

ASPECTOS SOCIOCULTURALES DEL CONSUMO DE CERVEZA ARTESANAL EN MÉXICO

Claudia Hernández-Barajas; Jaqueline Martínez-Quiroga*;
Susana Regina García-Damián; Osman Sebastián Silvestre-González

Licenciatura en Ciencia de los Alimentos, Departamento de Salud Pública, CUCBA, Universidad de Guadalajara. Camino Ramón Padilla Sánchez N°2100. Nextipac, Zapopan, Jalisco, C.P. 45200. *Correo-e: jaqueline.mquiroga@alumnos.udg.mx

Recibido: 15/oct/2020 Aceptado: 30/nov/2020

Resumen

El mercado de la cerveza artesanal en el país ha reflejado un crecimiento significativo en años recientes, promediando casi un 40 % durante el periodo de 2012 a 2017. En Jalisco se produce la mayor cantidad de cerveza y han proliferado las marcas de cerveza artesanal logrando posicionarse en el gusto de los consumidores, incluso diversificándose hacia marcas orientadas al consumo femenino. Las cervezas artesanales se encuentran en el segundo lugar de preferencia, lo que abre posibilidades para la expansión del mercado, asociado a la cultura gastronómica, gracias a las tendencias y a la curiosidad de los consumidores por degustar productos nuevos y de exportación que les permita generar nuevas experiencias sensoriales, como el agrado por su sabor, e incluso por su presentación ya que el 66 % de los consumidores compra una cerveza artesanal debido a este factor. La oferta cada vez es mayor en restaurantes, depósitos y tiendas de autoservicio permitiendo el incrementado de la rentabilidad y el apoyo a negocios enfocados hacia esta industria, logrando con esto un crecimiento en la economía y el desarrollo de emprendedores mexicanos.

Palabras clave: Cerveza artesanal, bebidas alcohólicas, evaluación sensorial.

SOCIOCULTURAL ASPECTS OF CRAFT BEER CONSUMPTION IN MEXICO

Abstract

The craft beer market in the country has reflected significant growth in recent years, averaging almost 40% during the period from 2012 to 2017. In Jalisco, the largest amount of beer is produced and craft beer brands have proliferated, managing to position themselves in the taste of consumers, even diversifying into brands oriented to female consumption. Craft beers are in the second place of preference, which opens possibilities for the expansion of the market, associated with the gastronomic culture, thanks to trends and the curiosity of consumers to taste new and export products that allow them to generate new sensory experiences, such as liking for its flavor, and even for its presentation, since 66% of consumers buy a craft beer due to this factor. The offer is increasing in restaurants, warehouses and self-service stores allowing increased profitability and support for businesses focused on this industry, thereby achieving growth in the economy and the development of Mexican entrepreneurs.

Keywords: Craft beer, alcoholic beverages, sensory evaluation.

Introducción

La cerveza artesanal forma parte de la tendencia de consumo de productos locales que está en auge a nivel mundial. En México, existe una producción reportada de 104 800 000 HL de cerveza industrial y sólo 108 723 HL corresponde a cerveza artesanal, siendo esta el 0,1 % del mercado. En 2016, el estado con mayor producción de cerveza fue Jalisco con el 29 %, seguido de Baja California con 17 % y Nuevo León con 14 %. El 5,32 % de la cerveza que se produce en el país se exporta, dirigiendo el 90 % hacia USA y Canadá y el 10 % restante a Oceanía (Asociación de Cerveceros Artesanales de México [ACERMEX], 2018).

Sin embargo, esta industria se enfrenta a la competencia con las grandes industrias cerveceras establecidas, las cuales son un duopolio y cuentan con ventajas comerciales como el acceso a costos de materia prima más bajos por la compra de grandes volúmenes, e inclusive contratos de exclusividad con los puntos de distribución, lo cual coloca en desventaja al comercio de cerveza artesanal, condicionando su consumo a través de la limitación de su distribución (Bernárdez, 2013).

En el estado de Jalisco, existe una cervecería pionera en la producción de cerveza artesanal, inició su proyecto en 2003 con la elaboración de cerveza de las variedades Imperial Stout, Colonial, Viena, Pale Ale e IPA, mismas que fueron aceptadas rápidamente por el gusto de los tapatíos, siempre conservando la imagen de su cerveza como un producto de calidad, de espíritu joven y con la finalidad de reeducar a la sociedad sobre el consumo de la cerveza. El posicionamiento de las cervecerías artesanales en Guadalajara ha sido considerable regis-

trando aproximadamente 130 marcas. Las principales cervecerías que destacan son siete, incluida la ya mencionada, que son reconocidas por los consumidores de la ciudad e incluso por extranjeros, gracias a la calidad que manejan en la elaboración de la bebida (Larios, 2017).

