LAMARCALAB
TUS SOCIOS DE MARKETING

HÁBITOS DE CONSUMO DE CERVEZA ARTESANAL EN MÉXICO 2021

ESOMAR'21 corporate

AMAI

ESOMAR WORLD RESEARCH

AMAI INTELIGENCIA APLICADA A DECISIONES

LAMARCALAB
TUS SOCIOS DE MARKETING

SOMOS EXPERTOS EN ENTENDER EL MERCADO,

y luego habilitar con conocimiento accionable y mejores prácticas.

PARA QUE NUESTROS CLIENTES TOMEN CADA VEZ MEJORES DECISIONES.

(33) 4445 – 4844

contacto@lamarcalab.com

METODOLOGÍA

Se realizaron 404 cuestionarios con **consumidores de cerveza artesanal**, tanto hombres como mujeres de 18 años de edad en adelante. La encuesta se realizó de forma online en todo México.

Esta cantidad de cuestionarios nos asegura un nivel de confianza del 95% así como un ±5% de grado error.

ESTUDIO COORDINADO POR:

LAMARCALAB
TUS SOCIOS DE MARKETING

DIRIGIDO POR:
SERGIO RODEA

Estudié la licenciatura en mercadotecnia y un MBA en el ITESO, he escrito en prensa, revistas académicas y de investigación, he sido conferenciante a nivel nacional e internacional como en Lima, Perú 2016, Buenos Aires, Argentina, 2017, Medellín, Colombia 2019 en el foro "Insights Innovation Exchange". He colaborado en programas de radio sobre temas de opinión pública, tendencias, marcas y marketing. Soy profesor titular de posgrado de las universidades ITESO, UP Guadalajara, Universidad Latina en Morelia Michoacán, Universidad Iberoamericana en León Guanajuato y he sido profesor invitado en la Universidad Rafael Landívar en Guatemala. Colaboro en StartUp México como mentor en la República Mexicana.
Juez en los Effie Awards México 2017, 2018, 2019, 2020 y 2021.

COORDINADO POR:
GUSTAVO CASILLAS

Nuestro coordinador de investigación cuantativa quien es licenciado en mercadotecnia, ha diseñado, levantado, tabulado e interpretado en los últimos tres años más de 25 mil cuestionarios, donde más del 15% de este trabajo ha sido también en países diferentes a México, incluidos Estados Unidos y Centroamérica.

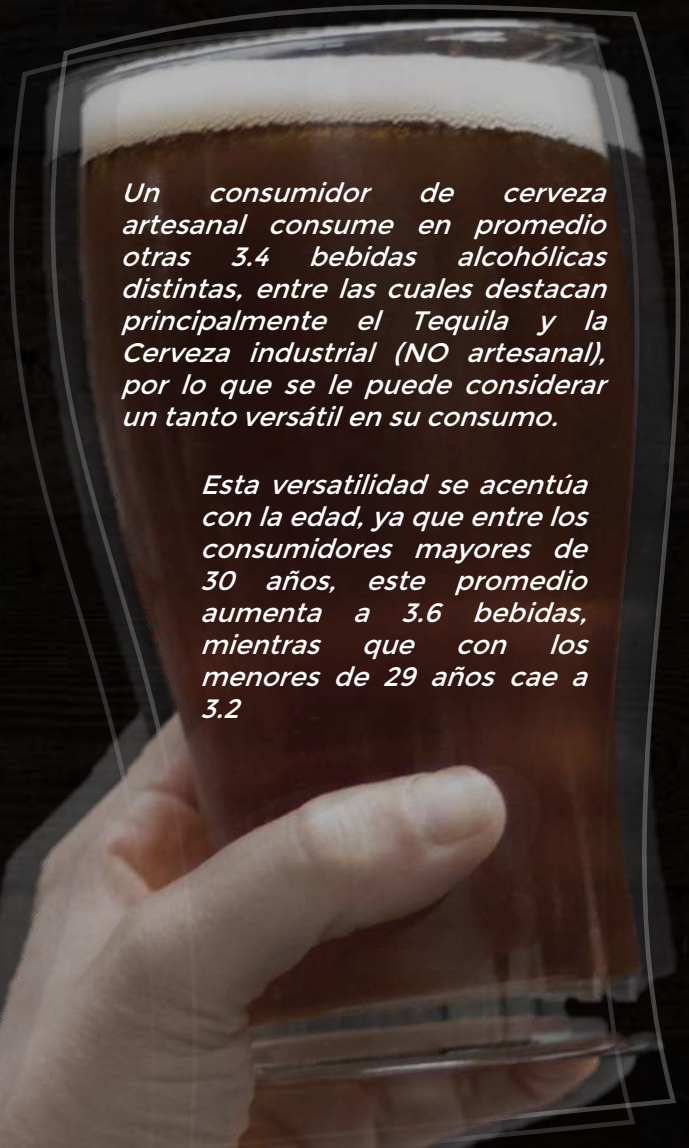
¿Qué más beben?

