

**Deloitte.**



# La cerveza artesanal Una experiencia multisensorial

2a Edición 2024

# Contenido

Introducción	1
Historia de la cerveza	2
Panorama industrial de la cerveza a nivel mundial	3
Historia de la cerveza artesanal	4
Panorama mundial de la industria de la cerveza artesanal	5
La cerveza en México	6
La cerveza artesanal en México	8
Adquisiciones de cerveceras artesanales en México y el mundo	9
Encuesta de Deloitte sobre la cerveza artesanal	10
Definiendo el entorno. Consumo de bebidas alcohólicas en México	11
Cerveza artesanal: una experiencia multisensorial	12
Gusto o moda: ¿por qué consumen cerveza artesanal?	13
Precios altos: vencer un desafío	14
La importancia de saber elegir	15
Toda una experiencia de consumo	16
Retos de la industria de la cerveza artesanal	17
Artesanales versus industriales: ¿piso parejo entre cerveceras?	18
La malta y el cambio climático, una preocupación	19
Un ingrediente mas: el análisis de datos	20
Encuesta de Deloitte sobre la cerveza artesanal	21
Conclusiones	37
Metodología	38

# Introducción

En 2017 desarrollamos y publicamos la primera edición del estudio titulado **La cerveza artesanal. Una experiencia multisensorial**. Hoy, 7 años después, tenemos el gusto de presentarles la segunda edición de este estudio con información destacada y actualizada en el contexto de datos relevantes que, estamos ciertos, serán del agrado e interés de lectores y lectoras.

Actualmente, la cerveza se ha convertido en un espejo de la época en la que vivimos: repleta de innovación, con una creciente consciencia sobre la salud y el respeto al medio ambiente, avanzada en términos tecnológicos y fuertemente arraigada a su herencia histórica y cultural. El ámbito de las cervezas artesanales sigue creciendo y transformándose, brindando una amplia gama de sabores, experiencias y conocimientos que trascienden la simple acción de disfrutar de un vaso de cerveza. Para el bebedor ocasional o el apasionado cervecero, la actualidad ofrece un panorama sin precedentes para descubrir y deleitarse con el amplio mundo cervecero.

Dentro de ciertos nichos de mercado, los creadores de cerveza artesanal se mantienen a la vanguardia, cautivando paladares con su originalidad y sabor distintivo. Poseen un potencial vasto y seductor, gracias a la flexibilidad de sus recetas que, al incorporar una variedad de ingredientes, despliegan un abanico de gustos únicos. Estos artesanos de la cerveza inyectan su creatividad, *expertise* culinario, fina percepción de los sabores y pasión en cada lote, produciendo cervezas que lucen con orgullo en aquellos espacios gastronómicos donde se pueden combinar perfectamente con distintos manjares.

En esta industria, los horizontes parecen infinitos; es un campo "relativamente nuevo" que ha crecido de manera constante, consolidándose en el segmento del consumidor gourmet. En Deloitte reconocemos la importancia sostenida de la cerveza artesanal, por lo que nos hemos dedicado a compilar este estudio actualizado, con análisis basados en datos recientes sobre tendencias de consumo, visiones de los productores y el contexto en el que se desenvuelven. Les deseamos que disfruten su lectura.

## **Manuel Ostos**

Socio Líder de la Industria de Consumo de Deloitte Spanish Latin America

# Historia de la cerveza

La cerveza es una bebida milenaria originaria de la cultura mediterránea clásica, vinculada desde la antigüedad a fines terapéuticos.

Las primeras referencias históricas, hace 6000 años, demuestran que la cerveza era consumida por la civilización sumeria con el objetivo de evitar enfermedades infecciosas que se adquirían al beber agua no higienizada.

Franceses y alemanes perfeccionaron la técnica de fabricación original con métodos similares a los actuales. Hasta el siglo XII, con la aparición de los gremios cervecedores, la cerveza era un complemento alimenticio para peregrinos y enfermos alojados en albergues y hospitales.

En lo que respecta al proceso de elaboración, desde los orígenes han intervenido ingredientes naturales como agua, cebada, levadura y lúpulo. Este último fue incorporado a la elaboración de cerveza en el siglo IX debido a sus propiedades antisépticas y, además, es el principal responsable del amargor característico de esta bebida.



# Panorama industrial de la cerveza a nivel mundial

En todo el mundo, el consumo se encuentra al alza debido a diversos factores, dentro de los que destacan los beneficios para la salud que tiene la cerveza, tales como: la alta cantidad de antioxidantes y el bajo contenido calórico (contrario a lo que se pensaba) entre otros.

Año tras año, la cerveza se afianza como la oferta más elegida por la población global, siendo, por ende, la que mayores ganancias aporta a la industria de las bebidas alcohólicas. Sólo en el último año, se consumieron más de 168,000 millones de litros de cerveza en todo el mundo, con Alemania y Reino Unido como dos de los mayores consumidores de esta bebida, al menos, en lo que respecta al continente europeo<sup>1</sup>.

Durante 2022, China produjo aproximadamente 360.4 millones de hectolitros de cerveza convirtiéndose en el mayor productor de cerveza, seguido de los EE. UU. y Brasil. Por su parte, en Europa, Alemania se consolida como el principal productor europeo de cerveza<sup>2</sup>.

En 2023, el mercado mundial de la cerveza alcanzó un valor de alrededor de 674,000 millones de dólares. Las previsiones apuntan a un crecimiento constante durante los próximos ocho años hasta aproximarse a los 798,000 millones de dólares para 2032<sup>3</sup>.

Actualmente, el mercado mundial de la cerveza se encuentra en crecimiento, con un aumento estimado de 148,430 millones de dólares entre 2024 y 2028, y se prevé que el mercado tenga un crecimiento anual compuesto de 3.72% durante este periodo<sup>4</sup>.

En términos de volumen e ingresos, la industria cervecera en Asia Pacífico se lleva el primer lugar, seguida de Latinoamérica y Europa Occidental (2023)<sup>5</sup>.

En lo que se refiere al consumo cervecero, en Asia, éste registró un aumento de 4.9% interanual, con una participación de 33.9% del mercado mundial de cerveza, siendo ésta la región con mayor consumo de cerveza del mundo, por decimoquinto año consecutivo<sup>6</sup>.

En Europa, el consumo lo lidera República Checa (con 188.5 litros anuales per cápita), seguido de Austria (101.2 litros), Polonia (99.6 litros), República de Irlanda (99.3 litros) y Lituania (97.6). En México, el consumo anual per cápita es de 75.9 litros<sup>7</sup>.

1 <https://es.statista.com/temas/9127/la-industria-de-bebidas-alcoholicas-en-el-mundo/#topFacts>

2 <https://es.statista.com/temas/9127/la-industria-de-bebidas-alcoholicas-en-el-mundo/#topFacts>

3 <https://es.statista.com/estadisticas/1406376/tamano-del-mercado-cervecero-en-todo-el-mundo/>

4 <https://www.forbes.com/sites/rachelking/2024/07/15/craft-beer-is-fueling-148-billion-growth-for-the-global-beer-market/>

5 <https://www.portal.euromonitor.com/analysis/tab>

6 [https://www.kirinholdings.com/en/newsroom/release/2023/1222\\_04.html](https://www.kirinholdings.com/en/newsroom/release/2023/1222_04.html)

7 [https://www.kirinholdings.com/en/newsroom/release/2023/1222\\_04.html](https://www.kirinholdings.com/en/newsroom/release/2023/1222_04.html)

# Historia de la cerveza artesanal

## Unas líneas para recordar

La cerveza artesanal tiene su origen a finales de la década de los 70 en el Reino Unido, donde fue utilizada para describir a una generación de pequeñas cervecerías que se enfocaban en la producción tradicional de ale (cerveza con fermentación alta), mismas que, por esta característica, pronto serían nombradas como microcervecerías o *brewpubs*.

Aunque originalmente el término “microcervecería” fue utilizado para describir el tamaño de las cervecerías, gradualmente éste pasó a reflejar una actitud y un enfoque alternativo a la flexibilidad en la producción de la cerveza, adaptabilidad y atención al cliente. Este concepto llegó a los Estados Unidos en la década de los 80, donde fue utilizado eventualmente para designar a aquellas cervecerías que producen menos de 15,000 litros de cerveza por año.

La industria cervecera artesanal, a nivel global, basa su producción en la Ley de la Pureza Alemana que, de acuerdo con la Brewers Association, dicta que para que una cerveza sea considerada como artesanal, tiene que estar compuesta únicamente por agua, malta de cebada, lúpulo y levadura. Asimismo, su producción total (por cervecería) debe ser menor a 7 millones de barriles por año, conducirse con independencia y tener capital familiar, es decir, no ser parte de una empresa trasnacional.

En la actualidad, las microcervecerías han adoptado una estrategia de mercadotecnia diferente a las de las compañías de cerveza industrial, ofreciendo productos que compiten según su calidad y diversidad, en lugar de precios bajos y publicidad.



# Panorama mundial de la industria de la cerveza artesanal

En 2024, el tamaño del mercado de la cerveza artesanal se estima que es de 6,520 millones de litros y se espera que alcance los 10,030 millones de litros para 2029, creciendo a una tasa compuesta del 9% durante este periodo<sup>8</sup>.

Actualmente, América del Norte es el mayor productor de cerveza artesanal. Se prevé que la región Asia-Pacífico tendrá la tasa de crecimiento anual más alta durante el periodo de 2024 a 2029<sup>9</sup>.

A nivel global, los 10 mayores productores de cerveza artesanal son: los Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Italia, España, Francia, Canadá, Holanda, Suiza y Australia<sup>10</sup>.

Gracias a la demanda de cerveza artesanal que existe, el número de cerveceros en el mercado global está creciendo significativamente; debido a esto, los gobiernos de países como Australia, Nueva Zelanda, Bélgica, México, China y Reino Unido comienzan a promover la producción de cerveza artesanal y la apertura de nuevas cervecerías, gracias a la contribución del desarrollo económico y la generación de empleo que éstas impulsan. De acuerdo con un estudio publicado por Alltech y The Brewers Journal, el número de fábricas de cerveza a nivel mundial supera las 19,000 unidades, en los 209 países y territorios analizados por ambas instituciones. De ellas, 17,732 (94%) pueden clasificarse como artesanales. En el estudio se considera "fábrica artesanal" a aquella que tiene menos de 5,000 hectolitros por año o cuya propiedad es privada en más del 50%.

El mayor productor de cerveza artesanal continúa siendo EE. UU., con 4,750 fábricas artesanales de un total de 5,025 fábricas de cerveza en su territorio; sin embargo, el Reino Unido posee más fábricas per cápita, con 25 fábricas por cada millón de habitantes, frente a las 15 de los Estados Unidos y las 16 de Alemania<sup>11</sup>.

8 <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/craft-beer-market>

9 <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/craft-beer-market>

10 <https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/craft-beer-market>

11 <https://www.alltech.com/es-es/press-release/el-94-de-las-mas-de-19000-fabricas-de-cerveza-son-artesanales-segun-un-nuevo-estudio>

# La cerveza en México

En nuestro país, su origen data de la época de la Colonia, después que los conquistadores la importaran de Europa. Es en esa época cuando en la Nueva España se establece la primera fábrica de cerveza en el continente americano, "El Portal", que se encontraba entre Amecameca y Paso de Cortés, convirtiéndose en una de las bebidas tradicionales más famosas que contienen alcohol.

