promedio de 67,5% del volumen total (del cual 20% corresponde a los refrescos de sabores); mientras que el agua envasada sin gasificar purificada se ubicó en 27,7%, las bebidas energéticas y/o deportivas en 1,4%, y los jugos en 3,4%.

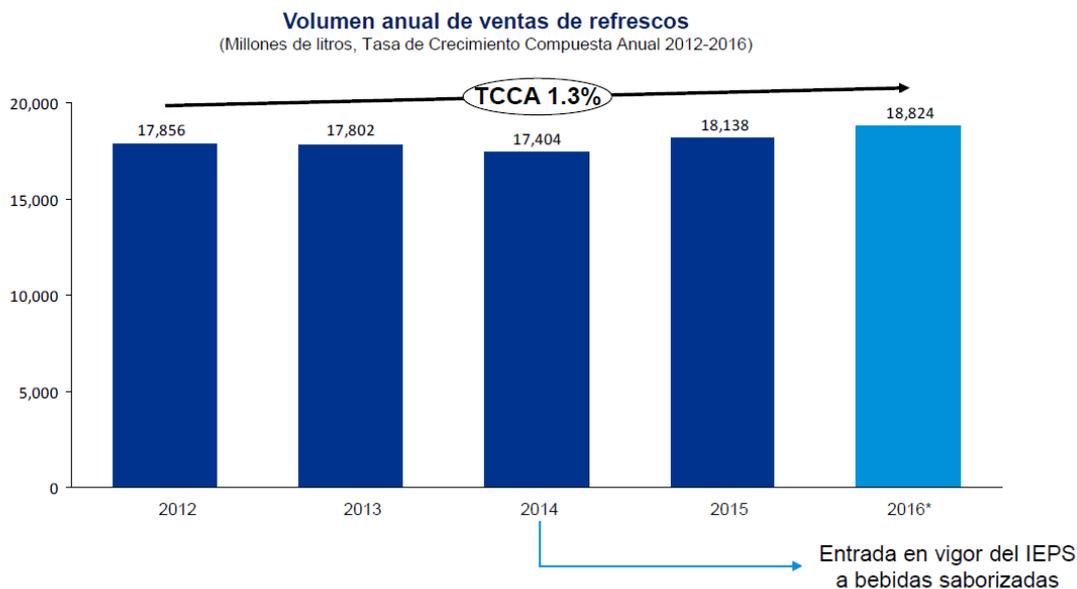
En tanto, el valor de las ventas de la **industria de refrescos y otras bebidas no alcohólicas** sumó 161.617,39 millones de pesos corrientes en dicho año, lo que indica un incremento nominal del 3,3% con respecto a las ventas del 2014.

La tasa de crecimiento compuesta anual de 2014 a 2016 en dicho indicador fue de 4%, lo cual representa un mayor nivel al observado de 2000 a la fecha (1,2%).

Volumen de ventas

2016 fue un año positivo para las ventas de la industria

El volumen de ventas de refrescos **creció de manera sostenida 1.3%** cada año desde 2012 a 2016, a pesar de la aplicación del impuesto a bebidas saborizadas en 2014.



Nota: Los datos de 2016 fueron proyectados asumiendo que el incremento reportado hasta el Q3 2016 se mantiene.

El mercado de bebidas energizantes en México ha sido uno de los más dinámicos en los últimos años, en 2016, las ventas de este tipo de bebidas mantuvieron su tendencia creciente.

Especialmente impulsadas por los consumidores jóvenes, que demandan estos productos con el objetivo de mantener concentración y energía que les facilite cumplir sus múltiples actividades diarias, caracterizadas por largas jornadas de trabajo, horas de estudio, tiempos de transporte, entre otros.



De acuerdo con cifras de Euromonitor las ventas "off-trade" (venta de botella) de bebidas energizantes en 2016 alcanzaron **los 135 millones de litros que equivalen a 9.100 millones de pesos (MXN)**, aproximadamente **487 millones de dólares**, y se espera que **al 2020 se alcancen los 188 millones de litros**.

