CERVEZA :: LA GUERRA HA COMENZADO

El desafío será para Franca

LA MARCA DE AJE HA DECLARADO LA GUERRA AL PESO PESADO DEL MERCADO CERVECERO. ¿EN QUÉ TERMINARÁ?

El general Sun Tzu decía que en todo conflicto el primer combate debe ser por alcanzar el control: "El guerrero hábil mueve a su oponente, no permite que el adversario lo mueva a él. Es fuerte el que obliga a su enemigo a reaccionar. Es débil el que reacciona ante el enemigo".

¿Backus exageró? Para Krishna Muro, de Icom, no: "No puedes llegar al vecino nuevo y pretender pelearte con el dueño del barrio". La cerveza Franca cumple con el primer mandamiento del gurú del márketing Mohanbir Sawhney. Según afirma, la marca no debe verse como quiere la competencia, sino como quiere que el mercado la perciba. En ese sentido, Franca se ve como el líder: Cristal. Quiere competir contra el buque insignia del grupo cervecero más importante del país. Pero, ¿está a la altura del campeón?

Para Rosa María Bedoya, profesora de publicidad de la Universidad Católica, sí: "Franca es de los Añaños, peruanos emprendedores que no le temen a competir con el mundo". Para Bedoya, Franca no posee los 84 años de experiencia y posicionamiento de Cristal, pero tiene valentía. Para Franca el reto no solo representa la base para empezar a construir marca.

AJE señala que el desafío comunica su objetivo: competir con la cerveza considerada la más rica, no con Pilsen Trujillo. Su valor agregado sobre Cristal: más barata. ¿Lo logrará? Ese parece que será el verdadero desafío, en el que deberá mostrar algo más que atrevimiento. Backus seguirá con su reconocida estrategia de portafolio de marcas. Y claro, en Indecopi.

CAMPAÑAS

También vienen...

Tras finalizar el Desafío Franca, AJE lanzará una campaña para promover su versión personal y 'six pack' de Franca.

Cristal seguirá con la campaña de personajes como 'El Chancha', 'El Pilas' (similar a la campaña con personajes de Budweiser 'Real american heroes'). Pilsen Trujillo, según voceros de Backus, seguirá celebrando con los consumidores la participación de mercado que han alcanzado en su segmento.

EL OBSERVADOR

SANDRO FUENTES A.
[Abogado tributarista]

Tributos y una población dispersa

EL ASISTENCIALISMO Y EL DESARROLLISMO EN LAS ZONAS RURALES HAN PROBADO SU INEFICACIA, POR LO QUE YA ES HORA DEL CAMBIO CUALITATIVO

Es ineludible referirse al mensaje presidencial del 28 de julio, como también es de rigor aludir a sus omisiones más que a sus acciones.

Aunque jamás habrá un mensaje presidencial impecable, en el sentido que solo concite aplausos, prefiero considerar que el pronunciado por el presidente se ha ceñido a los propósitos de la Constitución: que se nos diga cuál es la situación de la República y las mejoras y reformas que el Poder Ejecutivo pone a consideración del Congreso. Puede, por eso, ser un recuento aburrido, estadístico y puede tener matices, pero no es una mala idea desterrar de nuestras expectativas que los mensajes tengan que ser siempre una pieza política, un discurso de masas, un desembalse de anuncios espectaculares. Es decir, no estaría mal transitar por la sobriedad, como me parece que se ha hecho.

Destaco algo que considero de enorme trascendencia y, quizá, justamente por su repercusión histórica, no he encontrado ni leído comentarios o análisis, sencillamente porque creo que obliga a pensar en el largo plazo, algo que no es propio de nuestra idiosincrasia. Me refiero al diagnóstico hecho por el presidente acerca de la dispersión poblacional en la sierra peruana (y estimo que lo mismo pasa en la selva baja) que hace inútil cualquier esfuerzo estatal o privado para salvar a esa población de la pobreza, desnutrición, frío, atraso y exclusión.

No parece difícil aportar cálculos o estadísticas que refrenden el escaso impacto del gasto social en esas áreas o de la mayor detracción que sufren los recursos destinados a ello a manos de intermediarios o burócratas. Hubiera sido y es deseable que tan crudo diagnóstico genere cuanto antes planes para solucionarlos, pues está claro que los tributos que pagamos exigen eficacia en el gasto. El asistencialismo y el desarrollismo en esas zonas rurales ya han probado su ineficacia y todo indica que es hora de marchar a una solución cualitativamente superior, que implique también mecanismos de mercado, de intercambio de tierras, de bonos por traslado, de capacitación laboral acelerada o similares.

El invitado de hoy es socio del estudio Rodrigo, Elías & Medrano Abogados. Su próxima columna aparecerá en cuatro semanas.