

ESTUDIO DE CONSUMO DE AGUA EN MÉXICO



MARS

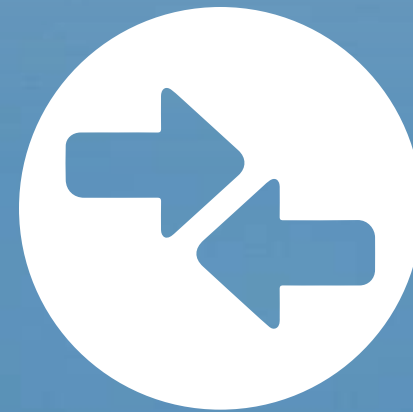
AGENDA

- 💧 ¿Qué buscamos?
- 💧 ¿Cómo lo hicimos?
- 💧 El mercado de bebidas sin alcohol en México
- 💧 ¿Cómo se comporta el mercado del agua?
- 💧 ¿Hacia dónde va el consumo de agua?
- 💧 Agua Saborizada Naturalmente
- 💧 Los 8 Pecados Capitaes del Agua
- 💧 Las 5 redenciones del Agua
- 💧 Fuentes secundarias

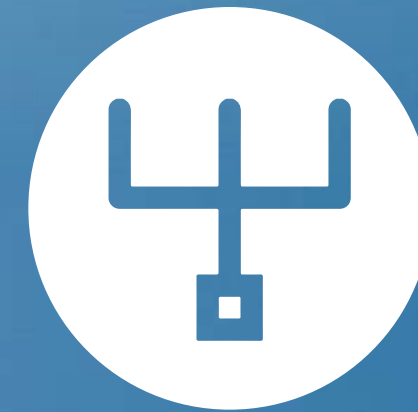
¿QUÉ BUSCAMOS?



Conocer los **HÁBITOS, ACTITUDES Y MOMENTOS DEL CONSUMO DE AGUA** en México.



Definir **SEGMENTOS** de consumidores del universo: **"AGUA Y SUS SUSTITUTOS"**.

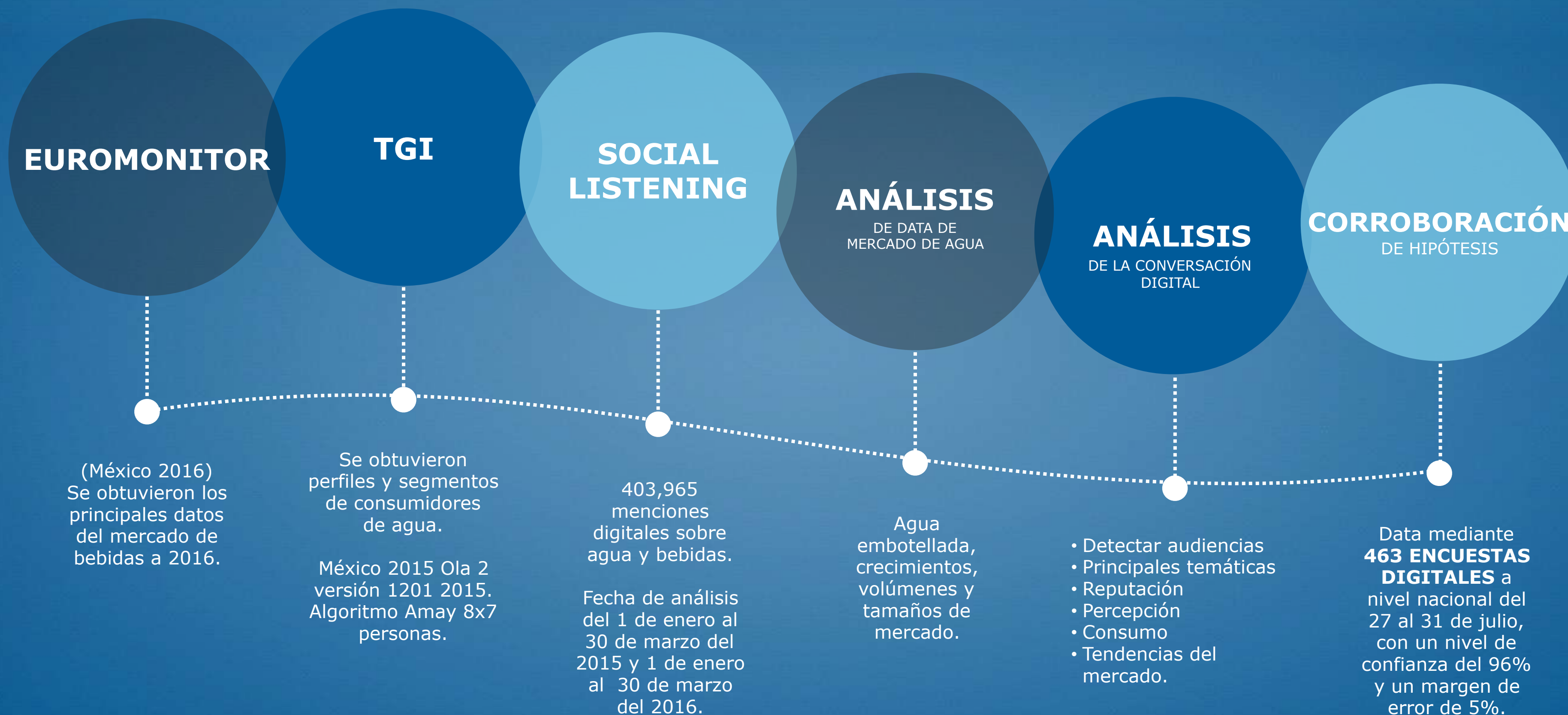


Definir posibles temporalidades comparando la **CONVERSACIÓN Y PERCEPCIÓN** de los periodos 1Q del 2015 VS 1Q del 2016.



EXTRACCIÓN DE DATOS

¿CÓMO LO HICIMOS?



Identificación de learnings y findings respecto al mercado de agua.

HERRAMIENTAS



*Encuesta sindicada que provee información referente a: productos, marcas, medios y actitudes en 28 ciudades del país. (Edades, NSE, Género)

Variables que mide: Marcas, opiniones, actitudes, categorías de consumo, actividades, exposición a medios, entre otros.



Herramientas de escucha sociodigital, permiten acceso a bases de datos digitales para investigación y análisis sobre cualquier marca o tema con datos históricos móviles de hasta 1.5 años para algunas fuentes. (Edades, Género, Entidad Federativa, Sentimiento)



Variables que mide: Marcas, tópicos, conversación en: Facebook, Instagram, Twitter, Blog, Noticias y foros, influenciadores, buzzgraph, word cloud, autoridad, popularidad, alcance, análisis de cuentas en redes sociales.

HERRAMIENTAS



Herramienta que compila información de diferentes industrias (Valor, volumen, crecimientos, consumos, comparativos).

Variables que mide:
Información de Industrias por país, regiones económicas, comparativas históricas, tendencias, estimaciones, consumos per cápita, etc.)



Herramienta de programación de encuestas digitales y recopilación de datos.

Variables que mide:
cuantitativas relativas a las encuestas programadas

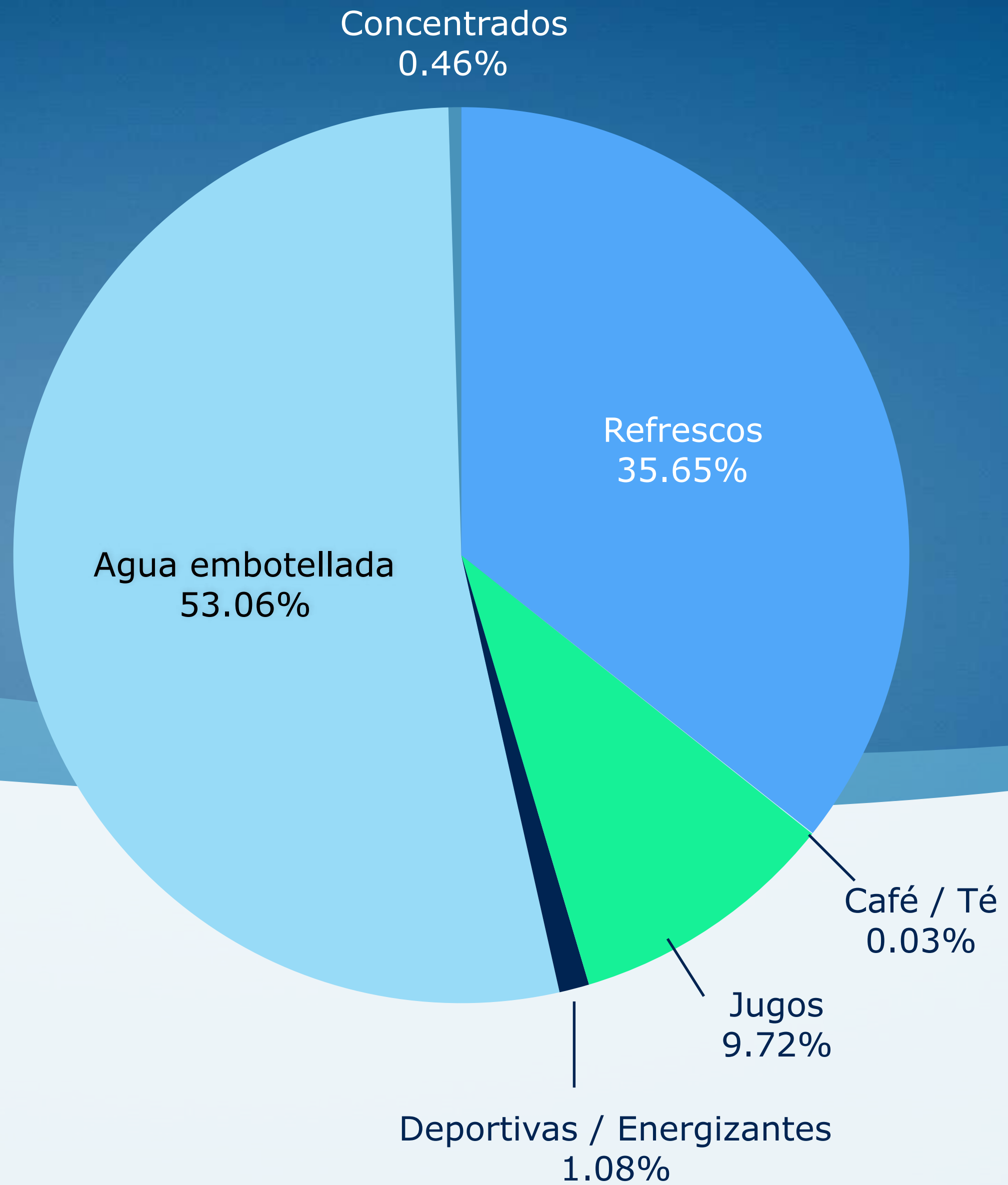


Índice de búsqueda de palabras o frases; (índice de búsqueda,, períodos de tiempo determinados).

Variables que mide:
Variaciones en las búsquedas en escala de 0 a 100, donde 100 representa el punto más alto en niveles de búsquedas realizadas respecto a un término o palabra clave.

EL MERCADO DE BEBIDAS SIN ALCOHOL EN MÉXICO

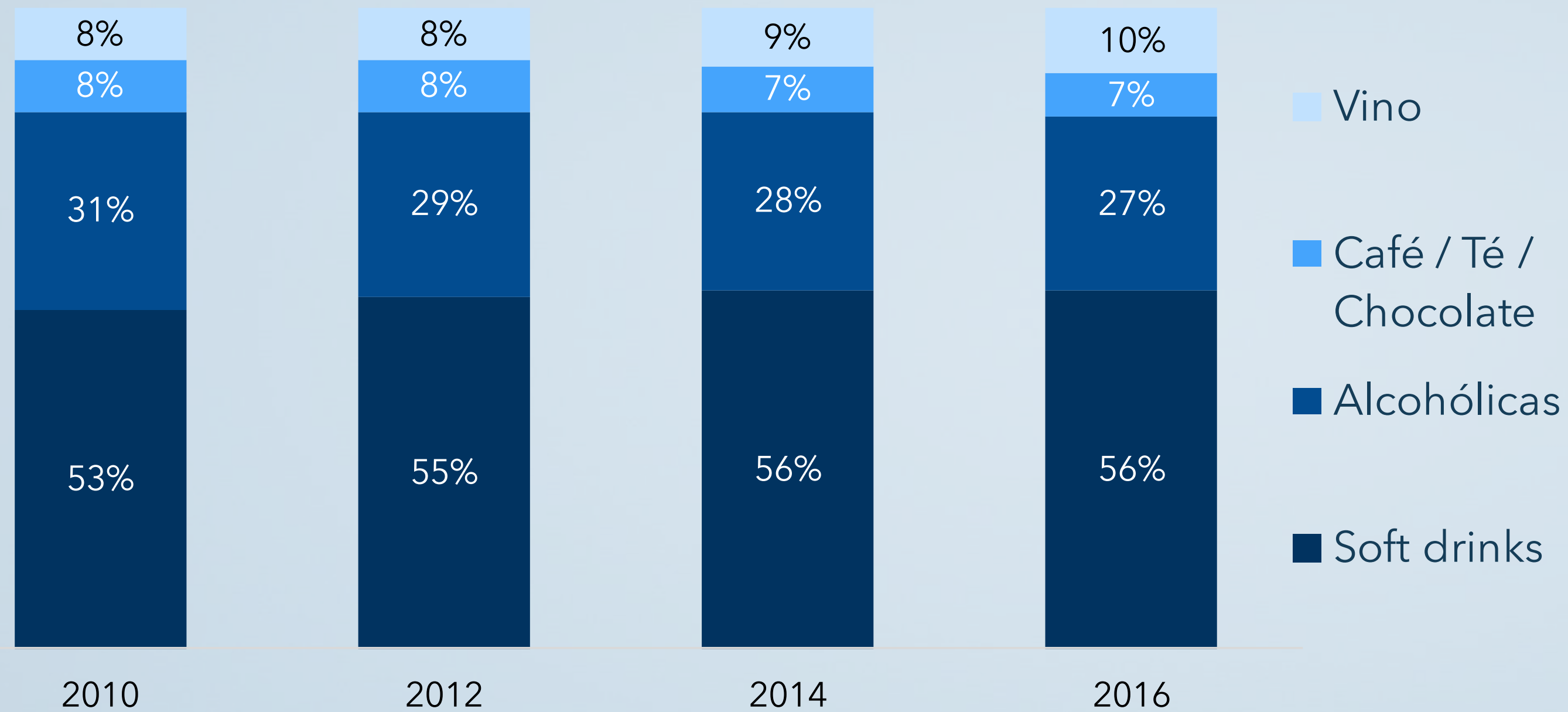




Cuando en **México** se habla de “**Agua**” para beber se habla **SIEMPRE** de “**Agua embotellada**”.

