

# **Evaluación del nivel de aceptación de cambio de presentación de la cerveza premium Solera Verde**

Enero, 2020

Elaborado para:



**Solera**

- 1. Aspectos Metodológicos**
- 2. Hábitos de consumo de bebidas alcohólicas**
- 3. Exploración de color de botellas de cerveza**
- 4. Percepción hacia las botellas actuales de Solera**
- 5. Evaluación de cambio de color en la botella**
- 6. Presentación Solera Vs. marca Zulia**
- 7. Hallazgos principales y recomendaciones**



**1. Aspectos metodológicos**



### Objetivo General

Explorar la percepción hacia las diferentes presentaciones del portafolio Solera y el nivel de aceptación/rechazo hacia un posible migración de la botella color verde a color azul para las marcas Clasic, Marzen, Kriek e IPA.

### Objetivo Específicos

1. Explorar hábitos de consumo de bebidas alcohólicas en cuanto a:
  - Tipos de bebidas que consumen. Razones.
  - Frecuencia de consumo. Cambio de consumo. Razones.
2. Explorar conocimiento, actitudes y percepciones hacia los distintos colores de botellas en la categoría cervezas, en cuanto a:
  - Color de botellas recordadas: Ámbar, Azul, Transparente y Verde (Espontáneo, en caso de que algún color no se mencione espontáneamente se hará referencia al mismo).
  - Asociaciones espontáneas hacia cada color de botella.
  - Atributos asociados a cada color de botella. Elementos diferenciales según el color.
  - Percepciones hacia cada color de botella en términos de:
    - Grado alcohólico asociado a cada color de botella. Razones.
    - Nivel de Premium. Razones.

### Objetivo Específicos

- Nivel de Refrescancia. Razones.
  - Actualización/ innovación. Razones.
  - Costos asociados a cada botella según el color.
  - Atributos de producto asociados hacia cada color de botella. Razones.
  - Color de botella preferido. Razones.
  - Marcas asociadas a cada color de botella. Razones.
3. Explora la percepción y opinión sobre las botellas actuales de Solera, en cuanto a:
- Asociaciones espontáneas hacia la marca Solera.
  - Conocimiento de su cartera de productos. Opinión general. Razones.
  - Percepción y asociaciones hacia cada una de sus presentaciones.
  - Nivel de agrado de sus presentaciones (colores).
  - Nivel Premium percibido en cada presentación de Solera. Razones.
4. Evaluar nivel de agrado/desagrado de las distintas presentaciones actuales de cerveza Solera (Botella verde) asociado a un cambio en la presentación (Botella Azul). En cuanto a:
- Reacciones espontáneas. Razones.
  - Aspectos de agrado y desagrado. Comparación con presentación actual. Razones.
  - Nivel Premium percibido entre presentaciones de cada marca actuales Vs., la opción de botella azul propuestas.
  - Percepción de cada marca luego del cambio. Nivel de Premium asociado.

### Objetivo Específicos

- Comparar Solera Classic y Light con collarín y sin collarín. Grado de aceptación. Razones.
- 5. Conocer percepción de cambio de color de botella de ámbar a verde en consumidores de IPA y Marzen.
  - Opinión general. Razones.
  - Agrado/ desagrado. Razones.
- 6. Explorar los atributos percibidos entre una botella pirograbada y una etiquetada (marca Pilsen).
  - Atributos asociados a cada presentación.
  - Aspectos de agrado y desagrado. Razones asociadas.
  - Preferencia. Razones.
- 7. Evaluar presentaciones Solera Vs., la marca Zulia a nivel de envases e imagen proyectada, en cuanto a:
  - Asociaciones espontáneas.
  - Atributos percibidos de cada presentación, en términos de:
    - Grado alcohólico percibido.
    - Nivel Premium percibido.
    - Nivel de refrescancia percibido.
    - Grado de innovación y/o actualización.
  - Costos asociados a cada botella según el color.
  - Nivel de agrado de cada presentación. Razones.
  - Preferencia. Razones.



## Universo considerado

Hombres y Mujeres, consumidores de cervezas Premium con edades comprendidas entre 25 y 45 años, pertenecientes a los NSE B y C.

## Ubicación

Caracas



## Distribución

Perfil	Caracas		Total
	NSE B	NSE C	
Consumidores de 25-35 años de edad	1 MG	1 SG	2 SG
Consumidores de 36-45 años de edad	1 MG	1 SG	2 SG
Total	2 MG	2 SG	4 SG

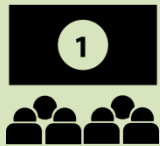


## **2. Hábitos de consumo de bebidas alcohólicas**



En su mayoría son personas con una profesión, que la ejercen ya sea trabajando para una empresa o por su cuenta; así como también son dueños de sus propias empresa o emprendimientos. Por lo general, el tiempo libre es compartido con familia y amigos, en actividades de disfrute en locaciones que brinden exclusividad.

### ¿Qué actividad realizan en su tiempo libre?



Ir al cine



Playa



Ir al club



Salir con amigos



Hacer ejercicio



Subir al Ávila



Pasear en centros comerciales

*“De lunes a viernes con la actividad de los chamos, en la casa, el colegio y los fines de semana desde el viernes en la noche hasta el domingo en la noche hacemos parrillas, invitamos amigos a la casa o nos vamos a la playa o al club, más que todo es de esparcimiento”*  
(Consumidores NSE B, 36 a 45 años)

*“Estoy dedicada a mi empresa, amo la playa, en los ratos libres comparto con mis amigos porque toda mi familia está afuera”* (Consumidores NSE C, 36 a 45 años)

*“Bueno voy al cine, voy a beber como vivo en Chacao tengo el San Ignacio cerca, me queda a una cuadra y al frente tengo un restaurante”* (Consumidores NSE C, 25 a 35 años)

La cerveza es considerada un motivo para compartir y de encuentro social, además de ser utilizada como una bebida refrescante. Si bien son variadas las bebidas que pueden consumirse por ocasión, suele iniciarse el consumo con bebidas ligeras como la cerveza para culminar con otras de mayor grado alcohólico.

### Asociaciones funcionales y emocionales con las bebidas

#### Funcionales



Relajación



Refrescar



Acompañante de comidas



Antesala a otras bebidas

#### Emocionales



Compartir



Celebración



Mantener una tradición

*“La cerveza es buena para empezar cualquier cosa, así vayas a tomar lo que sea siempre es bueno tomar una cerveza, siempre me tomo una cerveza antes de tomar cualquier cosa”* (Consumidores NSE B, 25 a 35 años)

*“Si estas feliz, despechado, estas con un pana, si estas acalorado, jugando un deporte te tomas un licor... Es como un compartir, porque es más que un tema social o familiar, es una razón para compartir”* (Consumidores NSE C, 35 a 45 años)

*“Es como un refresco, es para toda ocasión, con amigos, solo o como tu quieras”* (Consumidores NSE C, 25 a 35 años)

Por lo general el consumo de bebidas alcohólicas está asociado a momentos de esparcimiento grupal, ya sea con familia o amigos; sin embargo, algunas bebidas en particular son utilizadas para consumo individual en el hogar, generalmente por las noches.