Esta fábrica, cuya concesión fuera autorizada por el Rey Carlos V, aprovechaba las aguas producidas por el deshielo de los volcanes que coronaban el Valle de México para producir cerveza. Fue en Monterrey, en 1890, cuando comenzaría el auge de esta industria en nuestro país.

Detrás de este producto, se encuentran diversos sectores productivos que se ven impactados a través de la cadena de valor: agricultores, transportistas, restaurantes, bares y diversos puntos de venta que son responsables del crecimiento exponencial que está teniendo la industria cervecera en nuestro país.

En 2023, las ventas de cerveza en México fueron de 9,933.5 millones de litros y se espera que aumenten a una tasa de crecimiento anual compuesta del 3% aproximadamente durante el periodo previsto al 2028, hasta sobrepasar los 11,000 millones de litros<sup>12</sup>. Por otro lado, el país envió aproximadamente 3,955 millones de litros de cerveza fuera de sus fronteras, convirtiéndose en el principal exportador de este tipo de bebida alcohólica del mundo<sup>13</sup>.

12 <https://www.portal.euromonitor.com/analysis/tab>

13 <https://es.statista.com/estadisticas/1406323/principales-paises-exportadores-de-cerveza-por-volumen-a-nivel-mundial/>

La cerveza fue el agro alimento mexicano más vendido en el mundo, luego de que, por nuestras fronteras, salieran cargamentos valuados en 16 millones 884 mil dólares cada día, según datos del Banco de México (Banxico).

De hecho, desde hace ya varios años, la cerveza mexicana llega a más de 180 países, entre ellos, Estados Unidos y China<sup>14</sup>.

De acuerdo con Banxico, durante el primer bimestre de 2024, 9 de cada 10 litros de cerveza mexicana se vendieron en los Estados Unidos y Canadá. Allá fueron enviados más de 617 millones 545 mil litros.

“La cerveza se ubica como el primer producto vendido al exterior con mil 013 millones de dólares, luego de que tuvo un incremento de 33.8 por ciento en el primer bimestre de 2024”, reveló la institución.

En el mismo periodo, la industria cervecera nacional vendió más de 684 millones 491 mil litros de la bebida –además de a los Estados Unidos y Canadá– a Guatemala, Colombia, Honduras, República Dominicana, El Salvador, Panamá, Bélgica, Reino Unido y Países Bajos<sup>15</sup>.

En México, la cerveza es la que domina el mercado de las bebidas alcohólicas, al representar más del 80% del total de las ventas de este sector, en términos de valor.

Aunado a lo anterior, no debe descartarse el dominio de las dos grandes cerveceras multinacionales, que durante 2023 tuvieron, en conjunto, 96.3% del total de volumen de ventas del sector<sup>16</sup>.

14 [https://www.forbes.com.mx/cerveza-el-agroalimento-de-mexico-mas-exportado-en-2023/#google\\_vignette](https://www.forbes.com.mx/cerveza-el-agroalimento-de-mexico-mas-exportado-en-2023/#google_vignette)

15 <https://www.forbes.com.mx/exportacion-de-cerveza-mexicana-aumenta-33-8-en-el-primer-bimestre-de-2024/>

16 <https://www.portal.euromonitor.com/analysis/tab>

# La cerveza artesanal en México

A mediados de la década de los 90 nació, en el centro del país, la primera cervecera mexicana artesanal, al tiempo que los grandes corporativos industriales nacionales se encargaban de conquistar el mercado internacional. En 1995, en la Ciudad de México, surge la primera cerveza tipo ale (de alta fermentación), inspirada en las cervezas estadounidenses.

Los establecimientos cervecera-restaurante, que naturalmente requerían de una inversión más fuerte, aparecieron en Monterrey y en la Ciudad de México en 1996 y 1997, respectivamente.

Con la entrada del nuevo milenio surgieron más emprendedores que fusionaron estilos y crearon algunos otros, todos ellos con ambiciosos planes de expansión. Algunos de ellos son ahora de las cerveceras independientes más importantes en términos de capital y distribución.

La cerveza artesanal mexicana se ha convertido en un mercado de expansión y crecimiento: en 2023, registró un crecimiento de 11% con respecto al primer trimestre de 2022. Esto se debe, principalmente, a diversos factores, como una mayor accesibilidad de esta bebida en restaurantes, bares, puntos de venta y plataformas web<sup>17</sup>.

En 2023, el mercado de cerveza artesanal en México alcanzó un valor de 125.6 millones de dólares. Para el periodo de 2024 a 2032, se estima que el mercado crezca a una tasa del 7.1%, y llegue a alcanzar un valor de 232.86 millones de dólares<sup>18</sup>.



17 <https://www.eleconomista.com.mx/los-especiales/Cerveza-artesanal-mexicana-un-mercado-en-expansion-20240305-0147.html>

18 <https://www.informesdeexpertos.com/informes/mercado-de-cerveza-artesanal-en-mexico>

# Adquisiciones de cerveceras artesanales en México y el mundo

En los últimos años, algunas de las grandes empresas de cerveza industrial han buscado ampliar su portafolio de productos para llegar o incrementar su participación en el mercado Premium, atraer otro tipo de consumidores y también mantener sus volúmenes de venta. En 2018, Heineken compró 51% del capital de la cervecera artesanal madrileña "La Cibeles", de origen española<sup>19</sup>.

Tres años después, en 2021, Heineken regresó al anterior dueño la mayoría de lo que compró y decide quedarse con un 5% de la cervecera<sup>20</sup>.

Por su parte, en el mismo año, Coca-Cola FEMSA informó que, junto con su aliada chilena Coca-Cola Andina, realizó la adquisición de la marca brasileña de cervezas artesanales Therezópolis, por un monto no revelado<sup>21</sup>.



19 [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/12/03/companias/1543834604\\_154103.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/12/03/companias/1543834604_154103.html)

20 <https://www.epe.es/es/reportajes/20240312/cerveceras-artesanales-crisis-sector-99190003>

21 <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Coca-Cola-FEMSA-anuncia-la-compra-de-la-marca-brasilena-de-cerveza-Therezopolis-20210811-0057.html>



# Encuesta de Deloitte sobre la cerveza artesanal

Para conocer directamente la opinión de los consumidores en torno a la cerveza artesanal, Deloitte realizó, a través de una empresa independiente, una encuesta en 5 estados de la República Mexicana. Entrevistó también a productores de cerveza artesanal, así como a directivos de agrupaciones cerveceras en nuestro país.



# Definiendo el entorno. Consumo de bebidas alcohólicas en México.

Aun cuando la cerveza artesanal se mueve en un mercado sobre todo económicamente complejo, ésta no sólo se ha mantenido, sino que presenta avances en el gusto de los consumidores, ganando cada vez más terreno frente a la cerveza industrial como la bebida alcohólica preferida.

De hecho, los resultados de nuestra encuesta confirman que la cerveza artesanal es la bebida con contenido de alcohol preferida por los consumidores, con 39% de las respuestas, siendo el sabor el principal factor que consideran al elegir una cerveza.

En el segundo lugar de las preferencias se encuentra la cerveza industrial, con 30%.

Estos resultados muestran el importante crecimiento y posicionamiento que ha tenido la cerveza artesanal entre los consumidores mexicanos, y contrastan notoriamente con los obtenidos en la primera edición de nuestro estudio, en 2017, cuando 53% de los encuestados señaló a la cerveza industrial como su bebida alcohólica de preferencia y sólo 14%, a la artesanal.

Y es que, las cervezas artesanales han logrado fomentar en México una cultura cervecera que antes no existía. La gente conoce más sobre los estilos de las cervezas, los cerveceros han fomentado en los consumidores la percepción de que es un producto *gourmet* que se puede maridar igual que el vino, lo que ha creado toda una experiencia de consumo.



# Cerveza artesanal: una experiencia multisensorial

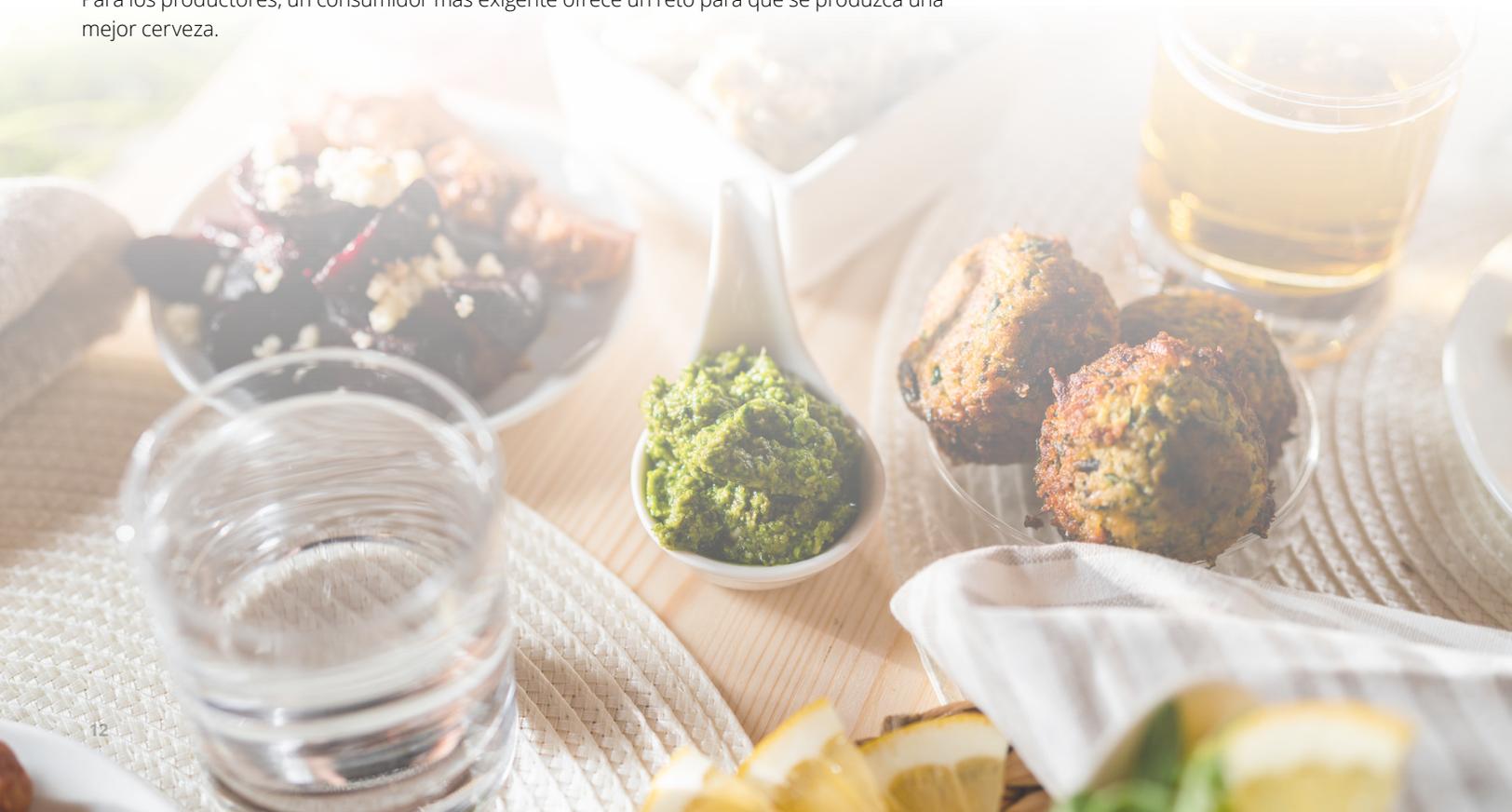
La cerveza artesanal es un sector emergente en México que ha cobrado gran fuerza en los años recientes. Por un lado, encontramos a aquellos que se han involucrado en su producción, los nuevos cerveceros, que trabajan entusiastamente para darle una identidad propia. No están dejando nada a la improvisación y consideran que el mercado de la cerveza artesanal es atractivo y rentable.