México tiene el **consumo per cápita** en agua embotellada **más alto en el mundo**.

GASTO PER CÁPITA

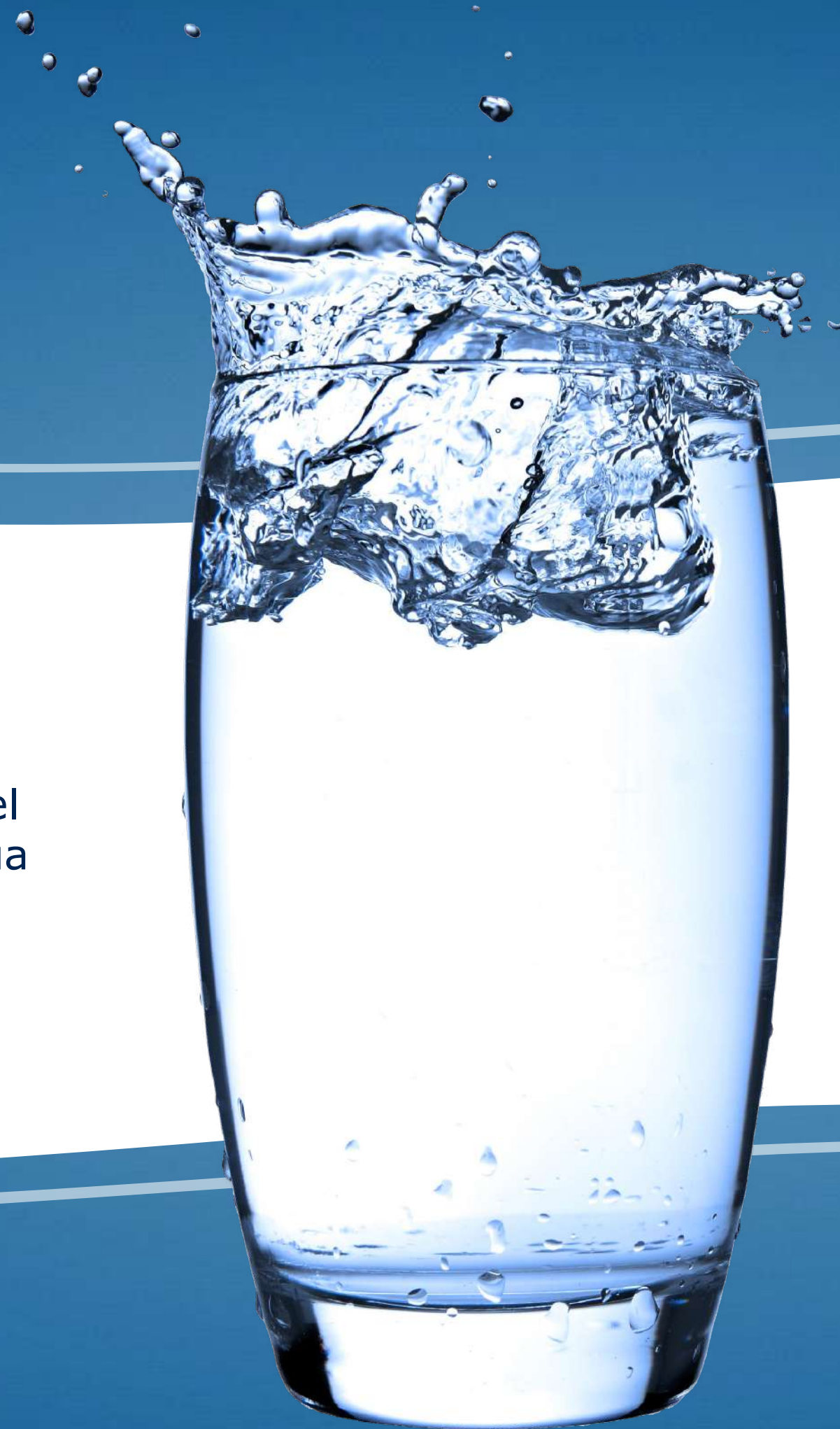


CRECE EL GASTO PER CÁPITA:

- 💧 **Desconfianza** del agua de la llave
- 💧 **Elevado consumo** de **refrescos**
- 💧 **Variedad** de **presentaciones**
- 💧 **Menor precio**
- 💧 **Mejor distribución**
- 💧 **Marcas propias** a menor precio.

¿CÓMO SE COMPORTA EL MERCADO DEL AGUA?





En promedio **un mexicano se consume más de 179 litros de agua al año**, convirtiéndose en el **país de mayor consumo** de agua embotellada en el **mundo**.



Más del **93% de los mexicanos compra agua embotellada**.

FACTORES QUE IMPULSAN LA COMPRA/CONSUMO DE AGUA



El **agua de la llave** se considera **no segura para consumo** humano



El **aumento en la preferencia de bebidas alternativas**, menos dulces, incluidas las carbonatadas, saborizadas y funcionales



La **aparición de marcas blancas** en presentaciones individuales a **bajo precio**



El **despertar** de la **conciencia saludable**



El impuesto **IEPS**



El **nuevo segmento "bebidas carbonatadas saludables"** para los que buscan dejar paulatinamente el gusto por las bebidas carbonatadas, sin tener que renunciar al sabor dulce y burbujas.

LA CATEGORÍA SE DIVERSIFICA Y RECURRE A LA INNOVACIÓN EN **SABORES, PRESENTACIONES, PÚBLICO OBJETIVO Y PRECIO** PARA APALANCAR LA TENDENCIA: "EL DESPERTAR DE LA CONCIENCIA SALUDABLE"

¿QUIÉN ES EL CONSUMIDOR DEL AGUA?



CONSUMIDORES DE AGUA

118,125,810
Personas (93%)

GÉNERO

63% Mujeres
37% Hombres

EDAD

- 12 – 19 (19%)
- 20 – 24 (11%)
- **25 – 34 (22%)**
- **35 – 44 (21%)**
- 45 – 54 (16%)
- 55+(10%)

¿QUIÉNES HABLAN DEL AGUA?



CONSUMIDORES DE AGUA

107,831
Comentarios

GÉNERO

69% Mujeres
31% Hombres

EDAD

- -17 (3%)
- 18 - 24 (15%)
- **25 - 34 (31%)**
- 35 - 44 (21%)
- 45 - 54 (18%)
- 55+(13%)



Very14vale RT [@Salud24Info](#) Tomar 500ml de agua antes de comer te hace perder peso ¿sabes por qué? <https://t.co/TneNV7bCug> <https://t.co/JctrMCNTLN>
07-Aug-2016 15:17 PM



AnysNegrete ¿Beber bastante agua ayuda a perder peso? <https://t.co/l7Y4baFvuL> vía [@muyinteresante](#)
03-Aug-2016 00:57 AM



Maralsabellbarr RT [@adelgaza20](#) Limpia tu hígado y pierde peso 1 puñado menta 1 naranja (zumو) 1 limón (zumو) 1 cda. ralladura limón 1 litro agua <https://t.co/bnngoAUP71>
02-Aug-2016 15:08 PM



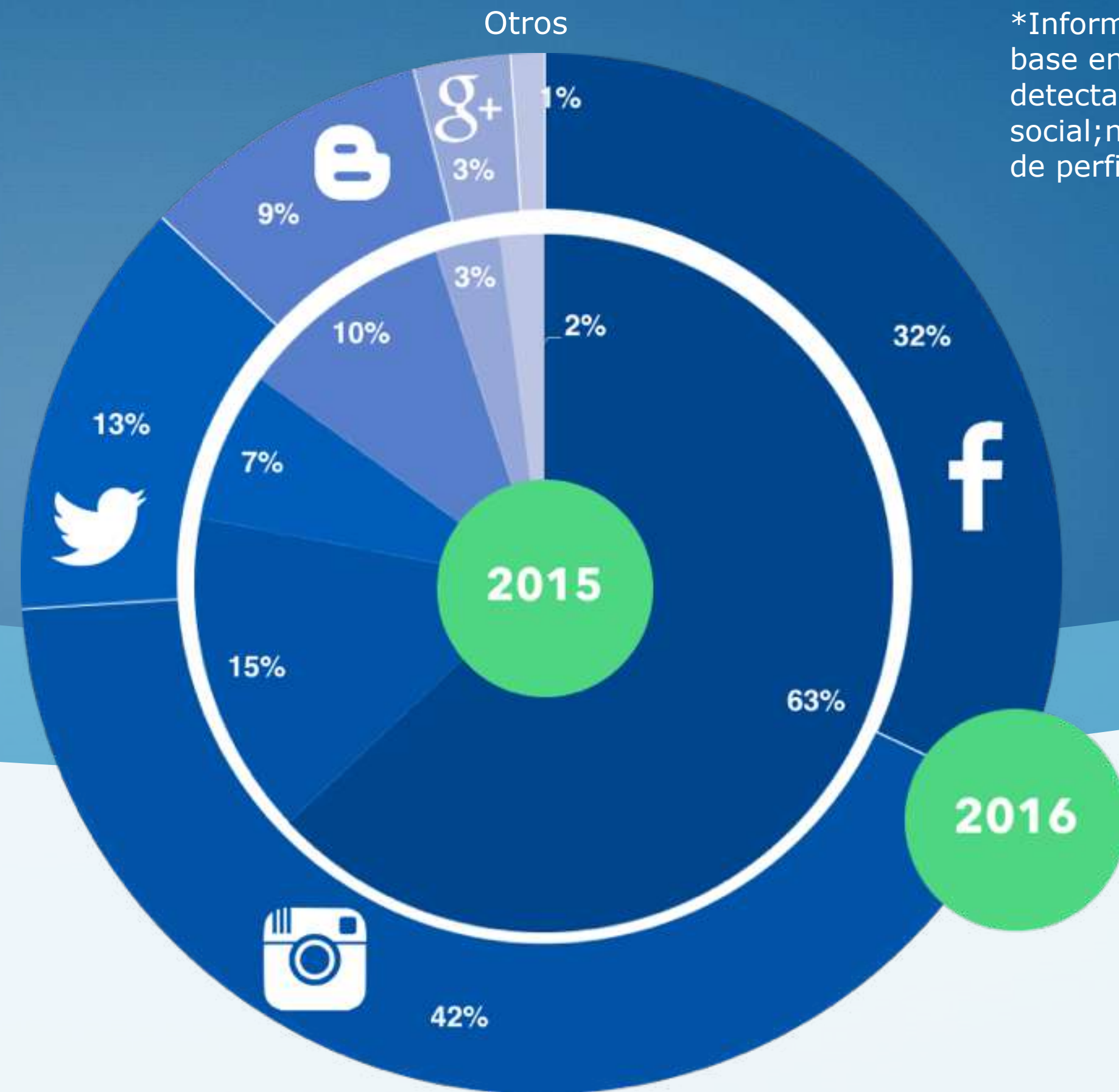
PolancoPrincess RT [@drsilvaplastica](#) Toma dos vasos con agua en ayuno ... Verás que te ayuda a bajar de peso
02-Aug-2016 08:32 AM



MiggoX Baja de peso Ya MX: ¿Cuándo y cómo beber agua para adelgazar? <https://t.co/T3tUPlzlXk>
30-Jul-2016 07:58 AM

¿EN DÓNDE SE HABLA DE AGUA?

Este año, los **usuarios** **comparten información** sobre las **bondades del agua** principalmente en **Instagram, Facebook y Twitter**.



*Información calculada con base en los perfiles públicos detectados en cada red social; no contiene información de perfiles privados.