## ¿Qué tipo de bebidas consumen?

### Cerveza



Tomada con mayor frecuencia

Versatilidad en la variedad de presentaciones

Adecuada para cualquier ocasión: playa, parrillas, reuniones con amigos, juegos deportivos, entre otros

*“Yo la cerveza la tomo como si fuera un refresco, con el calor y la cosa me provoca una cerveza bien fría... Un ron ya es como algo de noche y que no tengas algo pendiente que hacer” (Consumidores NSE C, 36 a 45 años)*

*“Yo diría cada vez que uno va a comer en un lugar que vale la pena armonizar el plato, una cerveza artesanal me cuadra bastante, siempre que voy a comer la pido” (Consumidores NSE B, 25 a 35 años)*

Algunas otras bebidas mencionadas son ron, whisky, vino, vodka, sangría y tequila

Pareciera que el consumo de bebida alcohólicas diferentes a la cerveza, está asociado a momentos y ocasiones específicas, donde cobra relevancia las preferencias individuales y las diferencias por variables de análisis, los jóvenes tienden a consumir más ron, los adultos más whisky y las mujeres son quienes más mencionan el consumo de vino.

### ¿Qué tipo de bebidas consumen?

#### Ron



Consumo con amigos

Por ser una bebida fuerte es considerada más rendidora desde el punto de vista económico, cuando la ocasión incluye varias personas

#### Whisky



Consumo más asociado a su estilo de vida

Momentos de relajación en casa después de la jornada diaria

Más selectivos en el tipo de bebidas a consumir

Algunas otras bebidas mencionadas son vino, vodka, sangría y tequila

*“Si es al final del día me provoca algo más fuerte, tipo un ron o whisky”*  
(Consumidores NSE C, 36 a 45 años)



*“Yo Whisky, cuando las finanzas lo permiten o también un tinto de verano o unas cervecitas, todo depende del momento y lugar”*  
(Consumidores NSE B, 25 a 35 años)

*“Tomo más que todo ron y la cerveza, dependiendo del lugar, si voy al club una cerveza o si voy a Galipán”*  
(Consumidores NSE B, 25 a 35 años)

*“A mi me gusta el ron, de las bebidas es mi preferida, unas cervecitas también tomo, generalmente con eso comienzo”*  
(Consumidores NSE B, 36 a 45 años)

Los principales cambios reportados en el consumo de los jóvenes se deben a motivos económicos, donde se establecen comparaciones entre el precio, rendimiento del producto y personas a consumir, siendo el costo de una caja de cerveza versus una botella de ron, el principal ejemplo de comparación.

### ¿Cuáles son los cambios en el consumo de bebidas?

#### Precios

El precio de la cerveza se ha ido incrementando progresivamente, haciendo que se reduzcan la cantidades u ocasiones de consumo



*“Por el precio de la caja de cerveza, ya es más costoso” (Consumidores NSE B, 25 a 35 años)*

#### Cervezas artesanales

El auge de cervezas artesanales ha ofrecido una mayor variedad al momento de comprar, al probar otros tipos de cerveza, adecuándose a cada ocasión



#### Migración a otras bebidas

Algunos prefieren comprar una botella de ron que una caja de cerveza, dado que es una bebida que pueden rendir y aprovechar el presupuesto disponible



*“Antes comprar un vacío era más barato que comprar una botella de ron, ahora no” (Consumidores NSE C, 25 a 35 años)*

Cambios en los estilos de vida, parecieran ser los principales motivadores para una modificación en el consumo de bebidas alcohólicas. Disminuyen el consumo de cervezas e incorporan otros tipos de bebidas relacionadas con un consumo más adulto y formal. Cabe señalar que al igual que los jóvenes ven atractivo el consumo de cervezas artesanales.

## ¿Cuáles son los cambios en el consumo de bebidas?

### Estilos de vida

Situaciones de vida más formales

Desempeño profesional

Responsabilidades familiares



### Migración a otras bebidas

Mayor poder adquisitivo permite

acceder a bebidas más costosas

como el whisky o el vino



*“Con cerveza comienzas pero ya no es como antes que uno se caía a birras, ahora abres con eso y después tomas otra bebida”*  
(Consumidores NSE B, 36 a 45 años)

*“Yo tomo mucho vino, por lo menos mis planes de viernes en la noche suelen ser con vino y mi esposo compra cerveza y de repente intercalo con una”*  
(Consumidores NSE B, 36 a 45 años)

*“Ya no se toma para emborracharse, sino se trata de un tema de compartir y disfrutar el alcohol”* (Consumidores NSE C, 36 a 45 años)

*“Uno con chamos trata de ser más medido con la bebida alcohólicas”*  
(Consumidores NSE B, 36 a 45 años)



# **3. Exploración color de botellas de cerveza**





En su mayoría recuerdan todos los colores de botella disponibles para cervezas, donde el color ámbar, azul y verde se encuentran en el top of mind, al pensar en tonos de botellas para este tipo de bebida.

## Asociaciones con el color de las botellas



**Azul:** suave, ligero, refrescante , Solera, light, sabor divino, claridad, exclusivo, premium, placer, relax



**Verde:** Solera, sabor fuerte, sabor definido, cerveza top, tranquilidad, compartir, ambiente agradable, ratón, respeto por lo fuerte, peligrosa



**Marrón o ámbar:** Polar, popular, malta, clásico, sabor tradicional, playa, refrescante, compartir



**Transparente:** cerveza aguada, caldo, caliente es como sopa, light, suavidad, barato, cotidiana, ligera, económica, pasar el rato



*“Yo siempre elijo la marrón o la verde porque son las más normales, las tradicionales que tu ya sabes como son”* (Consumidores NSE B, 25 a 35 años)

*“La verde la asocio con respeto, porque es fuerte porque si no te controlas y como sabe bien te deja mal”* (Consumidores NSE C, 25 a 35 años)

*“La azul la asocio con un almuerzo, uno va a almorzar y si pides una cerveza pides una azul, porque no cae pesada, no te embucha, en sabor es rico y bueno vas a almorzar no te puedes volver loco”* (Consumidores NSE C, 25 a 35 años)

*“La transparente son una agüita, en términos de sabor es agua o me tomo una cerveza o me tomo un vaso de agua, pero es como un caldo es muy insípida, es una cerveza que no tiene cuerpo”* (Consumidores NSE C, 36 a 45 años)

Dependiendo del color de la botella hay asociaciones con sensaciones, emociones, lugares u otros atributos que los diferencian entre si, basándose en el tipo de bebida y atributos funcionales del mismo.

