



Tendencias de la industria refresquera en México - Gráficas

#IndustriaRefresquera

Enero, 2017
KPMG en México

KPMG en México y ANPRAC

- Desde 2015, **KPMG en México** recopila trimestralmente la información de las compañías que forman parte de la **Asociación Nacional de Productores Refresqueros y Aguas Carbonatadas, A.C. (ANPRAC)** y estima los resultados globales de la industria
- ANPRAC tiene un total de **99 compañías embotelladoras** concentradas en **20 grupos embotelladores**, incluyendo compañías líderes con origen **internacional y nacional**
- Este es el **primer ejercicio** que hace KPMG en México para hacer públicos los resultados de desempeño de la industria refresquera
- La información analizada se encuentra actualizada hasta el **tercer trimestre de 2016** (Septiembre 2016)





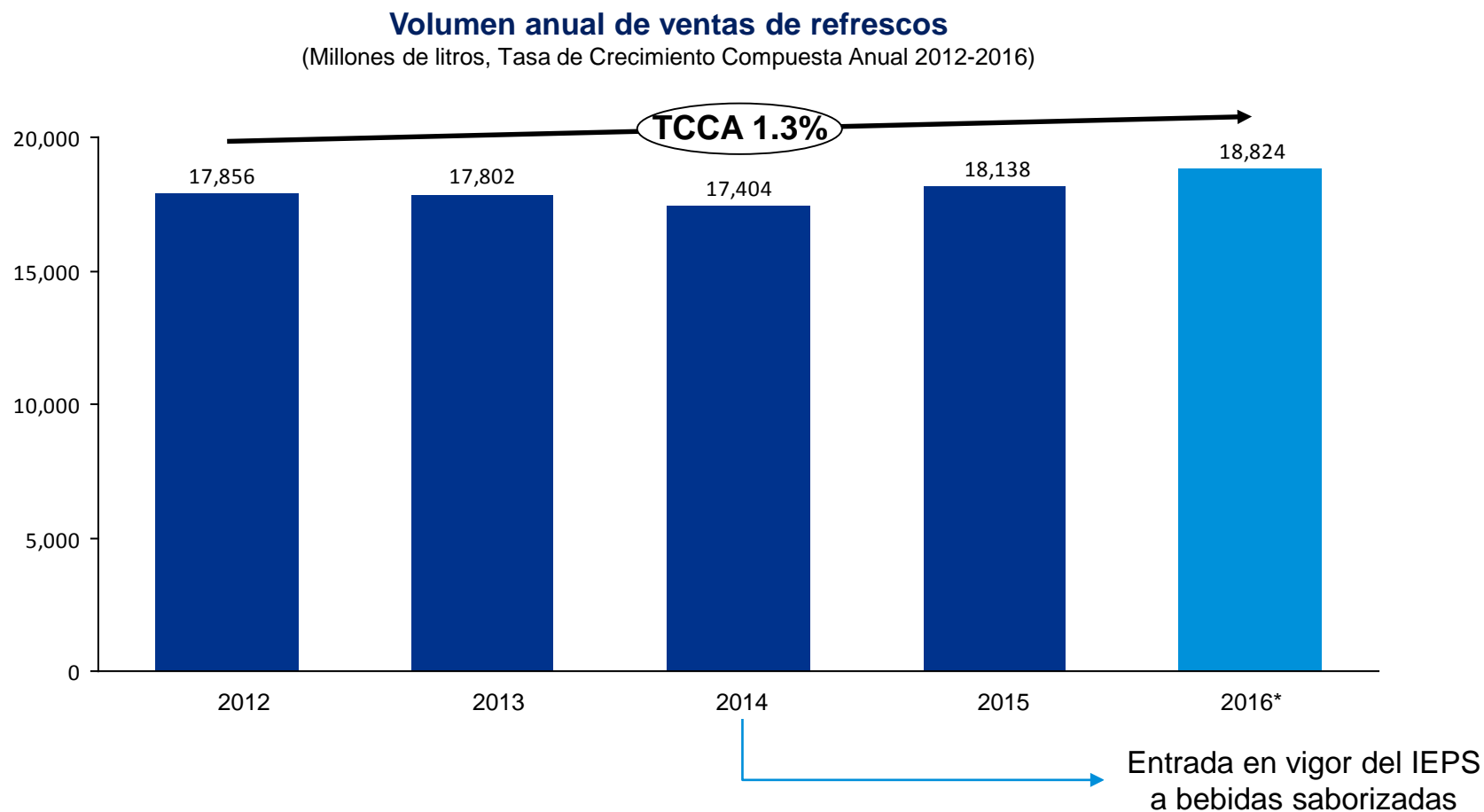
Resultados de
desempeño al tercer
trimestre 2016



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.

