

Economía

PLATA PARA DEUDAS CAPRECOM

Un decreto expedido por el Ministerio de Hacienda permitirá atender deudas por \$514.247 millones reconocidas en el proceso liquidatorio de Caprecom.

SUBE PERMANECE ESTABLE BAJA

DIVISAS

DÓLAR	EURO	MONEDAS BOLIVAR
\$ 3.183,01 TRM	\$ 3.589,80	\$ 0,41
AYER: \$ 3.189,21 (C) \$ 3.040 (V) \$ 3.085	AYER: \$ 3.579,57 EN DÓLARES: 1.1278	PESO MÉX. \$ 167,11 REAL BRASIL \$ 845,98

ÍNDICES ECONÓMICOS

CAFÉ (N.Y.)	PETRÓLEO (Brent)	ACCIONES	INTERÉS (E.A.)	UVR	USURA
US\$ 1,09 LIBRA	US\$ 61,93 BARRIL	1.586,96 COLCAP	4,40 % DTF	\$ 268,0577 HOY	28,92 % CONSUMO
AYER: US\$ 1,07	AYER: US\$ 63,66 CRUDO WTI US\$ 55,30	AYER: 1.607,23	IBR (3 MESES) 4,22%	MAÑANA: \$ 268,0811	MICROCÉ. 55,14 %

Aumenta la temperatura en la competencia de cervecerías

Luego de lanzar Andina, CCC entra al mercado de maltas, donde aspira a morder el 15 %. Hubo respuesta instantánea de Bavaria.

CARLOS ARTURO GARCÍA M. CarlosGarciaM66 artgar@eltiempo.com

Luego de inaugurar su planta y empezar a vender, hace cinco meses, la nueva marca nacional de cerveza Andina, la Central Cervecera de Colombia (CCC) dio un nuevo paso al entrar ayer en el segmento de maltas, con respuesta inmediata de Bavaria, que hizo su propio lanzamiento.

Así, la lucha de la histórica Bavaria y la nueva CCC ya no es solo por el mercado de la tradicional 'pola'. Las apuestas presentadas ayer son Natu Malta (CCC) y Pony Malta Vital (Bavaria).

No es para menos. Este segmento, con una tradición de más de cinco décadas en el país y en pleno crecimiento, representa el 15 por ciento de las bebidas no alcohólicas y mueve al año más de 400 millones de dólares. Y en ese terreno

de las maltas, el lanzamiento de CCC se hace con la aspiración de haber obtenido el 15 por ciento del mercado en los próximos tres años.

Por eso, dichas cerveceras decidieron aumentar sus apuestas con productos cada vez más naturales, con menos azúcar, cero conservantes y edulcorantes, pero con alto contenido vitamínico para llamar la atención de más consumidores de todas las edades.

Pero, mientras comienzan a medir fuerzas en este segmento, en el de las cervezas intensifican su pelea con más promociones, nuevos formatos y hasta el lanzamiento de una colección de ropa en el marco de Colombiamoda la próxima semana, como se lo anticipó Bavaria a EL TIEMPO, para conmemorar los 90 años de Póker.

Andina le apuesta al ciclismo para escalar

Con el lanzamiento ayer de Natumalta, la Central Cervecera de Colombia (CCC), que hace cinco meses se estrenó en el país con Andina, envía un mensaje contundente al mercado: la pelea por una cuota de esta popular bebida es en todas las categorías.

Con Natumalta, una bebida ciento por ciento natural, quieren morderte al mercado un 7 por ciento en el primer año y 15 por ciento en tres, señaló Carlos Alzate, su vicepresidente de Mercadeo.

Agregó que no entrarán en una guerra de precios en la que el perdedor, por lo general, es el consumidor. Por eso, su estrategia se centra en la calidad del producto diseñado para que cualquier persona lo pueda consumir.