Actualmente, el consumo de cerveza por la población mexicana no tiene una segmentación específica, lo cual ha generado que su mercado sea el que se adapte a la variedad de productos con los que se cuentan en la industria cervecera. Los consumidores pueden ser desde personas maduras que identifiquen un perfil sensorial específico de una cerveza, hasta jóvenes que disfrutan de una bebida mezclada con distintos ingredientes que le den una experiencia totalmente diferente. Incluso la integración de las mujeres hacia el consumo de la cerveza se ha disparado en los últimos años, permitiendo que este segmento del mercado se integre a la cultura de consumo de cerveza, a su vez la industria ha tenido que recurrir a crear bebidas con características más adaptadas al perfil femenino, para poder ganar su preferencia y elevar el consumo de sus productos (Araujo, 2017).

Preferencia de consumo

México es un país cuyo consumo y demanda de bebidas alcohólicas se mantiene en alza a medida que los consumidores comienzan a apreciar nuevos y diferentes atributos sensoriales en las bebidas alcohólicas, exigiendo cada vez más variedad y nuevas experiencias que encajen con el estilo de vida actual. Entre la variedad de opciones de bebidas alcohólicas se ha encontrado que el 53 % de los mexicanos prefiere la cerveza industrializada, sector de relevancia económica por ser el de mayor actividad agroindustrial al representar el 23 % de las exportaciones del país.

La preferencia recae específicamente porque consideran el sabor de esta más agradable que el de otras bebidas fermentadas y destilados (Calvillo, 2017; Seale & Associates, 2018).

En segundo lugar de preferencia se encuentran las cervezas artesanales con el 14 % comparado con el 10 % del tequila, 7 % del whisky, 6 % del vino y 5 % del vodka. Siendo esto posible gracias a la difusión de los cerveceros que dan una percepción gourmet del producto, donde se involucran elementos multisensoriales que generan una experiencia de consumo compuesta por aspectos sociales, emocionales, económicos y funcionales (Calvillo, 2017; Fernández, Yáñez, Santander, Cea, y Mery, 2017).

En este sentido, Fernández et al., (2017) y ACERMEX (2018), consideran que entre las cervezas artesanales existen características que influyen entre el gusto de una por otra, como las costumbres culinarias y la cultura gastronómica, siendo los cinco estilos más vendidos por las cervecerías artesanales mexicanas la Pale Ale, Indian Pale Ale, American Stout, Amber or Red Ale y la Golden o Blonde Ale (Cuadro 1).

No obstante, en México el 68 % de los hogares consumen cerveza, aunque para la mayoría de los mexicanos solo existen dos clasificaciones: clara y oscura. El 91 % de las personas prefieren la clara y el 9 % la oscura. Pero en los últimos años la cerveza light ganó mucha popularidad en las preferencias, ya que aumentó del 12 % al 33 % (Cerveceros de México, 2017).

Frecuencia y hábitos de consumo

En México el consumo de cerveza artesanal está tomando gran popularidad. Un estudio realizado por Sánchez,

Guajardo, Almeraya, Pérez y Guajardo. (2018), encontraron que el 66 % de la población en el Estado de México, prefiere comprar una cerveza artesanal debido a su innovación y sabor. También el 46 % prefieren consumir cerveza artesanal una vez por semana, el 48 % prefieren su consumo una o dos veces al mes y sólo el 6 % la consumen tres veces por semana.

Cuadro 1. Estilos de cerveza artesanal más vendidos y porcentaje de cervecerías que los producen

Posición	Estilos	Proporción de cervecerías (%)
1	Pale Ale	19,30
2	IPA	18,23
3	American Stout	10,19
4	Amber o Red Ale	8,58
5	Golden o Blonde Ale	7,24
6	Robust Porter	6,70
7	Imperial Stout	5,36
8	Brown Ale y Oatmeal Stout	5,09
9	Cream Ale	4,83
10	Sweet o Cream Stout	4,02

ACERMEX, 2018

La preferencia del mercado mexicano por las cervezas es muy marcada comparada con otras bebidas alcohólicas, incluyendo al Tequila. Anteriormente el consumo de estas bebidas se realizaba en lugares de recreación, pero durante los últimos años, la costumbre de comprar las bebidas para degustar en casa incrementó considerablemente. Durante el 2019, el mexicano ingirió en promedio 51,6 L en casa, mientras que el consumo fuera de casa fue de 14,4 L, invirtiendo un

aproximado de \$ 3 300,00 anuales en el consumo de esta bebida (Storecheck, 2020).