## Asociaciones con el color de las botellas



### VERDE

#### Sensaciones:

Refrescante  
Tranquilidad  
Frescura  
Tranquilidad

#### Otras asociaciones:

Fuerte  
Solera  
Naturaleza  
Zulia



### ÁMBAR

#### Sensaciones:

Frío  
Refrescante  
Felicidad/alegría  
Calor

#### Otras asociaciones:

Polar/Polarcita  
Tradición  
Pilsen  
Amargura  
Ambiente



### AZUL

#### Sensaciones:

Light/ligero  
Suavidad  
Refrescante  
Frescura  
Suave

#### Otras asociaciones:

Solera  
Océano/mar  
Elegancia  
Tranquilidad  
Lujo



### TRANSPARENTE

#### Sensaciones:

Light/ligero  
Tranquilidad  
Relax  
Suave

#### Otras asociaciones:

Polar/Polar light  
Claridad  
Limpieza  
Agua  
Visible

Existe una asociación espontánea de los colores de las botellas con marcas de cerveza, como es el caso de Solera o Pilsen, por lo que el color de una botella es determinante al momento de la compra, dado que existe un conocimiento previo del producto a consumir.

## Asociaciones con el color de las botellas



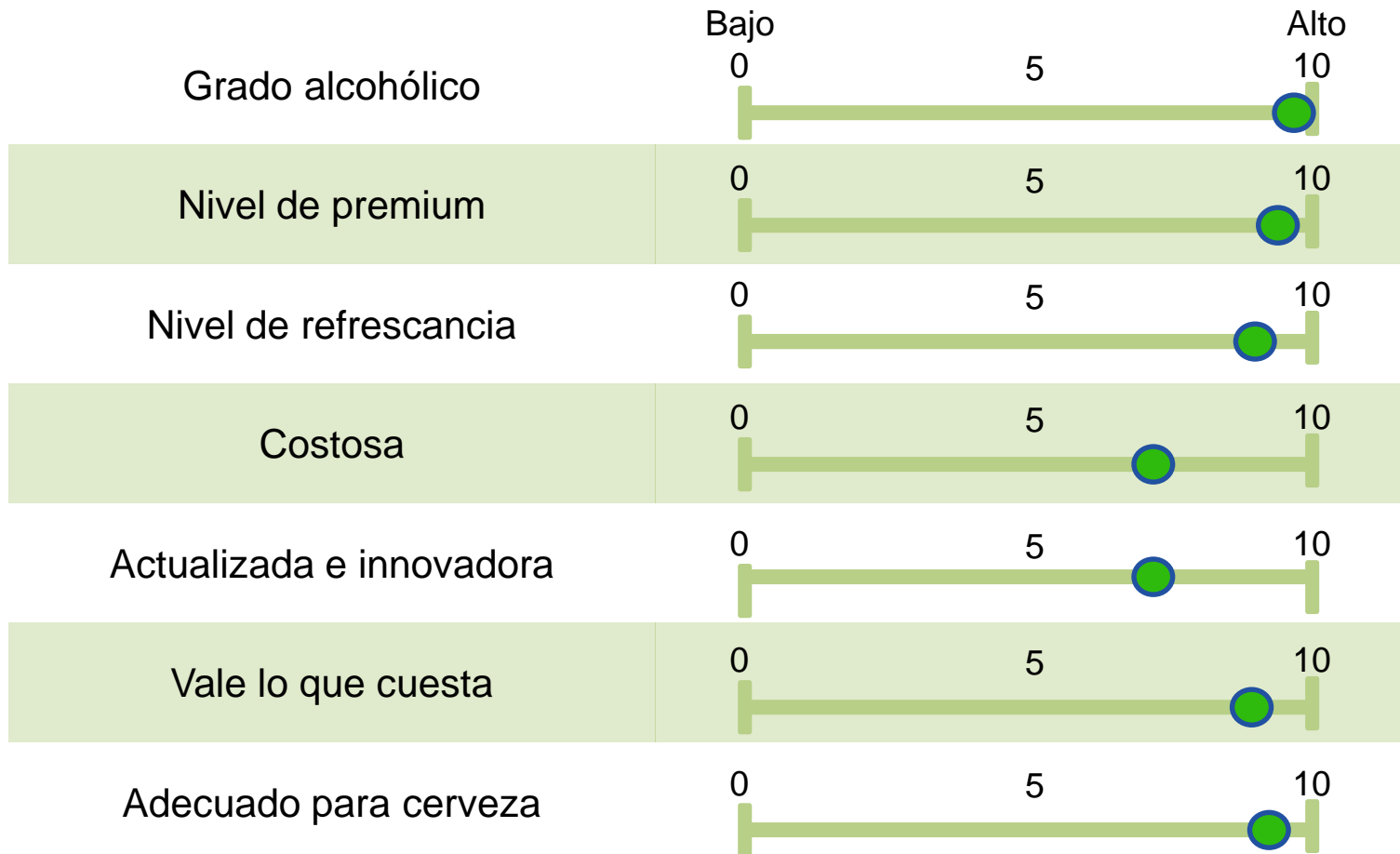
*“Tú no dices Solera verde o Solera azul, tú dices azul o verde, ya lo asocias automáticamente”*  
(Consumidores NSE C, 36 a 45 años)

*“Si es una cerveza nueva, sí me fijo en la botella en el diseño y de ahí puedo tomar mi decisión”*  
(Consumidores NSE C, 25 a 35 años)

*“Quizás el color lo puedes relacionar con el grado de alcohol, pero no influye en la compra”* (Consumidores NSE C, 25 a 35 años)

El color verde en la botella tiene fuertes asociaciones a atributos que connotan una favorable imagen y justifican el costo, al mismo tiempo que es percibido como adecuado para la categoría.

### Atributos asociados a la botella color verde



El color azul en la botella sugiere una cerveza más suave en cuanto a contenido alcohólico y con altos niveles de refrescancia, justifica su costo y es adecuada para una cerveza light.

