

Guaraná Antarctica atinge recorde aos 90 anos

Marca atinge melhor participação de mercado dos últimos 12 anos em um momento de retração da categoria de refrigerantes

Fábio Suzuki

fsuzuki@brasileconomico.com.br

Tradicional marca brasileira de refrigerantes, o Guaraná Antarctica comemora 90 anos de atuação atingindo a sua maior participação de mercado neste século com 9% do segmento. O feito, divulgado pela própria Ambev, detentora do produto, ganha relevância pelo momento da categoria de carbonatados, que vem obtendo baixos índices de crescimento enquanto a divisão de bebidas não-alcoólicas como um todo está entre as que mais crescem atualmente dentro da área de consumo.

Entre os motivos que levaram o Guaraná Antarctica ao bom momento de vendas, estão as inovações realizadas pela companhia nos últimos anos. Desde 2007, foram seis novidades que reforçaram a linha de produtos junto aos consumidores entre novos sabores e variações de embalagens. Hoje, a bebida pode ser consumida por meio de dez tipos de embalagens que variam de 237 ml a 3,3 litros entre lata e garrafas de vidro e PET.

“A marca passa por um momento muito positivo no mercado. Há 12 anos que não atingíamos essa participação no segmento e isso deve-se às inovações que foram feitas para a li-

“

Conseguimos crescer mesmo com o mercado brasileiro de refrigerantes em retração. E isso deve-se às inovações que foram feitas na linha de Guaraná Antarctica

Sérgio Esteves

Gerente de marketing da Ambev para Guaraná Antarctica

“nha”, afirma Sérgio Esteves, gerente de marketing da Ambev para a Guaraná Antarctica.

Tendo como base a projeção para 2011 realizada pela consultoria Euromonitor para o mercado de refrigerantes, o patamar de 9% de participação alcançado pela marca no último mês de agosto corresponderá ao final deste ano a 1,5 bilhão de litros comercializados, movimentando um total de R\$ 3,8 bilhões. Já na categoria de carbonatados à base de guaraná, a Ambev divulga uma participação de 43%.

Caminho inverso

O bom resultado obtido pela marca vai na contramão do mercado de refrigerantes no país, que foi o segmento com o segundo pior desempenho nos primeiros meses deste ano entre oito categorias de bebidas não-alcoólicas. Em levantamento realizado

pela consultoria Nielsen comparando os quatro primeiros meses de 2011 com o mesmo período de 2010, a categoria refrigerante sofreu queda de -1,2%, enquanto água mineral e suco de frutas pronto para consumo lideraram com crescimentos de 26,8% e 21,1%, respectivamente.

“Conseguimos crescer mesmo com o mercado de refrigerantes em retração”, aponta Esteves. Na avaliação de Bernardo Canella, analista de mercado da Nielsen, a queda deve-se ao impacto nos preços do segmento. “Neste ano o imposto para a categoria atingiu muito as embalagens de dois litros, que é a principal desse mercado”, avalia.

Em todo o país

As vendas alcançadas por Guaraná Antarctica devem-se principalmente à distribuição para mais de um milhão de pontos de venda que a Ambev alcança em todo o país. Segundo o gerente da companhia, esse número de estabelecimentos se mantém estável há alguns anos, mas a empresa tem se esforçado para ampliar esse número. “O desafio para nós é atingir os estabelecimentos de menor porte e temos trabalhado para chegar até eles”, diz Esteves. ■



REDES SOCIAIS



Marca chega a 1,1 mi de fãs no Facebook

Para reforçar a marca junto ao público jovem, a Ambev mudou este ano a estratégia do Guaraná Antarctica na internet dando maior importância para as redes sociais em sua comunicação. Como resultado, a marca atingiu 1,1 milhão de fãs no Facebook e 87 mil seguidores no Twitter.

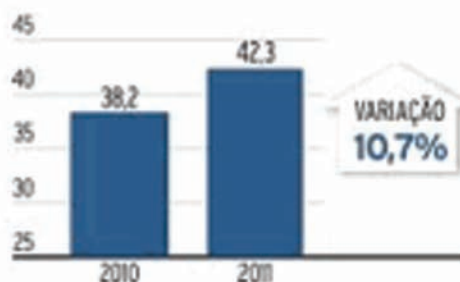
COPO MEIO CHEIO

Apesar dos resultados, refrigerante terá crescimento abaixo da média entre bebidas não alcoólicas

VOLUME, EM BILHÕES DE LITROS



VALOR, EM R\$ BILHÕES



Fonte: Euromonitor



Produção de quaraná na
Amazônia: melhor fatia de
mercado em todos os tempos

Fabricante visa expansão na América Latina

Há 15 anos sendo comercializado fora do Brasil, o Guaraná Antarctica é produzido hoje em Portugal e no Japão por meio de parceiros da Ambev, sendo distribuído em toda a Europa e nos principais países asiáticos, como China, Coreia e no próprio mercado japonês. Além deste, a companhia abastece os Estados Unidos com a exportação das unidades brasileiras da marca. A venda do produto no merca-

do externo ganhou força após as fusões realizadas pela Ambev com empresas do mercado internacional de bebidas, como a belga Interbrew e a americana Anheuser-Busch, negociações que deram origem à gigante AB Inbev, a maior companhia do segmento em todo o mundo. Entretanto, a marca atua de forma tímida na América Latina, região que a empresa brasileira pretende explorar melhor no fu-

turo. “Sempre tivemos a expectativa de aumentar as vendas no exterior e o mercado latino-americano se manteve no nosso radar”, afirma Sérgio Esteves, gerente da Ambev para a Guaraná Antarctica. “Mas para entrar em um novo mercado, tem de pensar no longo prazo para não correr riscos”, comenta Esteves, sem citar uma projeção para realizar a ofensiva da marca em outros países. ■

Companhia mantém produção de Guaraná Antarctica em Portugal e no Japão por intermédio de empresas parceiras da Ambev