

Apéndice C. Resultados de la investigación Concluyente.

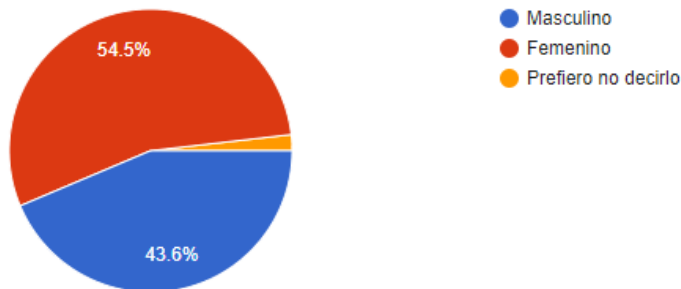
En el apéndice B se presenta el cuestionario aplicado. A continuación, se presentan los resultados y su respectivo análisis.

1. Género

Corresponde a los resultados mostrados en la gráfica. El 54,5 % de los encuestados son del género “Femenino” y el 43,6 % restante son del género “Masculino”.

Figura 1.

Diagrama de torta “Género”.

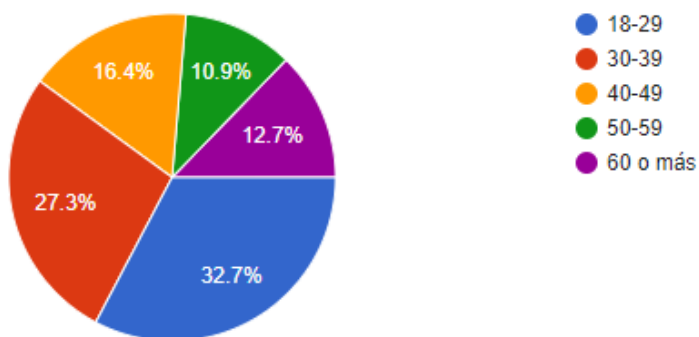


2. Edad.

Corresponde a los resultados mostrados en la gráfica. El 32,7% de la población se encuentra entre los 18 y 29 años, el 27,3% “entre 30 y 39 años”, el 16,4% “entre 40 y 49 años”, el 10,9% “entre 50 y 59 años” y el 12,7% “60 años o más”

Figura 2.

Diagrama de torta “Edad”.

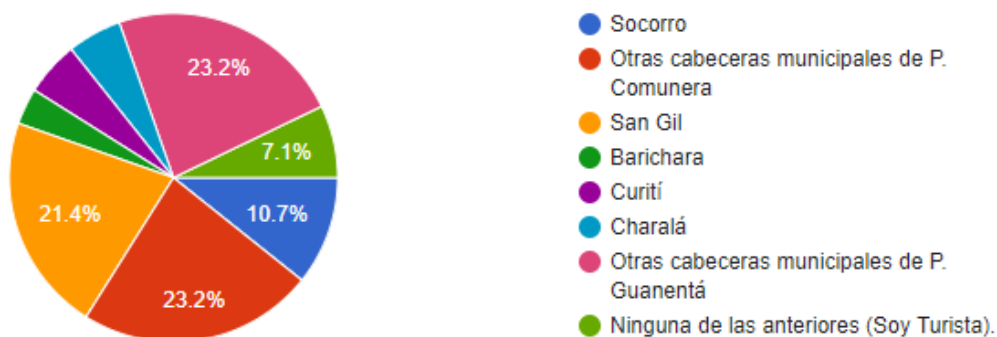


3. Lugar de Procedencia

Corresponde a los resultados mostrados en la gráfica y corresponde a la estratificación realizada en la muestra. La mayor participación la poseen “Otras cabeceras de la provincia comunera”, “Otras cabeceras municipales de la P. Guantán” y el municipio de “San Gil” con 23,28%, 23, 20% y 21,40% respectivamente.

Figura 3.

Diagrama de torta “Lugar de Procedencia”.