**QUIENES HABLAN DE AGUA EN
DIGITAL SON **LOS MISMOS** QUE LA
CONSUMEN EN EL MUNDO OFF**

¿A QUÉ SE **ASOCIA** EL AGUA?



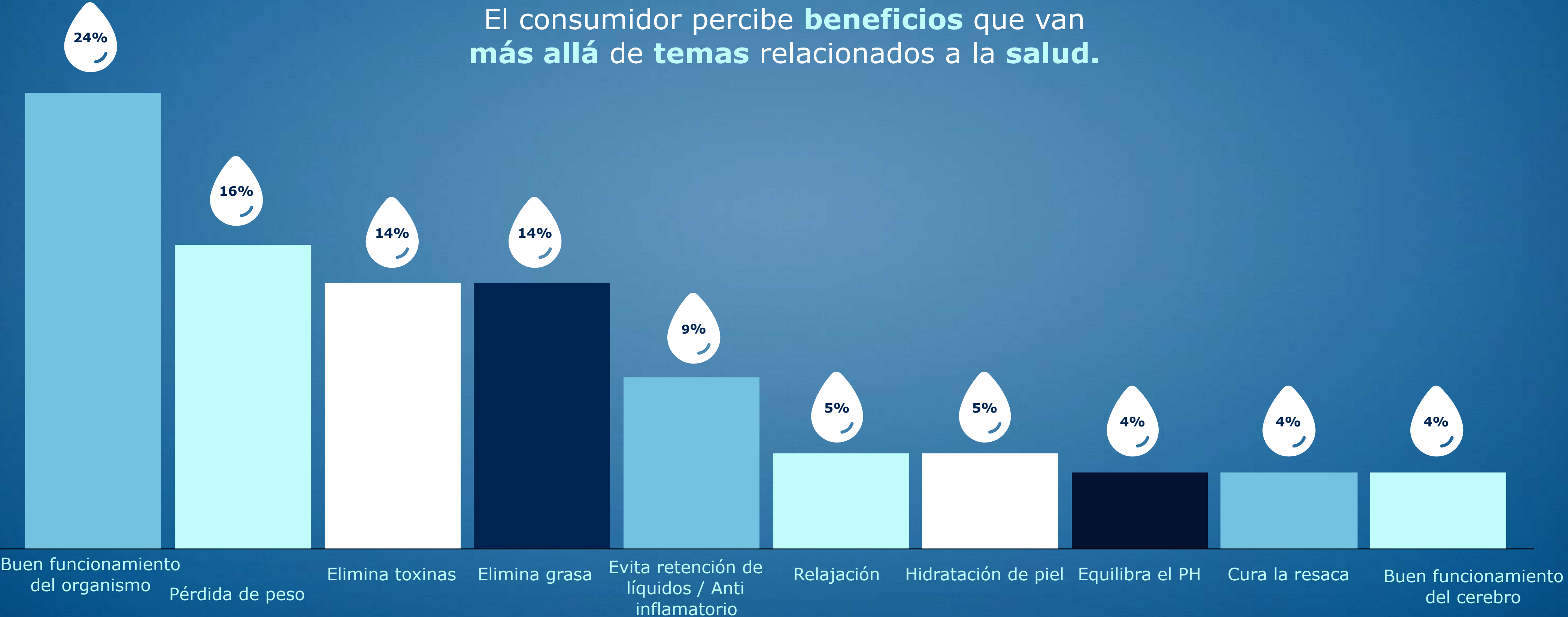
BUSCADOR DE SALUD

“*Mi nombre es Fernanda, tengo 30 años, trato de hacer ejercicio y comer sano.*”

EN **2015**, EL **50%** DE LOS CONSUMIDORES DECLARARON QUE CONSUMIERON AGUA PARA
HIDRATARSE, EN **2016** SÓLO EL **20%**
LAS RAZONES PARA CONSUMIR AGUA SON CADA VEZ MÁS

¿CUÁLES SON LAS TEMÁTICAS PRINCIPALES ALREDEDOR DEL AGUA?

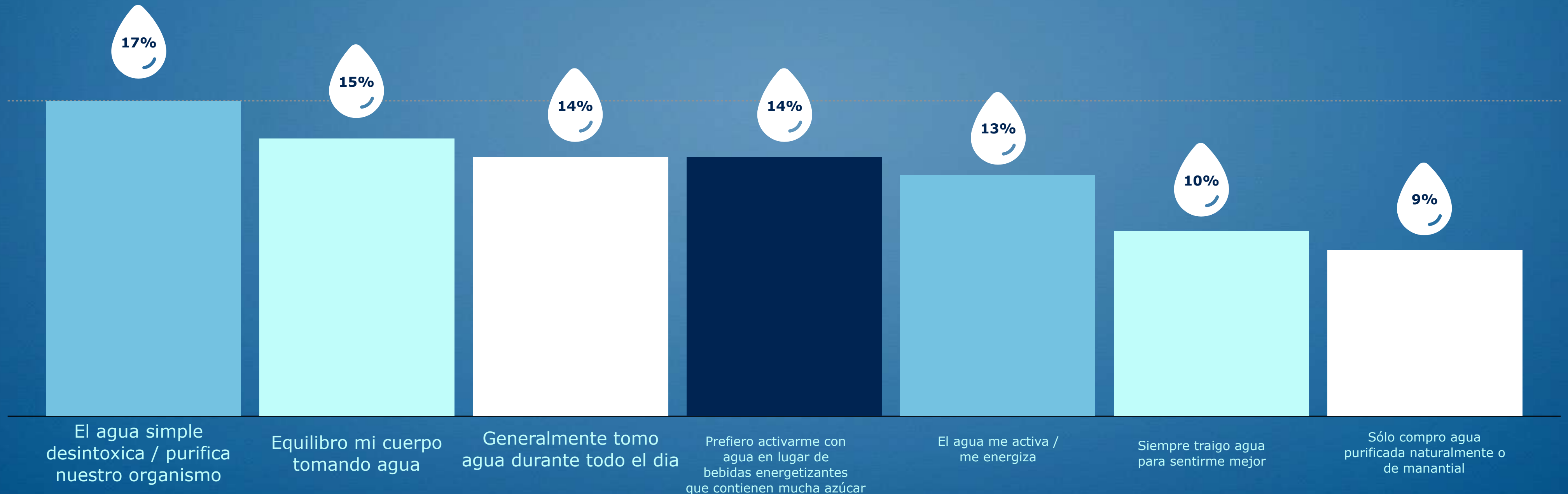
El consumidor percibe **beneficios** que van **más allá** de **temas** relacionados a la **salud**.



Base: 463 encuestas digitales a nivel nacional del 27 al 31 de julio relativas a agua
Fuente: Información extraída con base en Tracx y Sysomos del 1 de enero al 30 de marzo del 2015 y del 1 de enero al 30 de marzo del 2016.

¿POR QUÉ DICEN CONSUMIR AGUA?

El agua es **parte del consumidor** al punto de **"complementarlo"**. De manera inconsciente lleva consigo el agua para **transmitir la idea de bienestar**.



¿CUÁLES SON LOS **BENEFICIOS** DEL AGUA?

“*Uno de mis propósitos del año fue tomar más agua, porque mejora mi salud, no aporta calorías a mi dieta, además leí que hidrata la piel y relaja.*”

EL **CRECIMIENTO** EN LA **CONVERSACIÓN** EN TORNO AL AGUA, SE DEBE A LOS **BENEFICIOS** QUE LOS CONSUMIDORES PERCIBEN PARA ESTE **2016**, COMO; **BUEN FUNCIONAMIENTO** DEL ORGANISMO, ELIMINAR **TOXINAS**, **RELAJACIÓN**, ENTRE OTROS.

DIVERSIFICACIÓN DE LA CONVERSACIÓN



¿POR QUÉ DICEN CONSUMIR AGUA? EXTENSIÓN DE MI SER

“ *El otro día, olvidé mi botella de agua en casa y me sentí como si no estuviera completa, lo mismo que con el celular.* ”

45% DE LOS CONSUMIDORES DE **35 A 44 AÑOS**,
DECLARARON SIEMPRE **CARGAR AGUA**,
PARA SENTIRSE MEJOR.

¿POR QUÉ DICEN CONSUMIR AGUA? EQUILIBRAR EL CUERPO

*“Si en un día no como tan sano,
tomo agua para equilibrar mi dieta.”*

4 DE CADA 10 MUJERES, BEBEN AGUA PARA EQUILIBRAR SU CUERPO

¿POR QUÉ DICEN CONSUMIR AGUA? ACTIVACIÓN / ENERGÍA

“Cuando siento la necesidad de activarme, tomo agua; el café es muy irritante, las bebidas energizantes y el refresco tienen mucha azúcar.”

EL **64%** DE LAS **MUJERES** DE **25 A 44 AÑOS**, BEBEN AGUA PARA **ACTIVARSE**
EN LUGAR TOMAR BEBIDAS **AZUCARADAS**



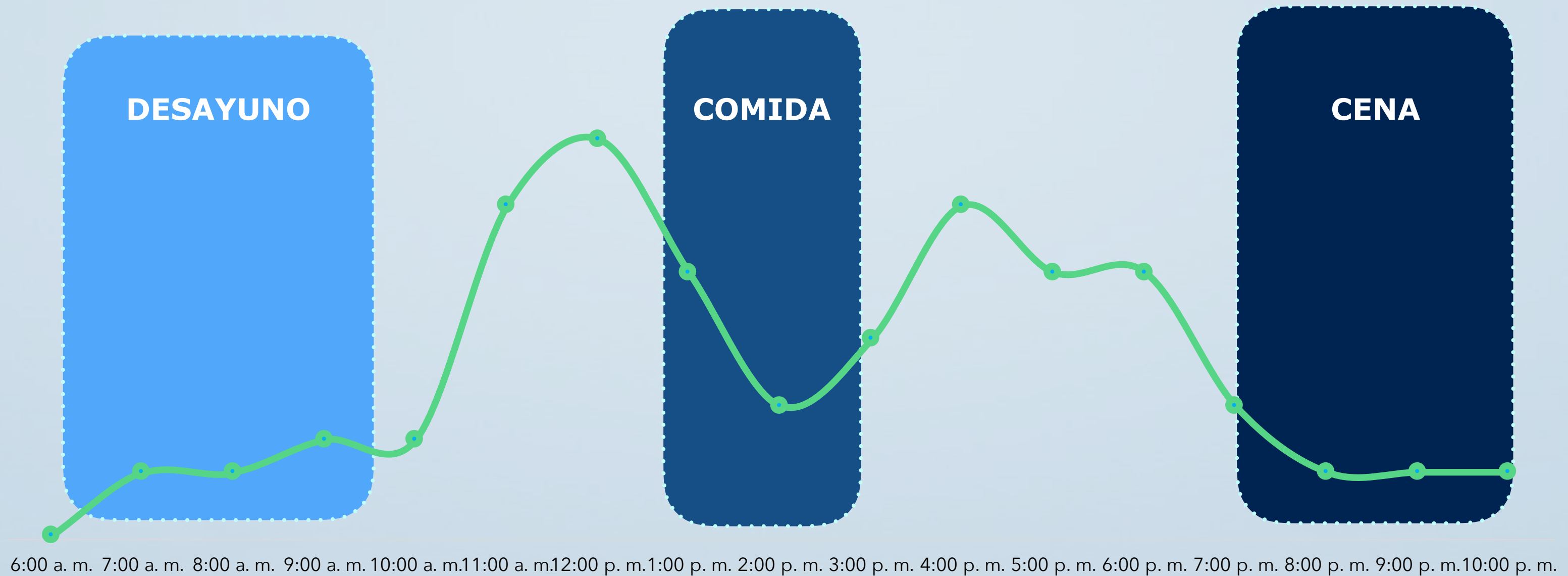
¿CUÁLES SON LOS **MOMENTOS DE CONSUMO** DE AGUA?

