

# MEXICO ON PREMISE CONSUMER PULSE REPORT

CGA by NIQ,  
Octubre 2024



# Introduction

CGA by NIQ se centra en medir y comprender el canal on premise, así como brindar asesoramiento en tal aspecto, en muchos países de todo el mundo.

En esta época de cambios constantes, tanto en las necesidades de los consumidores como en la propia infraestructura del canal, nunca ha sido tan importante disponer de información y asesoramiento sólidos basados en datos.

Durante más de 3 años, nos comprometimos a brindar investigaciones mensuales personalizadas y diseñadas específicamente a añadir valor a las áreas temáticas que ustedes, nuestros valiosos clientes, consideran importantes.

En función del increíble valor que los clientes nos dijeron que estos informes brindan, continuaremos brindándolos en 2024 en México para hacer un seguimiento de las métricas clave en el ámbito on premise y analizar temas candentes a medida que surgen

Esta actualización abarca nuevos estudios acerca del ámbito On Premise en México y temas **como el comportamiento On Premise, los niveles de satisfacción y las visitas en el pasado y la actualidad, así como las predicciones en el futuro.**

During 11<sup>th</sup> - 12<sup>th</sup> Septiembre de 2024, CGA by NIQ encuestó 1,196 participantes de entre 18 y 54 años de edad, principalmente de ciudades y zonas urbanas mexicanas, sobre sus expectativas, deseos y cómo planean comportarse durante el próximo mes.



# HERRAMIENTAS PARA EL CONSUMIDOR DE CGA BY NIQ

Otros informes a los consumidores en los que puede aprovecharse la experiencia de CGA by NIQ



## Apoyos a las SDP personalizadas

Cuenta historias de ventas específicas de la cadena a sus clientes de cuentas nacionales para hablar con sus consumidores y mostrar cómo su cartera se adapta a sus estrategias.



## Segmentación de consumidores

Diríjase de forma estratégica y eficaz a consumidores específicos de bebidas en el ámbito *on premise* para identificar ofertas y oportunidades relacionadas con ellos; de esta manera, garantizará que se invierta dinero de forma más eficaz al crear marcas *on premise*.



## Surtido óptimo

Con la herramienta de surtido de CGA, sus equipos pueden mostrar el surtido óptimo para los puntos de venta y destacar dónde deben colocarse las marcas dentro de un surtido con el fin de lograr las mayores ventas y aumentar la satisfacción del cliente.



## Investigación personalizada

Desde encuestas en línea hasta grupos de debate e interceptaciones en puntos de venta, CGA tiene acceso a millones de consumidores de todo el mundo para responder a sus preguntas más importantes.



## El camino hacia la compra

Comprenda el proceso de toma de decisiones por el que pasan los consumidores a la hora de comprar productos e identifique cómo influyen estas elecciones en las decisiones que dan lugar a las ventas finales.



## Investigación de barmanes

Los barmanes y los mozos constituyen el último punto de influencia en el canal. Con tal cambio, comprender las necesidades de los consumidores y barmanes es extremadamente importante para influir en las ventas de sus productos.

# RESUMEN: MÉTRICAS CLAVE/VISITAS *ON PREMISE*

---

- En el último mes, alrededor de 7 de cada 10 consumidores han visitado locales On Premise para comer, mientras que el 46 % los han visitado para tomar una bebida.
- De cara al próximo mes, se espera que los niveles de visitas se mantengan en consonancia con los de esta oleada.
- Entre quienes han visitado los locales On Premise en el último mes, la afluencia se concentra sobre todo en el fin de semana, siendo los sábados los días más populares, seguidos de los viernes, elegidos por 3 de cada 5 visitantes.
- Casi dos tercios de los visitantes mensuales On Premise han visitado locales al menos una vez por semana. Los que acuden para beber tienen mayor probabilidad de salir semanalmente, mientras que los que lo hacen para comer tienen una probabilidad algo mayor de hacerlo mensualmente.
- La cerveza sigue siendo la bebida alcohólica preferida, ya que más de 3 de cada 4 han consumido esta categoría en el establecimiento durante el último mes. El tequila es el destilado preferido y su consumo ha aumentado desde la última oleada. Los refrescos son la opción sin alcohol preferida, ya que más de 3 de cada 4 personas consumen esta categoría, a la que sigue el café.
- Casi 3 de cada 5 consumidores han probado una nueva bebida en el establecimiento en el último mes, siendo la cerveza la opción más popular para experimentar y los cocteles la segunda.
- Si se observan los niveles de satisfacción en la visita más reciente de un consumidor, este se muestra muy satisfecho con la relación calidad-precio, la emoción por la bebida y la calidad general del servicio en todas las categorías de bebidas que ha consumido.
- Los niveles de satisfacción también son sistemáticamente altos en los distintos elementos de su última visita a los locales, y la gran mayoría de consumidores están satisfechos con la calidad del servicio recibido en particular.
- En cuanto a las visitas en el futuro, más de un tercio tiene previsto ir con más frecuencia que el mes pasado, y casi la mitad, con la misma frecuencia.



## Tema candente: premiumización

- Cuando los consumidores desean comprar una bebida de calidad superior o premium para consentirse, más de la mitad se inclinan por una bebida de una categoría diferente a la habitual, mientras que aproximadamente 2 de cada 5 elegirían una opción más cara o premium dentro de su categoría de bebida habitual.
- Casi 2 de cada 3 consumidores esperan que una bebida utilice ingredientes de alta calidad para ser considerada premium, y más de 2 de cada 5 creen que debe estar elaborada por expertos.
- Aquellos consumidores que elegirían una bebida premium On Premise la tomarían principalmente en un bar premium, seguido por los restaurantes de alta cocina.
- Las celebraciones son la principal ocasión para comprar una bebida premium en un establecimiento, seguidas de cerca por las citas románticas.

# Métricas clave/visitas a establecimientos





# 72%

de los consumidores han salido a comer en el último mes.

0pp vs. Septiembre 2024

# 46%

de los consumidores han salido a tomar una copa en el último mes.

-2pp vs. Septiembre 2024





71%

of consumers plan to go out to eat in the next month

0pp vs. September 2024

47%

of consumers plan to go out for a drink in the next month

-2pp vs. September 2024







# ¿CUÁLES DE LAS SIGUIENTES OPCIONES DESCRIBEN MEJOR LA UBICACIÓN DE LOS BARES, RESTAURANTES O LOCALES SIMILARES QUE SUELE FRECUENTAR?