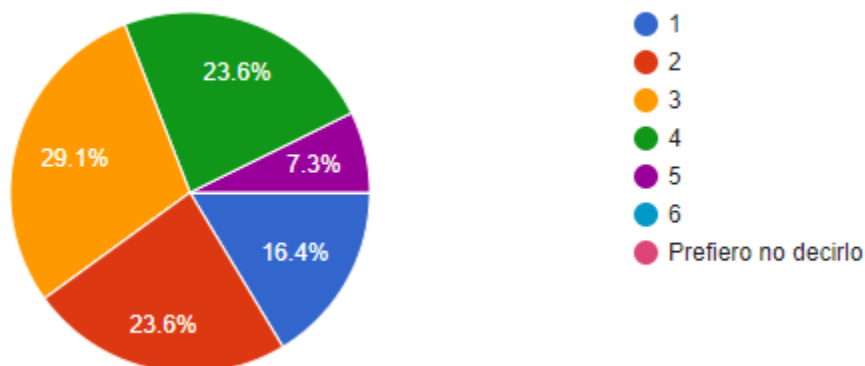


4. Estrato Socioeconómico.

Corresponde a los resultados mostrados en la gráfica. La mayor participación la tiene el estrato 3 con un 29,1%, seguido del estrato 2 y el estrato 4 con el 23% de la población. Los estratos 5 y 6 conforman el 23,7% restante.

Figura 4.

Diagrama de torta “Estrato socioeconómico”.

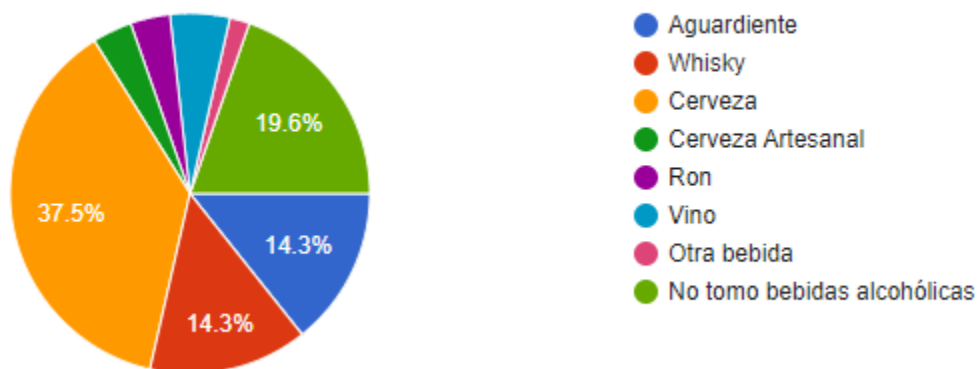


5. Bebida Alcohólica preferida.

En cuanto a los resultados sobre la bebida alcohólica preferida se encuentran resultados relevantes. La más mencionada fue la cerveza, con el 37,5%, seguida de el Whisky y el aguardiente con valores cercanos al 14%. Algunos de los encuestados incluso mencionaron la “Cerveza Artesanal” como su elección preferida, con una participación del “3,6%”. Otro resultado destacado indica que el 19,6% mencionan no tomar bebidas alcohólicas.

Figura 5.

Diagrama de torta “Bebida alcohólica preferida”.

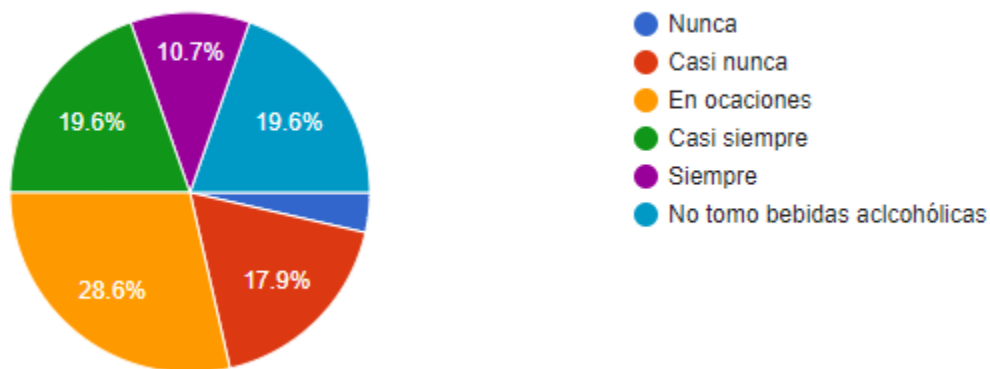


6. Que tan habitualmente de las veces que se toma, eligen como bebida cerveza o cerveza artesanal

En este aspecto se presentan resultados muy variables. Se puede observar que el 10,7% de la población elige siempre la cerveza o cerveza artesanal como bebida para consumir, el 19,6% la elige casi siempre, el 28,6% de la población la elige ocasionalmente y el 17,9% casi nunca la elige, otro resultado corresponde al 19.6% de la población lo cuales no toman bebidas alcohólicas.

Figura 6.

Diagrama de torta “Consumo de cerveza artesanal”.