"Ya no quiero seguir engordando, así que tomo agua antes del medio día y por las tardes (para entretener el hambre)"

DENTRO DE LA **CONVERSACIÓN**, EL VÍNCULO ENTRE **AGUA** Y **CALORÍAS** ES MÍNIMO (**0.1%**)

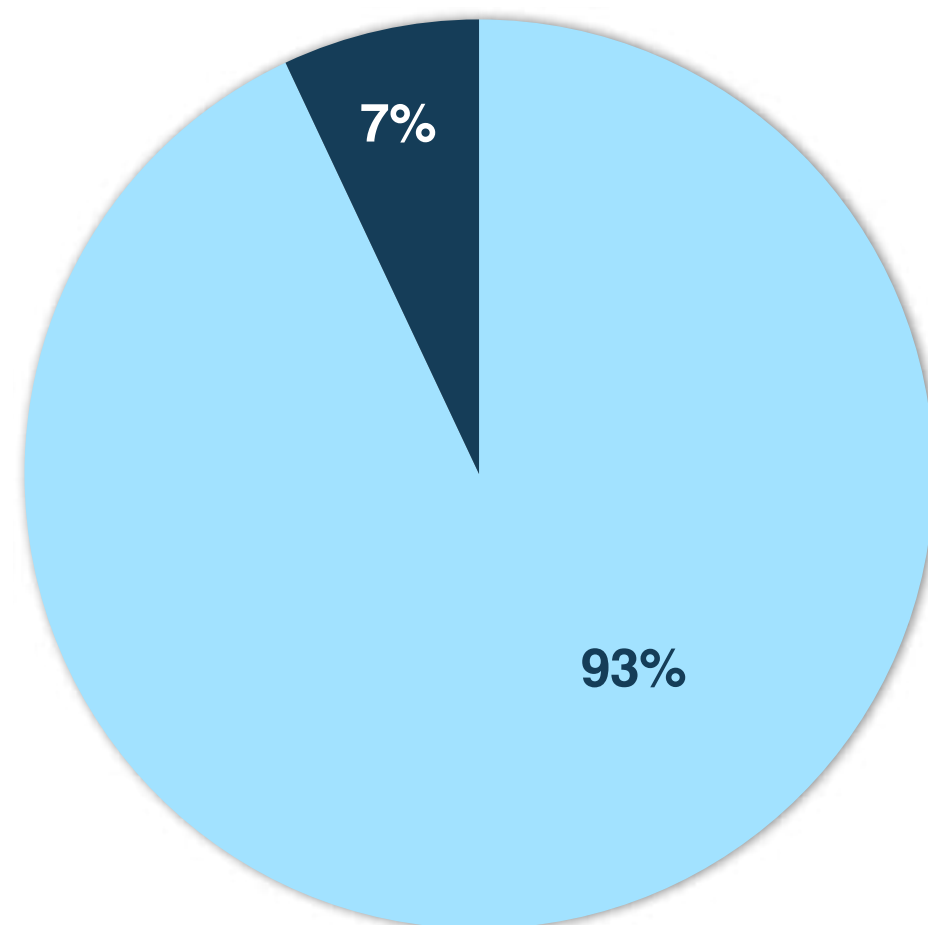
¿CUÁLES SON LOS MOMENTOS DE CONSUMO DE AGUA?

Los **momentos de consumo de agua** en México, **no responden a los horarios de comida**, el maridaje de la comida mexicana rara vez la involucra.

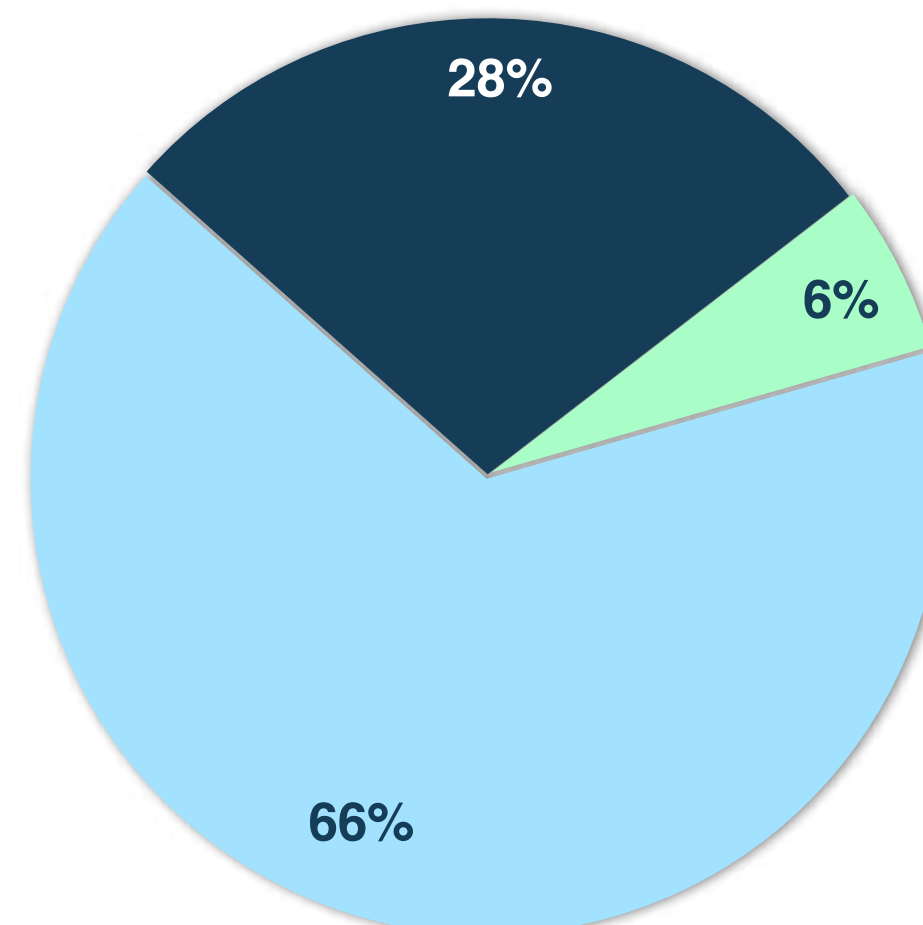


¿CUÁL ES LA PERCEPCIÓN GENERAL FRENTE AL AGUA?

Actualmente el consumidor **cuenta con más opciones saludables** para satisfacer sus necesidades de hidratación, **la falta de sabor** en el **agua** provoca una **percepción negativa**.



● POSITIVO
● NEGATIVO
● NEUTRAL



anakin skywalker
@xZoeyRedbird

No me gusta el agua. Y es tonto porque no tiene sabor a nada pero no me gusta.



marianela
@withgravano

estoy tomando agua y no me gusta porq no tiene sabor a nada, ya se q no tiene sabor pero me gusta sentir el gusto a agua fría y esta no tiene



chin chin
@la_morenite

Odio, ODIO el agua simple.

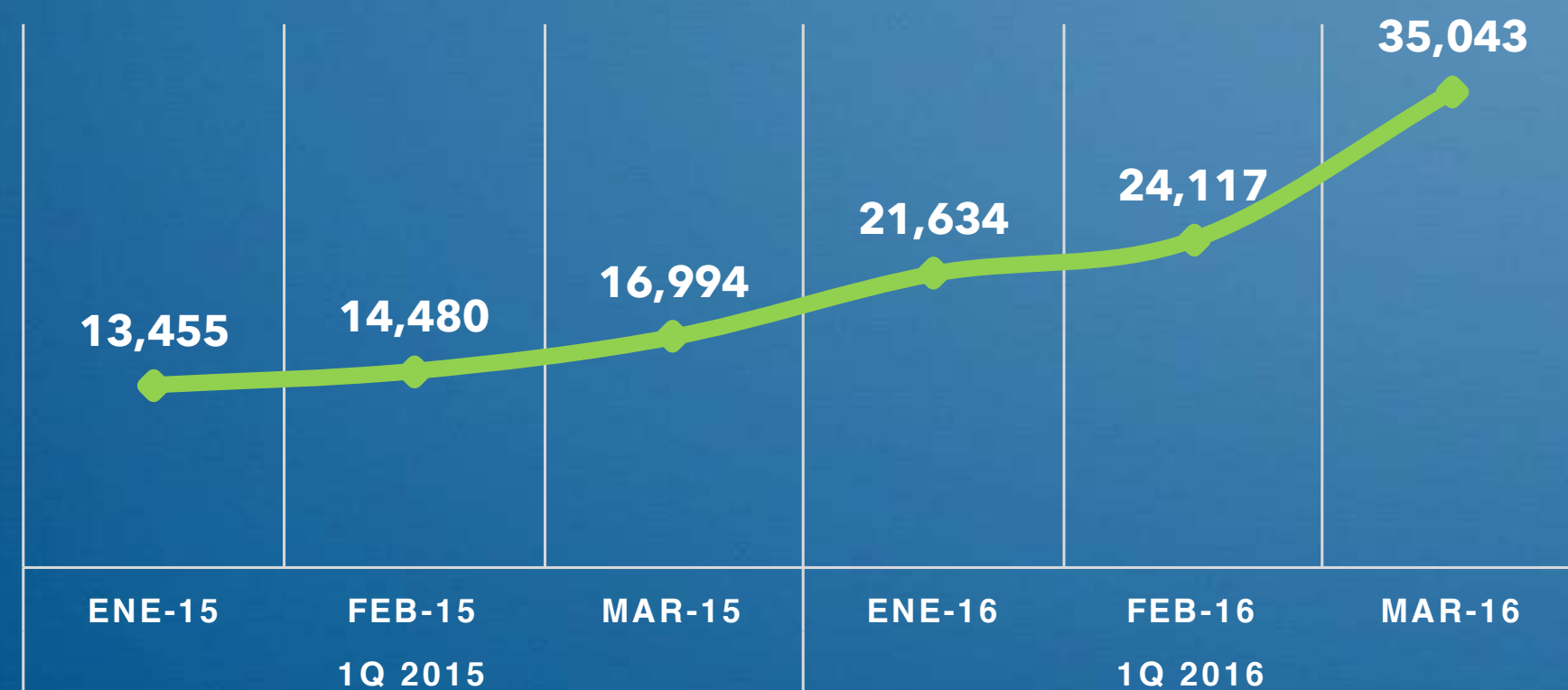
**¿HACIA DÓNDE VA
EL CONSUMO DE AGUA?**

A white curved line graphic, resembling a stylized wave or a wide, shallow arc, positioned below the main text.

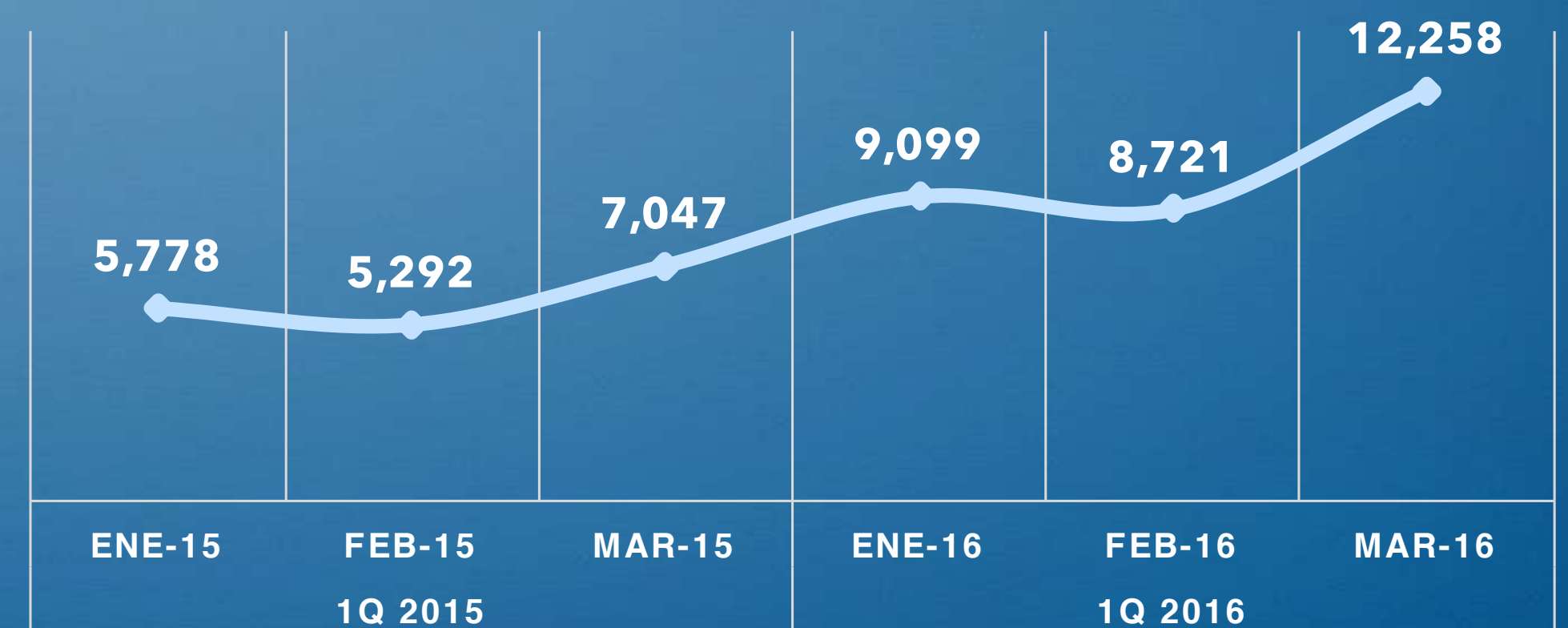
TENDENCIAS DE BEBIDAS ALTERNATIVAS SALUDABLES

Cambiar un hábito toma tiempo, sin embargo se percibe una **tendencia creciente hacia el consumo de agua saborizada naturalmente**, buscando **agregarle el aspecto emocional del sabor**, con fruta natural, sin calorías o azúcares innecesarias para el cuerpo.

