

Jueves 3 de Mayo, 2012

Batalla láctea... ¿precios bajos?

Cervecería versus Dos Pinos

Ganan consumidores con nuevos productos e innovación

“NUESTRA META ES CRECER”

GISELA SANCHEZ GERENTE DE RELACIONES CORPORATIVAS DE FLORIDA BEBIDAS



NOMBRE Florida Ice & Farm Co.	Co, Kern's Guatemala, otras	EMPLEADOS 3.652
FUNDADA 1908	PRODUCTOS Cerveza, leche, refrescos, agua, entre otros	VENTAS \$620 millones
DIVISIONES Coopeleche, Corporación Musmanni, Pepsi	PRODUCTORES LECHE 130	EXPORTACION 16 países

¿Por qué el mercado lácteo?

Era natural ver que había una gran oportunidad en el mercado lácteo. Empezamos a explorar oportunidades y encontramos en Coopeleche un aliado perfecto, pese a que tiene una participación pequeña en el mercado.

¿Cuánto invertirán para poder crecer?

No lo tenemos definido. En los próximos meses empezaremos a entender el mercado, el potencial de la alianza, y concretar las metas de crecimiento en

los diferentes productos en los cuales compete Coopeleche.

¿Qué pueden ofrecer al mercado?

Logística y distribución. Llegamos actualmente a más de 35 mil puntos de venta directamente, entonces creemos que tenemos mucho que ofrecer. La idea es catapultar Coopeleche.

Competirán contra Dos Pinos que tiene un dominio en el mercado

Competiremos de tú a tú, en

las góndolas de los supermercados, en las pulperías, en las tiendas de conveniencia y en los restaurantes. Definitivamente entramos en el negocio para crecer y crecer. Póngale la firma.

¿Esperan una competencia dura?

¡Claro! Sin duda esperamos una mayor competencia, incluso será más fuerte que la que experimentamos actualmente en jugos y refrescos. Pero estamos listos, es un nuevo negocio que nos apasiona.

Dos de las principales empresas costarricenses se verán la cara directamente, a raíz de la reciente incursión de Florida Ice & Farm Co. (Fifco), más conocida popularmente como “Cervecería”, en el mercado lácteo dominado por la Cooperativa Dos Pinos.

La contienda apenas empezó el mes pasado. Ambas compañías tienen listo su arsenal de cambios, y no hay garantía de una guerra de precios a corto plazo.

El consumidor es el ganador con este enfrentamiento, ya que nuevos productos llegarán al mercado.

Fifco irrumpió en el mercado lácteo, a través de la alianza entre Florida Bebidas y Coopeleche.

La Dos Pinos domina el 82% del mercado nacional y posee una red de 1.500 productores de leche.

Mientras que el nuevo socio de Florida tiene una cuota del 2% y tan solo 130 productores.

La clave de la lucha estará en garantizarse la materia prima necesaria para incrementar la producción frente a Dos Pinos, empresa que procesa cada día 1,2 millones de litros de leche.

La ventaja para Fifco es que hay mercado para crecer.

El costarricense tiene un consumo anual por persona de 200 litros de leche, promedio muy cercano al de países desarrollados.

La producción total de leche del país sobrepasa los 900 millones de kilogramos anuales y, en los últimos cuatro años, tuvo un crecimiento promedio del 2,4%.

Por otra parte, para asegurarse su supremacía a nivel interno, Dos Pinos opta por una inversión en mejorar su sistema de producción de leche y sus derivados.

Actualmente invierte \$20 millones en una nueva planta en San Carlos con la cual procesará 700 mil litros diarios.

Además de otros \$3,2 millones en una sucursal en Limón para la distribución de sus productos.

Mientras tanto, Florida Bebidas y Alimentos no detalló el monto que invertirá, pero este ascendería a varios millones de dólares, para hacer crecer la producción de Coopeleche.

El aporte con la alianza es que los nuevos productos lecheros de Fifco tendrán garantizada la distribución en más de 35 mil puntos de venta en el país.

Además de que la compañía cuenta con sus 180 Panaderías Musmanni, donde podría ofrecer de forma exclusiva sus nuevos productos, como hace ahora con Tropical.

Sin embargo, mientras no aumente la capacidad de producir de Coopeleche, el consumidor no debe esperar una baja en los productos lácteos.

La leche líquida ha tenido una variación en su precio del 7% en los últimos cuatro años.

La leche y sus derivados es un bien liberalizado, por lo cual su precio varía según el costo de producción de las compañías y la oferta y demanda.

Al ser Dos Pinos el operador dominante del mercado es el que tiende a poner la pauta del valor de los artículos lácteos.