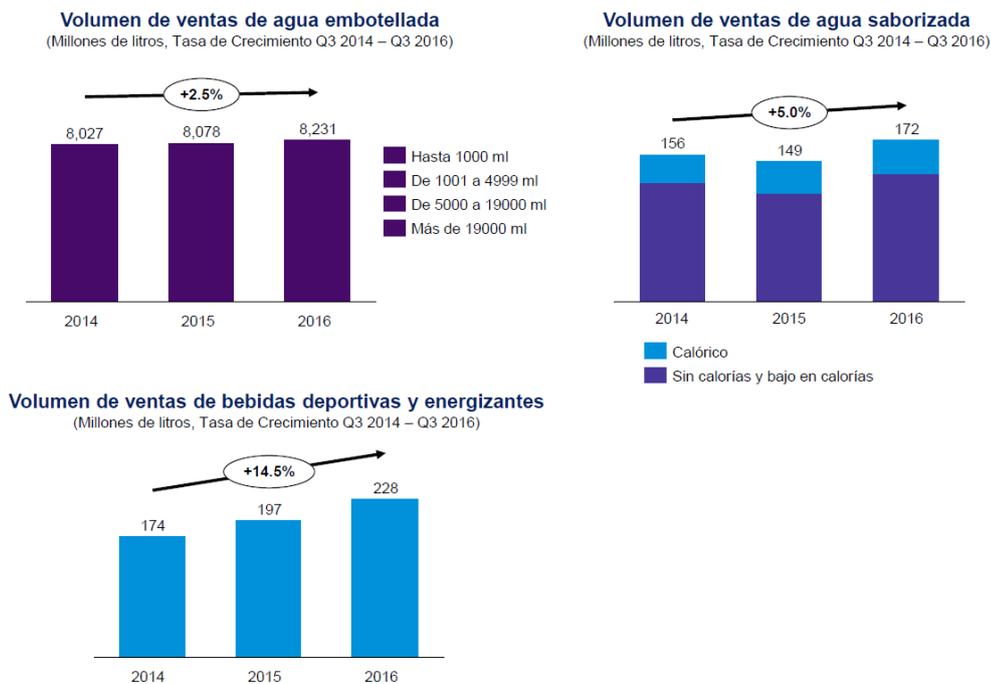
De acuerdo a cifras de la Secretaría de Economía de México, en el 2016, las importaciones de bebidas energizantes sumaron 109,2 millones de dólares, que equivalen a 100,4 millones de litros. El 86% de las importaciones provienen de EE.UU., que es el principal proveedor de este tipo de producto.

B. LAS BEBIDAS NO CARBONATADAS

Cabe destacar que desde el 2014 que entró en vigencia el impuesto a las gaseosas y bebidas azucaradas, las compañías fabricantes de estos productos han buscado alternativas para depender menos de la bebida carbonatada; ya que el consumidor ha tomado conciencia de los efectos negativos para la salud que puede ocasionar la ingesta diaria de refrescos con alto contenido de azúcar.

Esta situación ha generado una mayor diversificación e innovación en el sector y por consiguiente el crecimiento de otras categorías como el agua embotellada, los refrescos dietéticos, las bebidas isotónicas (rehidratantes) y las bebidas energizantes.

La industria se diversifica hacia bebidas no carbonatadas



AGUA EMBOTELLADA. México, #1 en consumo de agua embotellada

El mercado de agua embotellada es uno de los más importantes dentro del sector de bebidas y su auge en términos de formatos y sabores parece imparable.

Prácticamente la totalidad de los hogares mexicanos, **98% compran agua embotellada**, según un estudio de mercado de Kantar World Panel. Sus datos indican que cada hogar compra en promedio **1.530 litros de agua al año**.

Actualmente un hogar en promedio toma cuatro litros de agua embotellada al día.

Pero estos datos sólo se refieren al consumo dentro de los hogares, pues de manera individual, un estudio del Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE), región centro, estima que cada mexicano consume entre **215 y 234 litros de agua al año**, que representa aproximadamente una botella de litro cada dos días; y en las regiones del país con clima caluroso la cantidad que se consume es mayor.



Como sea, las cifras muestran que el mercado de agua embotellada en el país está en pleno crecimiento, ya que entre 2009 y 2014 las ventas de este producto pasaron de 5.000 a 7.797 millones de dólares, que representa un **crecimiento de 55,5%** en el periodo con un **crecimiento pronosticado de 15% hacia 2019** para llegar a 9.044 millones de dólares, de acuerdo con Euromonitor International.