Sabedores de la importancia que reviste tanto producir como vender, se apoyan en una mercadotecnia diferente, en el diseño de botellas y etiquetas originales y en bautizar a sus marcas con nombres originales, cuidando hasta el último detalle del proceso de producción.

Por otro lado, están los consumidores de cerveza artesanal que cada vez gana más adeptos, sin distinción de edad. Lo mismo son millennials que personas maduras, dispuestos a probar la cantidad de matices, densidades, sabores y aromas que permiten múltiples combinaciones e interpretaciones que contribuyen a que los consumidores disfruten de un buen maridaje.

Muchos de ellos están realmente interesados en desarrollar un conocimiento acerca de lo que están probando y no tanto en dejarse llevar por las apariencias y las emociones. Son consumidores que buscan nuevos productos, más elaborados, más finos algo diferente para el paladar.

Para los productores, un consumidor más exigente ofrece un reto para que se produzca una mejor cerveza.



# Gusto o moda: ¿por qué consumen cerveza artesanal?

Quienes pueden pagar entre \$54 y \$70 pesos por una cerveza artesanal argumentan que el sabor de este tipo de bebidas es mejor que el de las cervezas industriales. Para el resto, aun cuando coinciden en el que el sabor es bueno, considera a que el precio es alto.

Los encuestados señalan el sabor (40%) como la principal razón para consumir este tipo de cervezas –de hecho, este porcentaje creció 11 puntos porcentuales en comparación con los resultados de 2017–.

Este factor se encuentra directamente relacionado con la búsqueda de algo diferente (23%), la calidad (16%) y naturalidad del producto (6%), ya que la cerveza artesanal obtiene un sabor único que la destaca frente a la industrial. No obstante, comienza a ser significativo el número de personas que considera que consumir cerveza artesanal se ha constituido en moda (8%).



# Precios altos: vencer un desafío

¿Por qué es tan cara la cerveza artesanal? ¿Por qué una cerveza de este tipo puede costar dos, tres o cuatro veces más que una cerveza industrial? ¿Por qué no bajar su precio? La respuesta está, entre otras cosas, en los impuestos y el costo de los insumos.

Los encuestados coinciden con los productores en que el precio es factor determinante para consumir esporádicamente la cerveza artesanal, aunado a que consideran que no es fácil acceder a ella no obstante el gran crecimiento que han tenido las cervecerías artesanales.

A pesar de que la cerveza artesanal ha escalado notablemente en su preferencia entre los consumidores, 5 de cada 10 entrevistados observan, actualmente, algunos obstáculos para consumir este tipo de bebida.

Un precio mayor al de la cerveza industrializada continúa siendo el principal obstáculo que los consumidores identifican para tomar cerveza artesanal: 59% de los encuestados señalaron a este factor como el más importante, un porcentaje muy por arriba del obtenido en 2017, de 35%.

La dificultad para encontrarla (35%) y la intensidad del sabor (24%) conforman el resto de los tres principales obstáculos que los consumidores argumentaron.



# La importancia de saber elegir

Elegir una buena cerveza artesanal no es una tarea fácil para los encuestados, la sensación que les brinda beber este producto es muy diferente a la que produce una cerveza industrial, buscan ser partícipes de un ritual en el que, el gusto por el sabor, la calidad de los ingredientes, la cremosidad de la espuma y el aroma son determinantes al momento de degustarla.

Así, el sabor (91%), el porcentaje de alcohol (60%), la cremosidad de la espuma (52%) y el nivel de amargor (49%) son los factores que los encuestados consideran como más importantes para su elección.



# Toda una experiencia de consumo

Un elemento fundamental a considerar en la elección de una cerveza es conocer y ser parte del proceso en el que ésta se fabrica. Esa experiencia es la que brinda un valor agregado a los consumidores, para quienes el precio no es determinante en su elección. Por ello, las cervecerías tienen una importante oportunidad para cautivar a los consumidores, ofreciéndoles la inigualable experiencia de conocer y ser parte del proceso de elaboración del producto.

Ante esta demanda, los bares o restaurantes con su propia fábrica artesanal se posicionan como un modelo de emprendimiento que permite acercar a las cerveceras con la gente que busca un producto especial, fresco y del que pueda conocer de manera presencial cómo se ha producido.

Los consumidores no sólo admiten si conocen o no el proceso de elaboración de la cerveza artesanal, como se muestra a continuación, también hacen patente la importancia que reviste para ellos conocer el proceso de elaboración de la cerveza artesanal.

Si bien sólo 3 de cada 10 consumidores conocen el proceso de elaboración, 6 de cada 10 lo consideran un factor importante.

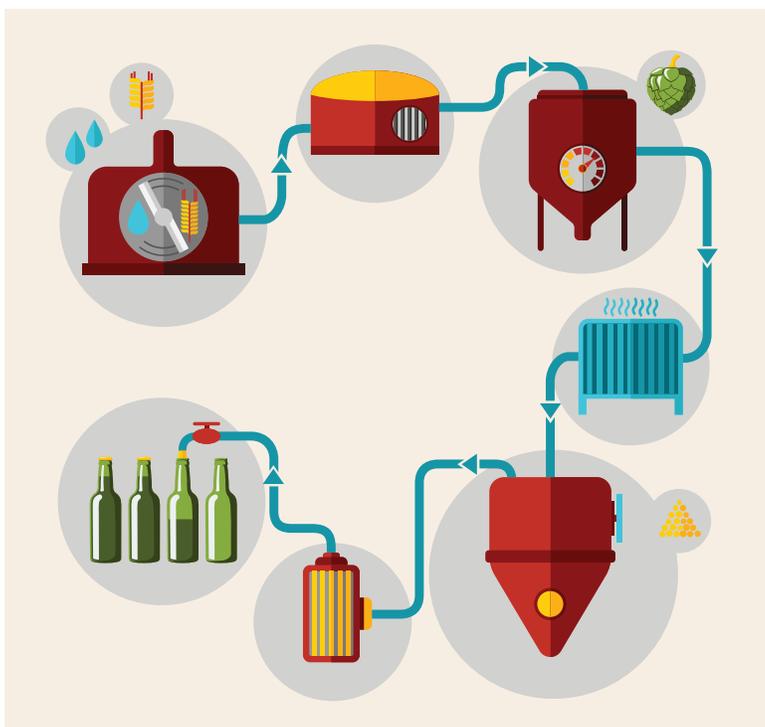
De igual forma, nuestra encuesta revela movimientos importantes en los lugares donde se consume la cerveza artesanal, con un incremento en el porcentaje de consumo en bares y/o restaurantes (que pasó de 26% en 2017 a 51% en 2023) y un decremento en el consumo en bares especializados (de 43% en 2017 a 35% en 2023).

# Retos de la industria de la cerveza artesanal

Lograr una producción exitosa de cerveza artesanal, que además sea sostenible y rentable, depende, en gran medida, de superar los retos más importantes que tiene por delante el sector.

De acuerdo con Cristina Barba Favá, directora de la Unión Cervecera Independiente (antes Acermex), los principales desafíos a los que se enfrentan las cervecerías artesanales en México son:

- 1) **La cercanía del consumidor.** Es necesario transformar los hábitos de consumo en México, para que estos se orienten más a la degustación y a la experiencia gastronómica. Es importante que el consumidor tenga entendimiento de nuestro producto; que se interese en las particularidades de una cerveza artesanal, para que pueda ser apreciada por completo.
- 2) **Las leyes y regulaciones.** En muchas ocasiones, las leyes y regulaciones para la cerveza están pensadas conforme a los estándares de las grandes multinacionales industrializadas, por lo que las cervecerías artesanales no pueden tener todos los beneficios que se les ofrece a las primeras. Estas directrices tendrían que ser ajustadas a las condiciones de producción de una cervecería artesanal, para asegurar su competencia y prosperidad en el mercado.



# Artesanales *versus* industriales: ¿piso parejo entre cerveceras?

Para la mayoría de las cerveceras artesanales, los fabricantes industriales y las grandes multinacionales no representan una “competencia” directa, por la magnitud y alcance de estas últimas.

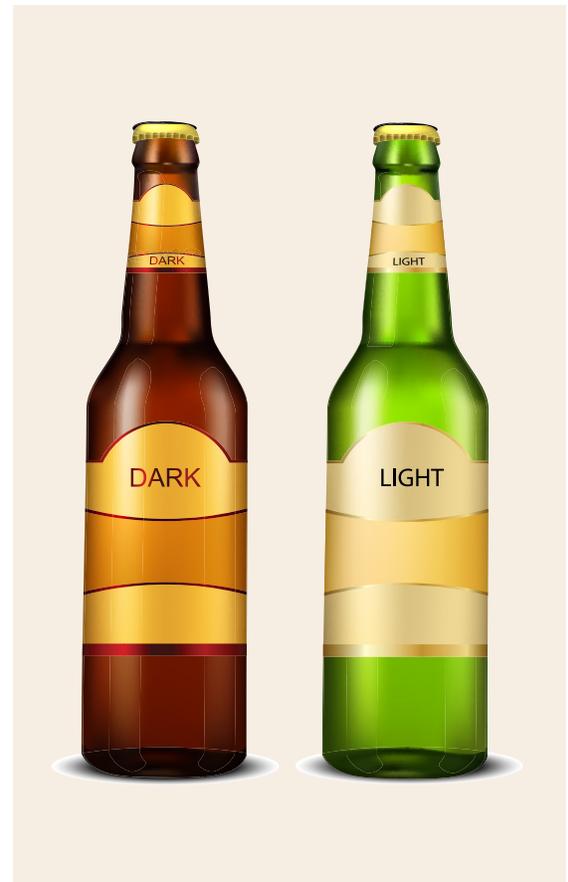
“En cuanto a publicidad y distribución, no establecemos competencia con las grandes cerveceras. En temas de comunicación, nuestro espacio de competencia está, más bien, en las redes sociales; nos centramos en la autenticidad, la calidad, los productos de temporada. Nos damos a conocer por medio de experiencias genuinas, únicas, resaltando los ingredientes y las cualidades de nuestros productos, contando la historia de nuestra cerveza”, señala Cristina Barba Favá.

La directora de la Unión Cervecera Independiente explica que, “en cuanto a distribución, es imposible competir con las grandes cerveceras; lo que hemos encontrado son formas creativas de llevar a cabo dicha distribución, por medio de redes locales y alianzas con bares y restaurantes. Nuestra red tiende a funcionar en bares, restaurantes, ferias y festivales, así como en tiendas de especialidad. (...) La posibilidad de estar presente en tiendas en línea también ha generado que las dinámicas de comercialización, venta y distribución cambien”.

Para Eugenio Romero, director de Cervecería Wendlandt, “no podemos compararnos ni competir, siendo que el sector artesanal en México no representa ni el 1% (de toda la industria cervecera). Todo lo que podemos hacer es una comunicación muy local y enfocada a nuestro consumidor *target*”. En su opinión, “la distribución ha sido uno de los retos más difíciles; ahora tenemos un alcance casi nacional, con algunos *retailers*, autoservicios y demás, pero esto no ha ocurrido de la noche a la mañana. Hemos tocado muchas puertas”, precisa.