*Ubicación de los establecimientos On Premise visitados*



Ciudad

90%



Afuera de una ciudad

8%

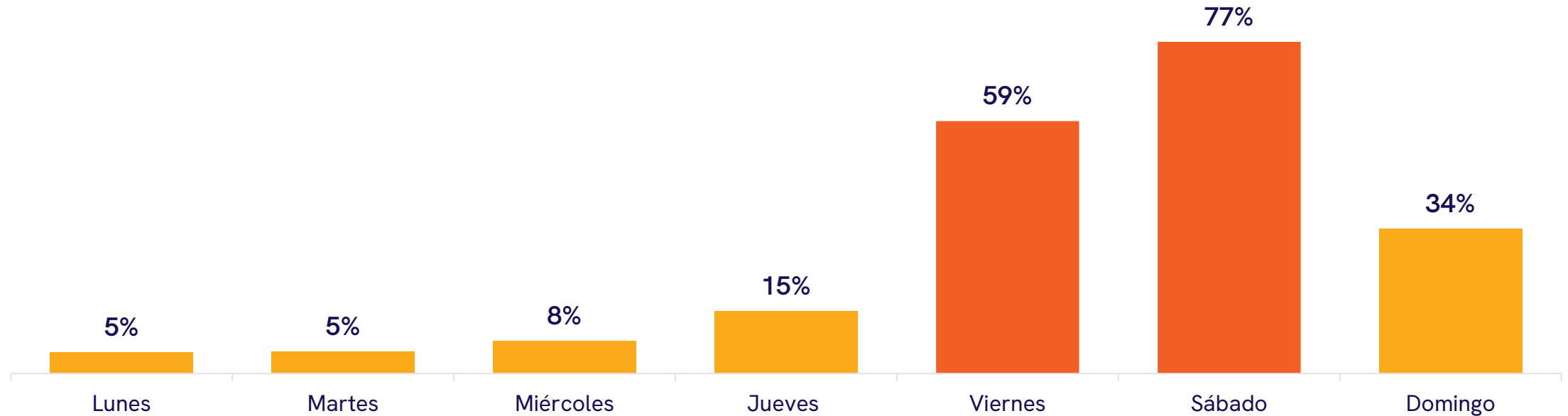


Zona rural

8%

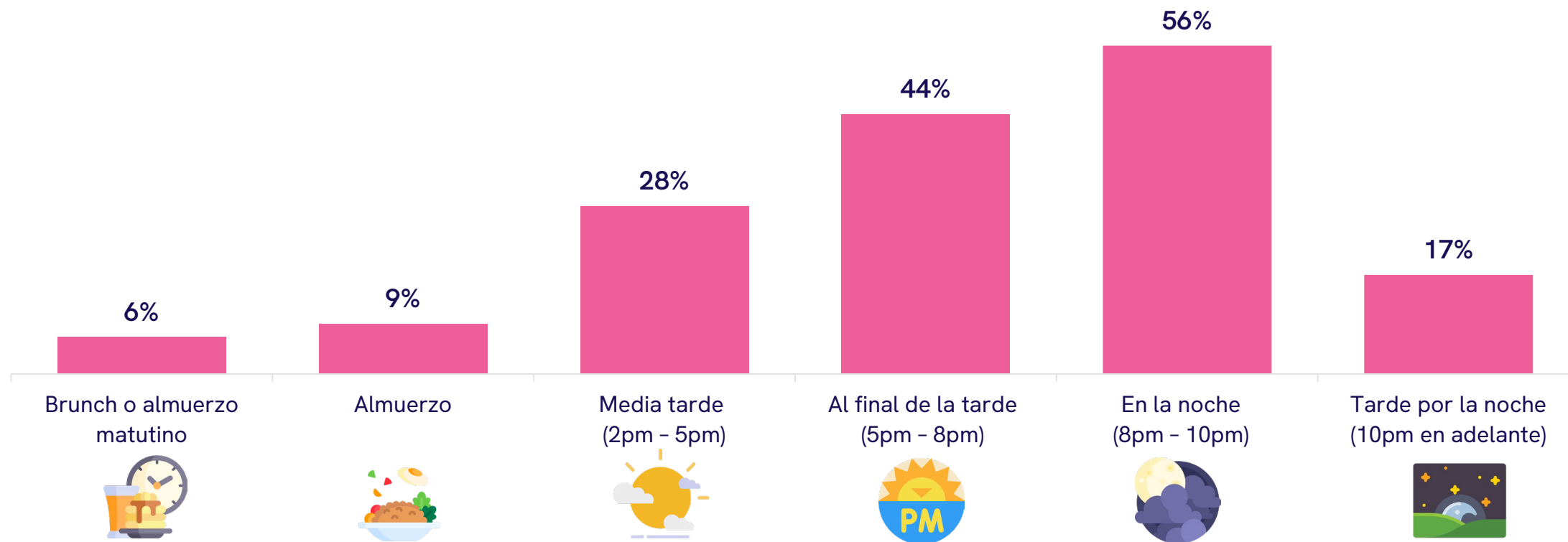
# ¿EN QUÉ DÍAS DE LA SEMANA HA VISITADO UN BAR, RESTAURANTE U OTRO LOCAL SIMILAR DURANTE EL ÚLTIMO MES?

*Frecuentación On Premise durante la semana*



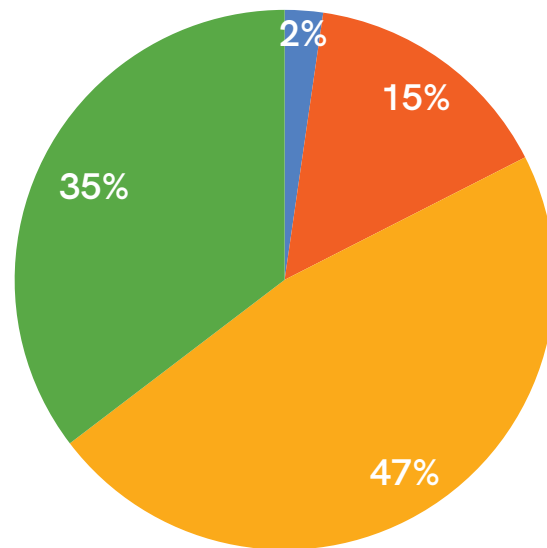
# ¿A QUÉ HORAS DEL DÍA HA VISITADO BARES, RESTAURANTES Y LOCALES SIMILARES DURANTE EL ÚLTIMO MES?