Según Euromonitor, el consumo de agua embotellada en México seguirá en aumento, pues para este año se estima que podría llegar a 355 millones de litros. Cada vez son más los procesadores que lanzan nuevos productos con variedades específicas o aguas enriquecidas. La imagen del agua como el producto más saludable también alcanzará un hito este año.

BEBIDAS NATURALES, BEBIDAS FUNCIONALES

Los consumidores buscan cada vez más bebidas que se apeguen a sus dietas y rutinas de salud. La categoría de bebidas naturales y orgánicas ha aumentado en los últimos cinco años, a medida que los consumidores buscan más opciones saludables.

Un estudio de BevNet señala que los líderes de la industria deben estar preparados con las nuevas exigencias del consumidor (bebidas que brinden energía, fortalezcan el sistema inmunológico, ayuda a controlar el sueño, la gestión de azúcar en la sangre y una serie de beneficios asociados con las bebidas de energía multifuncionales).

- 63% de los consumidores buscan bebidas que contengan calcio.
- 61% buscan bebidas con fibra.
- 61% quieren que sus bebidas contengan menos azúcar.
- 60% se siente atraído por las bebidas que contengan antioxidantes.
- 57% quiere consumir bebidas con proteínas.
- 55% compra bebidas que contengan una fuente de ácidos o grasos omega 3.
- 46% de los consumidores buscan bebidas que contengan probióticos.

JUGOS, NÉCTARES Y BEBIDAS DE FRUTAS SIN GAS

El mercado de **jugos, néctares y bebidas** de frutas sin gas, registró un crecimiento de **9%** a junio 2016, impulsado por el alza observada en el segmento de jugos y néctares de más del **11%** en volumen y **14%** en valor, revela el **Reporte Índice de Jugos 100% de Tetra Pak**.

El jugo 100% sigue siendo parte importante de la dieta media, y hoy en día **más del 40%** de las personas lo toman diariamente. Asimismo, los consumidores se muestran dispuestos a pagar más por jugos premium que se asocien con opciones saludables.



En México, los jugos y néctares representan **26%** del volumen de la categoría de jugos, néctares y bebidas de frutas sin gas, pero representan el **40%** del valor total de la categoría, que asciende a un volumen de más de **2.000 millones de litros** y un valor superior a los **30.000 millones de pesos**.

Estos resultados indican un gran potencial y crecimiento para el jugo 100%, el cual vendrá de productos que satisfagan las necesidades de los consumidores centrándose en la salud y en el consumo fuera del hogar, tendencias fuertes entre los Millennials, actual generación más influyente.

En México, el **70% de la población** declara hacer consumos fuera del hogar y se coloca como el primer mercado en el mundo por porcentaje de consumidores. Ante estas tendencias, la industria ha lanzado innovaciones en tres áreas clave: Nutrición vegetal, Todo natural y Especialidad en jugo 100%.

EL CONSUMO DE TÉ EN MÉXICO AUMENTARÍA UN 20% EN 2017

En México, la cultura del té es apenas incipiente, ya que existe la costumbre de beber infusiones herbales mas no té, pero el nicho de consumidores cada vez va en aumento más allá de los beneficios medicinales.

El mercado del té alcanzó un valor de **62.000 millones de dólares** en 2016, sin embargo, se prevé que el consumo de té en el país crezca de **15 a 20%** durante 2017 y que en cinco años aumente **10%** para llegar a **68.000 millones de dólares**.

Las preferencias del mercado doméstico son en su mayoría té verde, negro y tisanas.

EL CONSUMO DE CAFÉ EN MEXICO AUMENTA IMPULSADO POR EL GUSTO POR LAS CAFETERIAS

El crecimiento de la industria se debe a la aparición de más cafeterías independientes y a un crecimiento entre 1,6 y 1,8% en el consumo de café al cierre de 2015.

A través del negocio de las cafeterías se vende alrededor del 22% del café que se consume en el país.

El crecimiento de la industria va a seguir por el consumo es aún bajo. Actualmente 67 de cada cien mexicanos consumen café y el 48,9% tiene la costumbre de ir a tomarse una taza en cafeterías.