"Esta bebida tiene todo lo que las personas necesitan: es nutritiva, brinda energía y cuenta con un gran sabor. Está elaborada con ingredientes naturales y con 70 por ciento más de malta frente a otras bebidas de la categoría

y se produce en la planta de Sesquile", explicó.

Pero al igual que su más cercano competidor, la CCC tiene claro que la batalla de las maltas es apenas un frente en la guerra por consolidarse en el mercado colombiano. Por eso, su estrategia global apunta en varias direcciones para ganar espacio en el gusto cervecero de los colombianos.

Alzate le dijo a EL TIEMPO que entrarán de lleno en el mundo del ciclismo como una alternativa para reforzar aún más la presencia de la marca Andina en los consumidores, entre quienes ha habido una gran aceptación.

Eso, en su opinión, ha tenido un efecto directo en las ventas de la cerveza, las cuales están por encima de las metas y de las expectativas que tenían las directivas con el lanzamiento de esta.

Además, vienen de una campaña relacionada con los 200 años de la batalla de Boyacá, que les dio la oportunidad a miles de consumidores de obtener premios al destapar una botella de Andina, mientras refuerzan su plan de expansión en todo el país.

Su fuerte es la región cundiboyacense y avanzan en la conquista de la costa Atlántica, Antioquia, Boyacá, y en total hacen presencia en unas 250.000 tiendas a nivel nacional gracias a la red de distribución con que cuenta Postobón, precisó Alzate.

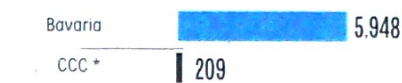
También acaban de lanzar la Andina en lata de 200 mililitros (ml), más pequeña, pero con la ventaja de que se mantiene fría hasta el final, incluso en clima caliente, y la lata de 473 ml a un menor costo, lo que la hace más asequible.

Y si bien no tienen referencia de 750 ml, no significa que no estén pensando en ello, puntualizó el directivo.

RESULTADOS EN 2018

VENTAS

Miles de millones de pesos



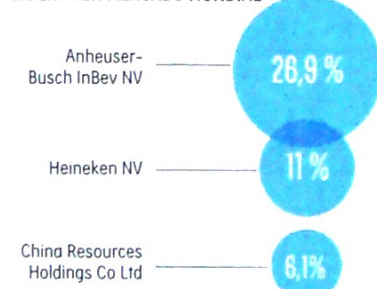
GANANCIAS O PÉRDIDAS

Miles de millones de pesos



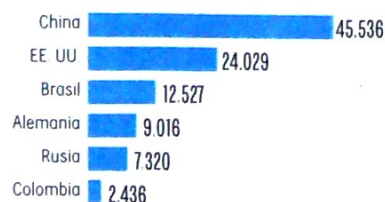
* Aún no fabricaba ni vendía sus marcas propias. Estaba en el montaje de la planta y comercializaba marcas extranjeras

PARTICIPACIÓN DE LOS TRES LÍDERES EN MERCADO MUNDIAL



COLOMBIA FRENTE A LOS MAYORES MERCADOS DE CERVEZA

(Tamaño del mercado en millones de litros al año, en 2017)



Fuente: Supersociedades y Euromonitor

Respuesta de Bavaria incluye línea de ropa

Bavaria no quiere ceder ni un solo milímetro del terreno conquistado tanto en el mercado de la cerveza como en el de las maltas, y así lo demostró ayer con el lanzamiento de Pony Malta Vital, su nueva bebida en esta categoría.

A pesar de contar con dos productos bien posicionados, Pony Malta, con 52 años en el mercado y dirigido al público infantil, y Malta Leona, relanzada el año pasado en el segmento de adultos jóvenes, decidió salirle al paso a su competencia con una nueva malta que, en opinión de sus directivas, responde al consumidor actual que demanda bebidas saludables.

"Nuestra nueva malta tiene 40 por ciento menos azúcar, está fortificada con zinc y el doble de vitaminas del complejo B. Además, está elaborada con ingredientes naturales, sin edulcorantes artificiales ideal para chicos y grandes que requieren, en algún momento del día, recargar sus baterías", dijo Thor Borresen, vicepresidente de Mercadeo de la multinacional.