*Hora del día en que los consumidores han visitado establecimientos On Premise en el último mes*



# ¿CON QUÉ FRECUENCIA HA VISITADO BARES, RESTAURANTES Y LOCALES SIMILARES DURANTE EL ÚLTIMO MES?

Frecuencia con la que los consumidores han visitado los locales On Premise en el último mes



El 64 % de los consumidores los visitan semanalmente

■ A diario o casi a diario

■ Entre 3 y 5 veces a la semana

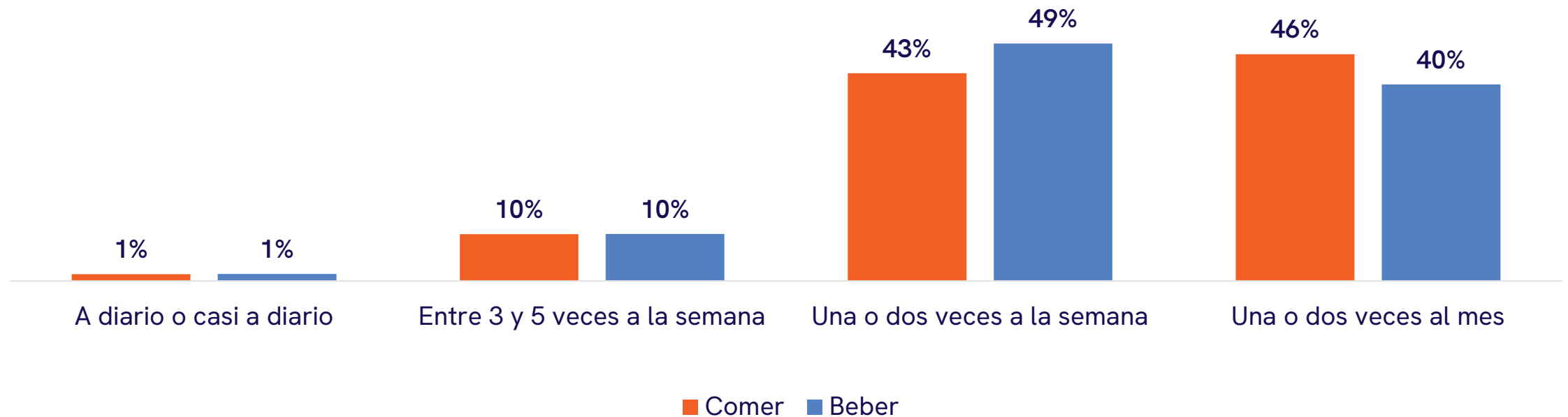
■ Una o dos veces a la semana

■ Una o dos veces al mes



# FRECUENCIA DE VISITA A BARES/RESTAURANTES EN EL ÚLTIMO MES, DIVIDIDO POR "COMER" Y "BEBER"

*Preguntado a los que fueron a comer y/o beber en el último mes*



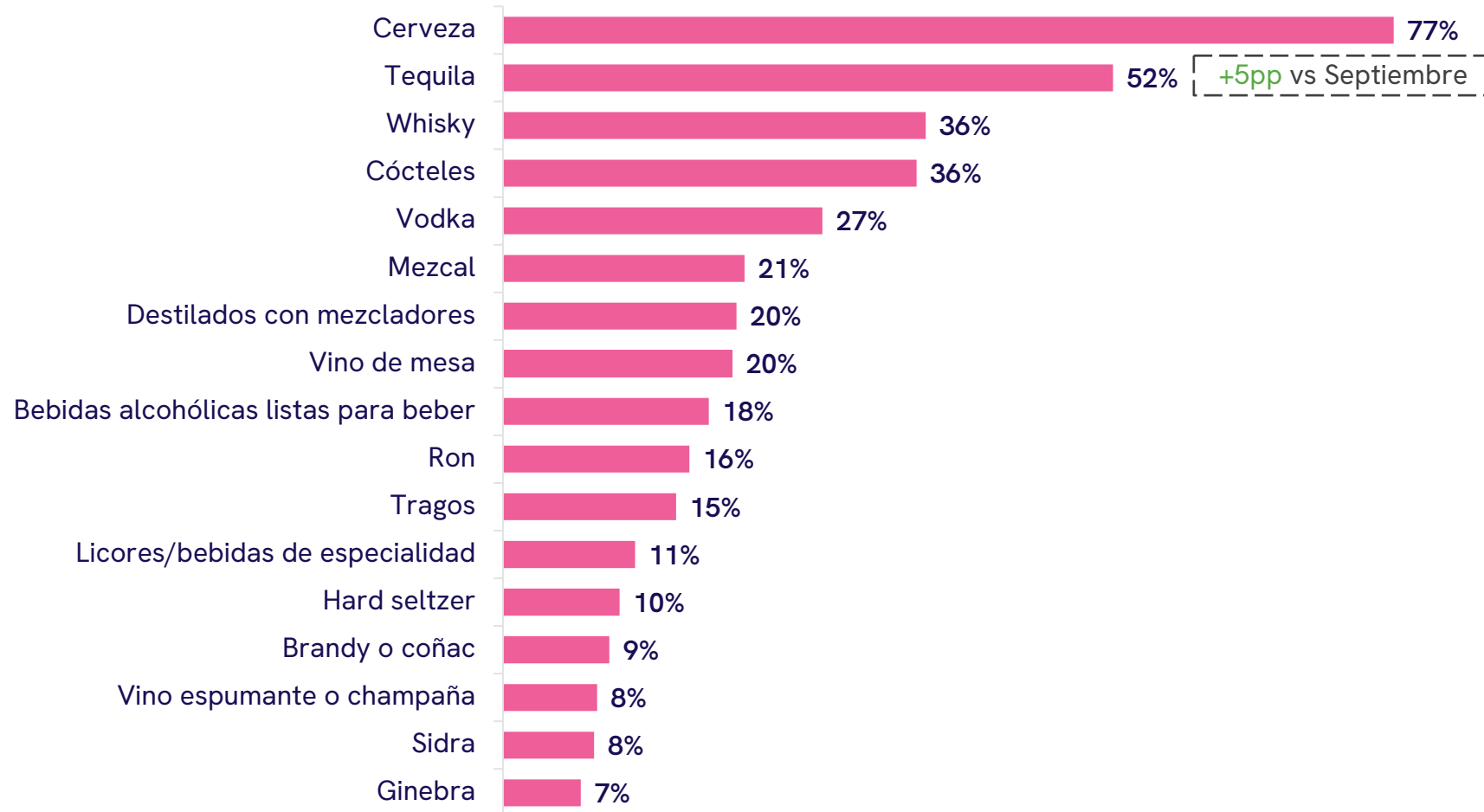


# 2621 MXN

es la cantidad promedio  
que los consumidores han  
gastado para salir a comer  
y beber en el último mes.