Por otro lado, los consumidores sí se garantizan un incremento en los productos que se ofrecen en el país derivados de la leche.

Dos Pinos cuenta con más de 600 productos y cada año incluye al menos 50 nuevos a su red de distribución.

Mientras que Fifco intentará diferenciarse de su competidor con la inclusión de productos novedosos que no hay en el país.

Esa es parte de la apuesta que realiza la empresa a través de sus aliados en Coopeleche, pues en la actualidad posee una variedad limitada de artículos.

“EN EL BAR NO HAY LECHE”

LUIS ESTEBAN BRENES DIRECTOR COMERCIAL DE DOS PINOS



Fotos Jimmy Cortobaz / La Republica

NOMBRE Dos Pinos
FUNDADA 1947
DIVISIONES Distribución lácteos y Almacén agroveterinario

PRODUCTOS Leche, helados, jugos, quesos, entre otros
PRODUCTORES LECHEROS 1.500

EMPLEADOS 4.472
VENTAS \$650 millones
EXPORTACION 10 países

¿Cómo catalogan la nueva competencia?

El mercado sufre procesos de globalización, participación de un nuevo jugador en la categoría láctea lo vemos en Panamá, donde FEMSA incursionó comprando una empresa láctea. Es algo normal.

¿Qué tienen ustedes que no tiene Fifico?

Una cadena de 1.500 productores integrada desde la finca hasta el consumidor. Una inversión muy fuerte en innovación, esas bases son fundamentales

y no se construyen de un día para otro.

Pero Coopeleche tiene ahora un mayor respaldo económico.

Todos participamos en un mercado donde todos somos una amenaza para los otros. Para nosotros todos son igual de importantes, son un jugador más. Algunos ajustes tendremos que hacer en nuestra estrategia.

Un punto fuerte de Florida Bebidas es que llega a 35 mil puntos de venta ¿ustedes?

Lo importante es en qué comercios se venden los productos lácteos, por ejemplo en los bares no se vende leche. Sí le garantizo que llegamos tres veces por semana al 100% de los comercios que venden productos lácteos.

¿Siguen invirtiendo?

Estamos en el proceso de construcción de una nueva planta en San Carlos con una inversión por arriba de \$20 millones. En Limón, preparamos una nueva sucursal para la distribución con un costo de \$3,2 millones.

PERSPECTIVAS: INDUSTRIA LACTEA

SERGIO WIERNIK SOCIO CAPITAL FINANCIAL ADVISORS

*Asesoró a Coopeleche en la alianza con Florida Bebidas.

En los últimos años el panorama competitivo de la industria láctea sufrió una profunda transformación.

Empresas de bebidas tanto regionales como multinacionales ampliaron su portafolio de productos y los lácteos se convirtieron en una categoría más dentro de su oferta.

Evidencia de ello son las recientes transacciones en el sector, entre las que destacan la alianza estratégica entre Florida Bebidas y Coopeleche, así como las adquisiciones en Panamá de Estrella Azul y Bonlac por Coca Cola Femsa y Casa Luker de Colombia, respectivamente.

En Costa Rica, particularmente, el atractivo radica en que el país posee el tercer consumo per cápita más alto de Latinoamérica, superior a 190 litros por año, así como un hato lechero con excelentes atributos para suplir la demanda local.

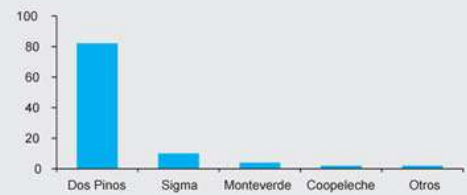
A futuro, otras compañías regionales y multinacionales tendrán su mira en el mercado costarricense.

Podría darse entonces un panorama más competitivo y dinámico, donde los factores de éxito radicarán en asegurarse una fuente apropiada de materia prima, poseer plataformas de distribución con cobertura nacional y comercializar productos diferenciados de mayor valor agregado.

Al final del día, los mayores beneficiados de estos cambios seremos los consumidores.

DOMINIO

Dos Pinos domina el mercado nacional, ya que tiene la producción del 82% de la leche y derivados en el país, frente al 2% de Coopeleche (datos en porcentaje de producción nacional).



Fuente: Cámara Nacional de Productores de Leche.

Oscar Rodríguez
 Natasha Cambroneró
orodriguez@larepublica.net
ncambroneró@larepublica.net
 Colaboró la periodista María Gabriela Badilla

Imprimir

Cerrar Ventana

2012 Periódico La Republica - Todos los derechos reservados - Teléfono (506) 2522-3300. Para mayor información escriba a webmaster@larepublica.net