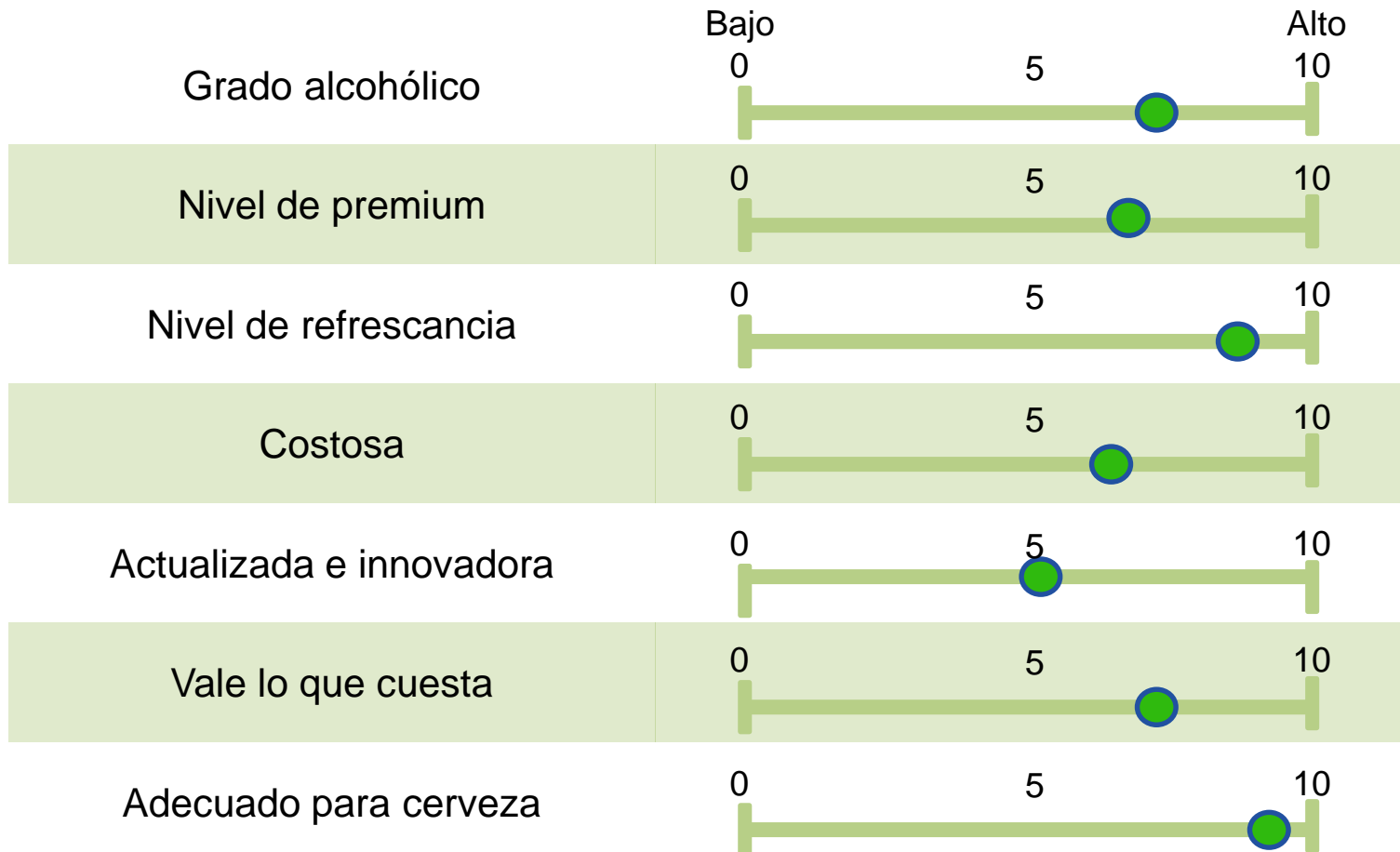
## Atributos asociados a la botella color azul



amen Cheer Imp &

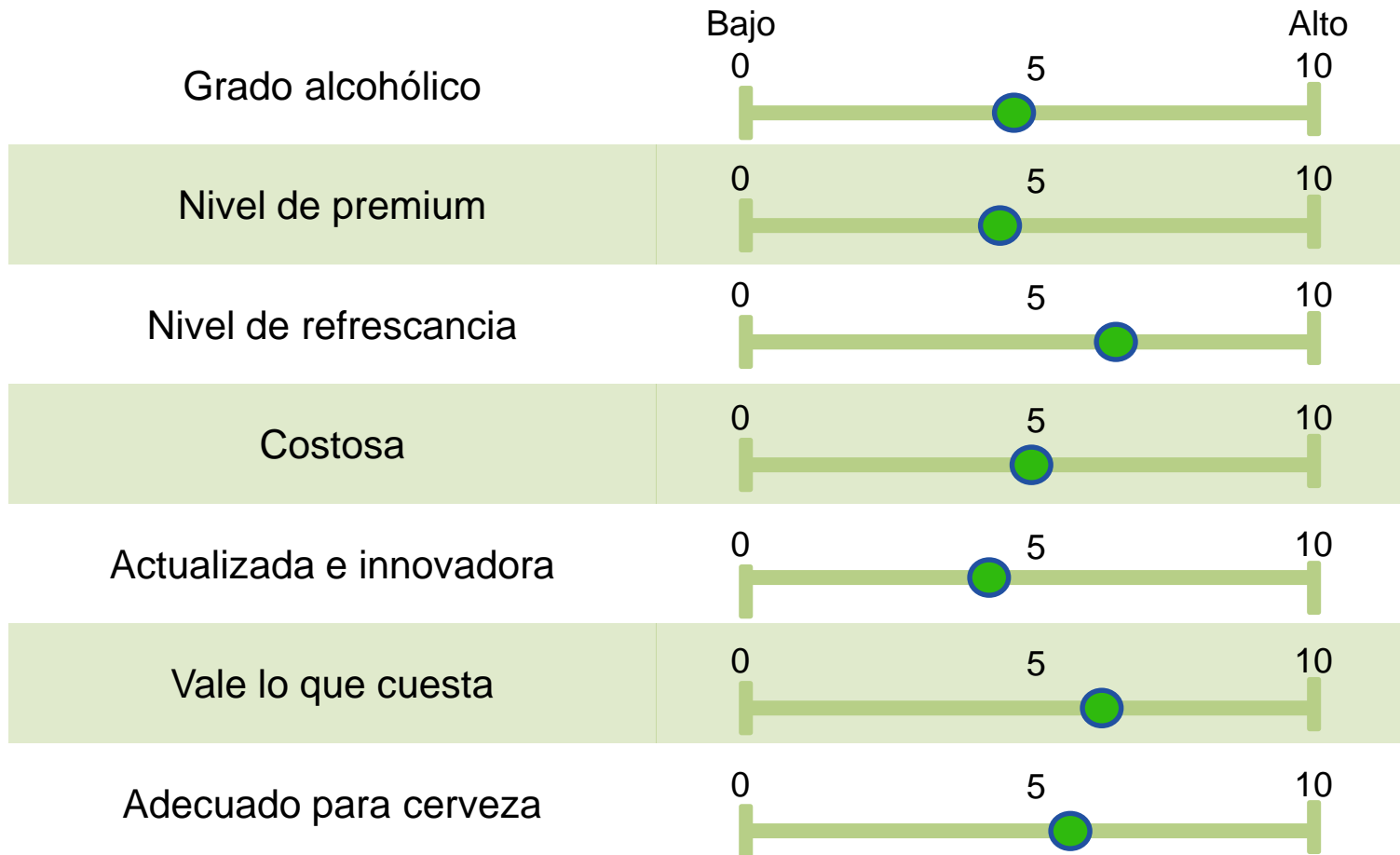
El color ámbar apela a la cerveza tradicional, destaca en la asociación a refrescancia y adecuado para cerveza.