Motivaciones para consumir cerveza artesanal

El mercado de la cerveza artesanal se ha incrementado considerablemente en el país gracias a las tendencias y a la curiosidad de los consumidores por degustar productos nuevos y de exportación que les permita generar nuevas experiencias sensoriales (Calvillo, 2017). De acuerdo a palabras del Lic. Miguel, miembro activo del Sindicato Cerveceros de Jalisco:

“Actualmente, el país vive una constante influencia extranjera que ha permitido que la oferta de cervezas exportadas incrementa considerablemente, generando el interés de las cervecerías nacionales de incrementar sus variedades y colocar nuevas opciones dentro del gusto de los clientes, por lo que, después de muchos años en los que el mexicano solo seleccionaba su cerveza entre clara y oscura, ahora es más escuchado el que busquen clasificaciones específicas en estos productos, saliendo un poco más de la zona de confort generada principalmente por las marcas industriales”.

Entre las cualidades que el consumidor atribuye a la cerveza artesanal y que generan una preferencia de compra por este tipo de bebida, destacan el agrado por su sabor (30 %), la percepción de que el producto es de calidad superior (20 %), la imagen “natural” o artesanal del producto (13,6 %), y la variedad de nuevos y diferentes atributos sensoriales que ofrecen las distintas marcas (9,7 %) (Calvillo, 2017).

Mientras que un estudio realizado por una empresa productora de insumos para

cervecería (Malstosaa, 2019), estipula que para el año 2020 las proyecciones de nuevas tendencias e innovaciones en el área que serán buscadas por los consumidores incluyen la demanda de cervezas sin alcohol que pueden ser consumidas para hidratarse y las cervezas no filtradas que presentan un mayor grado de turbiedad, en las cuales se remarca la presencia del lúpulo en el sabor. Hablar de un perfil sensorial en la cerveza podría ser complicado, al igual que otros productos como los vinos y los chocolates, las cervezas pueden ofrecer una gran gama de experiencias sensoriales en el público (Tribu Cervecera, 2019).

La influencia de la etiqueta en el consumo de cerveza

De acuerdo a Cerveceros de México (2017), el 66 % de los consumidores compra una cerveza artesanal debido a la presentación, ya que esta debe ser llamativa y diferente a lo que ya todos conocemos, así mismo se menciona que el 70 % decide comprar una vez estando frente a la estantería o el refrigerador, por lo cual la etiqueta juega un papel fundamental a la hora de la selección de una cerveza.

El 71 % de los consumidores de cerveza artesanal en México prefieren probar nuevas marcas, utilizando como referencia el diseño con el que se presenta la cerveza en donde los hombres se sienten más atraídos por el etiquetado, mientras que las mujeres se inclinan más por el diseño de la botella (VelSid, 2017).

Peña (2018), maestra cervecera de una cervecería artesanal, menciona que la influencia de la etiqueta en un producto es uno de los parámetros que más llega a atraer a un mercado “curioso” de experiencias. Si bien, se puede ofrecer una

etiqueta sobria con el nombre de la empresa, se puede experimentar con mezclas de colores y figuras en la etiqueta para llamar la atención visualmente de los consumidores, completando con esto la primera parte del convencimiento. Sin embargo, ella, al igual que muchos dueños de proyectos artesanales, son conscientes de que el éxito de un producto no solo depende de la imagen, sino que deben seguir esforzándose en innovar y producir las mezclas exactas que logren convencer al consumidor mexicano de vivir nuevos sabores y experiencias, así como trabajar la parte de la reeducación de los consumidores, dando un claro mensaje de la importancia de las cervecerías artesanales y las ventajas de consumir productos artesanales.

Rentabilidad del mercado

El mercado de la cerveza artesanal en el país ha reflejado un crecimiento significativo en años recientes, promediando casi un 40 % durante el periodo de 2012 a 2017, basado en el aumento de demanda y la apertura de nuevas cervecerías artesanales gracias al interés que los consumidores tienen por marcas novedosas, sabores diferentes y experiencias gastronómicas que ofrecen este tipo de productos (Granados, Chiatchoua y Neme, 2017).

En México existen aproximadamente mil empresas de cerveza artesanal que generan alrededor de 7 mil empleos a nivel nacional. Su participación en el mercado es menor al 1 % a nivel nacional, mientras que su producción creció 70,5 % de 2017 a 2018, incrementando de 110 943 hectolitros a 189 250, de acuerdo a la Asociación de Cerveceros de México (ACERMEX, 2018). En el presente año, debido al COVID-19 a nivel mundial, las empresas productoras de cerveza artesanal se están viendo afectadas, pronosticando

que si el problema de la pandemia prosigue después de tres meses se tendrán que prescindir de algunos empleados, debido a que el 1 % de la participación se perdería por las bajas ventas de esta bebida (Sánchez, 2020).

En cuanto a la rentabilidad general de la cerveza artesanal, comparada con la industrial es desigual. En el 2016, por cada litro de cerveza artesanal se pagaban alrededor de \$ 12,00 MXN de impuestos, mientras de cerveza industrial sólo se pagaban \$ 3,50 MXN, siendo así, por mucho, más barato producir la cerveza de manera industrial que artesanal (Castillo, 2016).

