

Rodrigo Díaz: “Canal on trade dinamizará el mercado de bebidas alcohólicas este año”

A tres años del inicio de la pandemia, ¿cuál es el panorama del mercado de bebidas alcohólicas?

Desde la pandemia, los hábitos de consumo de bebidas alcohólicas fueron cambiando, haciendo que nuestra industria se adecúe. Ello ha permitido para nuestro sector crecimientos importantes y desarrollo de varias categorías en los últimos años.

Lamentablemente, al inicio del 2023, el mercado tuvo una desaceleración importante por los acontecimientos políticos y climatológicos teniendo mayor impacto en el sur y norte del país, afectando principalmente al rubro gastronómico y de turismo, sectores que están relacionados a nuestra industria. Sin embargo, para el segundo semestre (del año), proyectamos una recuperación del sector y comercios relacionados a nuestro rubro.

Podemos añadir, que el mercado de bebidas alcohólicas en el Perú continúa siendo, principalmente, dominado por la producción peruana, la misma que va en crecimiento; pero, también hay que mencionar que las bebidas alcohólicas importadas vienen registrando una importante presencia. Asimismo, se observa el ingreso de nuevas categorías debido a las tendencias globales de consumo.

Tras el retorno de la “nueva normalidad” y la proliferación de

canales digitales, ¿cómo es el consumidor de hoy?

La mayoría de consumidores peruanos todavía gustan realizar sus compras de forma presencial y seguir experimentando el contacto con los productos. Sin embargo, definitivamente hay otro grupo creciente de consumidores que prefieren los canales digitales, los cuales han evolucionado y mejorado de sobremanera en el país, siendo una muy buena alternativa para los que buscan agilizar las compras y ganar tiempo libre para disfrutar de la familia, amigos o de ellos mismos.

Actualmente, nuestra industria de bebidas alcohólicas participa activamente en este rubro digital porque sabemos que seguirá siendo una tendencia del consumidor para los próximos años. Ello, también tomando en cuenta que los consumidores peruanos buscan marcas reconocidas globales.

¿El 2022 fue un buen año para el mercado de licores?

Durante el año pasado, el mercado de bebidas alcohólicas en el país **registró transacciones por S/. 1.300 millones, un 11,3% más comparado con el año anterior.**

La buena noticia, es que todas las categorías sostuvieron un excelente desempeño anual y las que estuvieron por arriba del promedio fueron las RTD (*Ready to Drink* o bebidas premezcladas listas para tomar), espumantes y categorías más chicas como aperitivos, gin y tequila.

El Día del Padre es una fecha importante para los comercios, ¿la industria de bebidas alcohólicas registraría resultados positivos?

El **Día del Padre**, definitivamente es uno de los momentos de consumo importantes en la industria de bebidas alcohólicas. Es una fecha donde se junta la familia en casa o fuera de esta, en el que siempre habrá un brindis de celebración con un espumante, vino, ron, whisky, cerveza o la bebida de preferencia.

Si bien no tenemos una proyección exacta, **para esta campaña se estima un crecimiento en ventas frente a la del 2022**. Para ello, las distintas categorías se activaron mediante experiencias con los consumidores en diversos restaurantes, o promociones en los distintos puntos de venta los cuales otorgaron a los consumidores distintas opciones para escoger.

¿Cuánto estiman que el mercado de bebidas alcohólicas local crezca en el 2023?

Para este año coincidimos con la firma de investigación de mercado IWSR, la cual espera que el mercado de bebidas alcohólicas crezca de forma similar al 2022, es decir en **aproximadamente 11,9%**. Uno de los principales factores de crecimiento será la continua recuperación del canal *on trade* (aquel que permite que el producto sea comprado y consumido en el mismo punto de venta, como bares y restaurantes), el cual hasta la fecha no ha logrado alcanzar niveles prepandemia.

El gremio de Importadores y Comerciantes de Vinos y Licores, ¿qué temas prioritarios trabajará este 2023?

En el segundo semestre del año continuaremos impulsando, a través de las agendas de las empresas socias, las diferentes acciones relacionadas con educación y concientización sobre el consumo responsable, así como el evitar y prevenir el consumo

de **bebidas alcohólicas** en menores de edad.

Otro punto importante de la agenda, será trabajar con nuestras autoridades locales en combatir la producción, comercialización y consumo del alcohol ilegal, un mercado que afecta a miles de empleados formales que como industria trabajamos para proteger y que, además, representa un riesgo de salud pública sumamente grave. En este sentido, nuestro foco será facilitar a las autoridades, la data que hemos ido recabando, para proporcionarles recomendaciones a fin de minimizar esta problemática y seguir trabajando en campañas para generar conciencia en los consumidores.