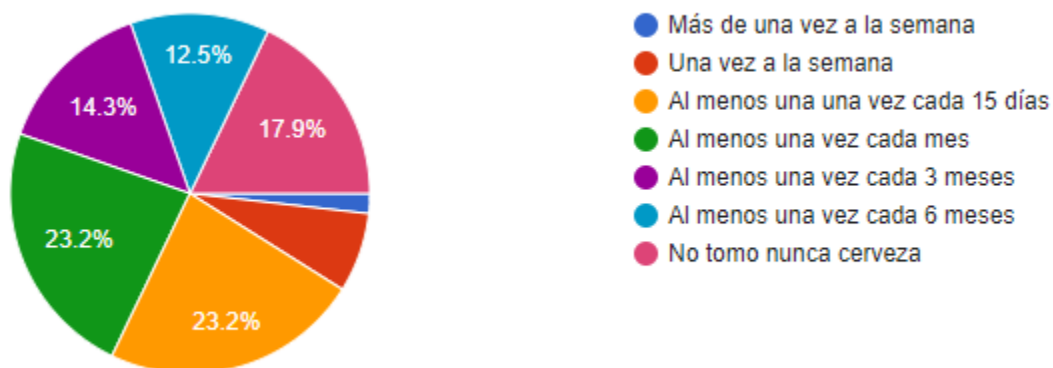


7. ¿Con qué frecuencia toma usted cerveza?

En cuanto a la frecuencia en la que se toma cerveza, se tienen los siguientes resultados. El 23,2% de la población toma al menos una vez cada 15 días, con el mismo porcentaje se toma cerveza al menos una vez cada mes, el 14,3% toma cerveza al menos una vez cada 3 meses y el 12,5% de la población al menos una vez cada 6 meses. Por otra parte, se puede observar que el 17,9% de la población no consume cerveza.

Figura 7.

Diagrama de torta “Frecuencia toma de cerveza”.



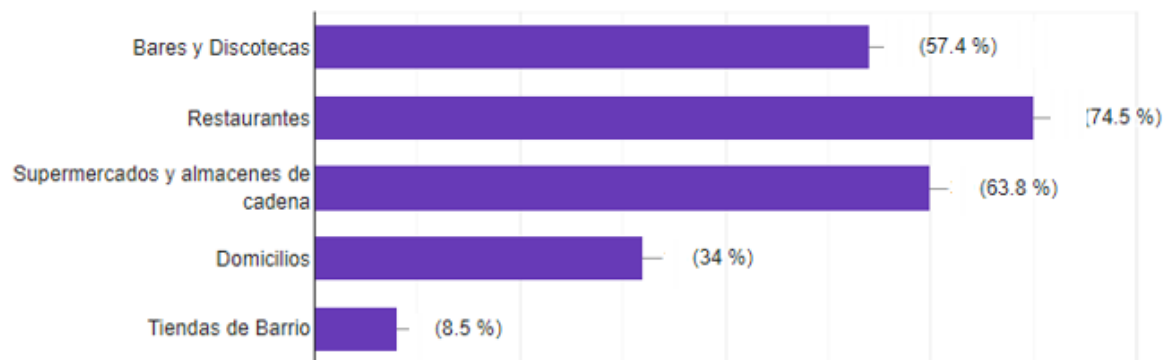
8. Lugar de Compra

Acorde a su transversalidad para todos los grupos de edad, comprar en restaurantes es altamente habitual (74,5%), si bien la cantidad de consumo puede ser menor al de otros lugares de compra. Destacan también “Bares y Discotecas” con el 57,4% y almacenes de cadena con el 63,8%. Esto en función del segmento de la población abordado, siendo los jóvenes aquellos que compran este tipo de bebidas especialmente en bares y discotecas, mientras que en los segmentos de mayor edad (de 39 años en adelante) cobran mayor protagonismo otros lugares de compra tales como los “restaurantes” las “tiendas de barrio” y “almacenes de cadena”.

Vale la pena mencionar que esta pregunta era de selección abierta, y que este resultado en “restaurantes” puede deberse a la inclusión de dicha respuesta en todos los segmentos de edad de la población. Por otra parte, vale la pena mencionar que el consumo en “restaurante” seguramente difiere del comportamiento mencionado en la respuesta a la pregunta numero 10. “Promedio de ingesta de cerveza por ocasión”, pues dada la ocasión seguramente no superará las 3 cervezas por ocasión.

Figura 8.

Diagrama de barras “Lugar de compra”.