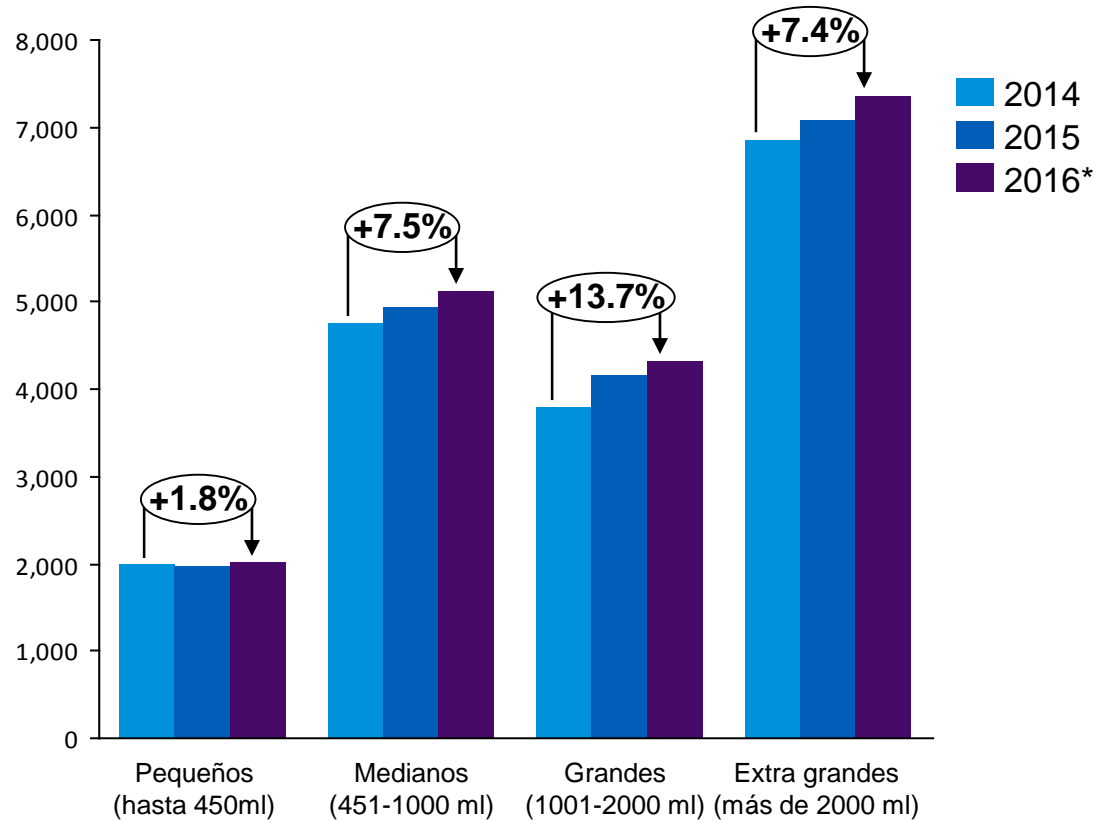
Volumen de ventas

El consumo se concentra en presentaciones de mayor volumen

El volumen de ventas en presentaciones grandes y extra grandes tuvo un incremento, esto debido a que el consumidor ahorra en el costo por mililitro.

