

EL MERCADO DE CERVEZAS A NIVEL NACIONAL

Se mantiene el regionalismo

Pero debe reconocerse el avance de la marca Cristal, debido a la maquinaria de distribución de Backus en las zonas del interior, preparándose para la batalla nuevamente ya que la AmBev, la mayor cervecera de Latinoamérica y 6ta del mundo, competirá en el país, el cual tiene el promedio más bajo de consumo de cerveza en la región, con un promedio de 22 litros al año por habitante.

Cómo se encuentra en la actualidad este mercado, DATUM INTERNACIONAL realizó una investigación en mayo de este año a 1103 personas a nivel nacional, para determinar las tendencias del consumo de esta popular bebida entre los mayores de 18 años de edad de todo el país.

El no consumo de cerveza llega al 36% de personas, principalmente mujeres, donde se eleva a 49%, de 46 a 65 años donde llega al 51% y el Oriente del país con 41%.

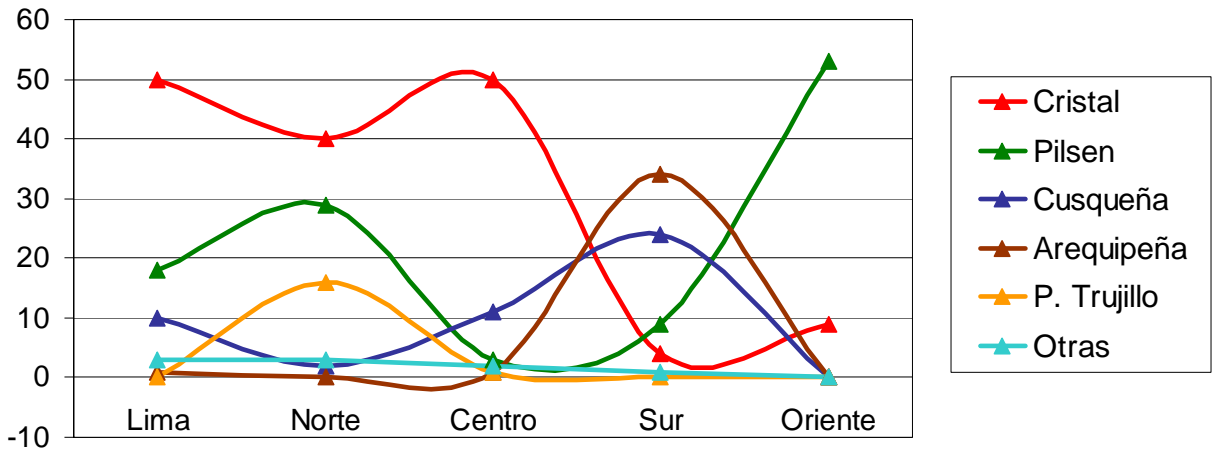
Consumo en los últimos 4 meses

- ✓ El liderazgo de la marca Cristal es manifiesto con 36% en general, siendo el líder en el Norte, Centro y Lima. Pero su presencia en el Sur es casi nula a decir de los consumidores.
- ✓ Pilsen cuyo reducto era sólo el Callao ahora se ha convertido en el líder del Oriente específicamente en Iquitos.
- ✓ Arequipeña con casi nula presencia en el resto de regiones lidera el Sur, aunque seguido de cerca por Cusqueña.
- ✓ Pilsen Trujillo no sale de su región, ubicándose a continuación de Cristal y Pilsen en el Norte.

- ✓ La presencia de otras marcas es mínima, más o menos 2% y básicamente en el segmento de altos ingresos. (ver gráfico N°1)

Gráfico N° 1

Consumo de cerveza en los últimos cuatro meses

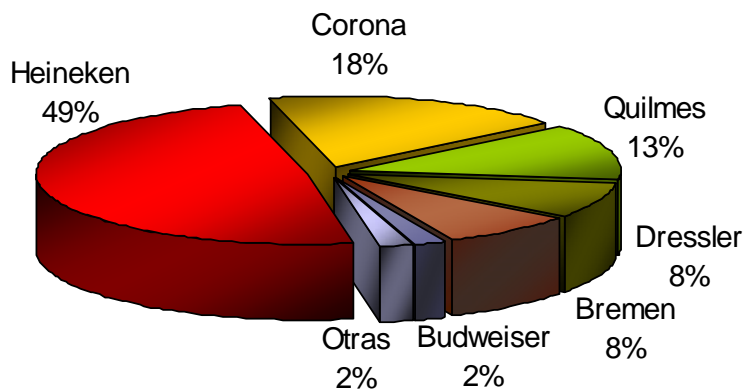


Cerveza importada

El 19% ha llegado a tomar cerveza importada en el último año, principalmente en el segmento de jóvenes de 18 a 25, niveles altos y en la Gran Lima. La menor incidencia se produce en el Oriente del país y entre las personas de mayor edad. Este segmento está liderado por Heineken largamente, por sobre Corona, que mejora en Lima y Quilmes que es el líder en el Sur del país. (ver gráfico N°2)

Gráfico N° 2

Consumo de cerveza importada en el último año



Tipo de envase

El tipo de envase es cuestión de estado en términos de los consumidores y están predeterminados ya sea por su condición de nivel así como de zona del país, por ejemplo, el 64% consume en botella grande de 620cc. hecho dominante en la totalidad de segmentos a excepción del Oriente por limitaciones de transporte. La botella chica normalmente comprada en six packs es el tamaño preferido en esta región, además entre las personas de nivel alto/medio y los jóvenes de 18 a 25 años.