Conclusiones

La cultura cervecera y el consumo per cápita de este producto se encuentra desde hace unos años en constante crecimiento. En el caso particular de la cerveza artesanal se ha logrado alcanzar un mayor público. La oferta cada vez es mayor en restaurantes, depósitos y tiendas de autoservicio permitiendo el incrementado de la rentabilidad y el apoyo a negocios enfocados hacia esta industria, logrando con esto un crecimiento en la economía y el desarrollo de emprendedores mexicanos.

Los consumidores de cerveza en general han comenzado a mostrar mayor interés por vivir nuevas experiencias relacionadas con un perfil sensorial. La variedad de sabores, aromas, consistencia e imagen, dan una oportunidad a las cervezas artesanales sobre las alternativas industriales.

No se puede negar que el panorama de la cerveza artesanal aún sufre por algunos factores negativos tanto para productores como consumidores, los altos costos de

producción impiden que el precio de estos productos se pueda disminuir, razón por la cual, muchos consumidores no consideran a estas cervezas como su primera opción.

Referencias

- Asociación de Cerveceros Artesanales de México [ACERMEX]. (2018). Reporte de la Industria Cervecera Independiente Mexicana 2018. Recuperado de <http://acermex.org/wp-content/uploads/2019/11/Reporte-de-la-Industria--Acermex.pdf>
- Araujo, M. (2017). Desarrollo de la industria cervecera en México, Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Bernárdez, C. (2013). Cerveza artesanal en México: ¿soberanía cervecera y alimentaria?. *Culinaria*, 56-63.
- Calvillo, E., (2017). La cerveza artesanal. Una experiencia multisensorial. Deloitte. Recuperado de <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/consumer-business/2017/Cerveza-Artesanal-Mexico-2017.pdf>
- Castillo, R. (2016). Cerveza: entre lo artesanal y el negocio. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/forbes-life/cerveza-lo-artesanal-negocio>
- Cerveceros de México. (2017). ¿Cuánta cerveza se consume en México? Cámara de cerveceros. México. Recuperado de <https://cervecerosde-mexico.com/2017/04/20/cuanta-cerveza-se-consume-en-mexico/>
- Fernández, C., Yáñez, D., Santander, P., Cea, J. y Mery, R. (2017). Comportamiento del Consumidor de Cerveza Artesanal. *Revista Global de Negocios*, 5(1), 17-23.
- Granados, G., Chiatchoua, C. y Neme, O. (2017). Expansión de la Industria Mexicana de la Cerveza ¿Diversificar a África?. *Tiempo Económico*, 35(12), 29-47.
- Larios, R. (2017). Las cervezas tapatías más famosas. Recuperado de <https://www.union-jalisco.mx/articulo/2017/08/04/empresas/las-cervezas-tapatias-mas-famosas>
- Maltosaa. (2019). Las tendencias de cerveza artesanal para el 2020. México. Recuperado de <https://maltosaa.com.mx/tendencias-de-cerveza-artesanal-para-el-2020/>
- Peña, L. (2018). Cerveza artesanal y su problemática en México. Recuperado de https://www.youtube.com/watch?v=C_1n6XArQe0&t=44s
- Sánchez, L., Guajardo, L., Almeraya, S., Pérez, L. y Guajardo, I. (2018). Gustos y preferencias del consumo de cerveza artesanal: caso microempresa productora en Texcoco, Estado de México. *Agro Productividad*. 60-67. Recuperado de <https://biblat.unam.mx/hevila/Agroproductividad/2015/vol8/no4/10.pdf>
- Sánchez, S. (2020). Las cerveceras artesanales corren peligro de 'evaporarse' por alto a la producción. 22 de abril del 2020, de Forbes Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/las-cerveceras-artesanales-corren-peligro-de-evaporarse-por-alto-a-la-produccion/>
- Seale & Associates (2018). Bebidas alcohólicas en México. Recuperado de <http://mnamexico.com/wp-content/uploads/2018/08/Bebidas-alcoh%C3%B3licas-M%C3%A9xico-Final.pdf>
- Storecheck (2020). Conoce el valor de la industria cervecera en México. Recuperado de <https://blog.storecheck.com.mx/conoce-el-valor-de-la-industria-cervecera-en-mexico>
- Tribu Cervecera (2019). Cómo entender a la cerveza artesanal, la visión de un cervecero. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=PyHhKaNS5M&t=4s>
- VelSid. (2017). La mayoría de los consumidores juzgan una cerveza artesana por su etiqueta. *La república*. Recuperado de <https://gastronomiaycia.republica.com/2017/06/13/la-mayoria-de-los-consumidores-juzgan-una-cerveza-artesana-por-su-etiqueta/>