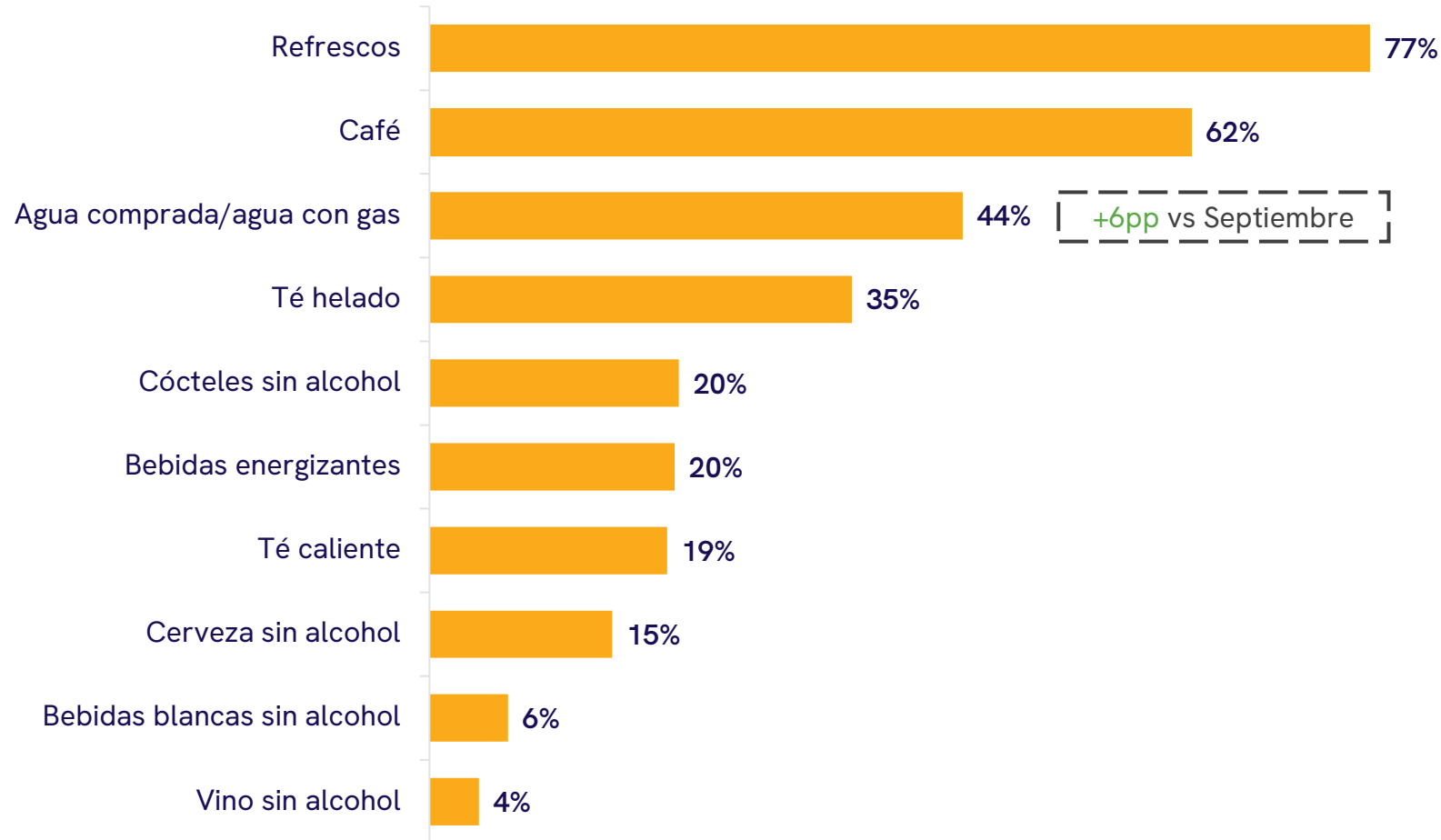
# ¿CUÁLES DE LAS SIGUIENTES BEBIDAS ALCOHÓLICAS HA CONSUMIDO EN BARES O RESTAURANTES EN EL ÚLTIMO MES?

Elección de bebidas alcohólicas de quienes han visitado los locales On Premise en el último mes



# ¿CUÁLES DE LAS SIGUIENTES BEBIDAS SIN ALCOHOL HA CONSUMIDO EN BARES O RESTAURANTES EN EL ÚLTIMO MES?

*Elección de bebida no alcohólica de quienes han visitado los locales On Premise en el último mes*







# 58%

de los consumidores han probado una nueva bebida al comer o beber fuera de casa en el último mes

