



ENVASADO CON POTENCIAL

Comprender las oportunidades
en el creciente sector del agua

ÍNDICE

Introducción	02
Sección 1: Agua, agua por todas partes	03
Sección 2: Lo mismo pero diferente	05
Sección 3: Cuenta tu propia historia	07
Sección 4: Resumen y conclusiones	09
Sección 5: Acerca de Tetra Pak	10

Introducción

El agua representa actualmente el 41 % del mercado mundial de bebidas. Es la bebida más vendida y también el sector de más rápido crecimiento, con una tasa de crecimiento anual (CAGR) a nivel mundial de aproximadamente un 4,2 % y de un 2,2 % en Europa (2020-24)¹. Se trata de un sector próspero impulsado por el crecimiento continuo de la tendencia de la salud y el bienestar, así como por consideraciones macro más amplias, como la introducción de impuestos sobre el azúcar en muchas regiones y los cambios en el etiquetado. Sin embargo, aunque no cabe duda de que en este sector hay oportunidades, también existen desafíos.

El agua es un mercado competitivo. Basta con echar un vistazo al pasillo del agua embotellada de cualquier tienda minorista para darse cuenta de la uniformidad de los productos que se ofrecen. Un desafío inaplazable para los operadores de este mercado es encontrar la manera de diferenciar su producto y crear un verdadero atractivo de marca que capte la atención de los consumidores.

Paralelamente, existe un movimiento medioambiental global que favorece las soluciones de envasado sostenibles y que está cobrando impulso. En tan solo dos años, la actitud de los consumidores ha cambiado significativamente en este sentido, lo que, a su vez, está teniendo un impacto considerable en sus decisiones de compra.

Este informe identifica cómo está evolucionando el mercado del agua envasada, dónde están las oportunidades y, sobre todo, explora cómo desarrollar y ofrecer un concepto que refleje las necesidades del consumidor y sea comercialmente viable.



Agua, agua por todas partes

Explorando las tendencias de crecimiento en el sector del agua

Incremento de los niveles de demanda

La demanda mundial de agua por parte de los consumidores está creciendo, con un incremento de los volúmenes de agua sin gas en diferentes partes del mundo y un crecimiento positivo del agua aromatizada en todos los territorios. En 2020, se vendieron 237.500 millones de litros de agua sin gas en todo el mundo, de los cuales 42.7000 millones correspondieron a Europa Occidental, 20.800 millones a Europa Oriental y 45.400 millones de litros a América del Norte². Las ventas mundiales de agua aromatizada en el mismo periodo alcanzaron los 8.400 millones de litros³. Aunque esta cifra es significativamente inferior a la de las ventas de agua sin gas, una CAGR del 3,7 % (2020-24)⁴ en este segmento representa un incremento relativo mayor que el del agua sin gas.

En Europa, el agua representa alrededor del 18 % del sector de bebidas, la mayor cuota de mercado después de las bebidas calientes. Con una CAGR mundial prevista de aproximadamente un 4,2 % y una CAGR europea del 2,2 % (2020-24), se trata de un sector que experimenta un crecimiento constante, sobre todo si se compara con la CAGR +0,7 % de los refrescos carbonatados y el +0,2 % de los zumos y néctares (2018-2021)⁵. Basándonos en la fuerte demanda de bebidas a base de agua y fáciles de consumir, las perspectivas de los productos innovadores y de tendencia en este ámbito son positivas.

Salud y bienestar

En 2020, los consumidores compraron 237.000 millones de litros de agua envasada en todo el mundo⁶. Hay una serie de factores que impulsan esta demanda. Además del aumento de la población mundial y de la necesidad de agua limpia y segura, influyen aspectos como las nuevas tendencias y comportamientos de los consumidores. La creciente megatendencia de la

salud y el bienestar es clave. En la última década, se ha producido un cambio radical en la percepción de los consumidores hacia los alimentos y las bebidas naturales. Los fabricantes de hoy en día tienen que satisfacer a una nueva generación de consumidores expertos que lo examina todo, desde las listas de ingredientes hasta los envases y los métodos de producción, al tiempo que tienen una serie de expectativas en torno a la funcionalidad innovadora que deben ser satisfechas.

El incremento de los niveles de obesidad, la creciente prevalencia de la diabetes y el reconocimiento de la necesidad y la adopción de estilos de vida más saludables también han tenido un gran impacto. Cada vez más, las bebidas azucaradas y carbonatadas están perdiendo popularidad y los gobiernos de todo el mundo están adoptando medidas en este ámbito en respuesta a la preocupación por la salud pública. Desde 2019, 41 países tienen impuestos sobre el azúcar.