Entonces, ¿cómo lograr destacar en el mercado? Para Jesús Briseño, presidente ejecutivo de Cerveza Minerva, el valor agregado o verdadero diferenciador de las cervecerías artesanales “es que podemos contar –como una empresa más pequeña de producción local– con un *storytelling* muy diferente al de las grandes empresas. Estas suelen hacer *marketing* muy genérico y convencional, aplicado en cada una de sus marcas, pero difícilmente pueden acceder al *storytelling* al que sí podemos recurrir los cerveceros artesanales, quienes siempre tenemos una historia detrás de la marca”.

En el mismo sentido se pronuncia Alejandro Magallanes, director de Cervecería Loba, quien afirma que “lo que está en nuestras manos es innovar, tener productos distintos a los que ofrecen las industriales, que son cervezas idénticas en cualquier parte del mundo”.



# La malta y el cambio climático, una preocupación

La malta es un ingrediente fundamental para la fabricación de la cerveza artesanal. Es la base de esta bebida y es un recurso que, en su mayoría, es importado de los EE. UU. y de Europa, ya que en México “todavía no hay suficiente producción de malta de calidad para el sector artesanal”, como precisa Jesús Briseño, presidente ejecutivo de Cerveza Minerva.

La importación de malta es una de las razones que incrementa el costo de las cervezas artesanales y que deja a la mayoría de los fabricantes artesanales sujetos al tipo de cambio del país de donde importen.

“Muy pocas cerveceras artesanales usan malta mexicana por distintas razones, entre ellas, el desconocimiento de que hay productores de malta en México; existen otros que saben que hay malta mexicana, pero la consideran de mala calidad y no quieren pasar por el problema de un cambio de proveedor confiable, grande, de origen europeo, a una empresa más pequeña y menos consolidada”, explica Matías Vera-Cruz Dutrénit, director de Cervecería Monstruo de Agua.

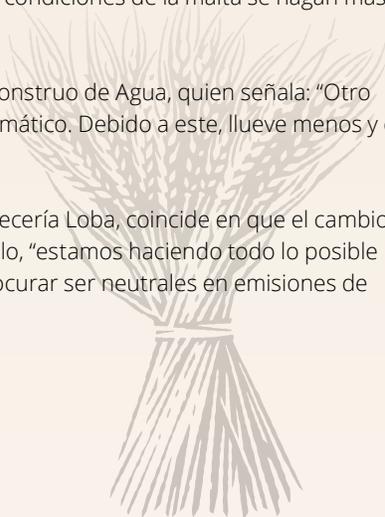
“Cuando nos enteramos de que existía un productor mexicano de malta, le empezamos a comprar sin pensarlo”, relata el director de esta cervecería, que ha ganado copas internacionales con cervezas hechas con malta 100% mexicana. “Sí nos hemos enfrentado a problemas que yo no esperaríamos de empresas más grandes (...) pero siempre nos han respondido”, asegura.

Además de la importación de malta o la identificación de proveedores locales de este recurso, las cerveceras artesanales se enfrentan a otro problema que cada vez se hace más presente en su cadena de valor: el cambio climático.

“La disminución del rendimiento de la tierra destinada al uso agrícola genera alteraciones en el grano, lo que hace que los precios varíen y las condiciones de la malta se hagan más difíciles de predecir”, detalla Cristina Barba Favá.

Del mismo modo opina el director de Cervecería Monstruo de Agua, quien señala: “Otro problema que debemos considerar es el cambio climático. Debido a este, llueve menos y el cultivo se reduce”.

Al respecto, Alejandro Magallanes, director de Cervecería Loba, coincide en que el cambio climático es un tema que les preocupa y que, por ello, “estamos haciendo todo lo posible para convertirnos en una empresa más limpia y procurar ser neutrales en emisiones de carbono”.



# Un ingrediente mas: el análisis de datos

El desarrollo en la industria del consumo, la cual incluye tanto a los productores, como los detallistas, muestran que los consumidores se han vuelto más sofisticados, ya que tienen a su alcance mejores herramientas para tomar decisiones de compra informadas. Asimismo, existen diferencias en los hábitos y preferencias de consumo entre consumidores pertenecientes a diferentes generaciones.

Estas tendencias también se observan en el consumo de cerveza artesanal; por un lado, los minoristas a través del análisis de datos pueden entender mejor el impacto que la venta de cerveza artesanal tiene en sus indicadores financieros, medir el tráfico de clientes en sus tiendas y analizar el comportamiento del consumidor.

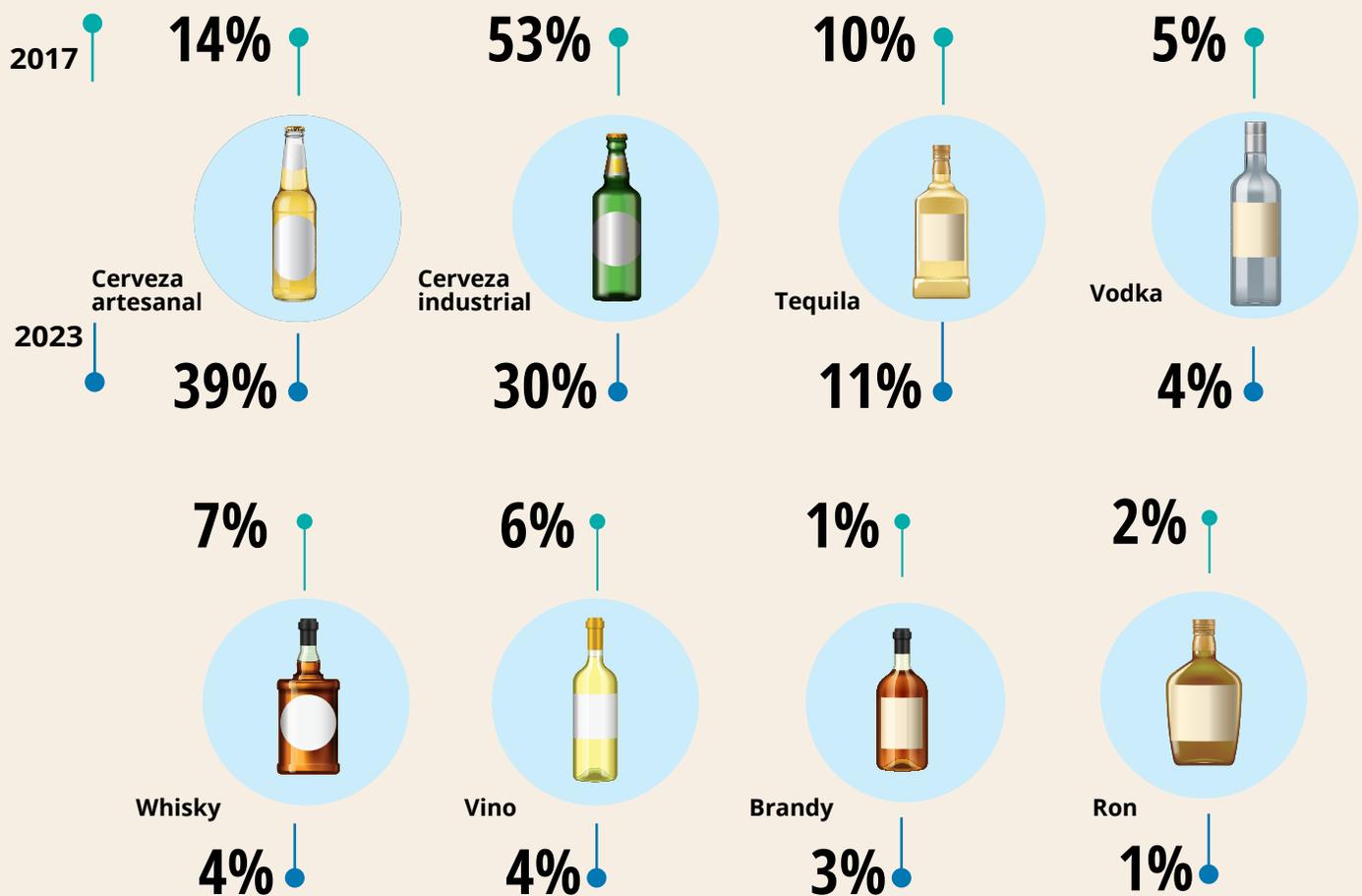
Entre los beneficios de realizar el análisis de información proveniente del punto de venta, programas de lealtad, demografía, mezcla del *ticket* de compra y márgenes en la categoría a través de herramientas analítica podemos mencionar:

- El desarrollo de estrategias sobre la disponibilidad de las cervezas artesanales en el punto de venta.
- El control de los niveles de inventario necesarios.
- Evaluar en qué tiendas o ubicaciones estarán disponibles las bebidas.
- Tomar decisiones sobre el diseño de la tienda.



# Encuesta de Deloitte sobre la cerveza artesanal

¿Cuál es su bebida alcohólica preferida?



Base 2017: 503

Base 2023: 505

Pregunta de respuesta única y espontánea, precodificada, pero con opción a registrar "Otras bebidas".

## Factores que determinan la elección

Los principales factores que determinan la elección de una cerveza son: el sabor 91%, el porcentaje de alcohol 60%, la cremosidad de la espuma 52% y el nivel de amargor 49%.

¿Cuáles son los factores por los que elige una cerveza, ya sea industrial o artesanal?



Base 2023: 505

Pregunta de respuesta múltiple y espontánea, precodificada pero con opción a registrar "Otros factores".

## En cada uno de los siguientes factores ¿Cuál tipo de cerveza le gusta más

Observamos que, con respecto al sabor, la cerveza ideal debe ser de sabor medio a intenso 87% y que para la mitad de los entrevistados la cerveza artesanal cumple mejor con este factor.

¿Cuál cerveza cuenta con "El sabor de la cerveza 91%"?

Cerveza industrial  
**13%**



Cerveza artesanal  
**52%**



Ambas  
**35%**



Sabor

Ligero  
**13%**



Medio  
**46%**



Intenso  
**41%**



El porcentaje de alcohol ideal debe ser con un mayor contenido 71% y también es la cerveza artesanal la que agrada más 73%.

¿Cuál cerveza cuenta con "El porcentaje de alcohol 60%"?

Cerveza industrial  
**4%**



Cerveza artesanal  
**73%**



Ambas  
**24%**



Porcentaje de alcohol

Que tenga más alcohol  
**21%**



Que tenga menos alcohol  
**71%**



No es importante  
**8%**



La cremosidad de la espuma debe ser media-alta 90% y para 6 de cada 10 de los entrevistados la cerveza artesanal cumple mejor con este factor.

¿Cuál cerveza cuenta con "Cremosidad de la espuma 52%"?

Cerveza industrial  
**9%**



Cerveza artesanal  
**63%**



Ambas  
**28%**



Baja  
**9%**



Media  
**58%**



Alta  
**32%**



Con respecto al nivel de amargor la mitad de los entrevistados mencionan que la cerveza ideal debe ser amarga, también para la mitad de los entrevistados la cerveza artesanal tiene ese nivel de amargor que les agrada, hay un grupo menor que considera que el nivel de amargor debe ser poco 34%.

¿Cuál cerveza cuenta con "El nivel de amargor 49%"?

