



MOMENTO CORPORATIVO

ROBERTO AGUILAR

@robertoah

Alsea, ¿cómo sobrevivir la guerra del café?

Por lo menos en la CDMX es notoria la mayor presencia de nuevas cafeterías que con distintos formatos compiten por un mercado que está en pleno crecimiento. Entre 2021 y 2025 el consumo per cápita pasó de 1.34 a 1.44 kilos, una tasa anual compuesta de 1.8 por ciento. Comparado con Brasil, Colombia y Costa Rica, México es el único que reportó crecimiento en el consumo, aunque sigue por debajo de Brasil (6.28), Costa Rica (3.55) y Colombia (2.47), país que sería el referente más alcanzable; en 30 años si mantiene el ritmo de crecimiento.

“Por lo tanto, creemos que esto refleja la importante oportunidad de mercado sin explotar a largo plazo y posiciona a México como un mercado atractivo en la región con potencial para seguir expandiéndose”, esta es una de las primeras conclusiones de un amplio y detallado reporte elaborado por Santander.

MÁS AROMA

Además, los censos económicos 2024 del INEGI detallan que en México operan 74 mil 787 cafeterías, que incluye negocios similares como fuentes de sodas y heladerías; un aumento de 17 mil 50 unidades entre 2018 y 2023, una tasa anual promedio de crecimiento de 6.5 por ciento, mientras que el personal empleado avanzó a una tasa promedio de 6.5 por ciento.

Santander precisa que los datos incluyen no sólo cadenas de café sino todo tipo de cafeterías y negocios similares, y que la muestra de negocios que analizó representa 3 por ciento, es decir cerca de dos mil 300 establecimientos. Finalmente, analizó 11 cadenas de cafeterías con una rápida expansión en la CDMX y un universo de dos mil 310 establecimientos.

“Visitamos siete de los conceptos de café más relevantes para comprender mejor la propuesta de valor que ofrecen y evaluar el potencial de cambio en la dinámica de la participación de mercado”, detalló Santander, que concluyó que la competencia está muy concentrada en el área metropolitana de la CDMX, donde operan las 11 cadenas y 529 tiendas (23 por ciento del total), mientras que el Edomex le sigue con nueve marcas y 200 establecimientos.

VENTAJAS COMPETITIVAS

Santander consideró que Starbucks, el concepto más importante de Alsea, enfrenta la competencia por parte de nuevos participantes, quienes operan tiendas de formato pequeño, lo que les permite expandir su presencia a un ritmo más rápido que ellos. Los nuevos competidores, que basan su estrategia en los precios, concentran su presencia en CDMX y limitan el impacto geográfico de Starbucks con 37 por ciento de sus unidades en el área metropolitana de la CDMX.

“Creemos que Starbucks continúa beneficiándose de su sólida reputación de marca, sus importantes ventajas de escala y su amplia oferta de productos en comparación con sus competidores, mientras que su presencia a nivel nacional es una clara ventaja”, concluyó Santander, que actualizó sus estimaciones para las acciones de Alsea. Mantuvo la recomendación Outperform y calculó un precio objetivo de 59 pesos para finales de 2027, que sustituyó uno anterior de 62 pesos para el cierre del año en curso. ■