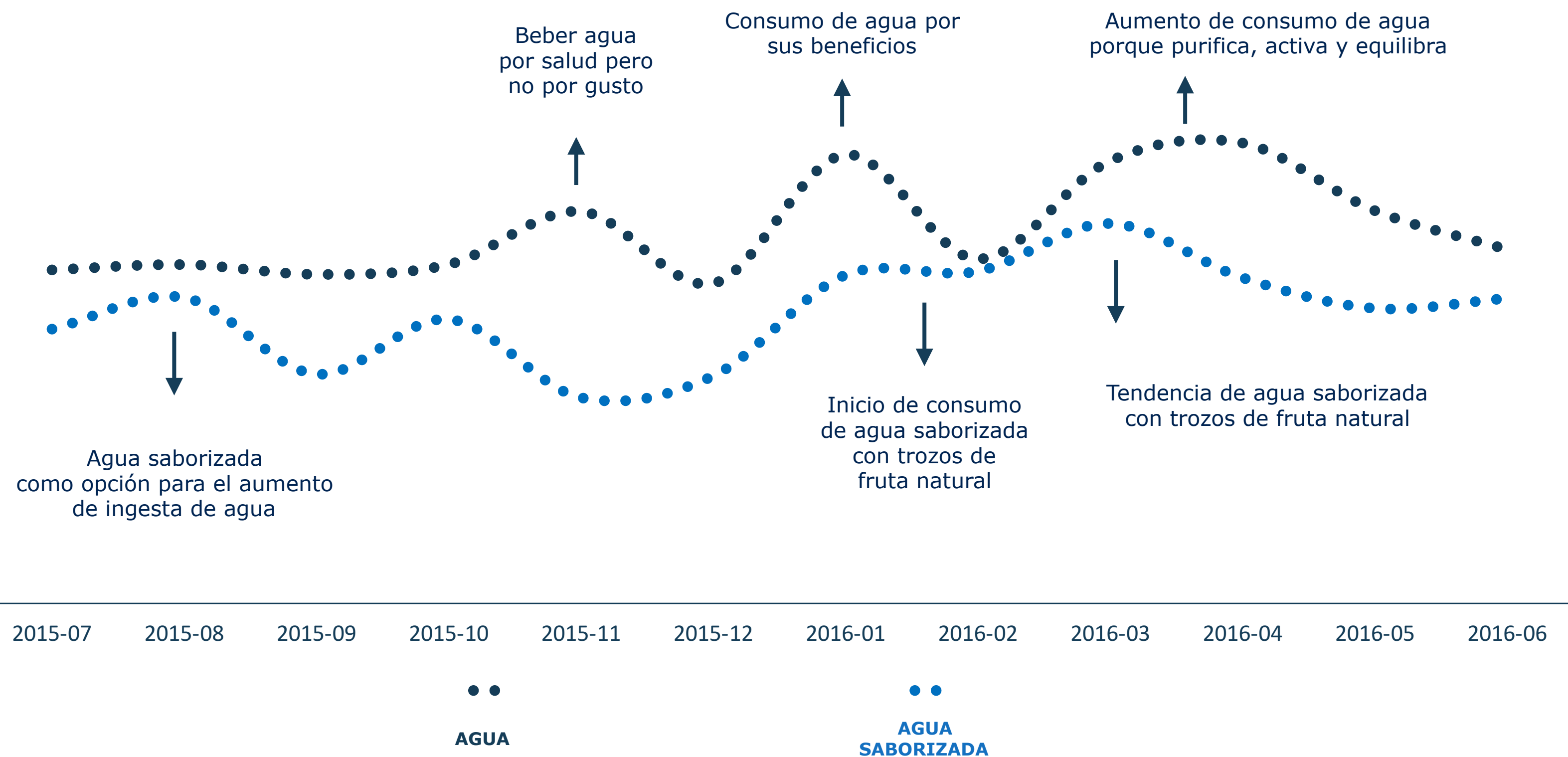
CONVERSACIÓN ALTERNATIVAS SALUDABLES



CONVERSACIÓN AGUA SABORIZADA CON FRUTA NATURAL



¿CUÁL ES LA TENDENCIA DEL CONSUMO DE AGUA?



AGUA SABORIZADA NATURALMENTE

A white curved line graphic, resembling a stylized wave or a swoosh, positioned below the main text.

DECISIÓN DE CONSUMO



Tomo muy poco refresco o bebidas artificialmente saborizadas, porque contienen mucha azúcar y químicos, aunque debo admitir que a veces me doy mis gustos.



Por otro lado, el agua simple me quita la sed, pero no me gusta.

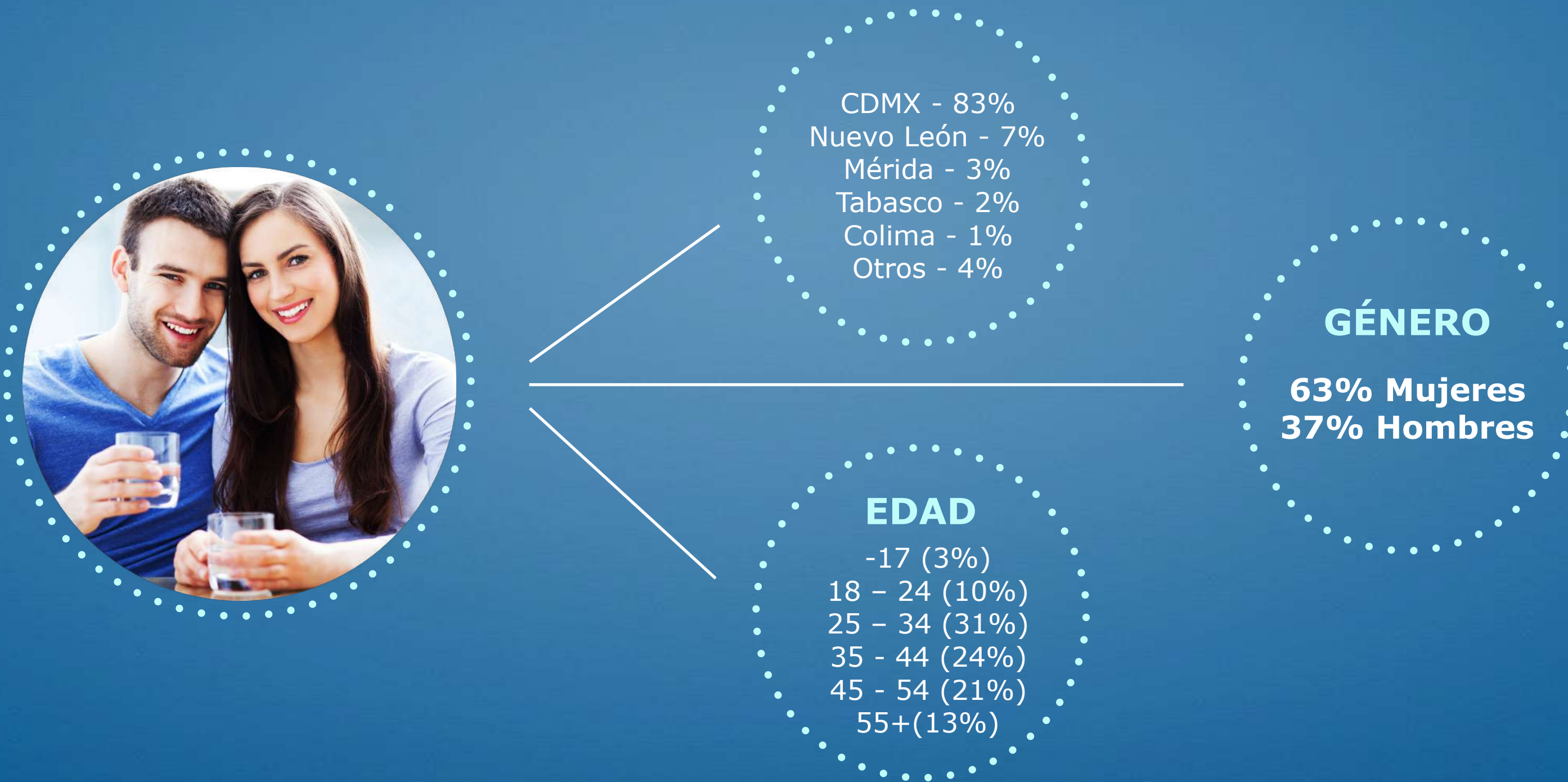
¿CÓMO QUITARLE LO SIMPLE?

“ Prefiero tomar agua con un pedazo de fruta natural que la endulce, es sano y sabe rica, además de que es muy hidratante. ”

CASI **7** DE CADA **10** CONSUMIDORES DE **AGUA** SABORIZADA **NATURALMENTE**,
CONSUMEN AL MENOS UNA VEZ POR SEMANA.

¿QUIÉNES HABLAN DE AGUA SABORIZADA NATURALMENTE?

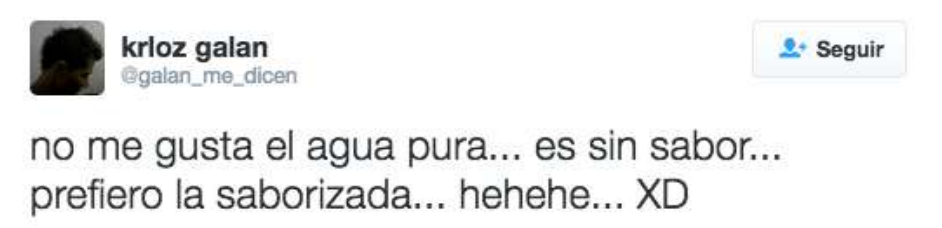
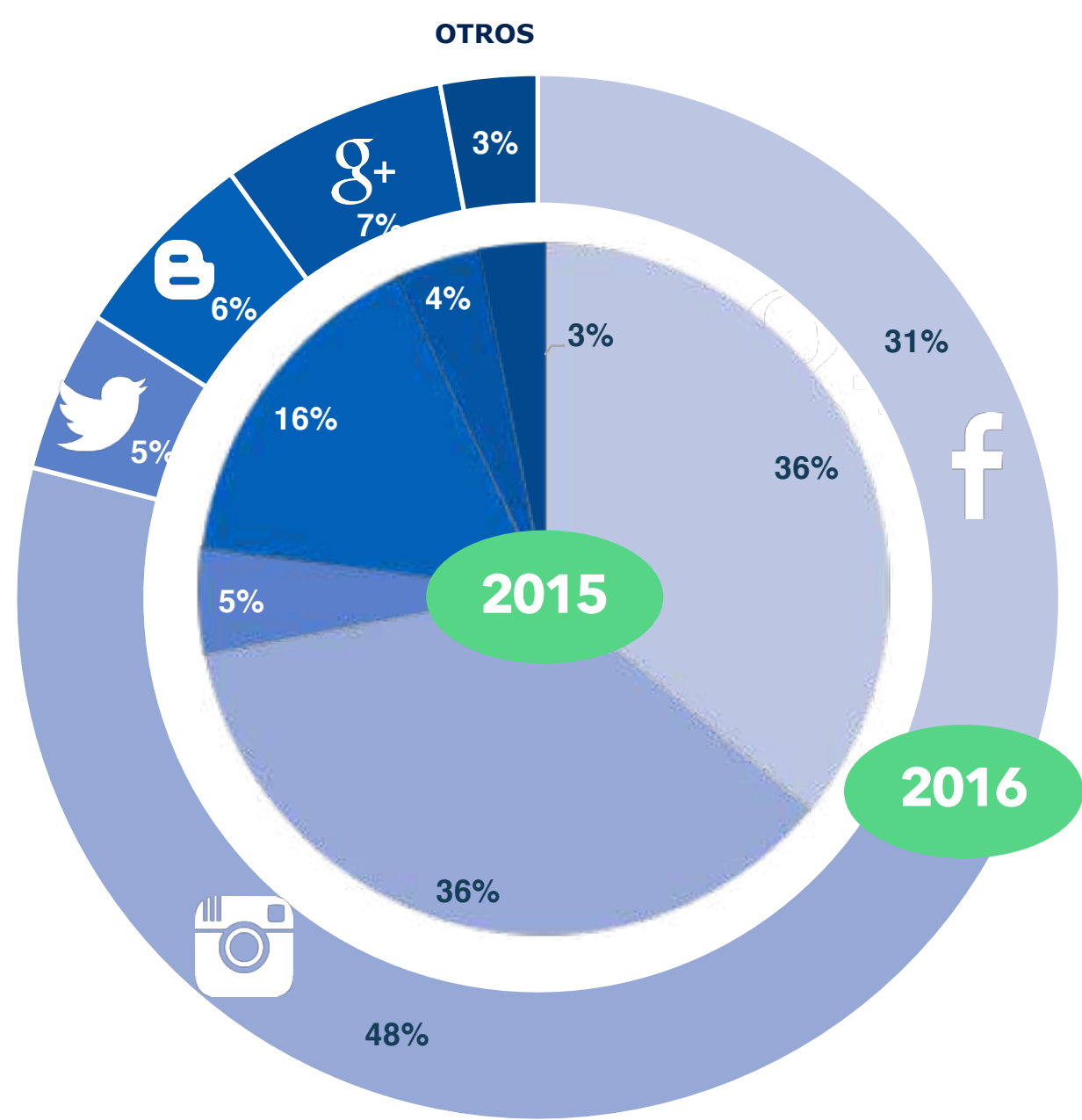
La **conversación** se reparte en la **mayoría** de los **rangos de edad**, volviendo este tipo de bebidas más **incluyentes** y **accesibles** para todos. “Es la democratización del agua”.



¿EN DÓNDE SE HABLA DE AGUA SABORIZADA NATURALMENTE?