### Atributos asociados a la botella color ámbar



La presentación transparente pareciera apelar a una cerveza de menor calidad, lo cual sería consistente con la baja asociación a los atributos de imagen y costo; así como en la adecuación a la categoría.

### Atributos asociados a la botella color transparente





Los atributos asignados a cada uno de los colores de botellas de cerveza vienen motivados a la experiencia y las presentaciones, enunciando además elementos que apelan a sus estilos de vida.

## ¿Con cuál color de botella relacionan los atributos?

Atributos	Mayor relación	Menor relación
 Grado alcohólico	Verde	Transparente
 Nivel de premium	Verde y Azul	Transparente
 Nivel de refrescancia	Azul, Verde y Ámbar	Transparente
 Actualización e innovación	Verde y Azul	Transparente
 Adecuado para cerveza	Verde, Azul y Ámbar	Transparente
 Relación precio valor	Verde y Azul	Transparente
 Costosa	Verde y Azul	Transparente



Se presentan diferencias en las preferencias por color de acuerdo a las edad de los consumidores, donde los más jóvenes (de 25 a 35 años) tienen preferencia por colores alternativos como el azul, mientras que los adultos (de 36 a 45 años) tienden a preferir colores clásicos y sabores fuertes.

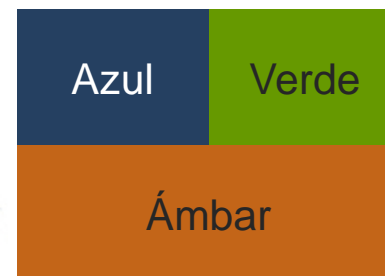
### ¿Cuál es su color de botella preferida?



#### De 25 a 35 años



#### De 36 a 45 años

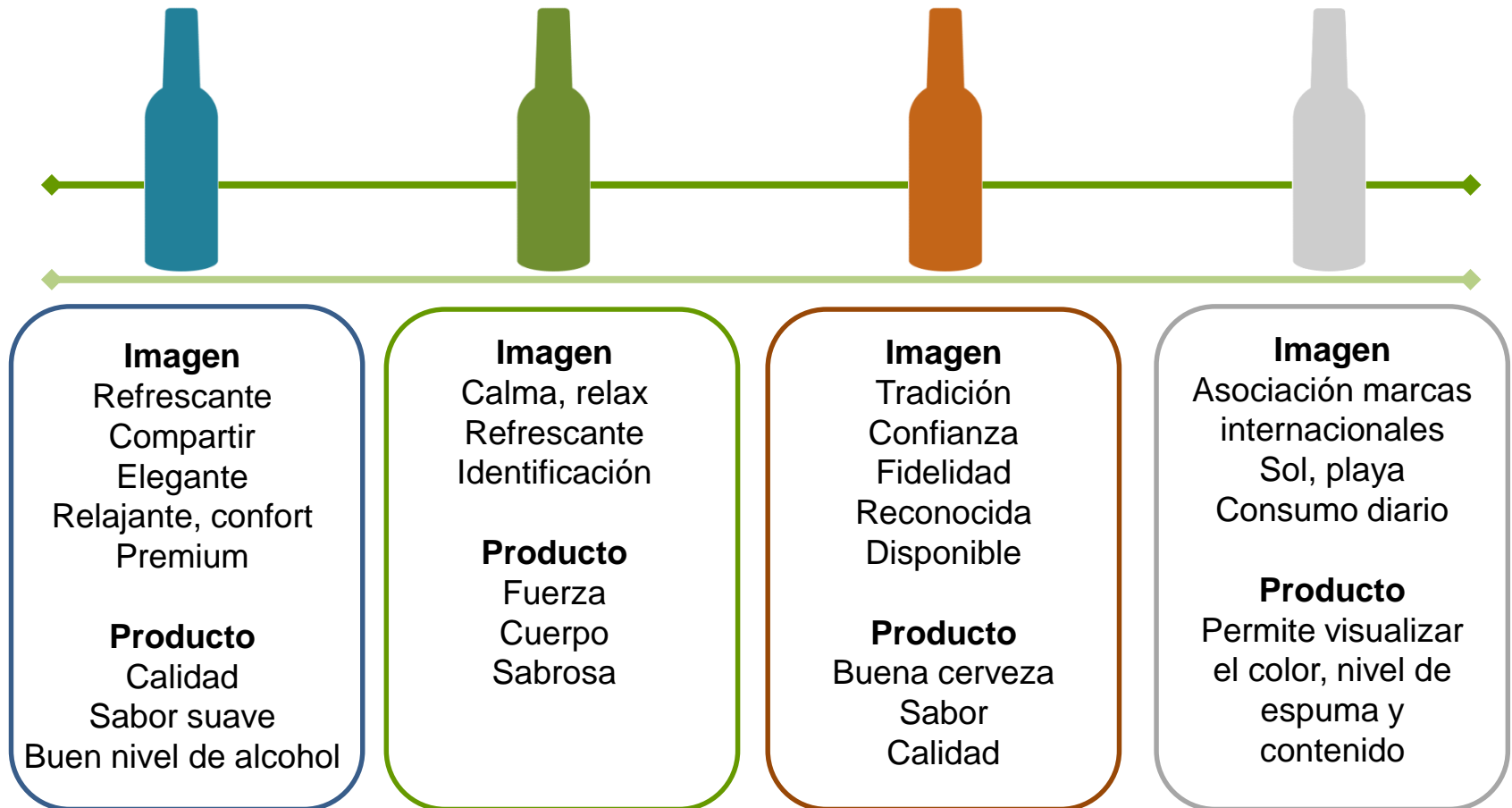


[La cerveza azul] “Lo asocio a elegancia, me gusta el color, combina con cerveza, el color representa frescura” (Consumidores NSE C, 25 a 35 años)

“La azul, porque si estoy en un sitio y hay todas las opciones prefiero tomarme una azul, no me tomo la verde aunque sea buenísima porque me pega, entonces yo quiero aguantar un rato y tomo la azul ” (Consumidores NSE B, 36 a 45 años)

Las razones que sustentan preferencia por un color de botella atienden a las sensaciones y percepciones que les transmite cada color, así como a las diferencias percibidas en cada uno de los tipos y marcas de cerveza asociados a cada color de botella.

## Razones para preferir



Son variados los tipos y marcas de cervezas recordados, donde la tradición de algunas marcas juega un papel importante, así como también las variaciones en sabor e intensidad del mismo.