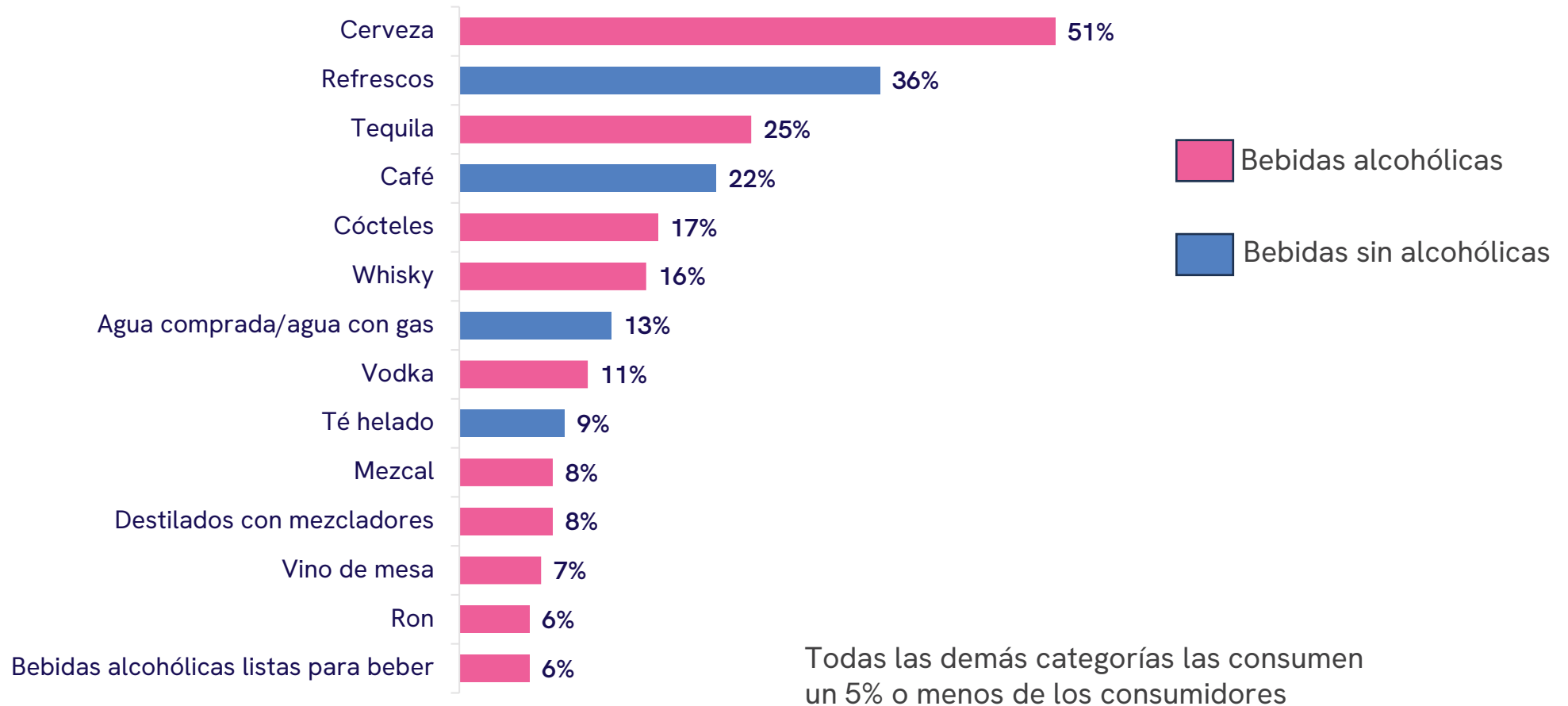
# ¿A CUÁL DE LAS SIGUIENTES CATEGORÍAS PERTENECÍA LA NUEVA BEBIDA QUE PROBÓ?

*Nuevas categorías de bebidas que los consumidores han probado en el último mes*  
Se muestra a quienes han tomado una nueva bebida en los locales



# PENSANDO EN SU VISITA MÁS RECIENTE A UN BAR, RESTAURANTE O LOCAL SIMILAR, ¿CUÁLES DE LAS SIGUIENTES CATEGORÍAS DE BEBIDAS TOMÓ?

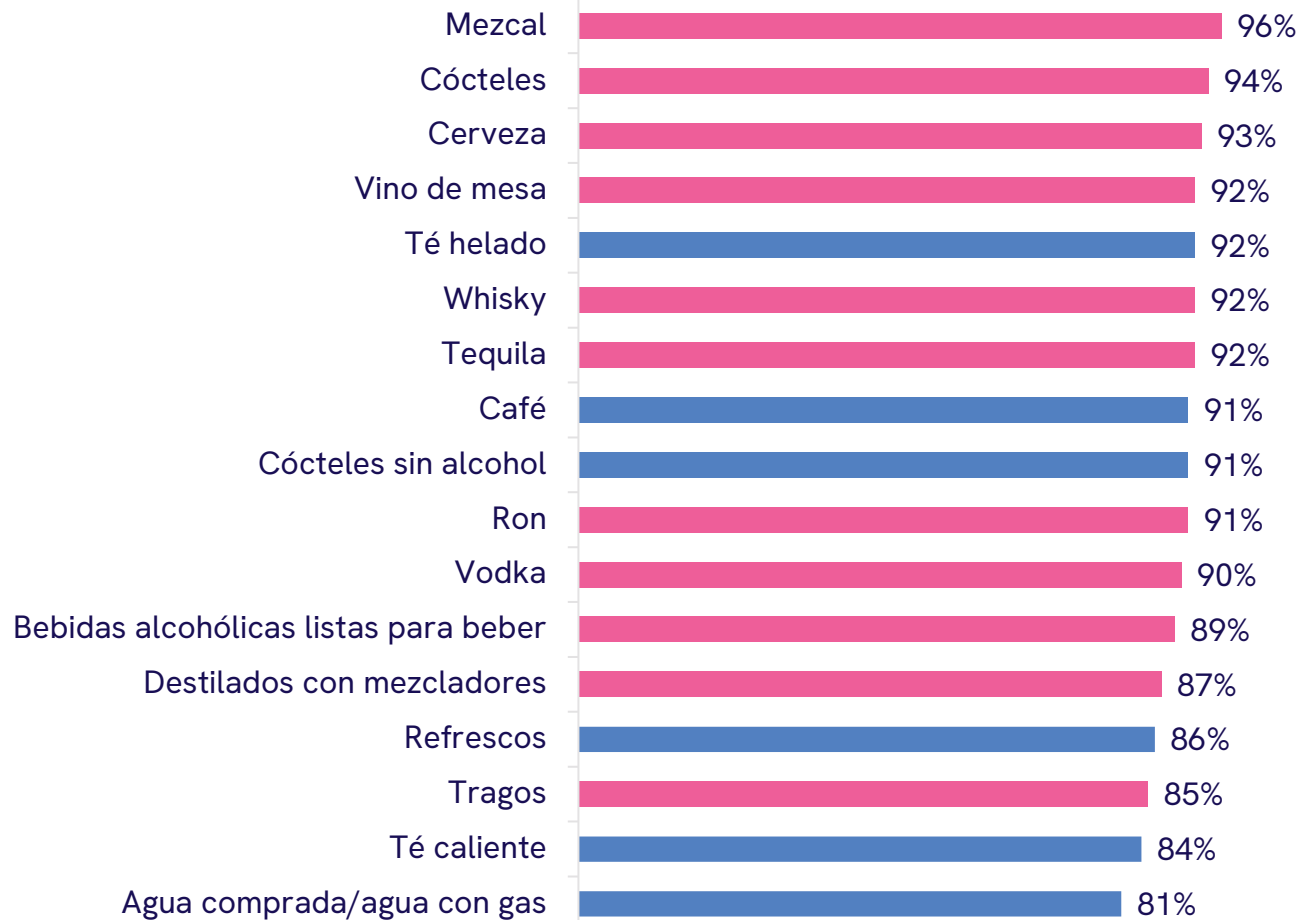
Categorías de bebidas consumidas en la visita más reciente