El agua **endulzada naturalmente**, para 2016, se vuelve **más relevante** para los usuarios, quienes tratan de llevar un **estilo de vida** más **sano**, sin perder emoción (**Sabor**).

2015: 4,523 menciones
2016: 5,525 menciones



¿CUÁL ES EL PERFIL DEL CONSUMIDOR DE AGUA SABORIZADA NATURALMENTE?

“Soy Andrea, me gusta llevar una vida “healthy”, hago yoga y me gusta alimentarme con productos orgánicos.”

EL **AGUA** SABORIZADA NATURALMENTE, ES **PERCIBIDA** COMO **SALUDABLE**
Y SE **CONSUME** DE MANERA **FRECUENTE POR SU FÁCIL ACCESO EN LA COCINA MEXICANA.**

¿CUÁLES SON LAS TEMÁTICAS PRINCIPALES ALREDEDOR DEL AGUA SABORIZADA NATURALMENTE?

2015

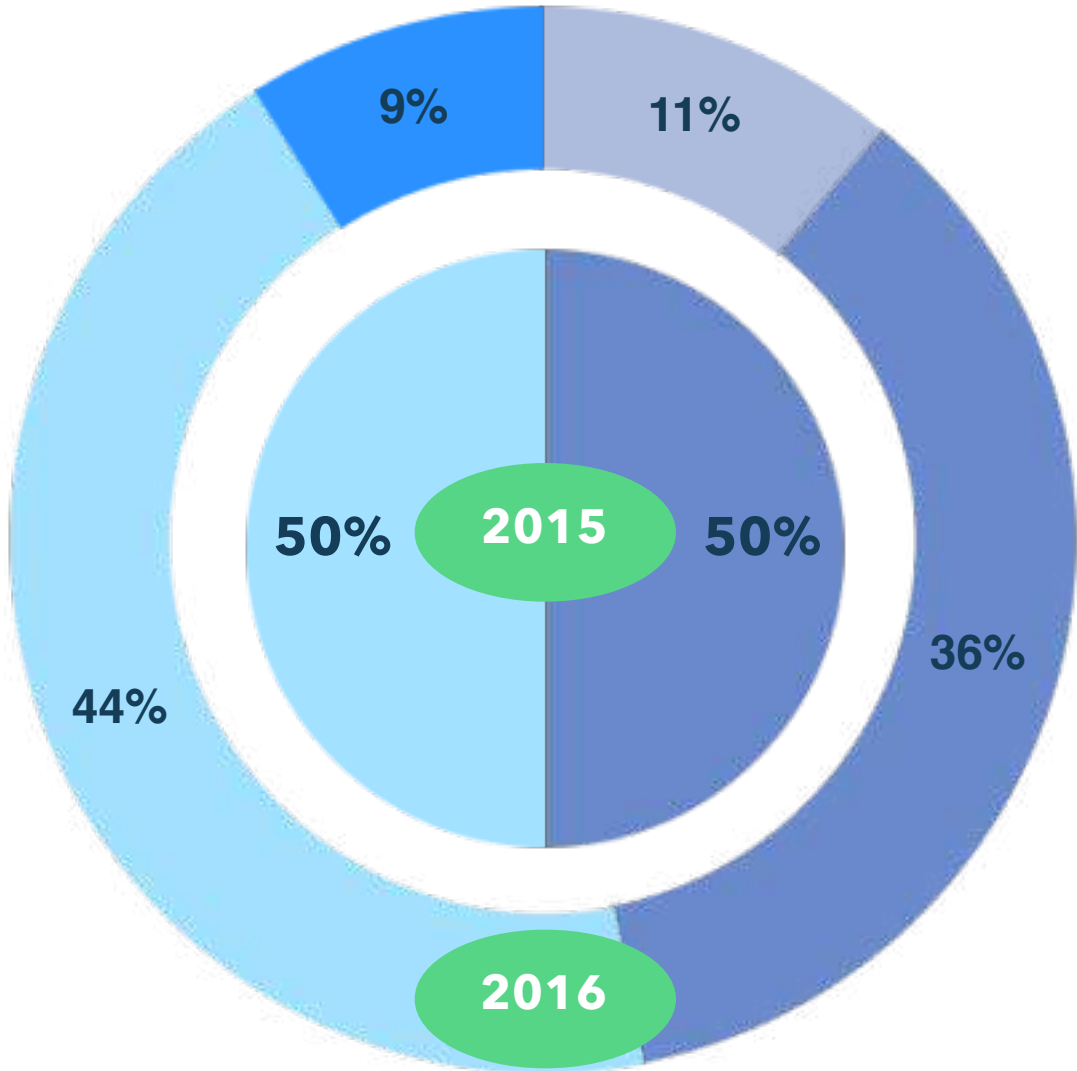


HIDRATACIÓN: Se considera una mejor opción para saciar la sed y refrescarse.



NO REFRESCOS O AGUA SABORIZADAS: Se limita el consumo de refrescos o aguas saborizadas listas para tomar, por el alto contenido de azúcar y demás componentes perjudiciales para la salud.

CONVERSACIÓN



2016



NO REFRESCOS O AGUA SABORIZADA: Campañas para la disminución del consumo de bebidas azucaradas, durante un tiempo las aguas de sabor embotelladas fueron un elevado consumo, pero esto ha disminuido debido a la tendencia a endulzar el agua de manera natural.



HIDRATACIÓN: Beber agua cuando se tiene sed, pero sin gusto por la misma por falta de sabor.



AGUA SABORIZADA: las personas prefieren agua saborizada con trozos de **fruta natural**.



NUTRICIÓN: Son una buena opción para acompañar los alimentos de manera saludable.

EVOLUCIÓN DE LA CONVERSACIÓN AGUA SABORIZADA NATURALMENTE

2015

2016

DETOX

"Necesito desintoxicar mi cuerpo, tomaré agua con fruta, para no sentirla tan "simple".

TENDENCIA

No me gusta el agua simple ni el agua fresca; ahora tomo agua con un pequeño trozo de fruta, no se siente simple, pero tampoco muy dulce, además de que es más sana"



HIDRATACIÓN

"Que mejor para quitar la sed que un agua de limón."

AUMENTO DE CONSUMO

"Si tengo sed tomo agua de sabor. Aunque creo que tiene mucha azúcar, intentaré tomar agua simple aunque no me guste."

SALUD

"Mi salud ha empezado a preocuparme, además mis amigos de la yoga sólo toman agua con trozos de fruta."

LEARNINGS

EL AGUA ESTA SIENDO BULEADA

DE:
ABURRIDA
HIDRATANTE
SIMPLE
SALUDABLE

?:
DIVERTIDA
REFRESCANTE
VARIADA
SALUDABLE

Los segmentos que consumen agua saborizada, en su mayoría, persiguen una necesidad de salud, sin perder la funcionalidad de sabor.

Los sobres o líquidos para saborizar el agua son percibidos como dañinos por el usuario debido al alto contenido de azúcar y químicos, por esto, han creado una "nueva" forma de tomar agua en la que se combina con un trozo de fruta dándole sabor pero sin añadir más azúcares.

Los consumidores de refresco, están volteando a ver a este tipo de bebidas como opción sana para sustituir y así no dejar el sabor.

La conversación de los consumidores hoy no aprecia ni eleva las virtudes del líquido puro AGUA

La percepción del gusto de los mexicanos esta sobre estimulada

EN LA INNOVACIÓN ESTA EL PLACER. EN LA REEDUCACIÓN DEL PALADAR ESTA LA NUEVA OPORTUNIDAD.

- Además de ser las **principales consumidoras de agua en México**, las **mujeres** buscan **innovación**, que siempre va de la mano con **empaques** y **funcionalidad**.
- El **73%** de las mujeres de **25 a 44** años prefieren agua embotellada con **empaques novedosos** o de **diferentes materiales**
- También el **65%** de este **segmento**, se inclina por agua con **diferentes propiedades** (ionizada, alcalina, etc.)



LOS 8 PECADOS CAPITALES DEL AGUA



1

SU SABOR

"No me gusta que el agua no sepa a nada, aunque sea debería tener un poquito de sabor."

2

FRESCURA

"Entrar a Oxxo por agua y salir con un refresco porque se antoja más".

3

SU SUMISIÓN

"Me dio diarrea y el doctor me recomendó hidratarme, tomé coca con limón y me funcionó mejor".

4

SU SILENCIO

"Cuando tengo sed siempre se me viene a la mente un refresco".

5

SU DESPERDICIO

"Prefiero gastar un poco más y comprar un agua en botella de vidrio para reutilizarla".

6

SU INDIFERENCIA

"A mi hijo le doy refresco de manzana cuando hace calor, porque con el agua lo tengo que llevar al baño a cada rato".

7

SU COMPLEJIDAD EN PRECIO

"Si no me alcanza para el agua de siempre, compro agua más barata y hasta he pensado en comprar un purificador".

8

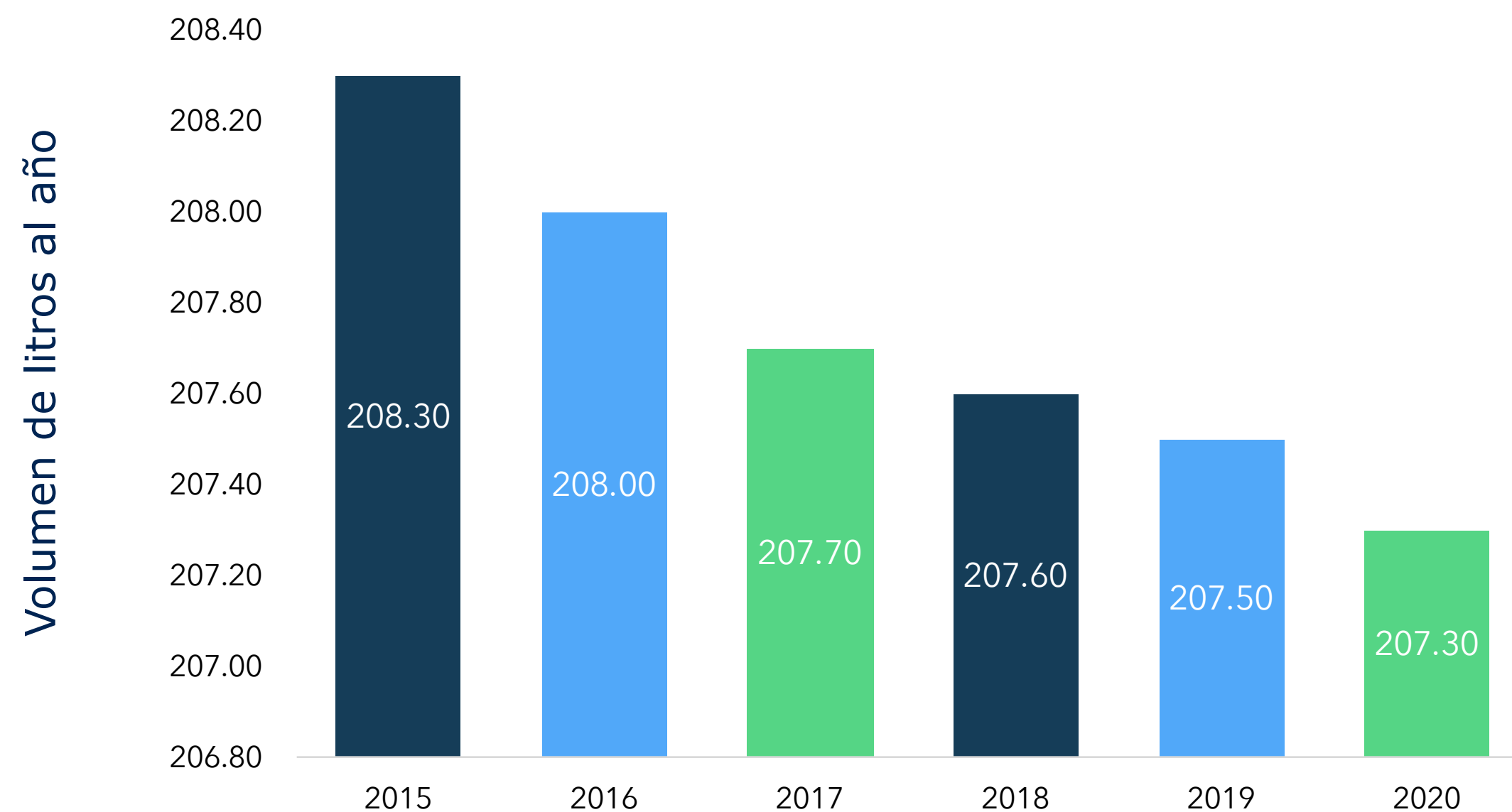
SU CLON

"Sé que el agua me quita la sed más que el refresco pero prefiero una coca".



