

Categoría de los RTD cautiva a jóvenes entre los 18 y 24 años

Refrescantes tragos que han duplicado su consumo

CIRO COLOMBARA C.

Las ventajas son variadas: no requieren preparación, traen la cantidad justa para el consumo individual y además son fáciles de llevar a cualquier parte. Ahora, esos elementos no tendrían el mismo peso si no estuviera presente un punto central y ese es que los llamados Ready to Drink (RTD) -o tragos listos para tomar- son productos de calidad y gran sabor.

¿Qué dicen las cifras? Según el

Capel Ice sumó una nueva variedad durante el mes de agosto, disponible en formato individual de 275 cc. y sólo 5 grados de alcohol.

estudio de mercado retail Index canasta Nielsen, la categoría de los RTD aumentó 2,5 veces entre 2019 y 2022 en Chile.

Juan Staudt, gerente de marketing y comunicaciones de Cooperativa Capel, hace una precisión sobre los resultados al decir que, "en Chile, después del peak del 2021, hemos visto una contracción de aproximadamente 5% por año. Hay que recordar que el volumen de la categoría se duplicó el 2021 y este año se ve mejor, incluso podríamos llegar a pensar que lo superará".

El ejecutivo comenta que la base de la gran mayoría de los productos que están en el mercado son destilados transparen-



"Lo que más se valora de los RTD es el formato, su graduación alcohólica y el sabor", dice Staudt.

tes neutros. "En cuanto al perfil del consumidor más intensivo, el segmento en el que vemos mayor penetración es de los jóvenes entre 18 y 24 años. A nivel socioeconómico o género no hay diferencias estadísticamente significativas, aunque hay una leve predominancia femenina. En cuanto a lo que más se valora de los RTD, están el formato, su graduación alcohólica y el sabor".

¿Hace cuántos años ingresó Capel a esta categoría?

"Llevamos más de 10 años y hemos estado presentes hasta con tres marcas: Capel Ice, Alto

del Carmen Ice y Madero Ice. Hoy mantenemos las dos primeras, Capel con cuatro sabores y Alto con dos".

¿Y cuál es el más reciente lanzamiento de Capel Ice?

"Nuevo es el nombre de nuestro último lanzamiento, que ha visto la luz en agosto. Se trata de un sabor único, irreverente e indefinible, en donde domina la fresca manzana, combinado con otros aromas y sabores. Al igual que los otros lce de Capel, está disponible en formato individual de 275 cc., el gas justo y sólo 5 grados de alcohol. Viene a su-

marse a los otros tres sabores de la marca, que son berries, citrus y mojito".

En esta categoría es común ver el formato lata. Ustedes, en cambio, utilizan la botella. ¿Por qué razón?

"Cada empaque tiene su rol y nosotros tenemos hoy una mejor capacidad de producir botellas. Es un tema que evaluamos en su momento y fue este envase el que nos hizo más sentido en una relación costo-beneficio, pensando en la propuesta de valor que les hacemos a los consumidores".

¿Y cuáles son los elementos que distinguen a Alto del Carmen Ice?

"Al igual que Capel Ice, viene en formato botella de 275 cc. y tapa 'twist off'. Cuenta con dos sabores -fixer y altonic-, que tienen una propuesta más parecida a la coctelería, más allá que un sabor plano".

A este catálogo se suma un pisco sour en lata de la marca Estrella del Elqui, que debutó en el mercado en el año 2021. "Lo que quisimos hacer acá fue incorporar al portafolio un formato individual, para buscar aquellas ocasiones de consumo que lo requerían. Pensemos en minibar de hoteles, aviones o simplemente en los hogares que no quieren tener una botella abierta. Una lata de Estrella del Elqui rinde justo dos copas tipo flauta, ideal para compartir entre dos", comenta Juan Staudt.