## Tipo de cervezas recordadas



*“La mía Solera Azul porque es suave, me pasa un poquito más rápido y no me embucho, y puedo tomar un poco más”* (Consumidores NSE B, 36 a 45 años)

*“La azul es Solera light, es la única que conozco de ese color”* (Consumidores NSE B, 25 a 35 años)

*“Nosotros nos criamos bajo un solo tipo de cerveza que era la Pilsen, no esta variedad que tenemos hoy en día”* (Consumidores NSE C, 36 a 45 años)

*“La verde tú sabes que es Solera, y tú ya sabes el sabor y el efecto que va a tener”* (Consumidores NSE C, 25 a 35 años)

La elección de una cerveza como preferida depende de características como: intensidad del sabor, nivel de refrescancia, relación precio – calidad y la experiencia previa que se haya tenido con la marca.

### ¿Cuál es la cerveza preferida?



- La elección por un tipo de cerveza viene determinado por el grado alcohólico
- Las preferidas son las de Polar, principalmente Solera y Pilsen
- Solera azul la prefieren quienes optan por cervezas ligeras, generalmente mujeres, mientras que los hombres prefieren la Solera verde por su intensidad de sabor

*“A mí me gusta la Pilsen y si no estas cervezas como la IPA o Marzen que son más fuertes”* (Consumidores NSE B, 36 a 45 años)

*“A mí me encanta la azul, porque te invita, es refrescante, es dinámica en su color, elegante, es innovadora, me gusta”* (Consumidores NSE C, 25 a 35 años)

*“Para mí la Polar, es por su sabor o no se si por la tradición, o la edad, pero es la que más me gusta por su sabor y fue con la que aprendí a tomar”* (Consumidores NSE C, 36 a 45 años)



# **4. Percepción hacia las botellas actuales de Solera**



Existe buena receptividad hacia la marca Solera, considerándola “la cerveza Premium de Venezuela” sustentados en la imagen que proyecta la marca, no sólo por la calidad de su sabor sino también por la variedad de presentaciones.

¿En qué piensan al mencionar Solera?



Si bien las presentaciones más conocidas de Solera son la verde y azul, la reciente incorporación de otras variedades de cerveza como IPA, Marzen o Kriek han hecho que la misma se posicione como una marca innovadora, a pesar de que algunos consumidores mantienen su gusto por sabores clásicos. Sin embargo, todavía no existe un conocimiento claro de presentaciones como la Marzen o Kriek, cuyos nombres se confunden en ocasiones.

## ¿Cuáles productos conocen del portafolio Solera?



- »» Light
- »» Clásica
- »» Marzen
- »» IPA
- »» Kriek
- »» Black
- »» Alt

*“Kriek es como para niñas, su sabor es suave y frutal”* (Consumidores NSE B, 25 a 35 años)

*“La Solera tiene variedad para todas las gama”* (Consumidores NSE B, 25 a 35 años)

*“Verde, Azul, Marzen, Black, IPA, la rojita que sabe a refresco”*  
(Consumidores NSE C, 25 a 35 años)

*“En Premium porque siempre innovan con la etiqueta, botella y sus sabores”* (Consumidores NSE C, 25 a 35 años)



Al presentarse el portafolio actual de Solera se reconocen algunos cambios en los colores de la botella, sobre todo en intensidad de sus colores, lo que causa desagrado en algunos consumidores pues prefieren tonalidades intensas.

## ¿Qué piensan del portafolio actual de Solera?

### Solera Clásica



- ✓ Considerada una de las mejores presentaciones de Solera y la más clásica.
- ✓ Los detalles dorados son asociados a la característica Premium de la cerveza.
- ✓ Notan un cambio en la intensidad del color verde.

*“Fabulosa, es lo clásico, es un poco más transparente que la otra, la de antes era más oscura”* (Consumidores NSE B, 36 a 45 años)

### Solera Kriek



- ✓ Agrada su presentación.
- ✓ El punto de mayor discusión es su sabor, pues algunos no la consideran una cerveza por ser dulce.
- ✓ Asociado con una cerveza artesanal.

*“No me gusta el sabor dulce, la presentación es bonita.”*  
(Consumidores NSE C, 25 a 35 años)

## ¿Qué piensan del portafolio actual de Solera?

### Solera Marzen



- ✓ Ícono de las variedades que ofrece Solera en cuanto a cervezas.
- ✓ Es de sabor fuerte.
- ✓ Agrada el uso de colores dorados en la etiqueta.
- ✓ La recuerdan en botella color ámbar, que les agrada más.

*“La botella era ámbar como el color de la etiqueta y me gustaba más” (Consumidores NSE C, 36 a 45 años)*

### Solera IPA



- ✓ Esperan ver una etiqueta más colorida que contraste con el color de la botella.
- ✓ El color ámbar intenso asociado a la botella le otorgaba mejor presencia y asociación con un estilo alemán.

*“Premium, no me llama la atención los colores, se ve muy light por los colores, es muy pálida. Es más suave que los otros colores” (Consumidores NSE B, 25 a 35 años)*

La presentación con collarín genera mayor receptividad, puesto que el mismo le otorga características que realzan la calidad del producto.

### Evaluación del collarín en las botellas



El hecho de la botella tener un collarín le aporta los siguientes atributos:

- Calidad
- Prestigio
- Premium
- Presencia
- Inversión
- Elegancia

*“Le da un toque de elegancia, claridad, seriedad, un producto de mejor calidad”* (Consumidores NSE B, 36 a 45 años)

*“Sin collarín se ve muy simple. Con el collarín se ve hasta más internacional. Se destaca, la notas más”* (Consumidores NSE C, 25 a 35 años)

Elementos percibidos como diferenciales en las versiones originales versus actuales (espontáneo)

datanalysis

Algunos elementos como color, collarín o papel aluminio en el cuello de la botella le dan características de Premium a una cerveza, donde algunos de estos dejaron de mostrarse en las presentaciones actuales de Solera, siendo evocados de forma espontánea por los consumidores.

## Percepción de Premium de sus presentaciones originales



*“La Solera clásica venía en un botella más oscura, tenía collarín, tenía aluminio en la tapa, era dorado más elegante” (Consumidores NSE C, 36 a 45 años)*

*“La etiqueta de la Solera verde clásica era más dorada y era cuadrada, eso le daba un toque más Premium” (Consumidores NSE C, 36 a 45 años)*

*“Yo siento que el ámbar les daba un toque más de elegancia” (Consumidores NSE B, 36 a 45 años)*



# **5. Evaluación del cambio de empaque**

Las opiniones son principalmente negativas en cuanto al cambio de color de las botellas de Solera, ya que genera confusión el posible cambio del color que define el posicionamiento de una marca y tipo de cerveza, específicamente Solera verde. En el caso de las otras versiones, se observa menos resistencia al cambio del color de las botellas de verde a azul.