SU NO SABOR

Volumen Modificadores de Agua



Característica desde el producto:

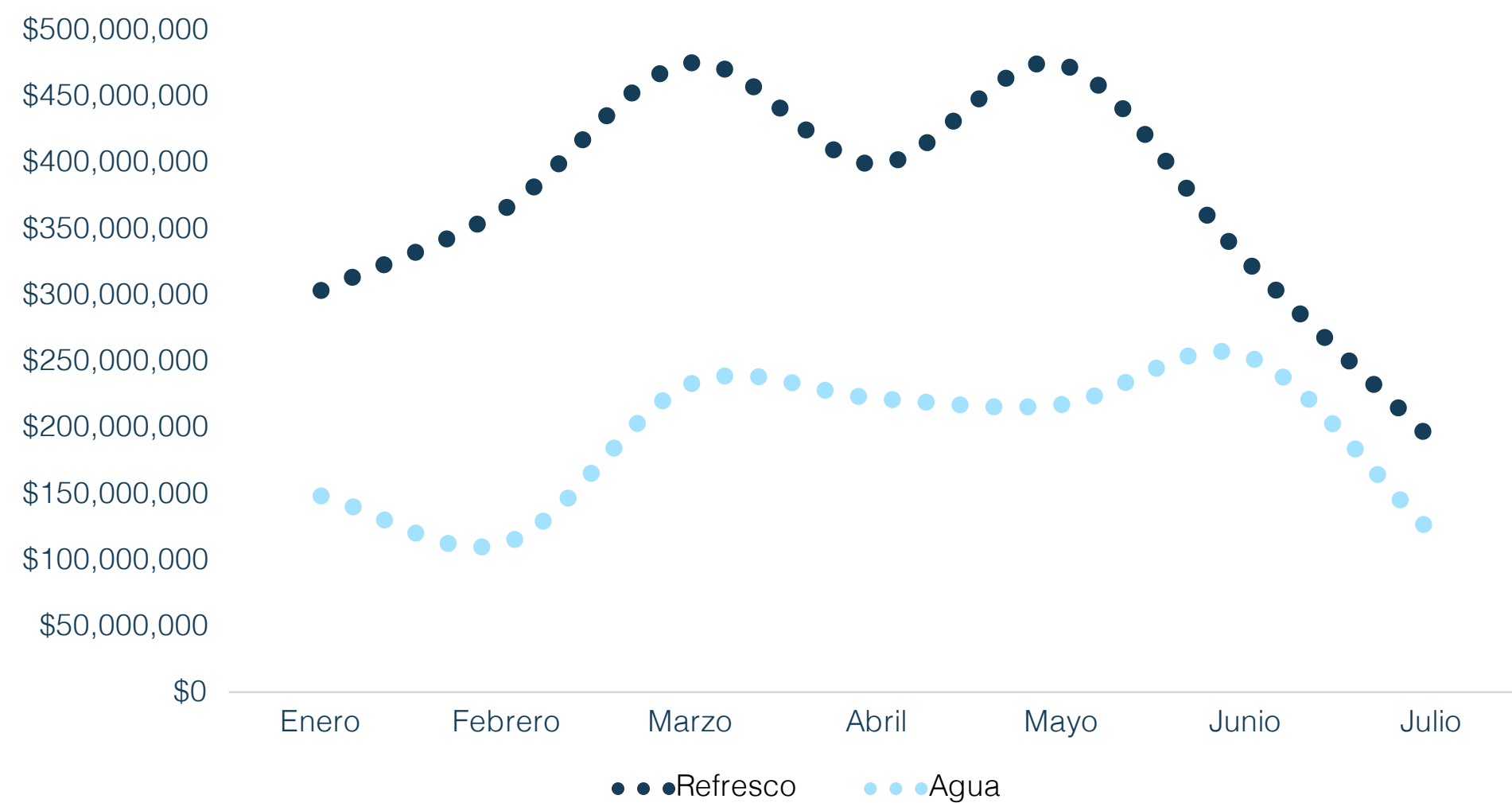
No saber o **no poder describir a qué sabe** el agua, la coloca en un lugar donde **sí o sí debe ser modificada** para poder lograr satisfacción emocional. (**Sabor**)

Anudado a esto, se busca la **alternativa saludable** saborizándola **naturalmente**.



SU SILENCIO

Inversión Publicitaria Refresco vs Agua México 2016 (USD)



Desde el punto de vista
de comunicación:

A **baja inversión publicitaria**, baja frecuencia, por ende **baja recordación de marca**.

Inversión de agua embotellada es **baja** vs la **inversión** de bebidas **carbonatadas**.

6 SU "CLON"

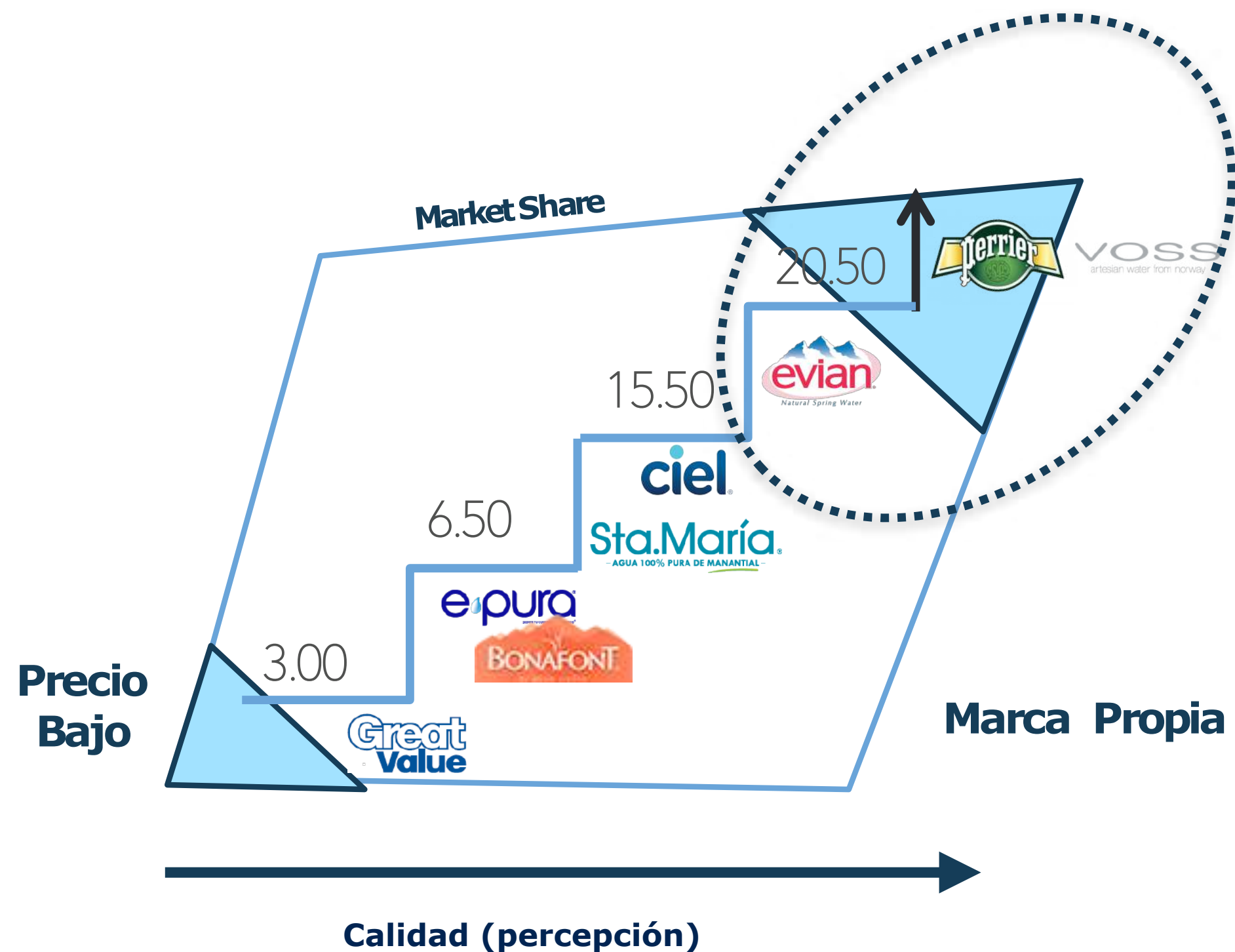


Característica **desde la comunicación**

Las bebidas **carbonatadas** se **apropriaron** del territorio de la "**refrescancia**" al llamarse Refresco, dejando al **agua** embotellada en un **territorio** solo de **hidratación**.

La **hidratación** está **condicionada** a **momentos** de consumo relacionados con **deporte** y **salud**.





Característica desde el punto de vista del precio:

Dos factores juegan en contra del agua:

Precio muchas veces por **arriba** de un **refresco**.
Baja ecuación **costo-beneficio** que genera al compararla con una bebida azucarada.

Sin embargo, **retails** y **tiendas de conveniencia** han comenzado a sacar marcas propias, que logran ofrecer un precio menor casi del **50%**

Adicionalmente, conviven con **sustitutos** tales como **purificadores de agua** o **hervir el agua** en términos de hidratación y consumo.

4

SU TIMIDEZ



VS.



Característica desde el punto de venta/exhibición:

Aunque **comprar agua** embotellada resulta ser una acción de **satisfacer una necesidad básica**;

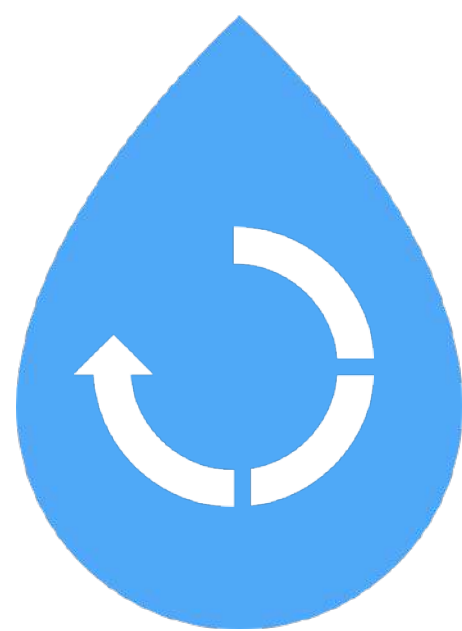
Su **escasa y/o sencilla presencia** en el **punto de venta** contrastada con la **hiper-existencia de refresco**, convierte la compra en algo rutinario en **abastecimiento** pero no en temas de **impulso**.



SU DESPERDICIO



Reciclaje



Re-Uso



Uso de termo



Refill

Con el surgimiento de la tendencia "**Amigable con el medio ambiente**" y "**Vivir de manera sustentable**", a comenzado a surgir la cultura:

Característica desde el punto de empaque:

En México la **presentación** que **más se vende** en bebidas no alcohólicas es el **plástico (PET)**. Al día se **usan** más de **50 millones de botellas** PET, de los cuáles solo se **recicla** entre **20%** y **50%**.

México ocupa el **#2 puesto** en consumo de presentaciones **PET**, después de Estados Unidos.

Desde el punto de vista de cultura

Coca-Cola es el **líder** del segmento de **bebidas carbonatadas** en México, teniendo así el **68%** de **participación** en **volúmenes** de venta.

Bebidas no Alcohólicas	Carbonatadas	Jugos	Té/rtd	Leche	Deportivas / Energéticas	Agua embotellada	Purificadores de agua
Valor (Billones USD)	16,0	4,4	0,2	4,2	0,5	23,9	0,01
Volumen (Share %)	68,0%	25,9%	44,0%	36,6%	37,3%	18,9%	47,0%
Marca líder	Coca-Cola	Del Valle	Fuze Tea	LALA	Gatorade	Pepsi	Unilever

Los **factores** que impulsan ese **consumo** están atados a:

- Estrategia y **logística** de distribución
- **Tiendas propias** de conveniencia OXXO
- Promociones
- **Cola-nización:** Se cree que tiene grandes propiedades y es usada como cura para malestares estomacales.



SU INDIFERENCIA

Desde el punto de vista **de las personas**

México es el **3º** país **consumidor** de **bebidas dulces** en el mundo.

En **promedio** una persona, se puede tomar **166 litros** al año, es decir, **40% más** que el promedio de los **Estadounidenses** (**118 litros**)

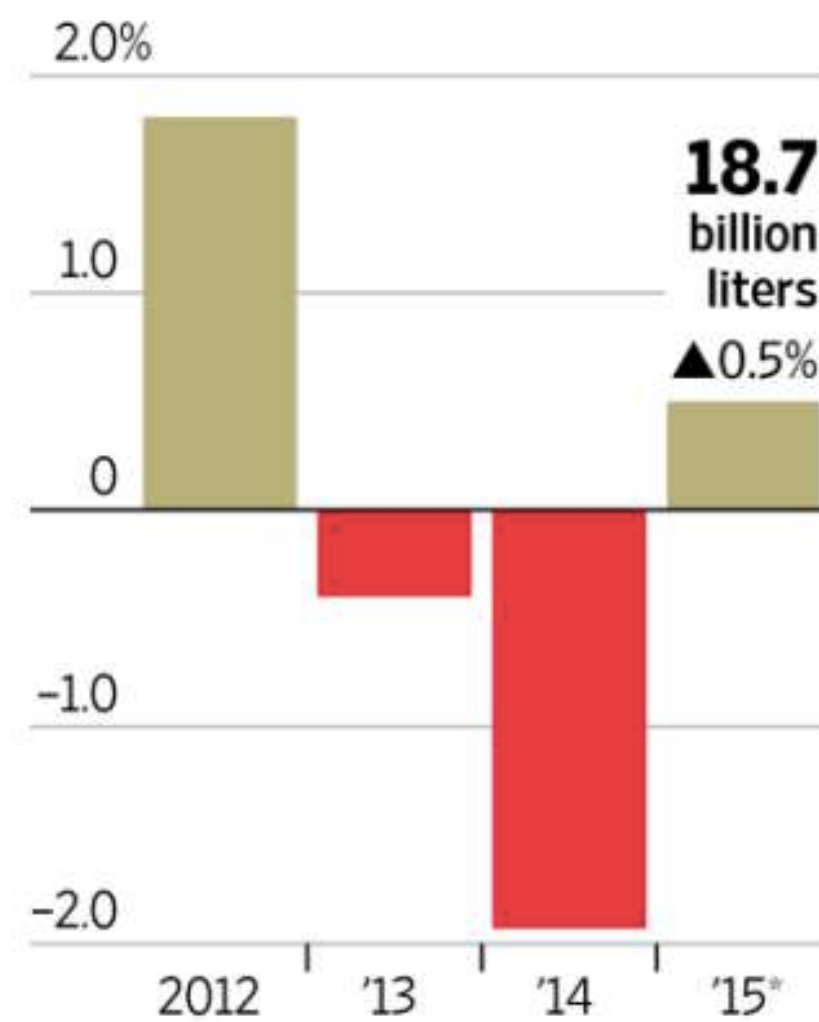
El **70%** de los mexicanos tiene problemas de **sobrepeso y obesidad** heredados desde la **niñez**.