# ¿ESTÁ SATISFECHO CON LA RELACIÓN CALIDAD-PRECIO DE LAS BEBIDAS QUE HA TOMADO EN SU ÚLTIMA VISITA?

Mostrado al consumidor de la categoría de bebida individual en la última visita

% muy satisfecho / satisfecho con la **relación calidad-precio**



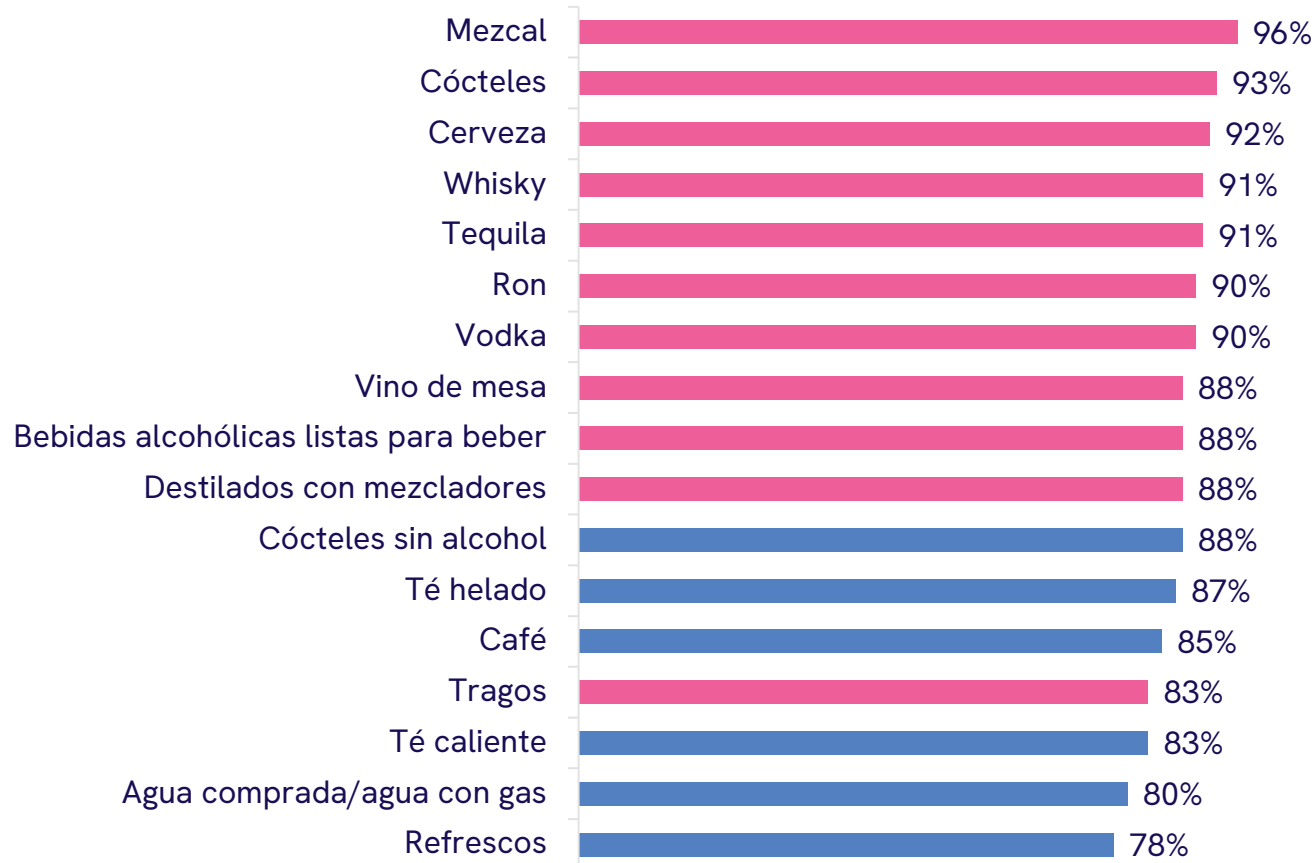
\*Bebidas alcohólicas

\*Bebidas sin alcohólicas

# ¿QUÉ GRADO DE SATISFACCIÓN LE HAN PROPORCIONADO LAS BEBIDAS QUE HA TOMADO EN SU ÚLTIMA VISITA?

Se muestra a cada categoría de bebida consumida en la última visita

% muy satisfecho / satisfecho con lo **emocionante que fue la bebida**



\*Bebidas alcohólicas  
\*Bebidas sin alcohólicas

# ¿QUÉ GRADO DE SATISFACCIÓN LE HAN PROPORCIONADO LAS BEBIDAS QUE HA TOMADO EN SU ÚLTIMA VISITA EN CUANTO A LA CALIDAD DEL SERVICIO?