### ¿Qué piensan del cambio de color de las botellas?



La versión azul de la Solera clásica genera fuerte rechazo, pues la presentación clásica de la marca es definida a partir del color verde, que la caracteriza y que sirve de elemento denominador diferencial

Quienes se sienten confundidos se debe a que al momento de pedir el producto en un local se refieren al mismo por el color de la botella que ya conocen

*“¿Y dónde nos queda la Solera azul?... Esto es confuso, uno pide azul o verde... Hoy en día uno puede entender que se le acabaron las verdes y ahora viene azul pero no me gusta”* (Consumidores NSE C, 36 a 45 años)

*(IPA) “...esto parece algo más reciclado porque están abaratando costos”* (Consumidores NSE B, 36 a 45 años)



A pesar de que los consumidores se muestran poco dispuestos a aceptar el cambio de color de las botellas de Solera, la apertura hacia el cambio en algunas presentaciones se debe al tipo de cerveza que contiene la botella y combinación de los colores de la etiqueta.

## ¿Qué les gusta o no del cambio de color?

### Aspectos de agrado

Demuestra innovación por parte de la marca

Quieren unificar su portafolio

Para algunas versiones como Kriek o Marzen, al ser de líquido oscuro, el color azul es de agrado

Por ser una cerveza de calidad Premium el color, pasa a un segundo plano

*“Si quieren unificar los colores de la botella que les pongan botella verde”*  
(Consumidores NSE C, 36 a 45 años)

### Aspectos de desagrado

Para algunos demuestra abaratamiento de costos por parte de la empresa

El cambio de la Solera verde le resta identidad a la marca

Por ser considerada una marca Premium, el tener colores claros en la botella es rechazado por algunos

*“La verde se ha convertido en tradicional junto con la Pilsen y cambiarla sería un error”* (Consumidores NSE C, 25 a 35 años)

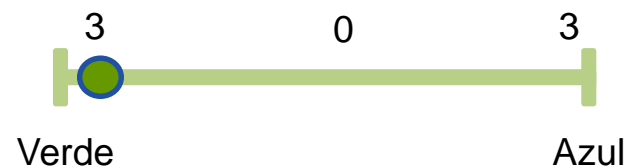


Se percibe rechazo hacia el cambio de color en la botella de la Solera Clásica, pues el color verde se encuentra muy asociado con esta versión de cerveza, por lo que su cambio a color azul podría afectar su imagen proyectada y perder identidad.

## Nivel de disposición al cambio de botella



- La botella verde connota una forma de consumo inherente a la versión clásica, que no es compatible con una botella azul.
- El verde identifica un grado alcohólico e intensidad del sabor.
- La etiqueta y el color de la botella no combinan.
- El color de la botella actúa como un commodity al momento de pedir la cerveza.



*“No me gusta, la Solera verde es verde, no puede ser azul... Y que pasaría con la azul entonces”*  
(Consumidores NSE B, 36 a 45 años)

*“La verde se ha convertido en tradicional, tú pides la verde y ya sabes lo que estas buscando, la identificas a distancia, si la cambias perderían ventas”* (Consumidores NSE C, 25 a 35 años)

*“Yo diría que es una copia o algo raro, como que se equivocó”* (Consumidores NSE B, 25 a 35 años)

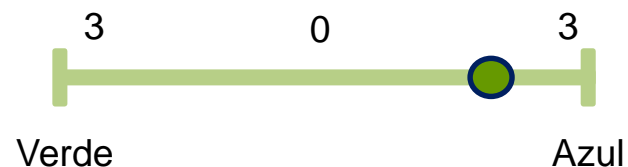


Es una de las propuestas donde hay mayor apertura al cambio, dado que el color del contenido de la botella puede relacionarse con el color azul propuesto.

## Nivel de disposición al cambio de botella



- Por su característica dulce el color azul de la botella es un buen cambio.
- El color azul da la impresión de que no es una cerveza fuerte.
- Es asociado con vino o sangría por el color del líquido.



*“La única que cambiaría es la Solera Kriek, me gusta más con el azul porque va más con el sabor de esa botella porque es más dulce y refrescante”* (Consumidores NSE C, 36 a 45 años)

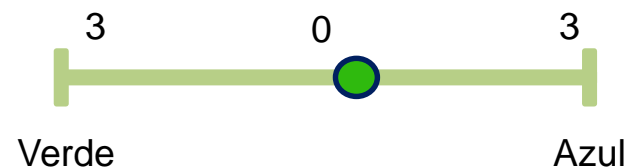
*“La Kriek podría soportar el cambio. Por el color más oscuro de la cerveza y la etiqueta”* (Consumidores NSE B, 25 a 35 años)

Existen opiniones encontradas respecto al cambio de color de la botella, pues algunos consideran que el cambio a azul le favorece; sin embargo, otros consideran que es engañoso, pues la hace ver como una cerveza más fuerte de lo que es en realidad.

## Nivel de disposición al cambio de botella



- El tamaño más grande de la etiqueta, le da mayor nivel de Premium
- Con la botella azul da la impresión de ser una cerveza negra
- Insisten en que el color adecuado para la botella de esta cerveza es ámbar (35 a 45 años, espontáneo)



*“Marzen en azul me hace pensar que es una cerveza negra cuando no lo es, porque el color de la cerveza es como ámbar y se aprecia mejor en una botella verde”* (Consumidores NSE B, 25 a 35 años)

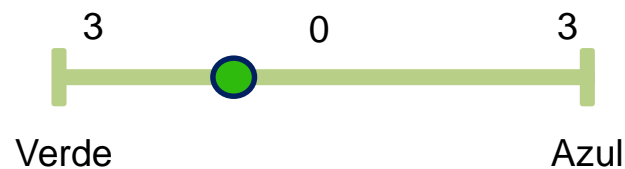
*“A verde en todo caso. Si tuviese ámbar me quedo con ámbar”* (Consumidores NSE B, 36 a 45 años)

La tendencia mayoritaria es hacia que se mantenga IPA en botella verde, basados fundamentalmente en la combinación de los colores de la etiqueta y el color del liquido con la botella actual.

