

# Factores determinantes de la demanda de cerveza en los jóvenes guayaquileños entre 18 y 24 años

## PROBLEMA

En Ecuador, desde el 2004 se ha visto una disminución en las ventas de bebidas alcohólicas a nivel nacional. En específico, según Coba (2021), la caída de la cerveza se ve reflejada desde el 2015 cuando registra una contracción del 39% que se mantiene hasta el 2020. Este descenso tiene relación con el crecimiento exponencial del consumo de bebidas no alcohólicas en los últimos años, que a su vez tiene que ver con la percepción actual de la población sobre los productos de ambos sectores.



## OBJETIVO GENERAL

Analizar los factores determinantes de la demanda de cerveza en jóvenes guayaquileños de entre 18 a 24 años, para la comprensión de las razones detrás del bajo consumo y sus implicaciones sociales y económicas.

## PROPUESTA

Se propone entender las preferencias y percepciones de los jóvenes guayaquileños para la promoción de un consumo responsable de la cerveza con el fin de aumentar la venta de este producto .

### Triangulación de Datos



#### Entrevistas a profundidad

Conocer el comportamiento de la demanda de cerveza desde el punto de vista de los dueños de licorerías, bares, restaurantes.

#### Grupos focales

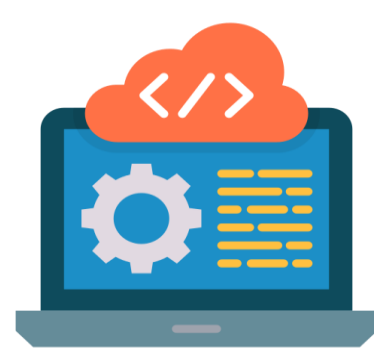
Conocer la perspectiva y opinión sobre la cerveza de jóvenes entre 18 y 24 años, sus gustos, entre otros datos relevantes.

Análisis de datos



Transcripción

Codificación



Comparación



Validación



Interpretación



## RESULTADOS



### Perspectiva



Bebida social - Reuniones

### Factores



Grados de alcohol y amargura



Presentación



Sabor



Combinaciones

Debido a los resultados encontrados se identificaron estrategias que deberían aplicar las empresas dentro de esta industria.

### Estrategias

<b>Estrategias de segmentación</b>	Fomentar los eventos orientados a jóvenes, así mismo explorar la diversificación de bebidas para acomodar las preferencias.
<b>Estrategias Search Engine Optimization (SEO)</b>	Mejorar el posicionamiento a través de motores de búsqueda
<b>Marketing en redes</b>	Llegar a los jóvenes a través de las redes sociales

## CONCLUSIONES

El consumo de cerveza alrededor del mundo ha ido disminuyendo especialmente en los jóvenes, la percepción de los ellos ante esta bebida se concentra en su naturaleza de bebida alcohólica tradicional en la población.

- Interacción con los consumidores de forma que se puedan tomar en cuenta sus gustos y que el producto responda a las necesidades de los jóvenes para aumentar su demanda.
- Una herramienta clave para aumentar la demanda es implementar estrategias de comunicación, campañas publicitarias y eventos dirigidos en especial a jóvenes.