Se muestra a cada categoría de bebida consumida en la última visita

% muy satisfecho / satisfecho con la **calidad general del servicio**

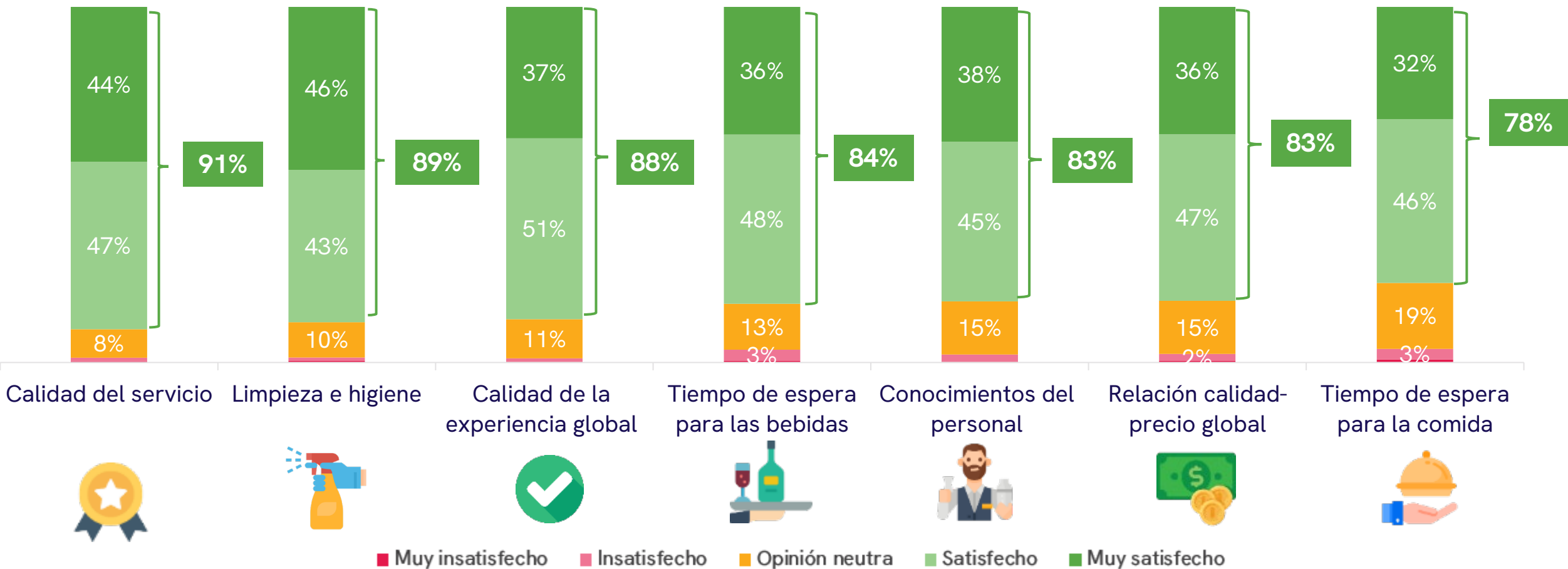


\*Bebidas alcohólicas

\*Bebidas sin alcohólicas

# EN SU ÚLTIMA VISITA A UN BAR, RESTAURANTE O LOCAL SIMILAR, ¿CUÁL FUE SU GRADO DE SATISFACCIÓN EN CADA UNA DE LAS SIGUIENTES ÁREAS?

Proporción de consumidores muy satisfechos/satisfechos con...





# ¿CON QUÉ FRECUENCIA PLANEA VISITAR BARES, RESTAURANTES U OTROS LOCALES SIMILARES DURANTE EL PRÓXIMO MES?

Frecuentación planeada a los locales On Premise a lo largo del próximo mes



Con mucha más/más frecuencia que este mes

Con tanta frecuencia como este mes

Con mucha menos/menos frecuencia que este mes

36%

47%

17%



# Tema candente: premiumización





# SI DESEA DISFRUTAR DE UNA BEBIDA DE CALIDAD O "PREMIUM" EN UN BAR, RESTAURANTE O ESTABLECIMIENTO SIMILAR EN LUGAR DE UNA BEBIDA BARATA, ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES OPCIONES ES MÁS PROBABLE QUE ELIGIERA?

*Cómo se consentirían los consumidores en los locales On Premise*



Elegirían una categoría de bebida diferente a la normal

**52%**



Elegirían una marca más cara/premium de la misma categoría

**43%**

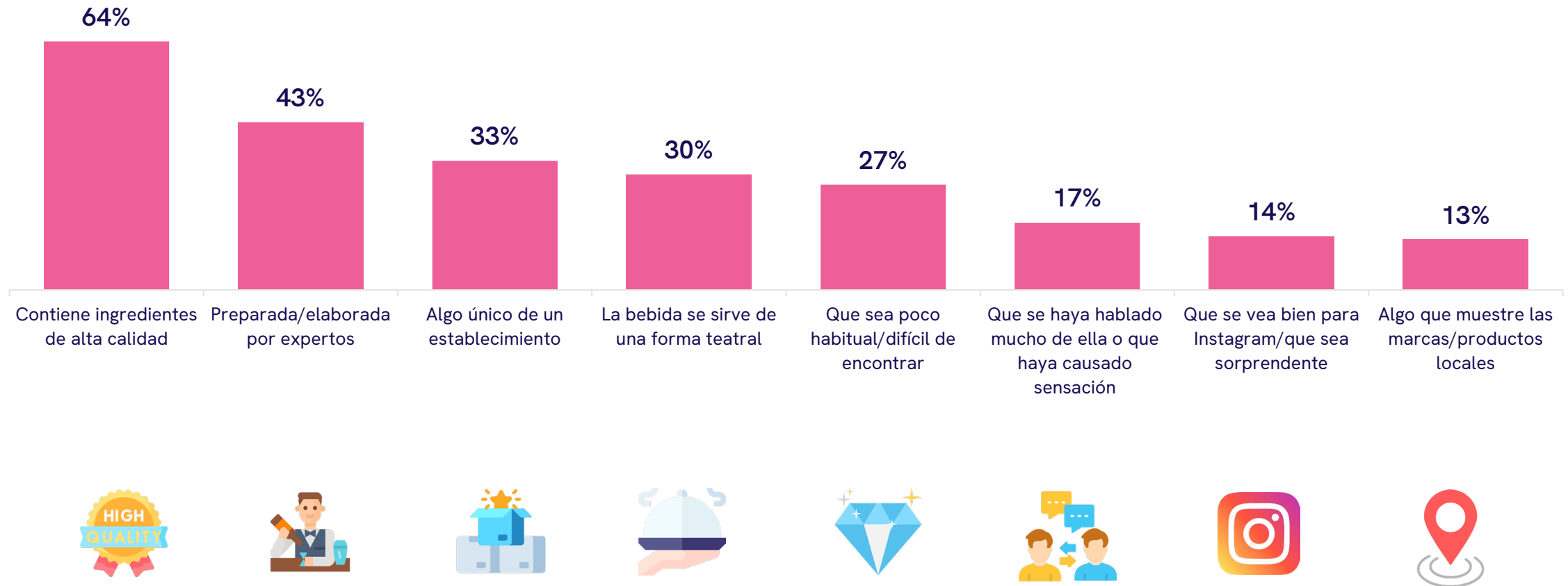


Nunca me consentiría pidiendo una bebida premium

**5%**

# ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES ATRIBUTOS HACEN QUE UNA BEBIDA SE CONSIDERE "PREMIUM" SEGÚN USTED?