Volumen de ventas de refrescos por presentación

(Millones de litros, Tasa de Crecimiento 2014 – 2016*)



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

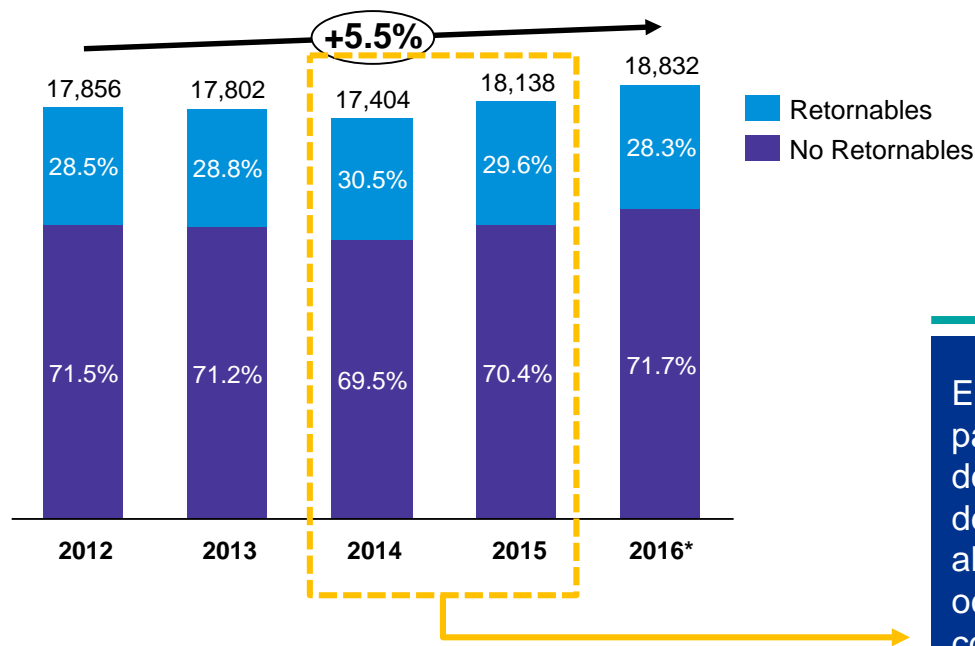
Volumen de ventas

Los consumidores buscan retornables para compensar efecto del IEPS

Aunque en 2016 la participación de refrescos retornables y no retornables se mantuvo en niveles semejantes a 2012-2013, su consumo aumentó en 2014-2015, porque esta fue una alternativa de los consumidores para compensar el incremento en el precio por el IEPS.

Volumen de ventas de refrescos por tipo de envase

(Millones de litros, Tasa de Crecimiento 2012 – 2016)

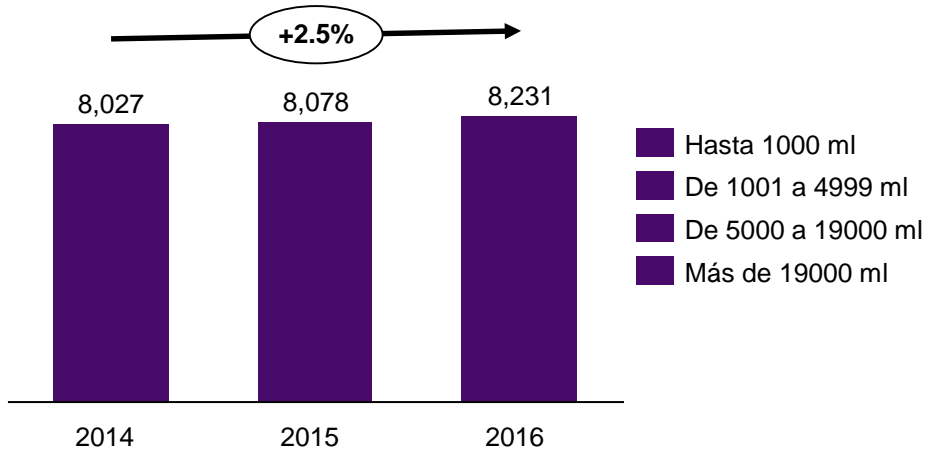


En 2014 incrementó casi 2% la participación de refrescos retornables del total. Considerando que dicho tipo de envase representa un menor costo al consumidor, se estima que esto ocurrió como una estrategia para compensar la aplicación del IEPS.