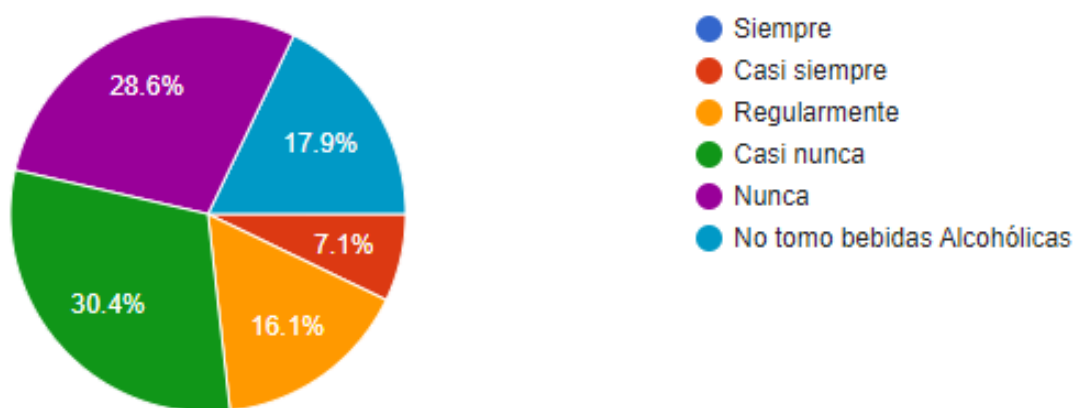


9. Inclusión de cerveza artesanal al tomar bebidas alcohólicas

En este aspecto, se puede observar que nadie mencionó tomar “siempre” cerveza artesanal al consumir cerveza. Sin embargo, el 7,1% de la población menciona incluir este tipo de bebida “Casi siempre”, una cifra nada despreciable. A su vez, el 16,1% menciona incluirla “regularmente”. El porcentaje de la población que menciona no incluirla “Nunca” o “Casi nunca” asciende a la cerveza artesanal al tomar bebidas alcohólicas haciendo al 59% de la población, hablando de lo poco habitual que es su ingesta con respecto al de otras bebidas alcohólicas. Finalmente, el porcentaje que menciona no tomar bebidas alcohólicas se mantiene en un 17,9% al igual que en las respuestas previas.

Figura 9.

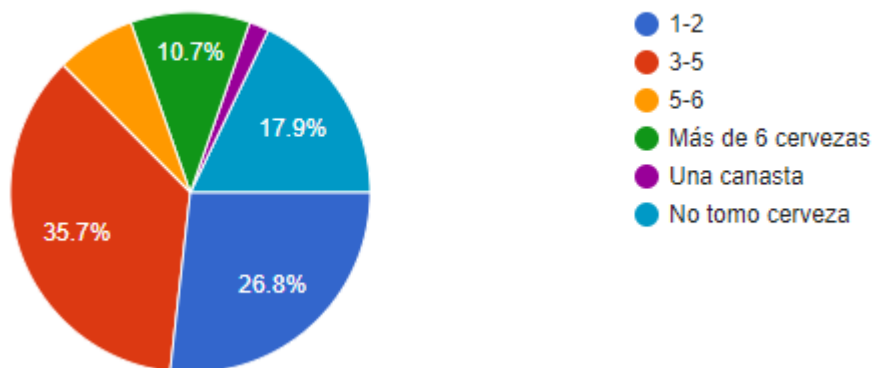
Diagrama de torta “Inclusión de cerveza artesanal al tomar cerveza”.



10. Promedio de ingesta de cervezas

Figura 10.

Diagrama de torta “Promedio de ingesta de cerveza por ocasión”.



En cuanto al promedio de ingesta de cervezas por ocasión se tienen resultados muy en el orden de lo esperado y lo que se podría considerar un consumo “razonable”. El 26,8% indica tomar entre 1 y 2 cervezas en cada ocasión. Aquellas personas que indican que toman entre 3 y 5 cervezas en cada ocasión son el grupo más representativo, con el 35,7% de participación. Sumando estos dos grupos, el 62,5% de los encuestados menciona tomar menos de 6 cervezas por ocasión. Aquellos que mencionan tomar más de 6 cervezas son el 19,6% de la población. El porcentaje de personas que “No toman cerveza” del 17,9% está en proporción con aquellos que durante las anteriores preguntas mencionaron no ingerir bebidas alcohólicas.