Podemos apreciar claramente que los consumidores ya no perciben las bebidas sin gas como algo saludable y el sector del agua se está beneficiando de ello.

Cambios demográficos

Junto con los cambios en el estilo de vida y una mayor concienciación sobre la hidratación, hay factores demográficos que están influyendo, no solo en la demanda general de bebidas a base de agua, sino también en la forma en que se consumen y en las declaraciones de preferencia saludables. Los mileniales consumen de forma diferente y tienen distintas prioridades. El medioambiente es muy importante para ellos, pero también lo es la hidratación en cualquier lugar, que les ayuda a mantener su estilo de vida.

El 73 % de los consumidores de los mercados desarrollados beben agua natural embotellada sobre la marcha y el 60 % en los hogares. Sin embargo, cabe destacar que, durante la COVID, el consumo de agua fuera de casa se vio gravemente afectado. Solo en Europa sufrió una caída del 8 % en 2020, pero suponiendo que la normalidad regrese y, a pesar de este contratiempo, el consumo fuera del hogar aumentará en total un 5 % (2020-25), lo que hace que la oportunidad siga siendo realmente interesante.⁷

Los consumidores de hoy en día, que tienen poco tiempo, necesitan opciones de consumo flexibles que sean lo suficientemente cómodas para adaptarse a su vida, pero también quieren tener la opción de tamaños más pequeños para no sentirse agobiados. Esto está creando la necesidad de nuevas alternativas de envasado que resulten funcionales a la hora de satisfacer las opciones de estilo de vida pero que también sean sostenibles.

Comercio electrónico

Igualmente como consecuencia de la COVID-19, el canal de comercio electrónico experimentó un incremento del 6 % en las ventas de agua envasada en 2020 y se espera que crezca todavía más en los próximos años. Para adaptarse a este canal, las marcas deben pensar en la eficiencia del espacio y la robustez del envase. Los consumidores se están acostumbrando a comprar por internet, por lo que las marcas deberían considerar tener presencia en este canal si todavía no la tienen. Además, en el estante digital, la exposición del cartón puede destacar si se hace la elección correcta del envase y el diseño.

Seguridad alimentaria

Al mismo tiempo, también como resultado de la COVID-19, la investigación publicada en el reporte Tetra Pak Index 2020 revela que la seguridad alimentaria se considera un tema relevante para la sociedad, según más de dos tercios de los encuestados. El reporte también muestra que los consumidores tratan de equilibrar las prioridades fundamentales de la existencia humana a través de alimentos seguros y de la sostenibilidad del planeta en el que vivimos.

Unas tendencias tan potentes y positivas como estas seguirán impulsando el crecimiento del sector del agua. Los estudios de mercado desempeñan un papel fundamental a la hora de garantizar que las empresas de bebidas sean capaces de identificar las tendencias que ofrecen a su negocio el mayor potencial para optimizar su inversión y mejorar sus posibilidades de éxito.

Con una
CAGR mundial
prevista de
aproximadamente
un 4,2 % y una
CAGR europea del
2,2 % entre 2020 y
2024.



Lo mismo pero diferente

Explorando los desafíos en el sector del agua

Sostenibilidad

El medioambiente y el cambio climático rara vez no están en los titulares de hoy en día y los niveles de preocupación por la sostenibilidad de nuestro planeta han aumentado drásticamente en un corto espacio de tiempo. El interés por el medioambiente está creciendo y es una conversación cada vez más presente. La investigación de Tetra Pak revela que, solo en 2018, la conversación en torno a la sostenibilidad generó casi 13,8 millones de menciones en los medios de comunicación social y en línea, un incremento del 48 % en comparación con el año anterior⁸. Es una cuestión que se sigue tratando hoy en día, incluso durante la pandemia global.

Uno de los temas más debatidos ha sido el desarrollo sostenible y la responsabilidad social corporativa. Como consecuencia, la minimización del impacto medioambiental se refleja ahora en las iniciativas de sostenibilidad de muchas empresas, desde el envasado y la producción hasta el envío y el reciclaje. La investigación de Tetra Pak de 2019 muestra que el 86 % de los consumidores espera que aumente la atención prestada a las cuestiones medioambientales en los próximos cinco años, y 2 de cada 3 consumidores creen que nuestro planeta se dirige a un desastre ambiental a menos que modifiquemos con rapidez nuestros hábitos cotidianos⁹.