Cerveza industrial  
**4%**



Cerveza artesanal  
**73%**



Ambas  
**24%**



Poco amargo  
**34%**



Amargo  
**53%**



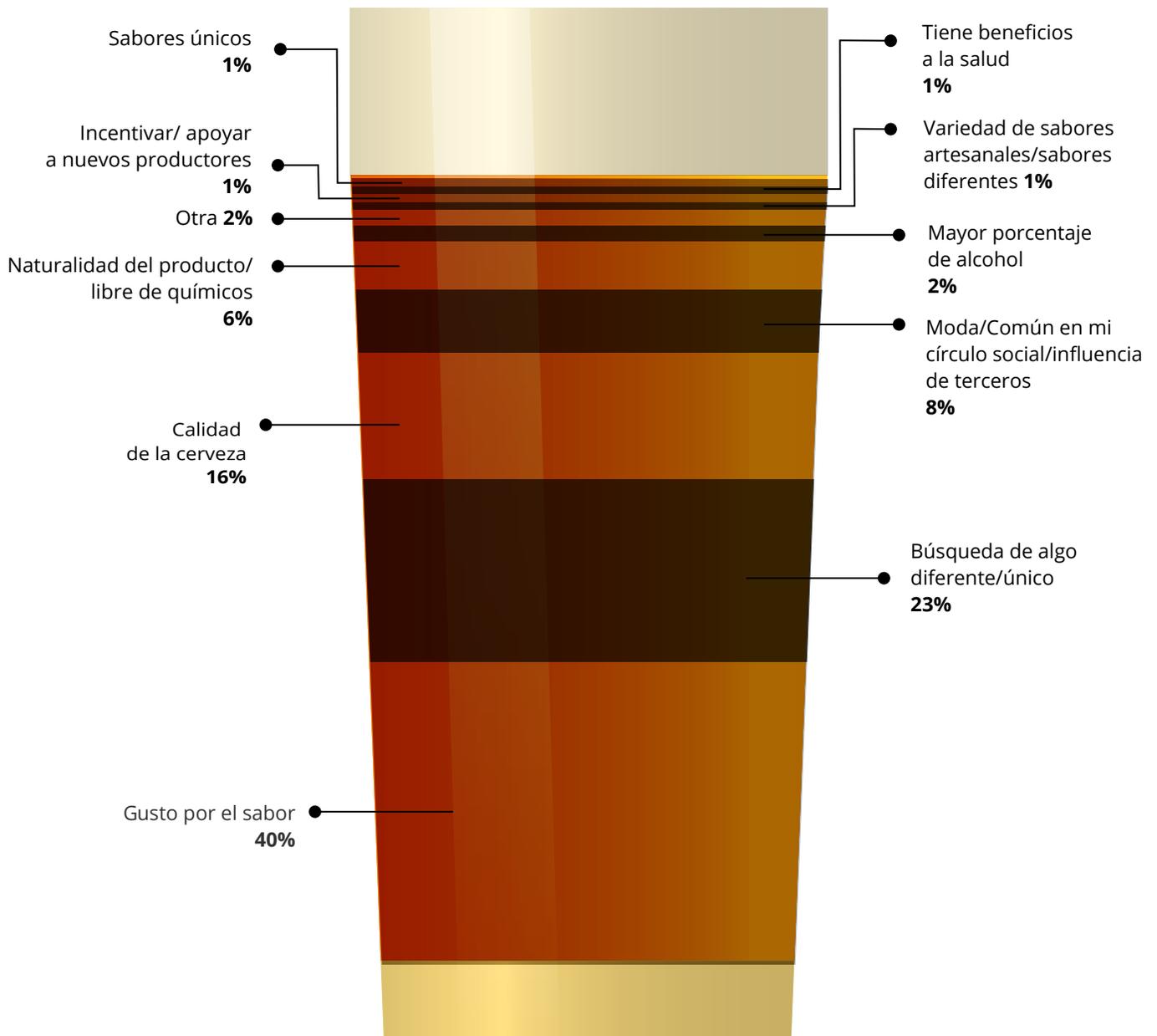
Muy amargo  
**13%**



## Razones por las que consumen cerveza artesanal

Las principales razones para consumir cerveza artesanal en orden de importancia son: el gusto por el sabor 40%, tomar cerveza artesanal es diferente y único 23% (Hace que los consumidores se sientan especiales) y la calidad de la cerveza 16%.

¿Cuál es la razón principal por la que consume cerveza artesanal?



Base 2023:505

Pregunta de respuesta única y espontánea, precodificada pero con opción a registrar "Otras razones".

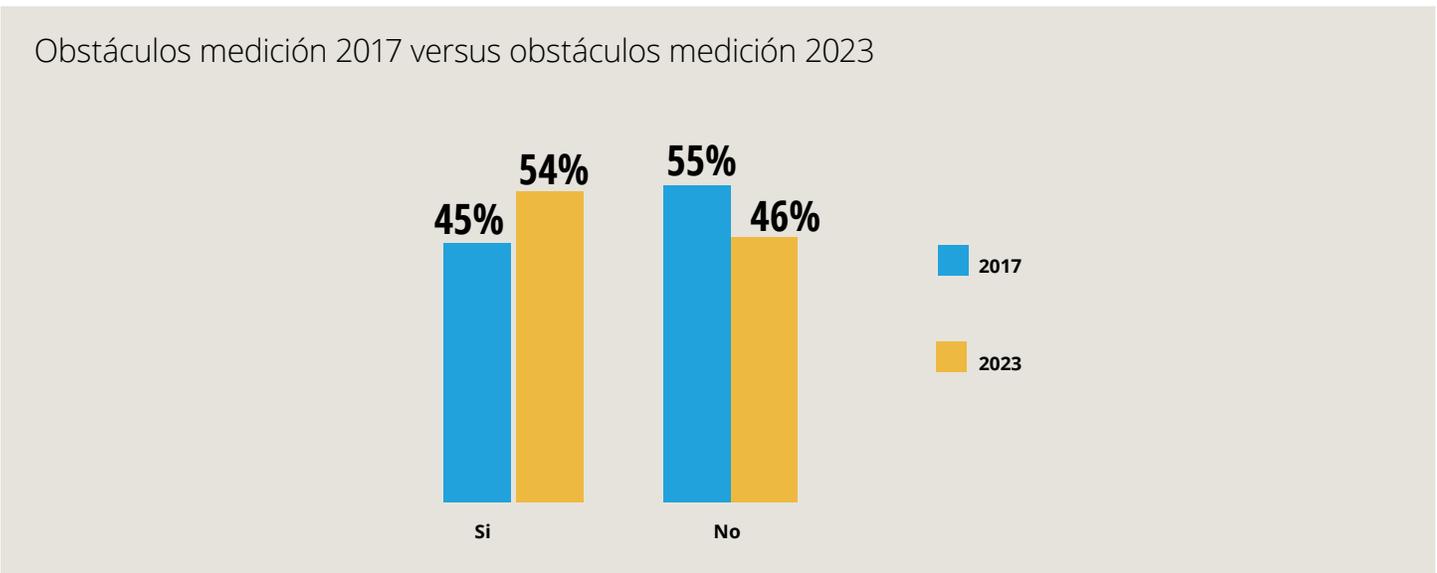
## Razón principal por la que consume cerveza artesanal

El gusto por el sabor aumenta 11 puntos porcentuales, decrecen la calidad de la cerveza -3% y la naturalidad del producto -8%, versus 2017, posiblemente ya se vean como elementos inherentes a la cerveza artesanal, cobra relevancia la búsqueda de algo diferente y único avanzando 13 puntos porcentuales versus 2017.



Base 2017: 503  
Base 2023: 505

Sin embargo, también existen obstáculos para su consumo, específicamente para 5 de cada 10 de los entrevistados, a través del tiempo aumentan los consumidores que reconocen desventajas en la cerveza artesanal en 2017 eran 4 de cada 10 y para 2023 5.

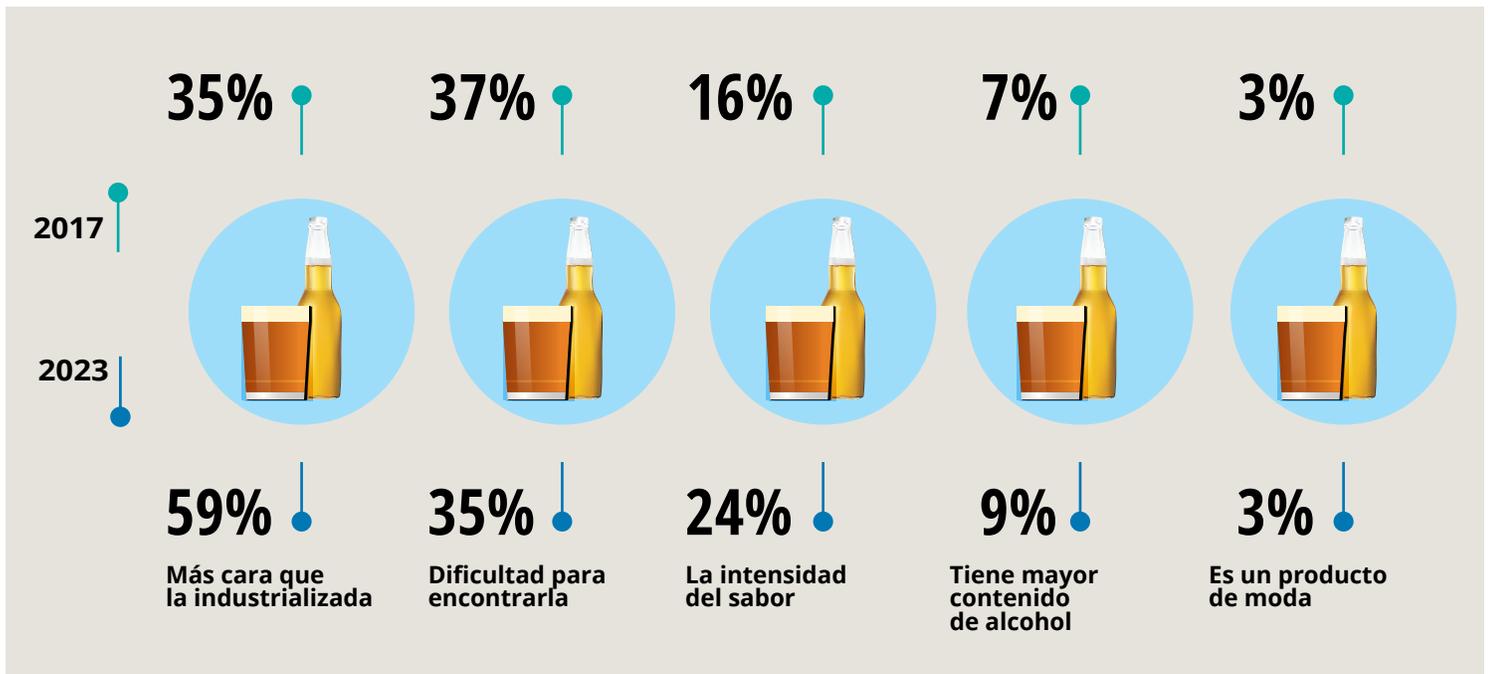


Base 2017: 503  
Base 2023: 505

## Obstáculos medición 2017 versus obstáculos medición 2023

Precios más altos en comparación con la cerveza industrializada aumentó 24 puntos porcentuales pasa de 35% en 2017 a 59% en 2023, la dificultad para encontrar la cerveza artesanal se mantuvo prácticamente en los mismos niveles 37% en 2017 y 35% en 2023. Resultados grafica pregunta 16

¿Existen ventajas/obstáculos de tomar cerveza artesanal?