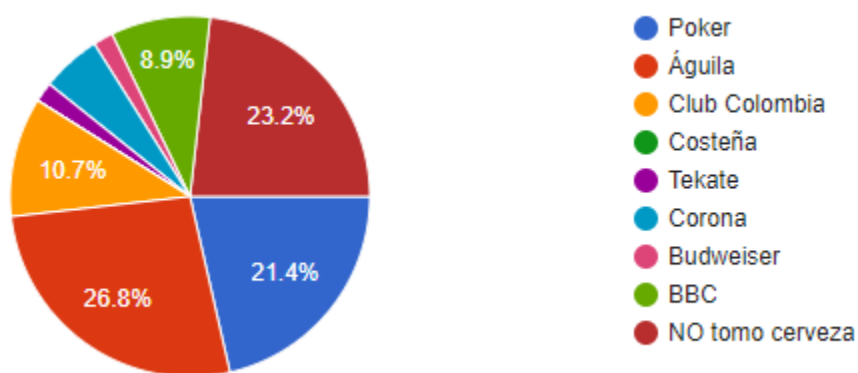
11. Cerveza preferida

En cuanto a la cerveza preferida por los encuestados se tienen resultados relevantes. La más mencionada es “Águila”, seguida de “Poker” con el 26,8% y el 21,4% respectivamente. Ya con menor porcentaje se encuentran otras cervezas como “Club Colombia”, “BBC” y “Corona” con el 10,7%, 8,9% y el 5,4% respectivamente. Vale la pena mencionar que BBC

siendo una cerveza artesanal, posee un porcentaje bastante significativo (8,9%). Esto puede deberse a los años que lleva consolidándose en el mercado y a que fruto de sus buenas prácticas productivas y de mercadeo. Hoy esta marca se posiciona como referente en recordación y preferencia dentro de las cervezas artesanales, incluso compitiendo con cervezas industriales.

Figura 11.

Diagrama de torta “Cerveza preferida”.



12. Propuesta de Valor

En cuanto a la aceptación de la propuesta de valor, esta fue notablemente positiva. Los encuestados que se muestran “interesados” o “muy interesados” ante la propuesta de valor conforman el 71,4% de la población, con un 51,8% y 19,6% respectivamente. Este es un valor notablemente alto y bastante alentador de acuerdo a la futura percepción del producto. Por otra parte, el porcentaje de encuestados que mencionó que le es “indiferente” fue de el 8,9%. Finalmente, el porcentaje de la muestra que mencionó estar “Poco interesado” o “Nada interesado” con la propuesta sumó un 19,7%. Vale la pena mencionar que el porcentaje de encuestados que indican no consumir cerveza es menor a aquellos que mostraron interés por la propuesta de valor emitida, indicando que muchos de los encuestados si bien pueden consumir alcohol la opción de una cerveza artesanal con las características mencionadas no

es de su interés. Esto es evidenciable dado que el porcentaje de “Nada interesados” (1), “poco interesados (2)” e “indiferente” (3) suma 28,6%, en contraste con el 19,6 % que no suele comprar bebidas alcohólicas.

Tabla 1.

Valoración de la Propuesta de valor emitida

Valoración	Porcentaje	Pond.
Muy Interesado (5)	19,60%	0,98
Interesado (4)	51,80%	2,072
Indiferente (3)	8,90%	0,267
Poco interesado (2)	14,30%	0,286
Nada interesado (1)	5,40%	0,054
TOTAL	100,00%	3,66

Por otra parte, haciendo una ponderación de la respuesta se puede decir que la valoración de la propuesta de valor es de 3,66 en una escala de 1 a 5 , siendo 5 “muy interesados” con la propuesta de valor y 1 “nada interesados”.

13. Precio compra propuesta nueva cerveza artesanal

Finalmente, al preguntar por el precio de compra de esta nueva cerveza se obtienen resultados positivos. El 64,3% de los encuestados estaría dispuesto a pagar \$ 6.000 o más por una cerveza de las características mencionadas. Este valor está por encima de algunas de las cervezas artesanales posicionadas en el mercado. Algunos un gran porcentaje de este grupo (32% del total de la población) mencionó que estarían dispuestos a pagar entre 8 mil y 12 mil pesos. Ya una cifra menor, el 5,4% incluso mencionó estar dispuesto a pagar más de 12 mil pesos por una cerveza de estas características.

Es destacable que la propuesta de valor emitida parece obtener beneficios asociados a la percepción de la cerveza artesanal como bebida alcohólica de calidad y por la que se paga un precio superior a las de las demás cervezas del mercado. Ahora bien, vale la pena mencionar que el porcentaje de personas que mencionaron que “No comprarían esta cerveza” es inferior al porcentaje de personas que en anteriores preguntas mencionaron que “no toman cerveza”

(el 23,2%), esto puede deberse a que derivado de la expectativa y/o la propuesta de valor emitida podría hacer llegar a probar este nuevo tipo de producto a algunos consumidores no habituales.

Figura 12.

Diagrama de torta “precio”.