Además de cerveza artesanal

TEQUILA 80%

WHISKY 58%

MEZCAL 37%



Un consumidor de cerveza artesanal consume en promedio otras 3.4 bebidas alcohólicas distintas, entre las cuales destacan principalmente el Tequila y la Cerveza industrial (NO artesanal), por lo que se le puede considerar un tanto versátil en su consumo.

Esta versatilidad se acentúa con la edad, ya que entre los consumidores mayores de 30 años, este promedio aumenta a 3.6 bebidas, mientras que con los menores de 29 años cae a 3.2

75% **CERVEZA INDUSTRIAL**

52% **VODKA**

36% **RON**

Base: 404 cuestionarios

LAMARCALAB
TUS SOCIOS DE MARKETING

BEBIDA FAVORITA

A pesar de ser una categoría considerada de nicho, la cerveza artesanal no ha logrado un nivel de engagement superior al del tequila. Sin embargo, sí ha conseguido ponerse por encima de la cerveza industrial con casi el doble del favoritismo.

3 de cada 10 considera a la cerveza artesanal como su bebida **favorita**

Base: 404 cuestionarios

LAMARCALAB
TUS SOCIOS DE MARKETING

Medio de Conocimiento

La recomendación entre amigos no sólo ha sido un factor clave en el crecimiento de la categoría sino que pinta para seguir siéndolo, ya que son precisamente los consumidores más jóvenes (menores de 29 años) quienes se ven más impactados por este aspecto (59% de ellos).

Cabe resaltar que no es un producto al que se llegue de forma incidental, 2 de cada 3 consumidores probaron la cerveza artesanal de forma dirigida. Pensar en formas creativas de generar prueba por impulso puede ser un gran amplificador para la categoría.