### Nivel de disposición al cambio de botella



- Para algunos se ve mejor **combinación del color dorado** de la etiqueta con la botella verde
- Sugerencia del color ámbar en algunos casos
- El color de IPA en botella verde traslucida sugiere que es más fresca y suave, en tanto que en una botella azul podría asociarse a un sabor más fuerte

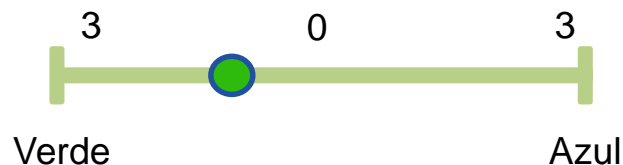
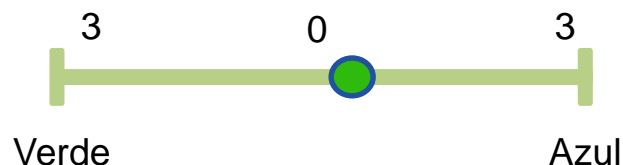
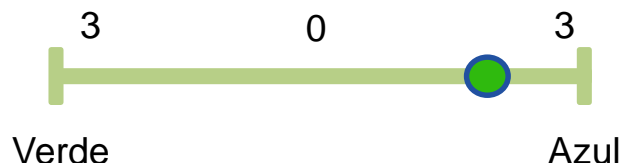
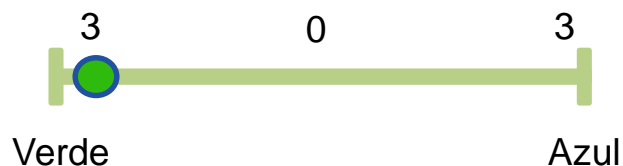


*“Se ve mejor la verde, mas parejita, se ve más suave, el tono azul le da la sensación de que no va a ser una cerveza fuerte”* (Consumidores NSE B, 25 a 35 años)

*“El color ámbar le da un toque de elegancia, en la actual parece un vidrio reciclado”* (Consumidores NSE B, 36 a 45 años)

La presentación de cerveza hacia la que existe una mayor apertura al cambio es la Solera Kriek, seguido de la Marzen, mientras que para IPA y Solera Clásica prefieren que se mantengan en su versión verde.

## Nivel de disposición al cambio de botella



*“La única que cambiaría es la Solera Kriek, me gusta más con el azul porque va más con el sabor de esa botella porque es más dulce y refrescante” (Consumidores NSE C, 36 a 45 años)*





# **6. Presentación Solera vs marca Zulia**

A pesar de que se reconoce un buen sabor en esta cerveza y un consumo ocasional, no hay identificación con la marca por el bajo costo que proyecta, ya que estos consumidores tienen alta valoración de la imagen de Premium en la cerveza que consumen.

### Asociaciones hacia la cerveza Zulia



Si bien es considerada una cerveza de buen sabor, la misma es asociada a bajos costos.

No es vista como competencia de la Solera verde sino con la Polarcita.

El diseño de su botella no es asociado con algo Premium o de calidad.

Es relacionada a partidos de béisbol u otros eventos deportivos.

*“Zulia para su marca no es lo que es Solera para Polar, no es una línea Premium”* (Consumidores NSE C, 36 a 45 años)

*“Zulia el logo es muy básico, se ve barata, la presentación no atrae”* (Consumidores NSE C, 25 a 35 años)

*“Es la única que me gusta de Regional... Es la que venden en el estadio”* (Consumidores NSE B, 25 a 35 años)






La técnica de pirograbado es relacionada con un producto ligero y económico, el cual no sólo es asociado con botellas verdes sino también transparentes y ámbar. Sin embargo, podrían aceptar un pirograbado en las botellas de Solera si se mantiene la misma calidad, diseño y colores que ven en las etiquetas y collarines actuales.




## Percepción hacia la botella pirograbada Vs. etiqueta



### Pirograbada

-  Es una presentación más duradera.
-  Sólo posible en diseño con logos sencillos.
-  No visualizan la presentación de Solera en este formato debido a los colores brillantes que se utilizan.

### Etiqueta

-  Le otorga elegancia y percepción de Premium a la presentación.
-  La etiqueta refuerza la percepción de una cerveza Premium.
-  Al entrar en contacto con el agua o frío se deshace.



Los consumidores no ven a la cerveza Zulia como una competencia de Solera, dado que esta última es considerada un producto Premium por elementos como color de la botella, características de sus etiquetas y producto per se.

## Comparación de atributos entre Solera y Zulia



Grado alcohólico:

\*  
solera



Nivel de Premium:

\*  
solera



Nivel de refrescancia:



Vale lo que cuesta:

\*  
solera



Actualización e innovación  
en su presentación:

\*  
solera







# **7. Hallazgos principales y recomendaciones**

- \* El consumo de los diferentes tipos de cerveza varía según la ocasión. Es considerada un motivo para compartir, además de ser utilizada como una bebida refrescante. Suele iniciarse el consumo con bebidas ligeras como la cerveza para culminar con otras de mayor grado alcohólico, como acompañante de comidas y momentos de relajación y esparcimiento grupales, ya sea con familia o amigos.
- \* Los principales cambios reportados por los jóvenes en el consumo se deben a motivos económicos. El costo de una caja de cerveza es el principal punto de comparación con producto. Prefieren en algunos casos comprar una botella de otro licor para mayor economía y duración. En cambio, los más adultos refieren una disminución en el consumo de cerveza debido a cambios en los estilos de vida.
- \* La recordación de los diferentes tipos de cerveza es variado, donde la tradición de algunas marcas juega un papel importante; así como también las variaciones en sabor e intensidad del mismo.
- \* La elección de una cerveza como preferida depende de características como: intensidad del sabor, nivel de refrescancia, relación precio – calidad y la experiencia que se haya tenido con la bebida; siendo notablemente mencionadas Polar: Solera y Pilsen.
- \* Existe una asociación de los colores de las botellas con marcas de cerveza, es el caso de Solera o Pilsen, por lo que el color de una botella es determinante al momento de la compra, dado que existe un conocimiento previo del producto a consumir. Un dato relevante es que el color azul y verde en una botella es asociado a prestigio, en tanto que ámbar es tradición y las transparentes no sugieren calidad .

- \* La receptividad de los consumidores hacia la marca Solera es buena, considerándola una cerveza premium de Venezuela por la calidad de su sabor y la variedad de presentaciones. Las más conocidas de Solera son la verde y azul. La reciente incorporación de otras variedades de cerveza como IPA, Marzen o Kriek han hecho que se posicione como una marca innovadora.
- \* En cuanto al cambio de color en las presentaciones de Solera, se presenta un fuerte rechazo al cambio de color en el caso de Solera Clásica, aunque existe mayor apertura en las otras presentaciones :
  - Clásica e IPA, deben mantener su presentación actual.
  - Marzen, opiniones divergente, se considera el color ámbar como una opción .
  - Kriek, las características del producto permiten una mayor apertura al cambio.
- \* Elementos como collarín en la botella le dan una característica premium a la cerveza, haciendo saber que algunos de estos dejaron de mostrarse en las presentaciones actuales de Solera.

- \* Pareciera que el escenario más favorable para Solera Clásica es mantener su presentación en botella verde.
- \* Las versiones de Placeres maestros son más permeables a cambios, siempre que se considere un diseño armónico entre los colores de la etiqueta y el color de la botellas.
- \* Una opción a considerar podría ser volver a las botellas color ámbar en el caso de IPA y Marzen.