Cerca del **10%** de los **niños** entre **cero y 6 meses** se han **alimentado** con una bebida carbonatada. A los **dos años** de edad el **80%** de esos niños ya han probado los placeres de las burbujas y del azúcar.

La guerra contra las drogas ha matado 100 mil personas en la última década, pero la diabetes tipo 2 mata alrededor de 70 mil personas por año. Tiene un poder 7 veces mayor al “narco”

Soda Pop

Change from a year earlier in the volume of carbonated soft drinks sold in Mexico.



*Forecast Source: Canadian
THE WALL STREET JOURNAL.

“Si **EL AGUA** fuera más barata que el refresco, a lo mejor cambio... Mientras tanto prefiero el sabor”

Sr. Ramírez después de tomarse un Jarrito Rojo de 600 ml.

“La Coca es como los cigarros, te convierte en adicto.”

Luis de León, Vallet Parking de 24 años de edad, Ciudad de México, parado a lado de una botella de 3 litros compartida con otros 2 valets.



TAKEOUT

A pesar de sus **pecados**, el segmento de **aguas** embotelladas se proyecta como el **de mayor crecimiento** dentro del mercado de bebidas no alcohólicas, debido a **macrotendencias** económicas, sociales, demográficas, climáticas y tecnológicas, al igual que **tendencias relacionadas** con la **salud** y el medio ambiente.

LA 5 REDENCIONES DEL AGUA



LAS 5 REDENCIONES DEL AGUA

1

No engaña: "Ya me di cuenta que los té s embotellados tienen la misma cantidad de azúcar que los refrescos"

2

Es insustituible: "Saben bien los refrescos con sabor natural, pero nunca dejaré mi agua del diario"

3

Tiene apoyo: "El refresco está carísimo, ni modo a tomar agua, a ver cómo le ponemos sabor"

4

No te dejará : "No dejaré de tomar agua, hoy me siento mejor"

5

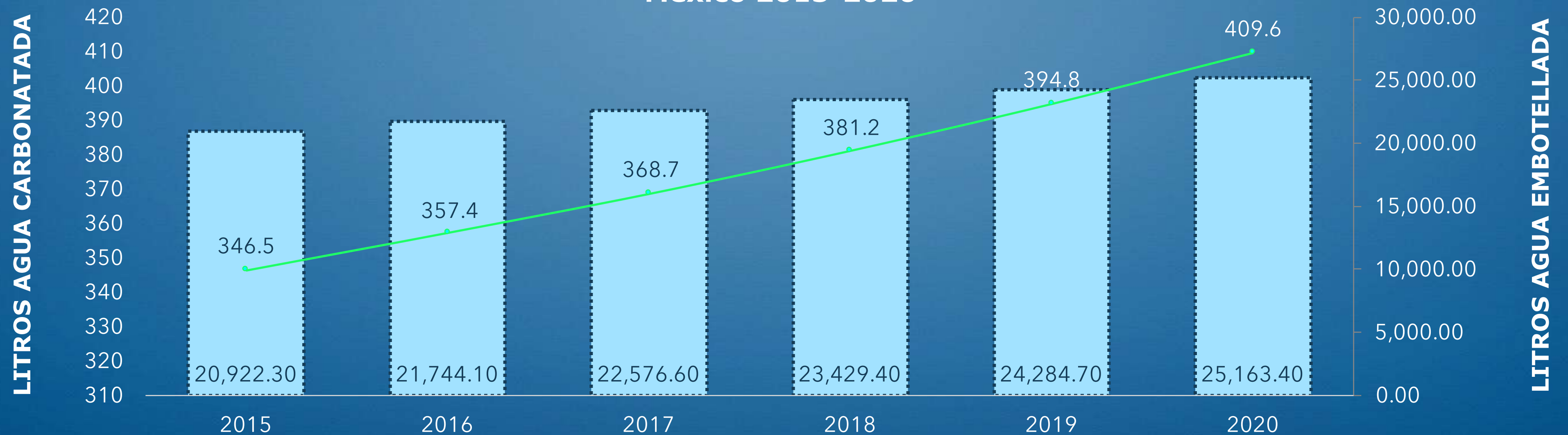
Cada día más divertida : "El agua con gas y un poco de sabor, satisface mi sed"



1 NO ENGAÑA

El **consumo** de agua **seguirá creciendo** en la medida en que las personas lleven su **conciencia saludable** a la **acción** y no se dejen engañar con las **reformulaciones** o **sustitutos de azúcar**.

Volumen Agua Carbonatada vs Agua Embotellada
México 2015-2020





ES INSUSTITUÍBLE

Aguas carbonatadas embotelladas, saborizadas y funcionales serán percibidas como una **mejor opción** frente a las **bebidas carbonatadas**, jugos y concentrados, pero nunca percibidos como "**más saludables**" que el **agua**.

% Crecimiento Volumen Categorías
Agua embotellada México





3 TIENE APOYO

El **alza** en el **impuesto** para bebidas **azucaradas**, seguirá **incrementando** la **preferencia** y por ende el **consumo de agua** como el **sustituto** de las bebidas **azucaradas**.

El **IEPS** generó a las bebidas **carbonatadas** un **decrecimiento** en **2014** del **3%**, en **2015** apenas **recuperaron** esta pérdida mediante:

- Promociones
- Nuevos lanzamientos
- Marketing
- Reducción de productos





NO TE DEJARÁ

El **consumo** de agua se encuentra en una **etapa madura** de mercado, por lo que comenzará a **crecer lentamente mientras se convierte en ingrediente.**

Consumo de Agua Per Cápita Anual en México





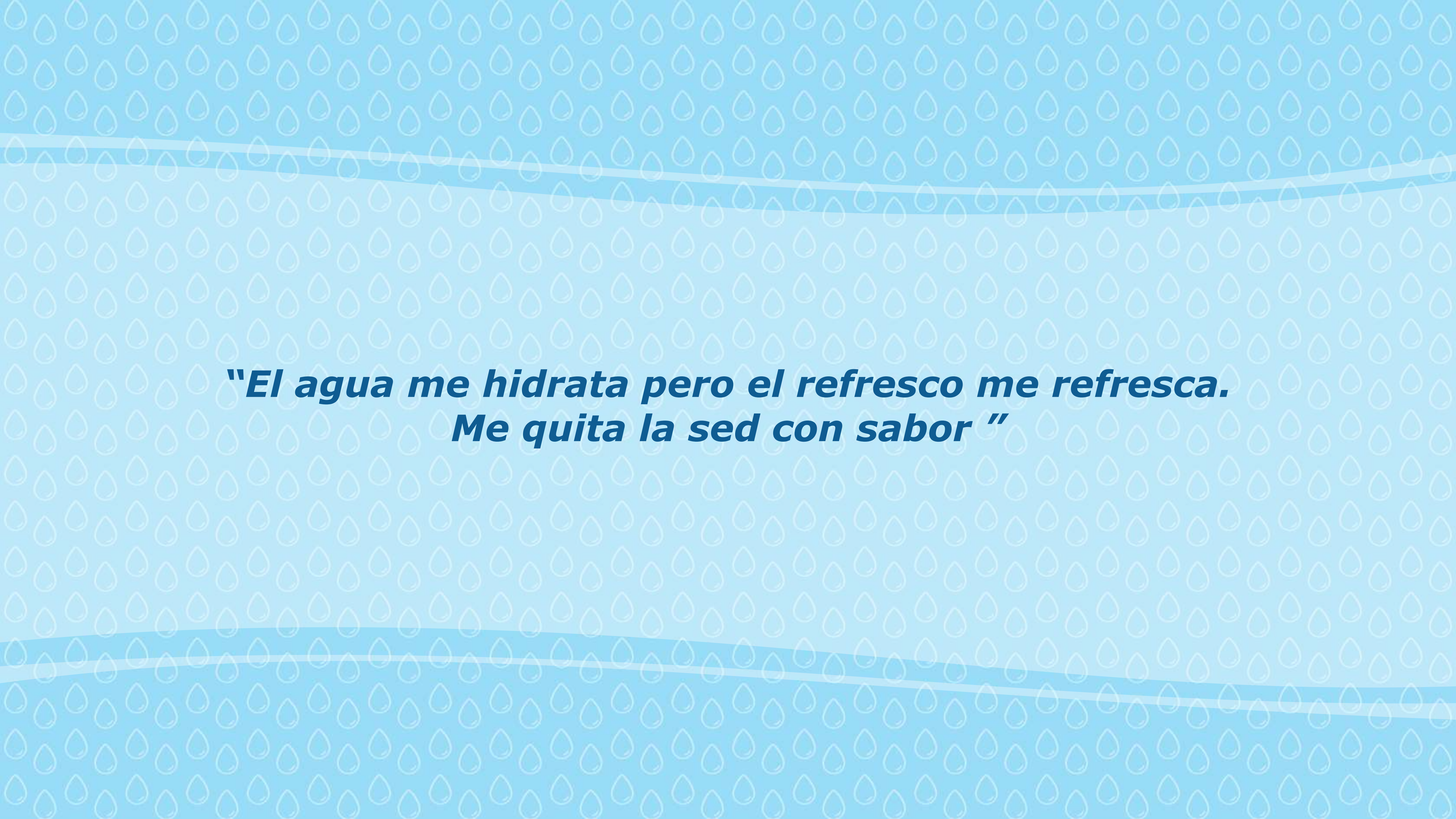
CADA DÍA MÁS DIVERTIDA

Es así como nace un nuevo segmento: “**Agua saborizada y carbonatada con look saludable**” para ganarle participación a los refrescos en medio de restricciones en precio y comunicación en medios masivos.

Aunque este nuevo segmento ha tenido un buen desempeño, podría correr la misma suerte que **tés listos** para tomar que disminuyeron su consumo cuando las personas se dieron cuenta que **tenía igual o mayor cantidad de azúcar que los refrescos.**

% Crecimiento Valor Bebidas Listas Para Tomar 2011-2016





***"El agua me hidrata pero el refresco me refresca.
Me quita la sed con sabor"***

FUENTES SECUNDARIAS

- 💧 <http://elnegociodeaguaembotelladaencolombia.blogspot.com/p/mercado-enorme.html>
- 💧 <http://www.revistaalimentos.com.co/ediciones/edicion1/bebidas-4/agua-que-has-de-beber.htm>
- 💧 <http://www.revistaalimentos.com.co/ediciones/edicion4-2/bebidas/a-tomarse-el-mercado.htm>
- 💧 http://ecolife.co/index.php?option=com_content&view=article&id=100:agua-ensasada-consumo-embotellado&catid=44:ecobienestar&Itemid=225
- 💧 <http://www.elspectador.com/impreso/negocios/articulo-342580-revolucion-de-una-industria-liquida>
- 💧 <http://www.wsj.com/articles/soda-sales-in-mexico-rise-despite-tax-1462267808>
- 💧 Estudio de consumo de medios y dispositivos entre internautas mexicanos 2016
- 💧 <https://populationpyramid.net/mexico/2015/>
- 💧 Estudio "Beverage Industry in Mexico". PWC. Julio/20015-cifras 2013
- 💧 Estudio "Soft Drink in México". Euromonitor. Febrero 2016
- 💧 Informe Anual México 2015. Industria Alimenticia Mexicana
- 💧 Bottled Water in Mexico. Euromonitor. Febrero 2016
- 💧 <http://mexiconewsdaily.com/news/mexico-fourth-in-soft-drink-consumption/>
- 💧 Estudio "Carbonates in Mexico". Euromonitor. Febrero 2016
- 💧 The Mexicans dying for a fizzy drink
- 💧 <http://www.bbc.com/news/magazine-35461270>
- 💧 <http://www.wsj.com/articles/soda-sales-in-mexico-rise-despite-tax-1462267808>



¡GRACIAS!



MARS