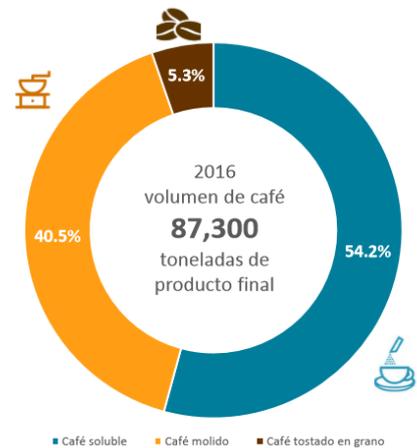
La encuesta de Profeco señala que 53% de los mexicanos toman café diario y que sólo 1% no lo consume nunca. Y de acuerdo con FIRA, de todos los consumidores en México, 64,9% lo toma soluble y 35,5% prefiere el café tostado y molido.

El consumidor mexicano llega a consumir 1,7 kilogramo respecto a los 500 gramos que consumía hace una década.

Lentamente el consumo de café aumenta, en 2014 lo tomaba 66,2% de los mexicanos y en 2016, lo consume 67%. De cada cien personas que lo beben, 68 son mujeres y 66 son hombres. El consumo entre personas de 20 a 45 años de edad va en aumento

El consumo de café podría crecer alrededor de 20% este año, según Federico Hernández Urtiz, director general de La Flor de Córdoba, marca originaria de Guadalajara.

Tamaño de mercado de consumo por categoría de café (2016)

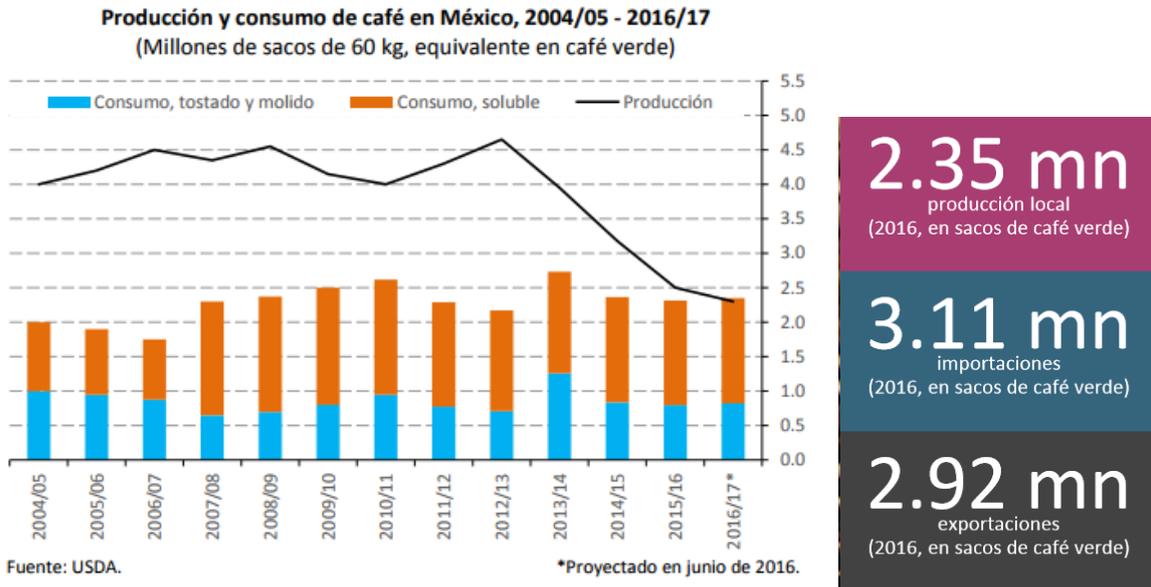


Fuente: Euromonitor Internacional

Fuente: Euromonitor Internacional

Categoría de café	Toneladas en 2016	%	% TCAC 2016-2021
Café soluble	47,344	54.2%	2.1%
Café molido	35,339	40.5%	2.9%
Café tostado en grano	4,616	5.3%	2.5%
Café total	87,300	100%	2.4%

Actualmente, el mexicano consume cerca de 1,4 kilogramos per cápita, y el país crece de 1,5 a 2 millones de consumidores cada año. En contraste, la producción nacional para abastecer el mercado disminuirá 8% en el periodo 2016 a 2017, de acuerdo con un reporte de 2016 publicado por Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA).



La producción se observa a la baja por la falta de adopción de tecnología en el campo para combatir plagas.