Base 2017: 226

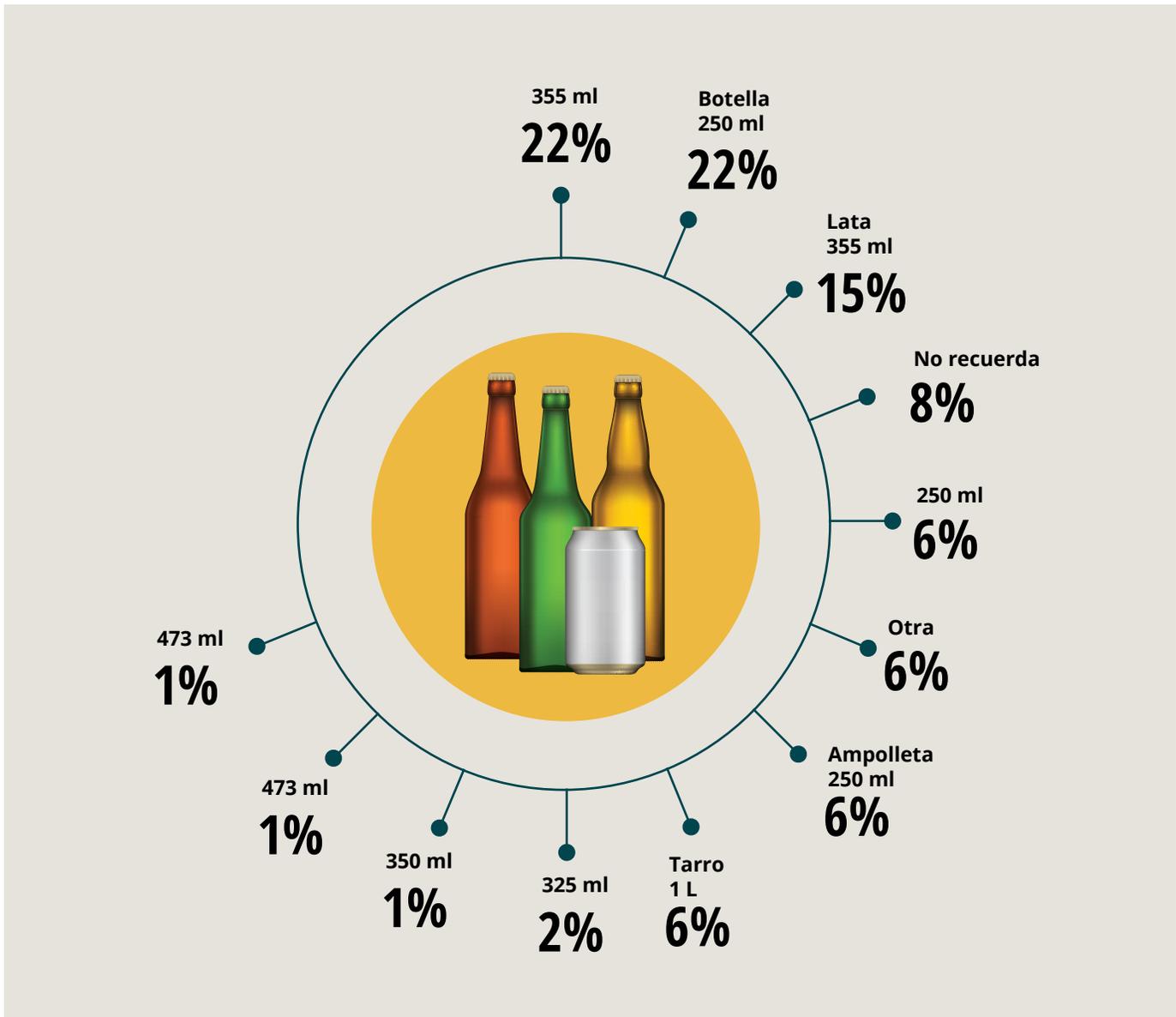
Base 2023: 273

Pregunta de respuesta múltiple y espontánea, precodificada pero con opción a registrar "Otros obstáculos".

Las principales presentaciones en las que los consumidores mencionan tomar cerveza industrializada son: 355ml 22%, botella 250 ml. 22%, y lata de 355ml. 15%

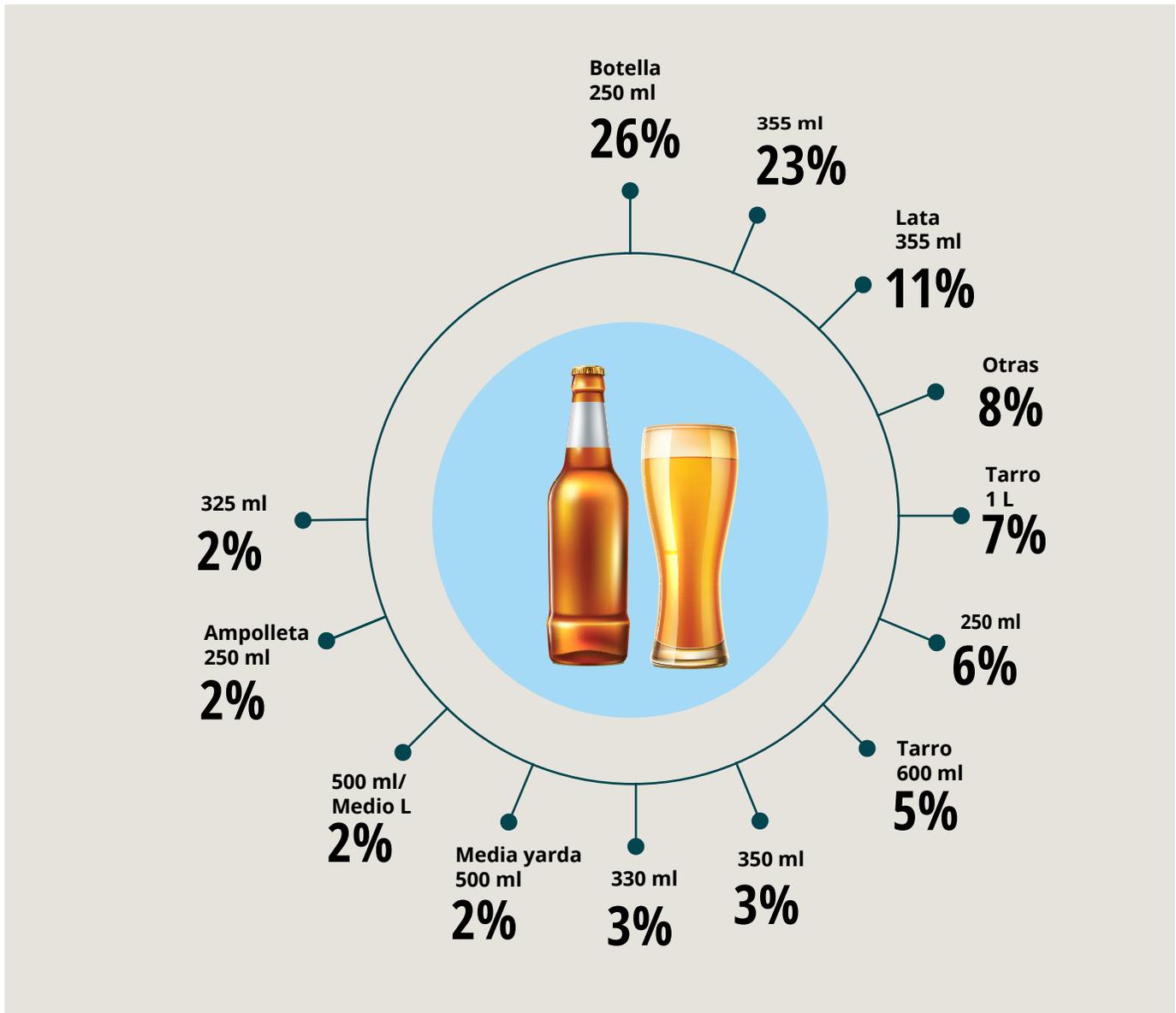
Las principales presentaciones en las que los consumidores mencionan tomar cerveza artesanal son: botella 250 ml. 26%, 355ml 23%, y lata de 355ml 11%.

¿En qué presentación/ tamaño del envase compra con mayor regularidad la cerveza industrializada?



Base 2023: 505  
Pregunta de respuesta única, espontánea y con ayuda visual.

¿En qué presentación/ tamaño del envase compra con mayor regularidad la cerveza artesanal?



Base 2023: 505  
Pregunta de respuesta única, espontánea y con ayuda visual.

Para entender mejor las distancias entre precios y la cantidad del consumo realizamos el siguiente comparativo.

En el observamos que los consumidores tanto de cerveza industrial como de cerveza artesanal prefieren consumir presentaciones pequeñas, en el caso de la cerveza artesanal se consume una menor cantidad en comparación con la industrial debido posiblemente a mayores precios y grados de alcohol.

### Cerveza Industrial

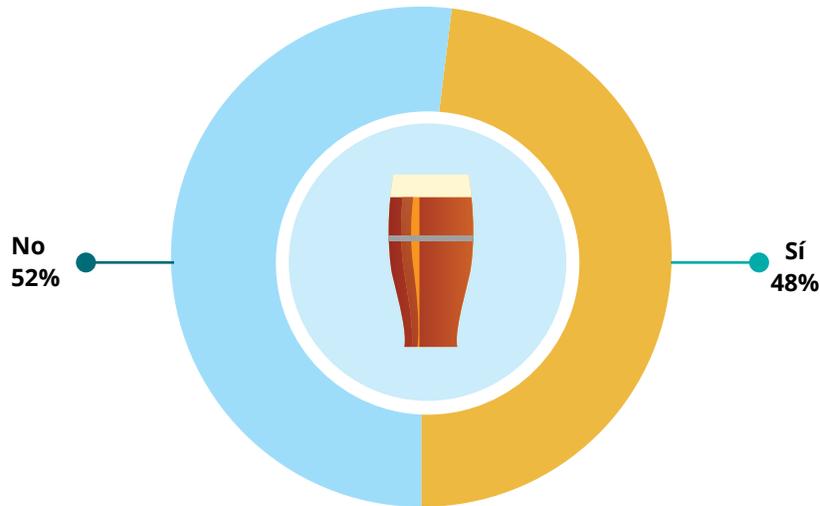
¿En qué presentación/ tamaño del envase compra con mayor regularidad?	¿Cuántas cervezas se toma en cada ocasión de consumo de cerveza industrial?	¿Cuál es el precio promedio que paga por esa presentación?
 Botella 250 ml	5	\$23.29
 355 ml	4	\$36.36
 Lata 355 ml	6	\$24.27
 Promedio cantidad todas las presentaciones	5	
 Precio promedio todas las presentaciones	\$33.85	

## Cerveza Artesanal

¿En qué presentación/ tamaño del envase compra con mayor regularidad?	¿Cuántas cervezas se toma en cada ocasión de consumo de cerveza artesanal?	¿Cuál es el precio promedio que paga por esa presentación?
 Botella 250 ml	3	\$54.54
 355 ml	4	\$63.25
 Lata 355 ml	3	\$69.61
 Promedio cantidad todas las presentaciones	3	
 Precio promedio todas las presentaciones	\$73.70	

Base 2023: 505  
 Menciones espontáneas y sin precodificar de cantidades de consumo y precios.  
 Para la mitad de los entrevistados existen factores que pueden ayudar a incentivar el consumo.

¿Existe algo que podría incentivarlo a consumir más cerveza artesanal?