La industria se diversifica hacia bebidas no carbonatadas

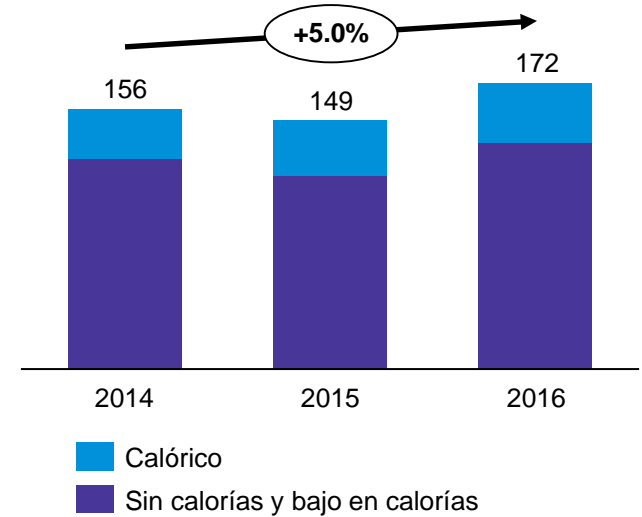
Volumen de ventas de agua embotellada

(Millones de litros, Tasa de Crecimiento Q3 2014 – Q3 2016)



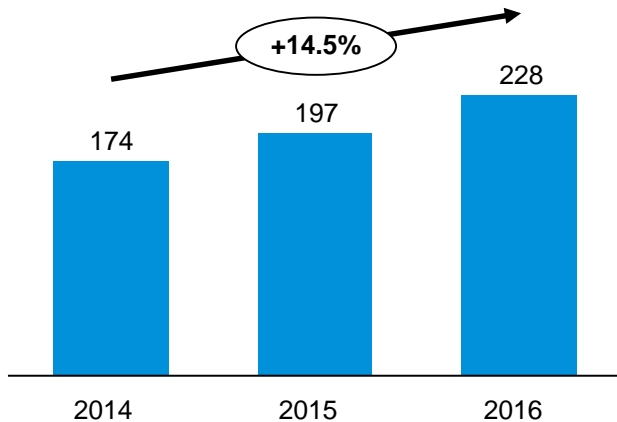
Volumen de ventas de agua saborizada

(Millones de litros, Tasa de Crecimiento Q3 2014 – Q3 2016)



Volumen de ventas de bebidas deportivas y energizantes

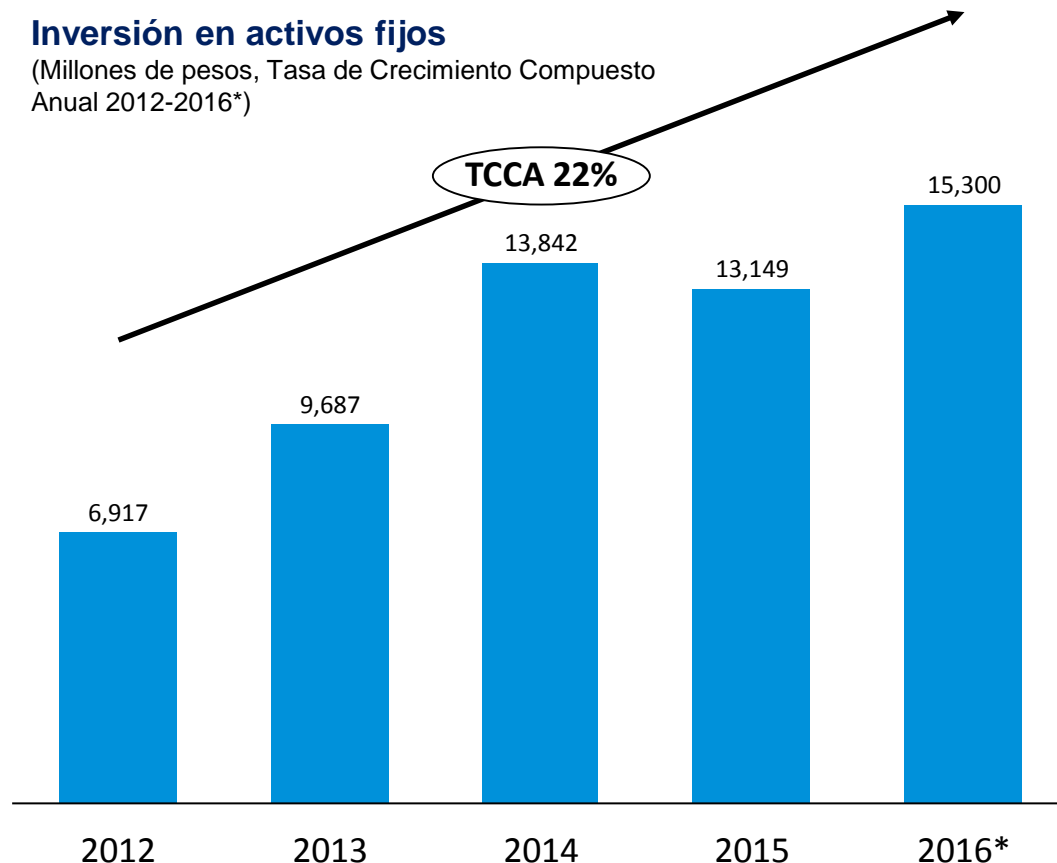
(Millones de litros, Tasa de Crecimiento Q3 2014 – Q3 2016)