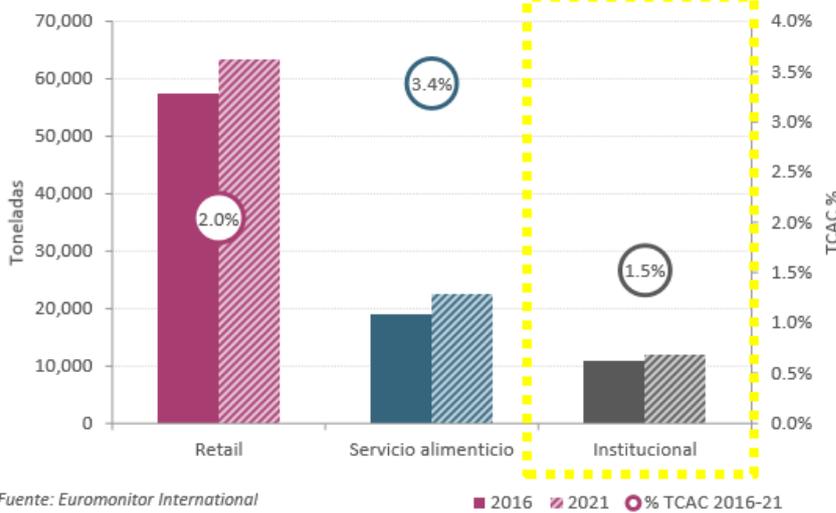
"Hay un **déficit de casi cinco millones y medio de sacos**, el consumo está aumentando y se cubre con el arrastre de inventarios internacional de siete a ocho millones de sacos al año", según Félix Martínez, presidente de la Asociación Nacional de la Industria del Café (Anicafe).

La tendencia al alza es por el mayor consumo de los llamados 'millennials' y se prevé que comenzarán a consumir más café negro, como el americano y el expreso en vez de los capuchinos o lattes, debido al status que sienten al beber este tipo de café, una tendencia que viene de Estados Unidos.

El volumen de café vendido al sector institucional se mantiene estable, afectado por la apertura de cafeterías en los mismos locales



Volumen de café por sector en México en 2016 y pronosticado (toneladas)



17.2%

café soluble en el volumen de café en el sector institucional (2016)

74.4%

café molido en el volumen de café en el sector institucional (2016)

8.4%

café tostado en grano en el volumen de café en el sector institucional (2016)

2. BEBIDAS ALCOHÓLICAS

LAS CERVEZAS

El mercado cervecero continúa siendo uno de los más relevantes en la región americana. Los crecimientos son continuos.

La cerveza es la **bebida alcohólica más popular** y representa casi el **55% de todo el alcohol consumido**.

De acuerdo con la consultora Kantar Worldpanel, la ciudad con mayor consumo de cerveza es Monterrey, México, y los mexicanos que más consumen son las familias de más de cinco integrantes de clase media con hijos mayores de edad o adolescentes.



Desde 2006, el sector de cervecería ha tenido un crecimiento anual del **3,5%**.

Con sus 122 millones de habitantes, México ya consume unos **60 litros per cápita** de cerveza.

Aumenta la sed por cerveza extranjera en México. En los últimos ocho años, los paladares mexicanos han desarrollado gusto por las **cervezas extranjeras**, con lo que las importaciones se incrementaron un 80%, al pasar de 142,3 millones de litros en 2007 a 256,7 millones de litros en 2015, de acuerdo con datos de la **Secretaría de Economía**. Con ello, la participación de estas bebidas importadas en el **consumo nacional creció de 0,2% a casi un 3% entre 2007 y 2015**.

Esta penetración contrasta con la de la **cerveza artesanal mexicana** cuya participación en el mercado nacional es incipiente, pues actualmente ascendiendo un 0,12% y registrando un crecimiento anual del 30%, de acuerdo con datos de la Asociación de Cerveceros de la República Mexicana (Acermex).

Actualmente, las cervezas importadas, y las cervezas artesanales se empiezan a considerar una **alternativa a las cervezas industriales**. De los **256 millones de litros de cerveza que se importaron en 2015**, el 94% provienen de Estados Unidos, el resto de Bélgica, Alemania, Guatemala, Inglaterra, Irlanda, España y República Checa.

La sed por la **cerveza extranjera no sólo** se refleja en el volumen de las importaciones sino también en el **incremento de etiquetas de las empresas importadoras** en las que se han multiplicado por 10 en los últimos años (actualmente rebasando los 20).