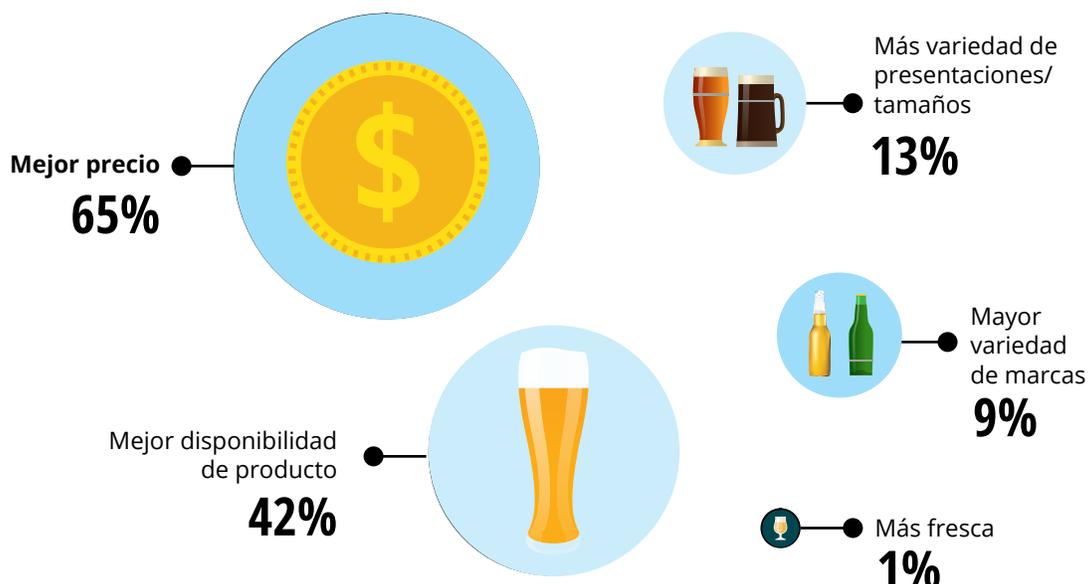
Base 2023: 505

Factores que incentivan el consumo

Mejorar los precios 65%, mayor disponibilidad del producto 42%, y mayor variedad de presentaciones/tamaños 13%.

Mejorar los precios 65%, mayor disponibilidad del producto 42%, y mayor variedad de presentaciones/tamaños 13%.

¿Existe algo que podría incentivarlo a consumir más cerveza artesanal?

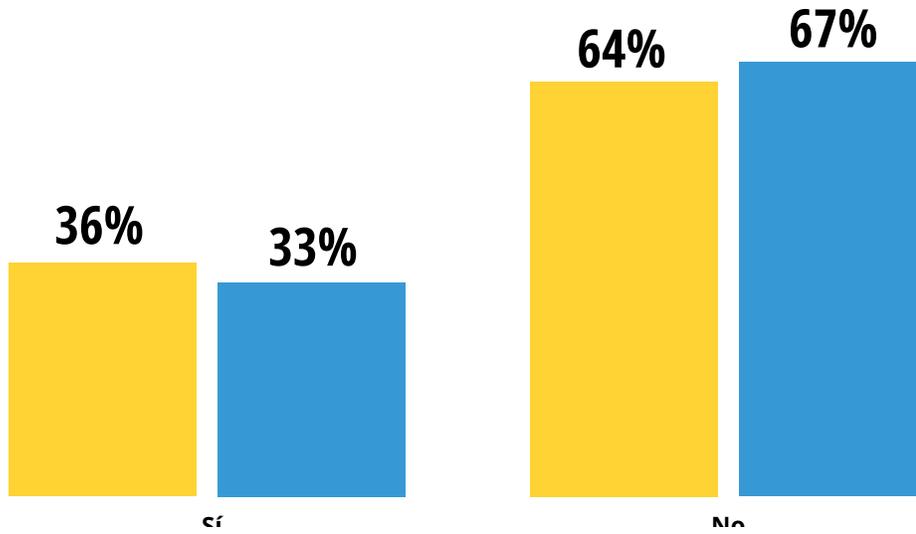


Base 2023: 242

Pregunta de respuesta múltiple y espontánea, precodificada pero con opción a registrar "Otros factores"

Con respecto al conocimiento del proceso de elaboración de la cerveza artesanal este decrece 3 puntos porcentuales respecto a la medición anterior, continúan siendo sólo 3 de cada 10 los consumidores que conocen el proceso, al parecer no se han realizado esfuerzos importantes al respecto.

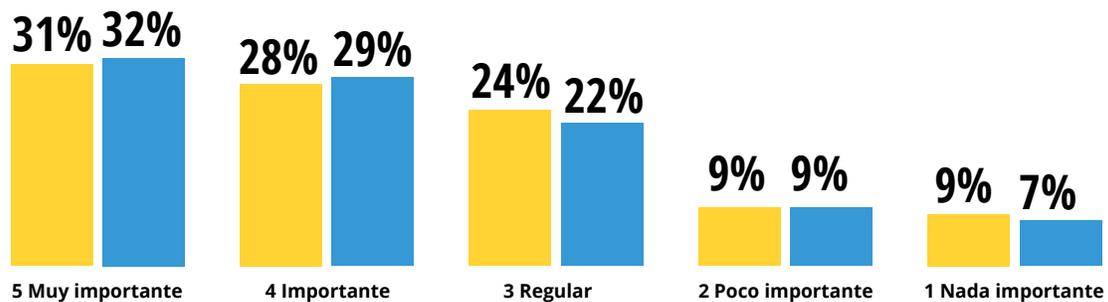
¿Conoce el proceso de elaboración de la cerveza artesanal que consume?



Base 2017: 503  
Base 2023: 505

6 de cada 10 consideran importante conocer el proceso, y a lo largo del tiempo vemos que el porcentaje se mantiene en los mismos niveles de 2017.

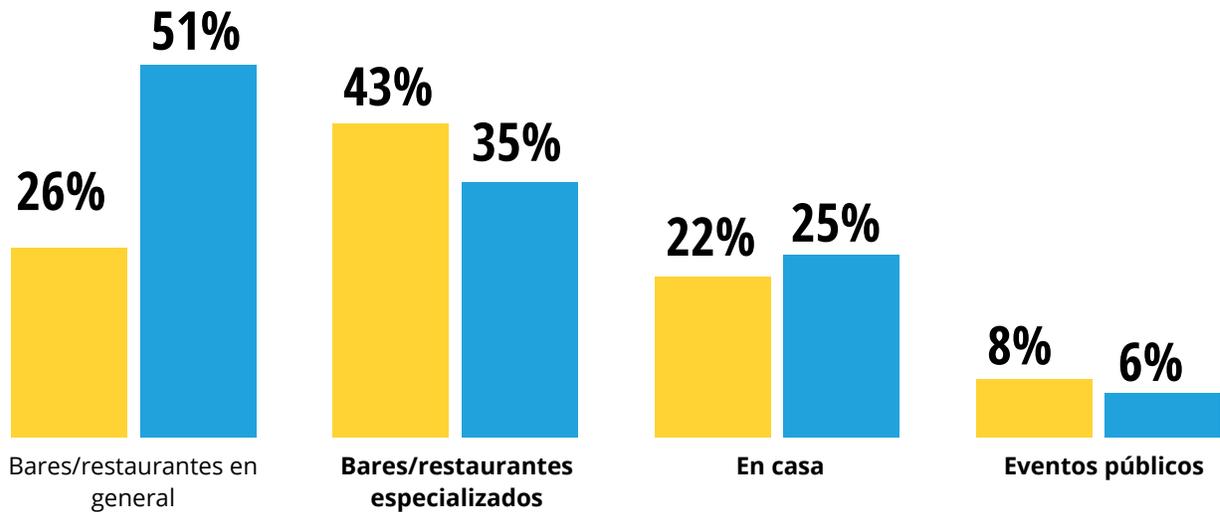
¿Qué tan importante es para usted conocer el proceso de elaboración de una cerveza artesanal?



Base 2017: 503  
Base 2023: 505

También observamos movimientos importantes en los lugares donde se consume el producto, Incrementa el consumo de cerveza artesanal en bares/restaurantes en general 26% en 2017, 51% en 2023, al parecer ha sido atractivo incluir a la cerveza artesanal dentro de los productos que ofrecen, decrece el consumo en bares especializados 43% en 2017, 35% en 2023.

¿En dónde consume cerveza artesanal?



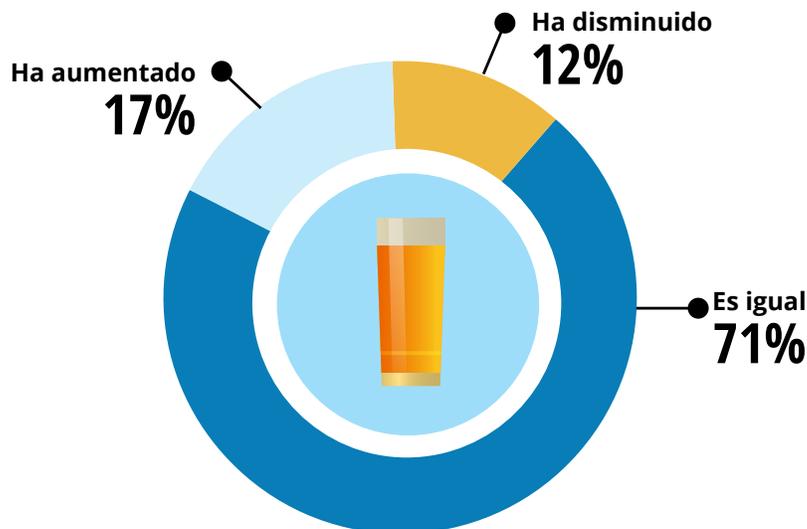
Base 2017: 503

Base 2023: 505

Pregunta de respuesta múltiple y espontánea, precodificada pero con opción a registrar "Otros lugares"

Ahora compararemos el consumo según el año anterior 2022, donde se considera que el consumo reciente de cerveza artesanal ha permanecido igual 71%, y sólo el 17% reconoce haber consumido más en 2023.

En comparación al 2022, su consumo de cerveza artesanal ¿ha crecido, se mantiene igual o disminuido en el 2023?

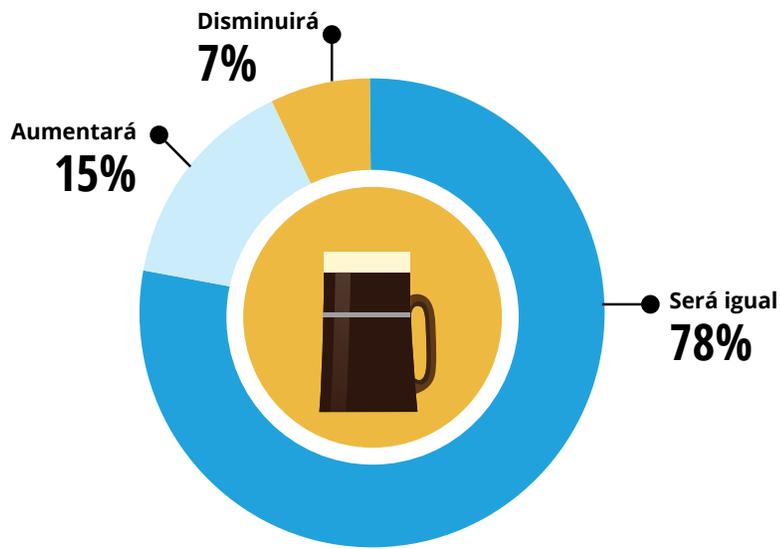


Base 2017: 503

Base 2023: 505

Con respecto a cómo consideran que será el consumo del año siguiente 2024, 78% de los entrevistados considera que su consumo permanecerá igual y que aumentará para el 15% de los entrevistados.