Pero, ¿qué significa esto para el sector del agua, en el que el envase es fundamental? En la actualidad, la inmensa mayoría del mercado de agua embotellada es de plástico, pero un 86 % de los consumidores europeos considera que los envases de alimentos y bebidas con un bajo impacto medioambiental serán importantes en un futuro próximo¹⁰, por lo que parece que se está produciendo un cambio de tendencia.

Nuestro estudio de 2019 muestra que, entre un número cada vez mayor de consumidores, la preocupación por el medioambiente se traduce en acciones a la hora de tomar decisiones de compra. En 2019, el 21 % de los consumidores compró un producto respetuoso con el medioambiente aunque

su precio fuera mayor (un incremento del 6 % desde nuestro estudio de 2017)¹¹.

Del mismo modo, el 2 % evitó un producto o una marca concreta por motivos medioambientales (un incremento del 2 %), mientras que el 21 % evitó una bebida en envase de plástico por motivos medioambientales, frente al 16 % en 2017¹².

En este sector, existe la oportunidad de desarrollar nuevos envases sostenibles, que funcionen junto con las soluciones convencionales, y de educar a los consumidores sobre opciones de envasado alternativas que tengan un menor impacto sobre el medioambiente.

La confianza y la transparencia forman parte de esta ecuación y las empresas de bebidas deben comunicar claramente sus credenciales de sostenibilidad. Los consumidores están actuando de acuerdo con sus creencias y la ausencia de información sobre productos ecológicos es uno de los tres principales obstáculos para la compra (un 9 % más en 2019 que en 2017)¹³.

Diferenciación

Además de las credenciales de sostenibilidad, la necesidad de diferenciarse en este mercado es un factor clave para el éxito del desarrollo de un producto. Se trata de un mercado competitivo y uniformizado en el que las diferencias entre los productos son limitadas, sobre todo en el sector del agua natural. Esto significa que el envase y los valores e identificadores de la marca, como el color y la forma, son a menudo las únicas diferencias tangibles, lo cual supone un reto para el sector del agua. Los productores de bebidas que quieran tener éxito en este sector deben encontrar nuevas formas de diferenciarse para contar la historia de su marca y aprovechar la oportunidad que supone la creciente demanda de los consumidores.

El envase de cartón es una de esas formas de diferenciación, ya que funciona junto a las soluciones

de envasado existentes como alternativa que se puede utilizar para añadir valor. Por ejemplo, el envase de cartón permite a los fabricantes sacar provecho de tiradas cortas de producción que no son posibles con los envases de plástico convencionales. Los productores pueden desarrollar una serie de prototipos y probar diferentes versiones de su producto en el mercado para descubrir qué es lo que tiene éxito entre los consumidores. Ofrecer variaciones de temporada o ediciones limitadas diferencia tu oferta y permite que tu marca destaque de verdad.

Este enfoque funciona tanto para los nuevos actores como para los más consolidados. Para aquellos productores que buscan sumergirse por primera vez en el sector del agua envasada, los envases de cartón les permiten tener un fuerte impacto a la hora de transmitir su mensaje, mientras que los fabricantes de agua envasada con experiencia tienen la posibilidad de diversificar su cartera de productos de forma que se complementen y aprovechen los productos de agua existentes y cualquier valor de marca referido a la forma y al diseño del envase. Las líneas de productos se pueden extender a nuevas áreas, como por ejemplo, las aguas funcionales o las ediciones limitadas, sin que ello afecte al valor de marca establecido.

El 86%

de los consumidores europeos cree que los envases de alimentos y bebidas con un bajo impacto medioambiental serán importantes en un futuro próximo.

Desarrollo eficaz de nuevos productos

En la industria mundial de alimentación y bebidas, el desarrollo eficaz de nuevos productos (DNP) es una necesidad para los productores que buscan adelantarse a la competencia y generar nuevas fuentes de ingresos. Desarrollar nuevos productos interesantes que gusten a los clientes no es fácil ni barato, pero si la innovación puede ser cara, la inercia puede resultar aún más costosa. Si las empresas de bebidas quieren aprovechar las oportunidades que presenta el sector del agua, deben aprovechar la evolución de las tendencias de los consumidores y, al mismo tiempo, añadir valor al negocio.



