EXCELSIOR
EL PERIÓDICO DE LA VIDA NACIONAL

Fecha	Sección	Página
07.08.2023	Dinero	2

ESTUDIO DE KANTAR

El consumo de cerveza se reconfigura

POR ERÉNDIRA ESPINOSA
erendira.espinosa@gimm.com.mx

La industria cervecera sigue enfrentando retos, los principales son: los cambios de hábitos de los consumidores y la inflación, que ha hecho que los compradores analicen más sus gastos, principalmente cuando se trata de ir a tomar una copa al bar.

De acuerdo con Adrián Ávalos, Out Of Home & Usage Food Manager de la División Worldpanel de Kantar México, el consumo de cerveza fuera de casa está recuperándose; pero, aunque hay más compradores, no se está vendiendo más cerveza en restaurantes y bares.

"Mientras que el consumo acompañado se traslada hacia fuera del hogar, al buscar ocasiones de consumo con los amigos o familiares tras estos años de confinamiento, la categoría se mantiene estable en cuanto a su volumen (+0.7% 2023 vs 2022). En parte esto puede generarse por el incremento en precio (+4.7%)", externó.

"Aunque hay más compradores en comparación con los dos años anteriores, estos no se hacen más intensos, pues llevan consigo menos unidades y espacian sus viajes de compra", detalló en un análisis.

El consumo de la espumosa bebida es diferente si ocurre dentro o fuera del hogar. En casa, generalmente el consumo es en solitario o en pareja. La mayoría del consumo en casa se hace acompañado, con 89.1%, sin embargo, el consumo individual está avanzando, pues en marzo de 2022 tenía un peso de 10%, contra 11% del año actual.

YouGov BrandIndex reveló que, entre las 30 marcas de cerveza en el país, la mejor posicionada en la población en lo que va de 2023 es Victoria. Esto considerando factores como impresión, valor, calidad, reputación, satisfacción y recomendación.

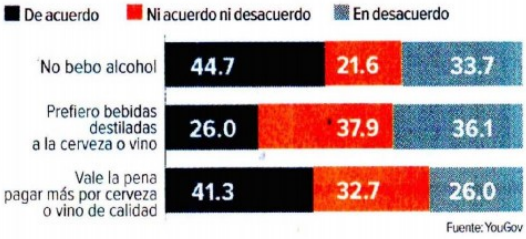
Sin embargo, de acuerdo con la compañía de análisis, "las cervezas de Grupo Modelo dominan cuatro de las cinco primeras posiciones en la tabla general. Pero entre los consumidores de 18 a 34 años, así como entre las mujeres, la rival Heineken es la marca mejor posicionada. Los mexicanos de 35 a 54 años prefieren Modelo Especial, mientras que la población de más de 55 años prefiere Negra Modelo. Aunque Victoria tiene la primera posición entre la población general, la marca solo conserva este mismo lugar en el nicho masculino".

ARTESANAL EN LÍNEA

La que se está abriendo paso en el mercado es la cerveza artesanal. Según datos de Tiendanube, plataforma de comercio electrónico, de enero a junio de 2023, la venta en línea de cerveza artesanal mantuvo un crecimiento del 11% en comparación con el primer semestre de 2022, con un ticket promedio de mil 537 pesos.

A LOS MEXICANOS LE GUSTA LA CERVEZA

(Estructura porcentual de respuestas)



Fuente: YouGov