La botella de litro 100 es importante en la zona Sur y las personas de 36 a 45 años. Mientras que las latas no han llegado a calar en los consumidores llegando sólo a 3% si sumamos chicas y grandes. Hay también un segmento de indiferentes ante el envase básicamente en el Centro del país, toman en cualquier tipo de envase.

Frecuencia de consumo

Los hábitos de frecuencia de consumo concuerdan con el bajo nivel señalado del consumo país, ya que el 46% afirma consumir cerveza con una frecuencia mayor a un mes, -aquí como mayor componente las mujeres-, para el 20% el consumo es mensual, sobre todo hombres y en la zona Sur.

Los fines de semana es la frecuencia ideal para el 19% principalmente jóvenes de 18 a 25 años, nivel alto/medio y residentes en Lima. El 10% lo hace en cualquier momento.

Lugar preferido para tomar cerveza

Las reuniones y compromisos se constituyen en el lugar/ocasión perfecta para los peruanos, así el 59% opta por esta opción para tomar cerveza, concentrándose aquí los consumos femeninos. Tomar en casa es la segunda opción para el 9%, destacando en Lima y el nivel bajo superior. El consumo en karaokes, discotecas y peñas llega a 7% con la concentración en jóvenes de 18 a 25 años y la zona sur del país. En tanto que un 6% toma en cualquier lugar predominando los del oriente. La calle, junto a amigos y amigas sigue siendo una opción para el 5%.

Preferencia de cerveza importada o nacional a un mismo precio

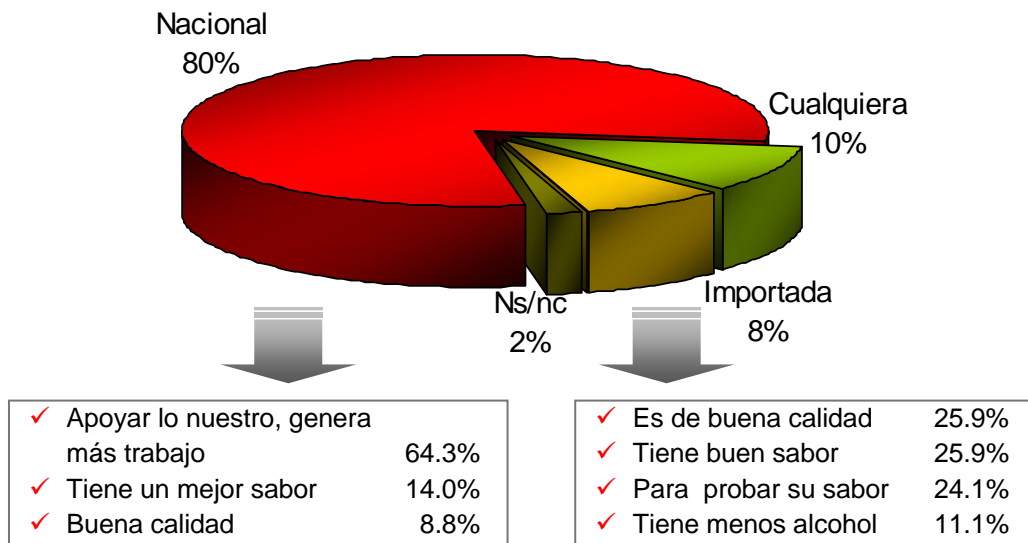
Ante esta posibilidad los consumidores se inclinan por la cerveza peruana en un 80%, opinión mayoritaria en todos los segmentos, sólo en el centro crece la opción de cualquiera de las dos y la importada.

Las razones como vemos en el cuadro 3 para preferir la cerveza importada es la buena calidad según los hombres y mayores de 36 años y el tener un buen sabor para las mujeres, de la Gran Lima y las personas de 18 a 25 años. En tanto que los que buscan probar su sabor se hallan entre los de las zonas Norte y Oriente.

Las preferencias de la cerveza nacional se sustentan en un apoyo a lo nuestro para generar más trabajo, en tanto que tiene un mejor sabor para los de nivel socioeconómico alto/medio y la Gran Lima. Un grupo señala que es de buena calidad, preferentemente en el sur y personas de 46 a 65 años de edad.

Gráfico N° 3

Preferencia por cerveza importada o nacional al un mismo precio



Base: 701 consumidores de cerveza

Carlos Fowks

Director de Estudios Cuantitativos

Datum Internacional