Para el 2024, piensa que la cantidad de cerveza artesanal que consume, ¿Aumentará, se mantendrá igual o disminuirá?



Base 2023: 505  
Pregunta de respuesta inducida y única

# Conclusiones



Explorar el universo de la cerveza artesanal es sumergirse en un ritual contemporáneo que cada vez más aficionados abrazan con entusiasmo. No se trata simplemente de disfrutar de una bebida; es sobre la ceremonia de servirla en el vaso perfecto, el deleite de armonizar sus variados estilos con una sinfonía de platillos, y el descubrimiento de matices que convierten cada sorbo en una aventura sensorial. Este creciente interés no es casualidad, es el resultado de una cultura que se deleita en la exploración y el conocimiento gastronómico.

Los artesanos de la cerveza se enfrentan a un desafío apasionante, según los datos que recabamos en entrevistas con productores: transformar el acto de beber en una experiencia sublime para el consumidor. Esto implica un compromiso férreo con la excelencia, la selección meticulosa de ingredientes premium, la formación constante de los involucrados en el proceso de elaboración y, por supuesto, la innovación y creatividad que redefine lo que entendemos por cultura cervecera. Es educar al consumidor, sumergirlo en el conocimiento de los sabores, ingredientes y el arte de maridar la cerveza con la alta cocina.

Optar por cervezas artesanales mexicanas es apoyar un movimiento que va más allá del gusto; es contribuir a la expansión de una industria que desafía a los gigantes cerveceros con audacia y pasión. Es apostar por emprendedores que no temen jugar con sabores y aromas, buscando siempre sorprender y encantar al consumidor.

Al elegir cerveza artesanal, estamos no sólo disfrutando de una explosión de sabores únicos, sino también fortaleciendo su presencia en el escenario gourmet mexicano, asegurando que esta expresión artística siga cautivando paladares y ganando un lugar de honor en las mesas de nuestro país.

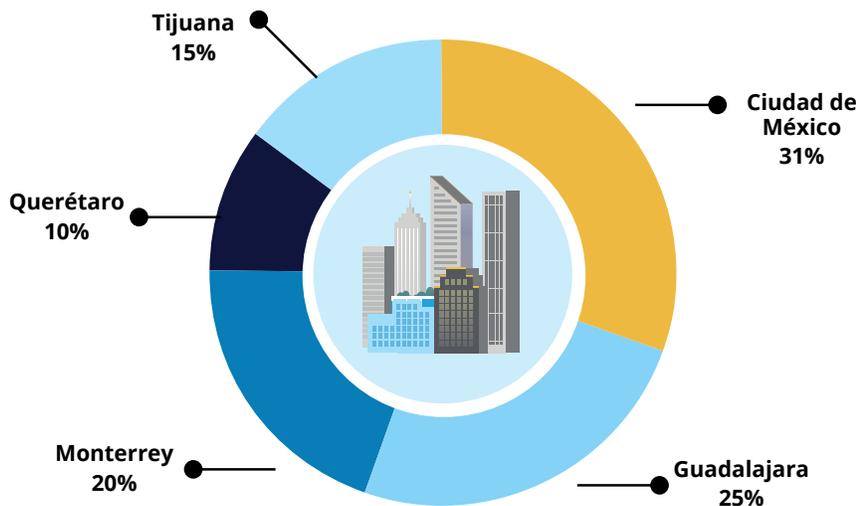


# Metodología

## ¿A quién entrevistamos?

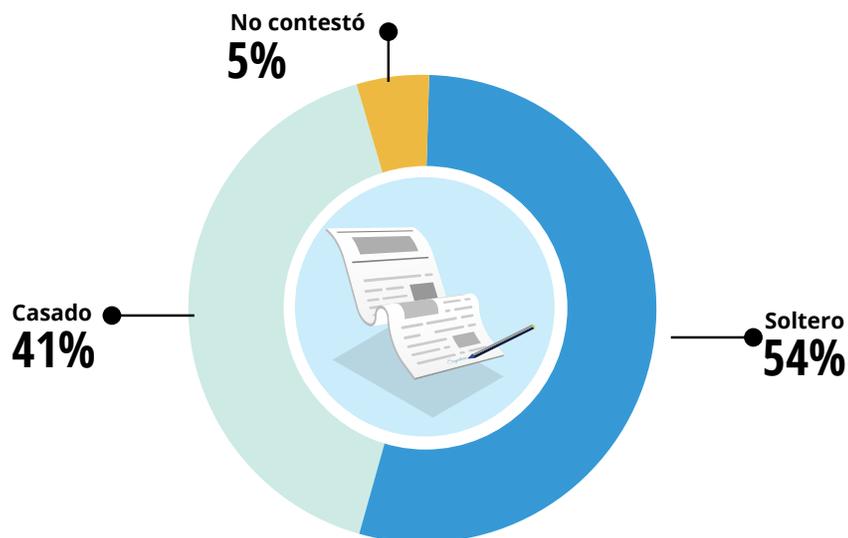
Se realizaron 505 entrevistas distribuidas en 5 ciudades representativas de la república mexicana: Ciudad de México 30%, Guadalajara 25%, Monterrey 20%, Querétaro 10%, Tijuana 15%. Los consumidores de cerveza artesanal son mayoritariamente solteros, con una edad promedio de 38 años.

### Ciudad



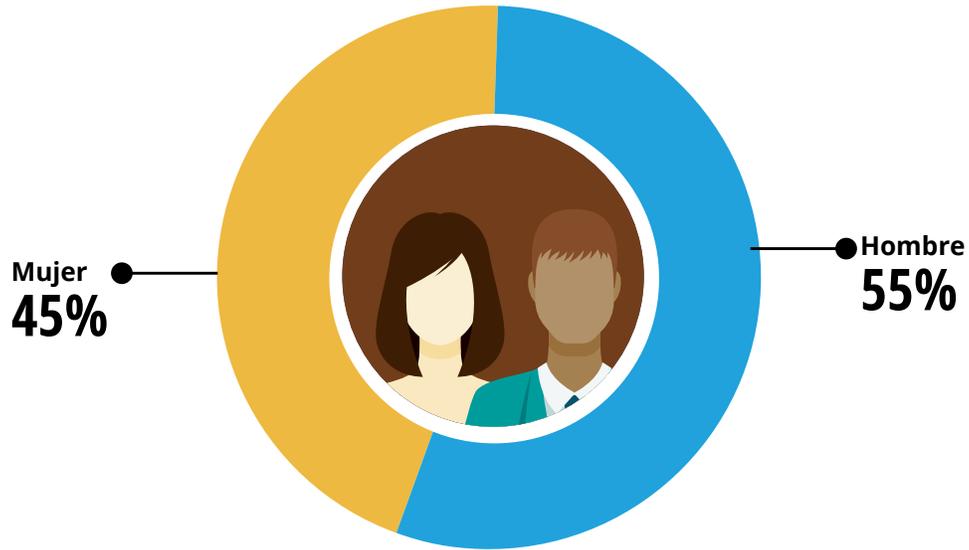
Base 2023: 505

### Estado civil



Base: 2023: 505

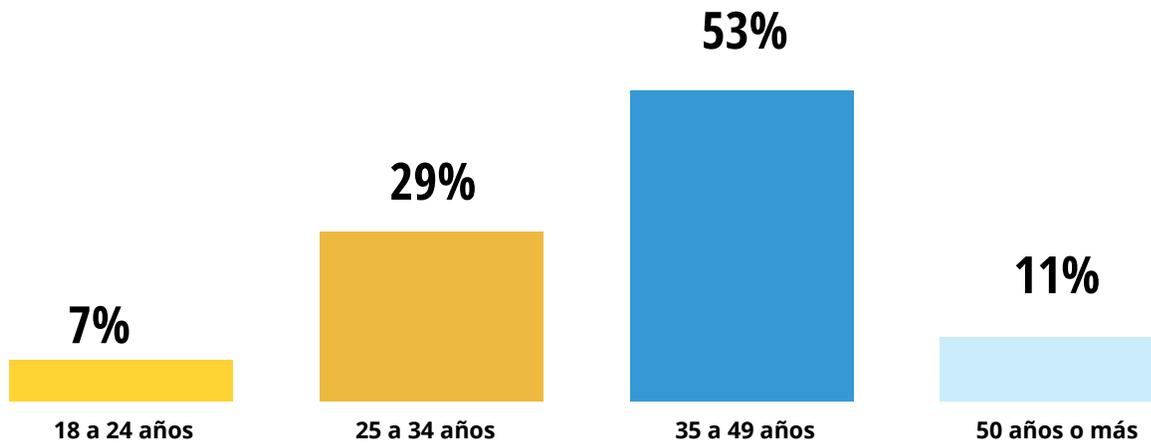
## Género



Base 2023: 505

## Edad

El rango de edad de los encuestados oscila entre los 25 y 49 años



Base 2023: 505





# Deloitte.

Deloitte se refiere a una o más entidades de Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), su red global de firmas miembro y sus sociedades afiliadas a una firma miembro (en adelante "Entidades Relacionadas") (colectivamente, la "organización Deloitte"). DTTL (también denominada como "Deloitte Global") así como cada una de sus firmas miembro y sus Entidades Relacionadas son entidades legalmente separadas e independientes, que no pueden obligarse ni vincularse entre sí con respecto a terceros. DTTL y cada firma miembro de DTTL y su entidad relacionada es responsable únicamente de sus propios actos y omisiones, y no de los de las demás. DTTL no provee servicios a clientes. Consulte [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) para obtener más información.

Deloitte presta servicios profesionales líderes de auditoría y assurance, impuestos y servicios legales, consultoría, asesoría financiera y asesoría en riesgos, a casi el 90% de las empresas Fortune Global 500® y a miles de empresas privadas. Nuestros profesionales brindan resultados medibles y duraderos que ayudan a reforzar la confianza pública en los mercados de capital, permiten a los clientes transformarse y prosperar, y liderar el camino hacia una economía más fuerte, una sociedad más equitativa y un mundo sostenible. Sobre la base de su historia de más de 175 años, Deloitte abarca más de 150 países y territorios. Conozca cómo los aproximadamente 457,000 profesionales de Deloitte en todo el mundo crean un impacto significativo en [www.deloitte.com](http://www.deloitte.com).

Tal y como se usa en este documento, "Deloitte S-LATAM, S.C." es la firma miembro de Deloitte y comprende tres Marketplaces: México-Centroamérica, Cono Sur y Región Andina. Involucra varias entidades legalmente separadas e independientes, las cuales tienen el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limitan sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría, consultoría, consultoría fiscal, asesoría legal, en riesgos y financiera y otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte".

Esta comunicación contiene solamente información general y ni Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), su red global de firmas miembro o sus Entidades Relacionadas (colectivamente, la "organización Deloitte") está, por medio de esta comunicación, prestando asesoramiento profesional o servicio alguno. Antes de tomar cualquier decisión o tomar cualquier medida que pueda afectar sus finanzas o su negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado.

No se proporciona ninguna representación, garantía o promesa (ni explícita ni implícita) sobre la veracidad ni la integridad de la información en esta comunicación, y ni DTTL, ni sus firmas miembro, Entidades Relacionadas, empleados o agentes será responsable de cualquier pérdida o daño alguno que surja directa o indirectamente en relación con cualquier persona que confíe en esta comunicación. DTTL y cada una de sus firmas miembro y sus Entidades Relacionadas, son entidades legalmente separadas e independientes.