Los elevados niveles de inversión necesarios para desarrollar y lanzar un nuevo producto de alimentación y bebidas implican que, en un sector con márgenes ajustados, el fracaso de un producto puede tener un fuerte impacto comercial para los fabricantes. Explorar nuevas formas de crear eficiencias operativas (por ejemplo, pequeñas tiradas de producción rentables que no requieran un aumento de tamaño de forma inmediata), así como el prototipado y el desarrollo de conceptos que optimicen la velocidad de comercialización, reduce el riesgo del desarrollo de nuevos productos y mejora el retorno de la inversión.

Asociarse con un experto del sector es una forma de acceder a oportunidades de escala y beneficiarse de las eficiencias de producción, coenvasado y logística, tanto para los nuevos actores como para las grandes empresas de bebidas que estén probando nuevas iniciativas en el sector del agua.

El socio adecuado puede apoyar y mejorar la creación y desarrollo de tu concepto. El prototipado y testeo rápido pueden hacer de tus ideas una realidad, reduciendo el tiempo de salida al mercado y permitiéndote aprovechar las oportunidades rápidamente. Ello significa que puedes crear ediciones limitadas y tiradas cortas, que te permitan responder a la demanda de los consumidores de forma dinámica a medida que surjan nuevas tendencias y, en última instancia, incrementar tus ventas.

Cuenta tu propia historia

Desarrollando un producto destacado en el sector del agua



Crear un atractivo de marca

¿Trabajas en un mercado uniformizado y buscas formas de superar la similitud de los productos? ¿Cómo ser diferente? ¿Cómo atraer a los consumidores? Tu producto se convierte en una herramienta importante para atraer a los consumidores, crear valor añadido y transmitir tu mensaje de forma eficaz al mercado. Esto significa que el envase es fundamental. La flexibilidad es una de las ventajas que te pueden ofrecer nuestros envases de cartón. Los envases de cartón te permiten conseguir un fuerte impacto visual, con opciones de impresión en 360° y múltiples formas y acabados que harán que tu marca destaque.

Con nuestros procesos de fabricación adaptables, puedes utilizar tiradas de producción cortas y desarrollar una variedad de prototipos de forma rápida y rentable. Aprovechar las diferentes opciones y efectos de impresión significa que puedes probar varias versiones diferentes de tu producto en el mercado para ver cuál tiene el mayor impacto, lo que en última instancia te da la confianza de que tu producto tiene el atractivo de marca necesario para obtener los rendimientos comerciales que deseas.

Los envases de cartón ofrecen una amplia superficie imprimible que puedes utilizar para crear un «efecto de valla publicitaria en 360°» que conecte con los consumidores y cuente la historia de tu marca de una forma única. Además del efecto de valla publicitaria, los tapones también son imprimibles, lo que te permite dar a conocer tu producto de arriba a abajo.

Además, con nuestra experiencia en marketing y consumer insights puedes estar seguro de que los conceptos se desarrollan y prueban para satisfacer con eficacia las necesidades de la audiencia. Tetra Pak no solo te ofrece agua envasada, sino una gama de servicios que van desde el concepto e ideación hasta el diseño y el branding, así como la producción y entrega a través de nuestra red de socios de confianza. Todo ello para que tu marca de agua llegue rápidamente a tus clientes.

Podemos ayudarte a aprovechar nuevas fuentes de ingresos, a desarrollar productos que complementen tu gama actual o a satisfacer la creciente demanda de los canales de comercio electrónico. También podemos ayudar a los productores de bebidas especializados en agua



natural a ampliar su gama de productos al sector de las aguas aromatizadas o funcionales, que son cada vez más populares. Este enfoque aprovecha la garantía de marca existente, que los consumidores reconocen y en la que confían, a la vez que coloca en el estante un producto visiblemente diferente para despertar su interés.

Y, por supuesto, nuestra selección de diferentes materiales, formas y acabados ofrece una vía eficaz para que los nuevos actores de este sector también hagan su declaración de marca.

Además, con pocas inversiones y procesos de producción flexibles en términos de volumen y diseño, el lanzamiento de productos en múltiples territorios con envases que presentan diferentes idiomas es posible y asequible.

Podemos ayudarte a aprovechar nuevas fuentes de ingresos, a desarrollar productos que complementen tu gama actual o a satisfacer la creciente demanda de los canales de comercio electrónico

Nos esforzamos por reducir nuestro impacto medioambiental incorporando una mayor reciclabilidad y renovabilidad en nuestra cartera de productos y acelerando las asociaciones con actores relevantes en la cadena de valor para ayudar a incrementar el reciclaje. Creemos en el suministro responsable y en el uso de materias primas acreditadas en nuestros productos, pero también nos comprometemos con nuestros clientes a no poner en peligro nunca las exigencias de seguridad alimentaria. Gracias a innovaciones como nuestros tapones de base vegetal fabricados a partir de caña de azúcar, un material renovable, somos capaces de cumplir con nuestros clientes, con los consumidores y con el medioambiente.