La mayoría de la cerveza que se consume en México es tipo lager; pero ahora, **el consumidor busca cervezas de otros países, donde el cuerpo y sabor son más densos y la graduación sobrepasa el 10%, sobre todo las de Europa**.

EL VINO



El consumo de vino per cápita, de menos de un litro por persona, es aún muy bajo en México, otorgándole al mercado mucho más espacio para crecer en los próximos años.

México ocupa el lugar 35 dentro de los principales consumidores de vino con 0,9 millones de Hl. en el año 2016.

En 2016, se consumieron 89,5 millones de litros de vino en México. No obstante 63 millones de estos litros son de vinos extranjeros ya que la producción local no es suficiente para satisfacer la demanda.

En 2016, se consumieron 89,5 millones de litros de vino en México. No obstante 63 millones de estos litros son de vinos extranjeros ya que la producción local no es suficiente para satisfacer la demanda.

Los vinos importados representan cerca del 80% del consumo de esta bebida y provienen principalmente de:

30% España	30% Italia	24% Chile	10% Argentina	7,8% EEUU
-------------------	-------------------	------------------	----------------------	------------------

Las importaciones de vino representaron 68,1 MdL y 220 millones de dólares. Se han cuadruplicado desde el año 2000.

El 88,6% de los mexicanos que beben vino lo eligen tinto. El blanco se sitúa con una preferencia del 4,1%, incluido el espumoso, que obtuvo una aceptación del 5,4%.

Según ANAM, la venta de vinos de mesa creció un 12,5% en el último año (marzo 2016-2017).

El **vino espumoso** creció en 2016 un 11% en volumen.

El perfil del consumidor de vino en México ha cambiado. Ya no solo está representado por hombres de mediana edad con un perfil socio-económico medio-alto y alto, sino que hay un segmento más joven y dinámico de la población, hacia el que muchas de las casas de vino han empezado a dirigir algunas de sus etiquetas. Asimismo, el consumo por parte del público femenino está creciendo gracias a su cada vez mayor incorporación al mercado laboral.



En México hay un número importante de marcas (más de 4.000 etiquetas, de las que más de 2.000 son españolas) para el nivel de consumo del país: se estima que tan solo dos millones y medio de personas toman vino, de las cuales, la mitad consumirían el 80%.

España es el principal proveedor de vino a México en términos de valor y volumen. En valor, en 2015 suministró vino por un valor de 66,5 millones de dólares, lo que supone una cuota de mercado del 29,6% del total de las importaciones.

El vino español goza de un gran prestigio, en especial las D.O. Rioja y Ribera del Duero, las más conocidas entre los consumidores. No obstante, en los últimos años, ha aumentado el interés por parte de los importadores en trabajar con vinos de otras zonas españolas, lo cual ayuda a la entrada de nuevos vinos en el mercado mexicano.

BEBIDAS ESPIRITUOSAS. WHISKY, BRANDYS, LICORES Y BEBIDAS PREMIUM

El Whisky, una de las bebidas con un crecimiento más robusto y enfoque masivo. Según ANAM (Asociación Nacional de Abarrotereros Mayoristas), sobre la venta de otras bebidas alcohólicas, indicó que la del whisky creció 20,8% en el último año (marzo 2016-2017).

“**Los productos premium registraron un desempeño muy dinámico** en 2016, contribuyendo al fuerte crecimiento en el valor de la industria de las bebidas alcohólicas. Parte de esta alza fue conducida por una disponibilidad más amplia de marcas y productos premium, pero también por mayor curiosidad y conocimiento por parte de los consumidores que buscan ofertas de mayor calidad y nuevas experiencias”, cita Euromonitor en un reporte reciente.



El consumidor cada vez está más **dispuesto a comprar mejor calidad y el segmento Premium** se ha venido beneficiando de las nuevas ofertas del mercado.

Las normas de comercio que han adoptado los países que conforman la Alianza del Pacífico para el comercio, abriendo las fronteras y eliminando aranceles, permite que los **whiskys escoceses se abran aún más hueco en los mercados latinos.**

El volumen de ventas de las **bebidas espirituosas -como el brandy, whisky, el tequila, ron, ginebra, vodka y los licores-** subió un **57%**

Algunos de los productos de alta categoría con **mayor crecimiento en 2016 fueron la ginebra inglesa y el whisky escocés de malta**, con un alza del 41% y el 18% en su volumen desplazado, respectivamente.