

marketing de la empresa, Ana María Diez, explicó que “antes era la pura lata para ver el partido y ahora el consumidor chileno está cada vez más interesado e informado. Muchos clientes nos escriben pidiéndonos cervezas específicas, de hecho”. Agrega que sus trabajadores se han capacitado en el tema para conocer, por ejemplo, que una de las características de las belgas es que se pueden tomar con carnes rojas, como una alternativa al vino. Diez comenta que suele ser el público masculino el que se inclina por las que tienen más cuerpo.

La ejecutiva explica que eventos como el Oktoberfest contribuyeron a que las artesanales abarcaran un mercado distinto e introdujeron una nueva categoría. “Lo cual ha provocado una



XIMENA ROZAS

Diez resalta el interés creciente de los cerveceros.

competencia con las cervezas nacionales, generando que se preocupen de mejorar su calidad”.

Junto con las mencionadas, en Supermercado Diez venden las españolas Alhambra (6,4°); Estrella Damn (5,4°) y Mahou (5,5°), que tienden a ser más livianas y parecidas a las nacionales. Además de las alemanas

Schoffehofer (5°), Erdinger (5,3°) y Becks (5°); la rusa Arsenalnoye (4,7°); Quilmes, de Argentina (4,9°); la Paceña boliviana (5,2°) y la peruana Cuzqueña (4,8°). A las que se suman las holandesas Breda (5°) y Beer Bear (5°). Estas últimas dentro del rango de las más baratas, a 320 pesos.



“ Muchos clientes nos escriben pidiéndonos cervezas específicas

Ana María Diez