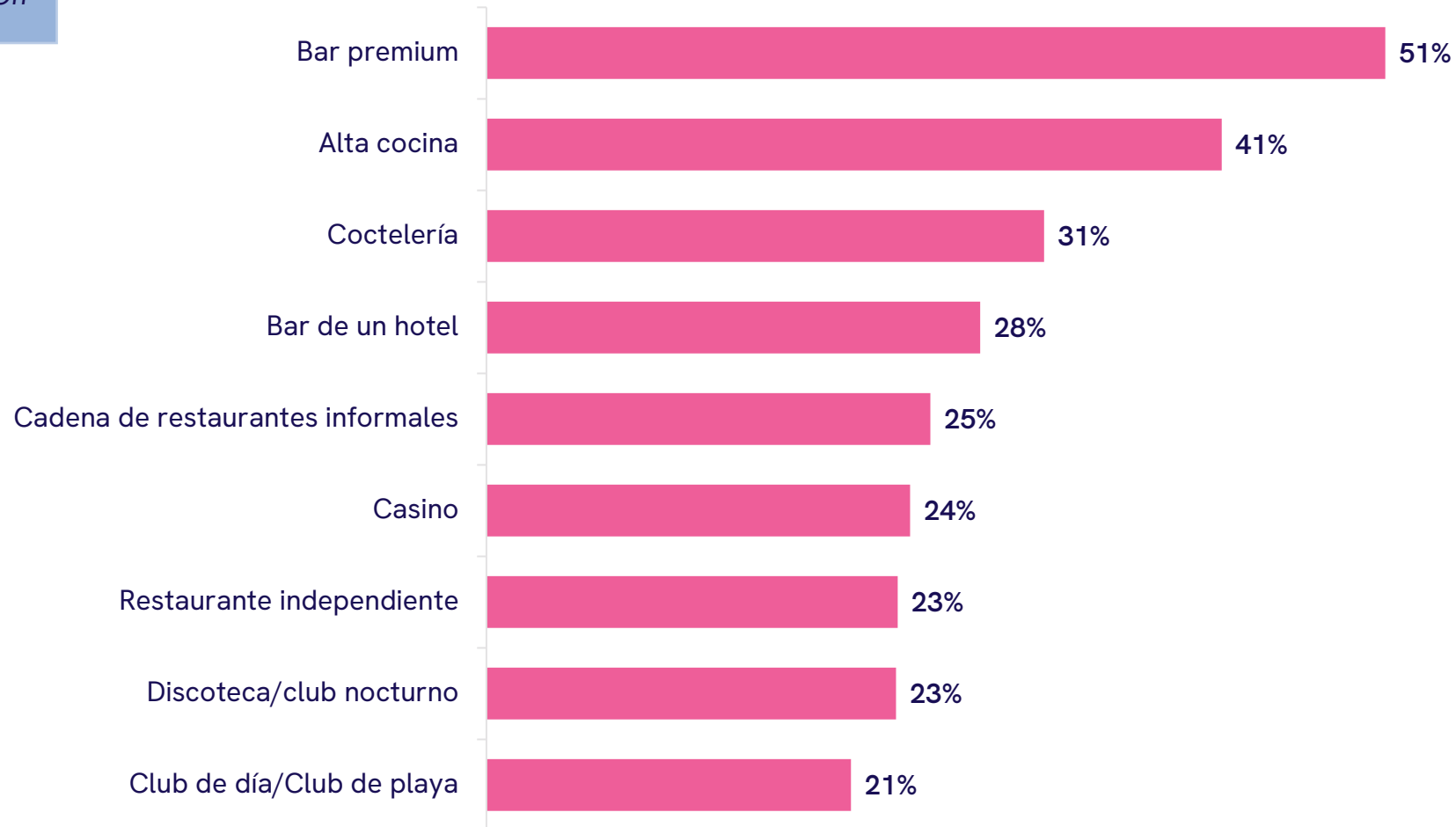
*Expectativas de los consumidores con respecto a las bebidas "premium"*



# ¿EN CUÁL DE LOS SIGUIENTES TIPOS DE ESTABLECIMIENTOS SERÍA MÁS PROBABLE QUE ELIGIERA BEBIDAS PREMIUM?

Preguntado a los que elegirían una bebida premium en el local On Premise

Establecimientos en los que es más probable que los consumidores elijan una bebida premium



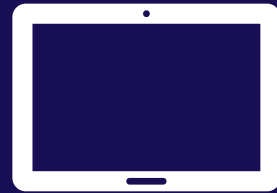
# ¿EN CUÁL DE LOS SIGUIENTES TIPOS DE OCAASIONES SERÍA MÁS PROBABLE QUE ELIGIERA BEBIDAS PREMIUM CUANDO VISITA BARES, RESTAURANTES U OTROS ESTABLECIMIENTOS SIMILARES?

Preguntado a los que elegirían una bebida premium en el local On Premise

Ocasiones en las que es más probable que los consumidores elijan una bebida premium



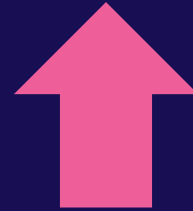
# Optimice su estrategia de canal On Premise con la Encuesta de Usuarios On Premise de CGA



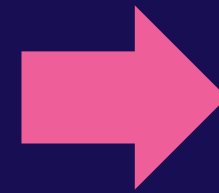
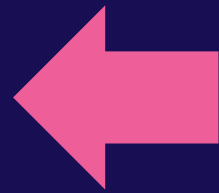
Identifique a qué canales dirigir los anuncios y soluciones digitales



Comprenda los principales factores que influyen en la elección de bebidas en los principales canales "On Premise"



Desarrolle historias de ventas de sus marcas para demostrar a los operadores las ventajas de dar prioridad a sus marcas



## OPUS

# ¿Quieres saber más sobre el impacto actual de las tendencias globales en el mercado "On Premise" mexicano?



## Presentaciones REACH globales

En CGA, el mes de mayo marca la publicación de nuestro informe anual de perspectivas globales del sector On Premise: REACH.

Además del análisis habitual de las visitas On Premise, las categorías que marcan tendencia y los factores de elección del establecimiento, el informe de este año examina los temas de actualidad que afectan al sector, como la sostenibilidad, la crisis del costo de la vida, las redes sociales y la promoción, la educación, entre otros.

Si desea solicitar información sobre una presentación para usted y su equipo, póngase en contacto con nosotros a través de la información de contacto de la siguiente diapositiva.



## Informes REACH regionales

Como continuación de nuestro informe REACH global anual, contamos con nuestros informes REACH regionales, cuyo objetivo es explorar más de cerca los matices por mercados en función de la ubicación en el mundo.

Para el mercado "On Premise" francés, esto se hará en forma de un informe europeo específico.

Póngase en contacto con nosotros para hablar de las opciones disponibles.



## OPUS Core

La suscripción a OPUS Core le permite profundizar en profundidad el comportamiento de los consumidores "On Premise", desde detalles básicos de cada canal, ocasión y categoría de bebida, hasta la identificación de cómo están influyendo las tendencias clave en el sector.

Póngase en contacto con nosotros para más información.



# Contact Us

To learn more or to speak to a member of the team, please feel free to get in touch:



Matthew Crompton  
VP Americas – On Premise  
[Matthew.Crompton@nielseniq.com](mailto:Matthew.Crompton@nielseniq.com)



Mike Rende  
Gerente de Soluciones al Cliente  
[Mike.Rende@nielseniq.com](mailto:Mike.Rende@nielseniq.com)