Industria refresquera como fuente de inversión

La industria es una de las principales fuentes de inversión del país

El incremento en activos fijos creció en promedio 22% de 2012 a 2016, **por arriba del 12.8% de la inversión extranjera directa**. Al cierre del Q3, el acumulado de activos fijos de la industria ascendía a **2.7 mil millones de dólares**.



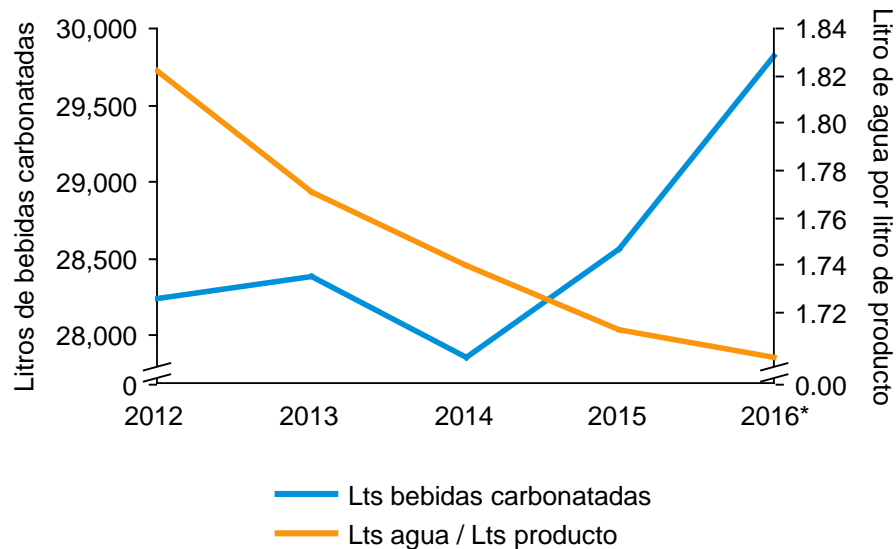
Nota: Los datos de 2016 fueron proyectados asumiendo que el incremento reportado hasta el Q3 2016 se mantiene.

Consumo de agua

La industria ha logrado disminuir **aproximadamente 2% anual** su consumo de agua por litro de producto en los últimos cinco años gracias al empleo de mejores tecnologías y procesos de producción. El consumo de agua es **más eficiente y responsable**.



Consumo histórico de agua
(Millones de litros, 2012-2016*)



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



Gracias



KPMG MÉXICO



KPMG MÉXICO



@KPMGMEXICO



KPMGMX

© 2017 KPMG Cárdenas Dosal, S.C., la firma mexicana miembro de la red de firmas miembro independientes de KPMG afiliadas a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), una entidad suiza. Las firmas miembro de la red de firmas independientes de KPMG están afiliadas a KPMG International. KPMG International no provee servicios a clientes. Ninguna firma miembro tiene autoridad para obligar o comprometer a KPMG International ni a ninguna otra firma miembro frente a terceros, ni KPMG International tiene autoridad alguna para obligar o comprometer a ninguna firma miembro. Todos los derechos reservados.