

## MINUTA

### Tendencias y Desafíos de la Industria de Cervezas

---

El pasado 27 de junio, Alejandro Moya, account director de la empresa Nielsen participó en el tradicional Encuentro Cervecerero organizado por la Asociación de Productores de Cerveza de Chile (ACECHI), donde realizó un interesante análisis de los hábitos de consumo actuales en el país y cómo ha ido evolucionando el consumidor en el tiempo.

Respecto a este punto, Moya destacó que en los últimos años se han presentado fuerzas de cambio que están impactando de forma importante en el consumo de los chilenos. El aumento del PIB per cápita, el incremento en la relevancia de la clase media, la mayor inclusión laboral de las mujeres, el aumento de población inmigrante en el país y el envejecimiento de la población en general, son algunos de los elementos que han ido generando una mutación en las preferencias y hábitos de consumo de los chilenos.

Dentro de uno de los cambios más destacados figura la preponderancia de las marcas Premium en la canasta, donde en el caso de las bebidas con alcohol las marcas Premium destacan en importancia por sobre el promedio, alcanzando un peso del 40,2% y siendo el segmento que más aumenta su importancia en esta categoría, impulsado principalmente por las cervezas.

Pero ¿qué atributos premium son los que prefiere el consumidor chileno? Para Moya, esto está claro:

- 47% tiene un mayor estándar de seguridad/calidad.
- 45% materiales amigables con el medio ambiente.
- 44% entrega un desempeño superior
- 41% contiene ingredientes naturales /orgánicos.
- 35% ofrece/ hace algo que ningún otro producto hace.
- 31% entrega un mensaje de responsabilidad social.
- 14% se preocupa por la denominación de origen.



## Canales de Venta

Dentro de los diversos canales de ventas, según las estadísticas presentadas por Nielsen, supermercados alcanza 60% de importancia en facturación y 62% en consumo durante el último Año Móvil (UAM), consolidándose como el canal más relevante en Chile.

Esta consolidación viene de la mano con un crecimiento de las bebidas con y sin alcohol, las cuales registraron un incremento en el porcentaje de ventas generadas bajo TPR durante el Último Año Móvil de 36.5% y 30.1%, respectivamente.

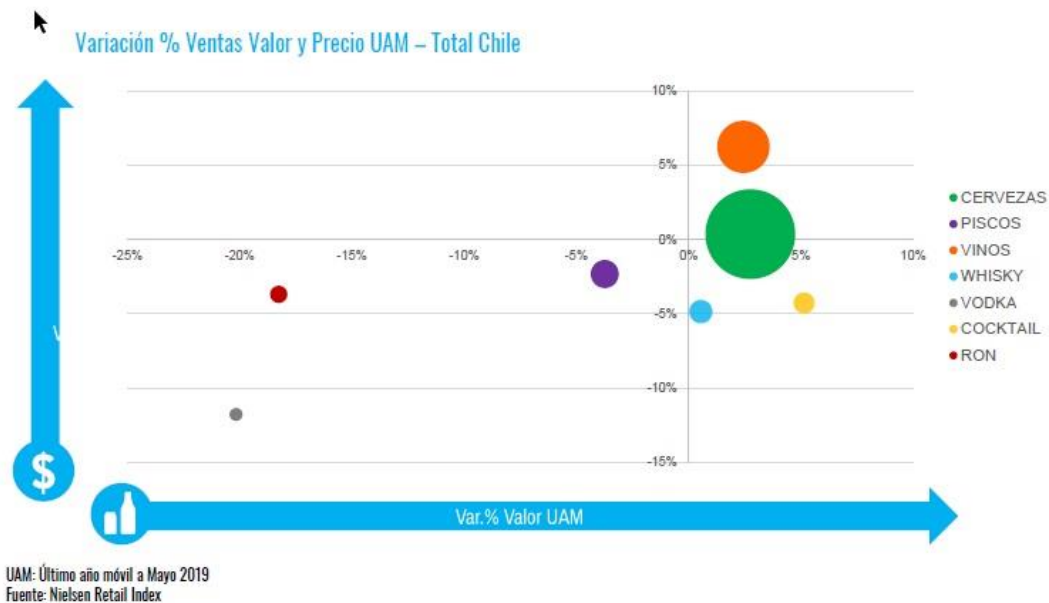
Según Moya, la actividad promocional de este canal ha sido importante en el incremento observado en las ventas.



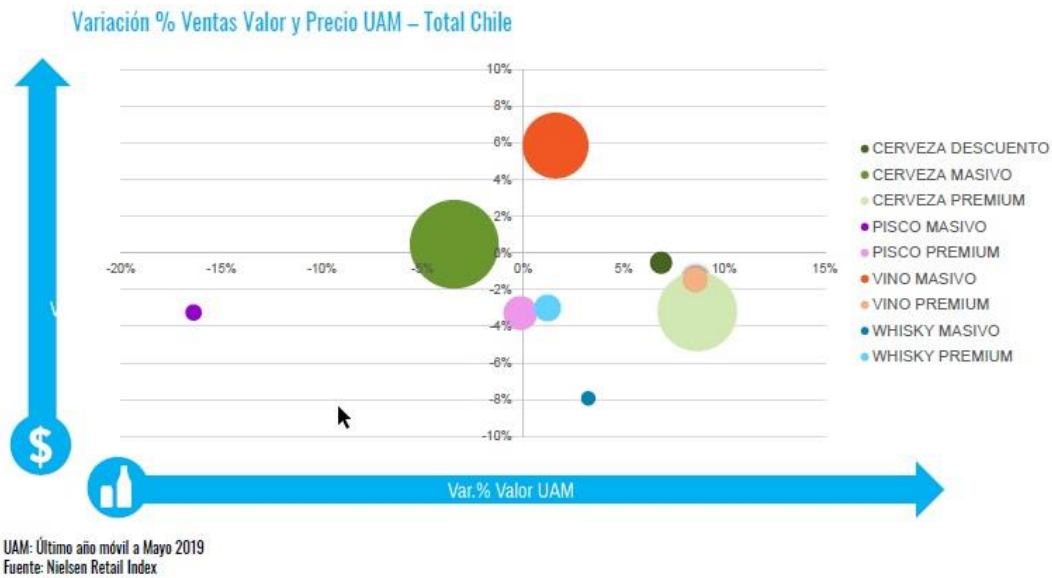
Supermercados se consolida como el canal de venta más relevante el Chile.

## Canasta de Bebidas con Alcohol

Al analizar la composición de la canasta de bebidas con alcohol se observa que la cerveza concentra el 60% de las ventas valor de la categoría.



Uno de los datos más reveladores presentados por Nielsen dice relación con la “polarización del consumo” que se observa en la categoría de cervezas: mientras la cerveza de descuento y premium registran un incremento en su valor en tasas que se sitúan entre el 5 y 10%, la cerveza masiva cae en tasas cercanas al 4 o 5%.



Esta "polarización" atendería a las expectativas económicas de los consumidores chilenos: aun cuando el índice de confianza del consumidor se ha ido recuperando a partir del tercer trimestre de 2018, un 46% declara haberse cambiado a marcas más baratas. Mejoran las expectativas, pero se toman las medidas necesarias para reducir el gasto.