El piloto colombiano, ex fórmula 1, Juan Pablo Montoya, y su hijo Sebastián serán la imagen de la campaña con la que Bavaria busca posicionar su Malta Vital, reforzando que es una bebida nutritiva para la familia, agregó.

Esto hace parte de la estrategia para defender su terreno, e incluye renovación de las marcas de sus cervezas que ahora traen etiquetas metalizadas, nuevos empaques y campañas que fortalecen el compromiso adquirido con el consumidor.

Iniciaron en 2018 con Póker, en enero se hizo el cambio de Águila en el Carnaval de Barranquilla, hace dos semanas estrenaron la nueva

imagen de Cola y Pola y en los próximos días vienen cambios en otros productos, así como el estreno del formato litro de Águila Light y Pilsen.

Borresen señaló que estos cambios afectan toda la cadena de producción de cada marca, lo que puede demandar entre 30 y 50 millones de dólares por producto.

Pero quizás lo más osado de la estrategia de defensa de mercado de Bavaria es su incursión en el terreno de la moda. Según el directivo, el próximo miércoles, en Colombiamoda, lanzan su colección de ropa casual, para celebrar los 90 años de Póker, iniciativa que hacen en alianza con la marca Tenis.

"Estará tres meses en las tiendas Tenis del país y serán prendas inspiradas en Póker con los valores de Tenis. Las personas encontrarán jeans, chaquetas, faldas, camisetas, botas, sombreros, abrigos enfocados en los jóvenes adultos", precisó el directivo.



Pony Malta Vital se fabrica en la planta de Itagüí



Natumalta se elabora en la planta de CCC, en Sesquile.

Reconocimiento global a tecnológica colombiana

La multinacional tecnológica colombiana Bizagi fue reconocida como líder en procesos de automatización inteligente por la guía global de la firma analista de tecnología The Forrester Wave.

La compañía es proveedora global de plataformas de automatización inteligente de procesos, y tiene más de 1.000 clientes en 55 países.

The Forrester Wave es uno de

los informes mundiales con mayor credibilidad, y es la primera vez que una empresa colombiana es nombrada líder en una de sus entregas.

Bizagi fue catalogada líder en el desarrollo de soluciones para automatizar procesos denominados complejos, como por ejemplo la generación de créditos en bancos, reclamaciones de siniestros en aseguradoras o la integración

de la administración de la cadena de suministros, entre otros.

De acuerdo con la empresa, el crecimiento de la automatización de los procesos robóticos y la inteligencia artificial están llevando a las organizaciones a orientarse hacia la automatización de procesos en toda la estructura organizacional como un elemento facilitador clave para replantear los procedimientos en forma exitosa.

Boloto

Sorteado 1.904 del 17 de julio de 2019

06 12 14 15 38 10

Super Boloto

REVANCHA!

Sorteado 1.904 del 17 de julio de 2019

07 09 11 13 38 15

Super Boloto

Consulta también los resultados de cada sorteo en www.boloto.com

AGUJAS	# GANADORES	PROMEDIO POR GANADOR
5+1	0	SE ACUMULA
5+0	0	0
4+1	6	\$1.472.285
4+0	54	\$178.924
3+1	150	\$55.824
3+0	2.440	\$11.201
2+1	1.947	\$11.210
1+1	2.105	\$3.556
0+1	20.425	\$5.700

25.022 GANADORES
NUEVO ACUMULADO
\$53.000 MILLONES

AGUJAS	# GANADORES	PROMEDIO POR GANADOR
5+1	0	SE ACUMULA
5+0	1	\$15.115.744
4+1	4	\$757.365
4+0	107	\$30.967
3+1	222	\$12.935
3+0	3.298	\$3.000
2+1	2.105	\$3.556
1+1	17.809	\$2.100

23.546 GANADORES
\$28.000 MILLONES