Atraer a los consumidores

En este mercado tan competitivo, es necesario extraer el máximo valor de todos los aspectos de tu actividad y eso incluye el envasado. Creemos que la digitalización está transformando el papel de los envases de alimentos y bebidas en algo más que la protección del producto: se trata de conectar con tus clientes y acceder a nuevas posibilidades.

Con el envase de cartón de Tetra Pak para agua, puedes crear puntos de contacto tangibles en el mercado, con la posibilidad de ofrecer soluciones promocionales y de compromiso con los consumidores.

Esto transforma los envases en soportes de datos a gran escala que permiten ofrecer información, como el lugar de fabricación del producto, la granja de la que proceden los ingredientes y el lugar donde se puede reciclar el envase. Ello se puede extender a las actividades de marketing y al compromiso con la marca, a través de juegos en el envase, promociones, aplicaciones y experiencias online que permitan que los consumidores interactúen con tu marca y den su opinión.



Resumen y conclusiones

El sector del agua es un mercado competitivo que está lleno de oportunidades comerciales. La demanda mundial de agua envasada está creciendo y, dado que la actitud de los consumidores hacia los envases de agua convencionales se está modificando, ha llegado el momento de cambiar las cosas. Las alternativas de cartón te permiten aprovechar la tendencia mundial hacia lo saludable y hacia el bienestar, así como crear productos que capten la atención de los consumidores. Es la solución de envasado inteligente, innovadora, versátil y rentable que te ayudará a superar muchos de los desafíos singulares de este mercado. Para los productores que notan el cambio de tendencia que se está produciendo, los envases de agua les permiten aprovechar ampliamente las considerables oportunidades que ofrece este mercado.

- **Sigue la corriente:** la demografía y las tendencias cambian continuamente. Mantente al día sobre el comportamiento de los consumidores para entender tu mercado y estar preparado para actuar rápidamente cuando surjan oportunidades.
- **Atrévete a ser diferente:** asegúrate de que tu producto resulte atractivo en el estante para destacar entre la multitud.
- **Elimina el riesgo:** el desarrollo de nuevos productos es una tarea arriesgada. Sumérgete en el negocio del agua con tiradas de producción a pequeña escala, prototipado y desarrollo de conceptos para reducir el riesgo y aumentar el retorno de la inversión
- **Perfecciona tu proceso:** encuentra un socio con experiencia que pueda ofrecerte capacidades de producción y logística mejoradas para maximizar tu eficiencia y minimizar tus costes.

Acerca de Tetra Pak

Tetra Pak es líder del mercado en envases de cartón. Tenemos soluciones innovadoras y punteras en el mercado del procesado y envasado de alimentos, haciendo que los alimentos sean seguros y estén disponibles en todas partes. Contamos con una amplia experiencia y conocimientos técnicos sobre el envasado de agua en cartón, el diseño de envases eficaces y el lanzamiento con éxito de un producto al mercado.

Somos un socio altamente cualificado para ayudar a las empresas a aprovechar la oportunidad que ofrecen los envases de cartón para agua.

Más que un proveedor, somos un socio integral, con una gama inigualable de productos, experiencia y recursos para ayudarte a prosperar en este sector. Estamos preparados para prestarte asistencia en la optimización del funcionamiento y la producción, y podemos ayudarte a realizar todo tipo de tareas, desde la formulación hasta el prototipado y otros aspectos.

Más información aquí.

<https://www.tetrapak.com/es-es/campaigns/water-in-carton/contact-us>



[linkedin.com/company/tetra-pak](https://www.linkedin.com/company/tetra-pak)



[youtube.com/user/tetrapak](https://www.youtube.com/user/tetrapak)



References

- 1-6 GlobalData Market Analyzer: Soft Drinks Brand Volume & Value; Quarterly Beverage Forecasts; GMD – Segment Insights
- 7 Tetra Pak Toolkit, Winning at Water
- 8-9, 11-12 Tetra Pak Index, The Convergence of Health and Environment, 2019
- 10, 14 Tetra Pak Environmental Research Global, 2019
- 13, 15 Tetra Pak, Consumer Environmental Trends Report 2019, 2019

