

Las ventas de bebidas no alcohólicas recuperarán su volumen previo a la pandemia en 2022, señala un análisis de Fitch

- Las principales embotelladoras aumentaron gradualmente los volúmenes de ventas en el primer semestre de 2021.
- Según los datos de Fitch, Coca Cola FEMSA tuvo el mayor volumen de ventas con más de 3,000 millones de cajas unidad en 2020.
- Pero las embotelladoras enfrentan costos más altos de PET, aluminio y otros insumos de los empaques y bebidas.

Así como algunos sectores como el consumo fuera de casa y turismo comienzan a recuperarse con el avance de la vacunación, el turno llegará para las [bebidas no alcohólicas](#), pero para el próximo año.

De acuerdo con un estudio de Fitch Ratings, [las principales embotelladoras aumentaron gradualmente los volúmenes de ventas](#) en el primer semestre de 2021 a niveles similares en 2019.

“Fitch Ratings aún prevé algunos desafíos y riesgos a medida que surgen las oleadas de coronavirus; pero creemos que se podrían implementar restricciones de movilidad social menos estrictas”, señaló la calificadora en el documento.

Según los datos de Fitch, [Coca Cola FEMSA tuvo el mayor volumen de ventas](#) con más de 3,000 millones de cajas unidad (mcu) en 2020. Esta empresa casi llegó a 3,500 mcu en 2019.

Le sigue Arca Continental, con ventas por arriba de los 2,000 mcu. En tanto, la Embotelladora Andina alrededor de 700 mcu.

Los consumidores buscaron de las refresqueras las bebidas no alcohólicas carbonatadas más que sin gas

Además, la calificadora señaló que la demanda de los consumidores de refrescos carbonatados [superó a los refrescos no carbonatados](#) durante el pico de la pandemia.

A medida que los ingresos de los consumidores se debilitaron, la combinación de ventas de las empresas cambió a [envases retornables](#). De hecho, Fitch espera que esta tendencia se revierta cuando aumente la movilidad “y se fortalezcan las condiciones económicas en la región”.

Sin embargo, durante los periodos de confinamiento más estrictos del año pasado, las pequeñas tiendas familiares mostraron “un rendimiento resistente”. “Otros canales, como los supermercados y las tiendas de conveniencia, tuvieron tendencias variables”, dijo.

En ese punto, las compañías de bebidas no alcohólicas aceleraron sus iniciativas digitales para atender a los clientes de manera más eficiente, destacó en el documento.

El PET también es un problema de costos para las refresqueras

Pero no todo es recuperación. Según el análisis de Fitch, las empresas latinoamericanas enfrentan precios más altos de los productos básicos como:

- [Tereftalato de polietileno \(PET\)](#)
- Aluminio
- [Edulcorantes](#)
- Costos de concentrados

Sin embargo, la calificadora espera que esas presiones sobre la rentabilidad sean manejables. Para ello, es necesario que las principales empresas cubran algunos de sus requisitos y puedan implementar reducciones de costos.

También, deben impulsar iniciativas de precios para proteger la rentabilidad. Fitch espera márgenes de ebitda —flujo operativo— medianos de alrededor de 18% al cierre de este año