Base: 404 cuestionarios

LAMARCALAB
TUS SOCIOS DE MARKETING

ESOMAR WORLD RESEARCH

AMAI INTELIGENCIA APLICADA A DECISIONES

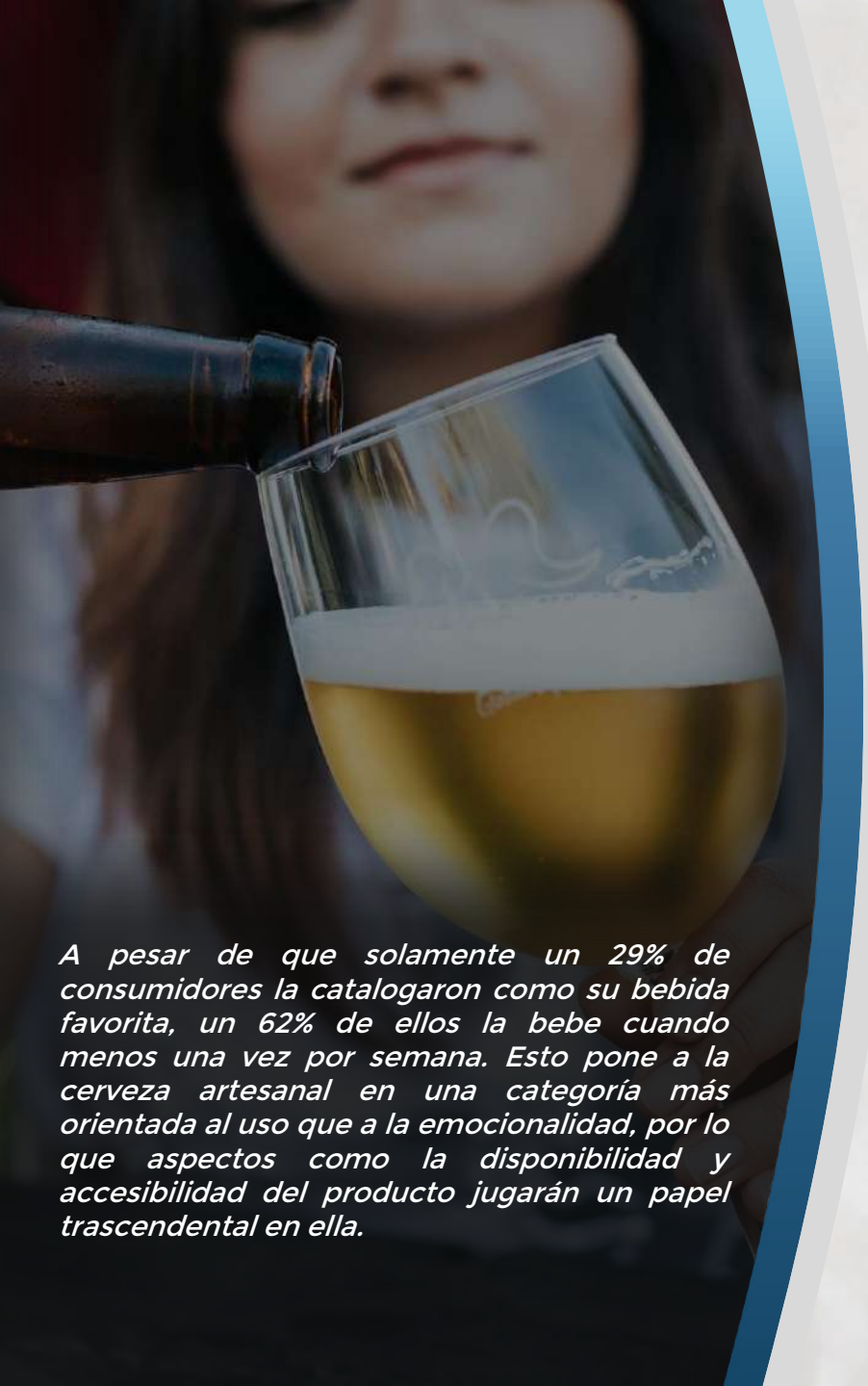
LAMARCALAB
TUS SOCIOS DE MARKETING

La herramienta no es la estrategia, es decir:
Un focus group, las encuestas, el conocer los niveles socioeconómicos, todo esto por sí mismo no resolverá tu estrategia.

TRADUCIMOS LOS DATOS Y CO-CREAMOS PARA FORTALECER TU ESTRATEGIA DE MARCA

(33) 4445 – 4844

contacto@lamarcalab.com



Frecuencia de Consumo

A pesar de que solamente un 29% de consumidores la catalogaron como su bebida favorita, un 62% de ellos la bebe cuando menos una vez por semana. Esto pone a la cerveza artesanal en una categoría más orientada al uso que a la emocionalidad, por lo que aspectos como la disponibilidad y accesibilidad del producto jugarán un papel trascendental en ella.

Base: 404 cuestionarios

LAMARCALAB
TUS SOCIOS DE MARKETING

PERFILES DE CONSUMIDORES

Algo notable en la categoría de la cerveza artesanal es el alto porcentaje del perfil "explorador" ya que, en categorías de productos de consumo, este segmento suele representar menos del 50% del mercado total.

Por su parte, el bajo nivel de fidelidad puede representar un gran desafío para las marcas en crecimiento, ya que los esfuerzos de marketing no pueden limitarse únicamente a la captación, sino que deben complementarse con mayores esfuerzos de retención/fidelización.

12%
Nuevos

Llevo poco tiempo consumiendo cerveza artesanal, por lo que aún no tengo una favorita

20%
Fieles

Siempre consumo la misma marca de cerveza artesanal porque es mi favorita

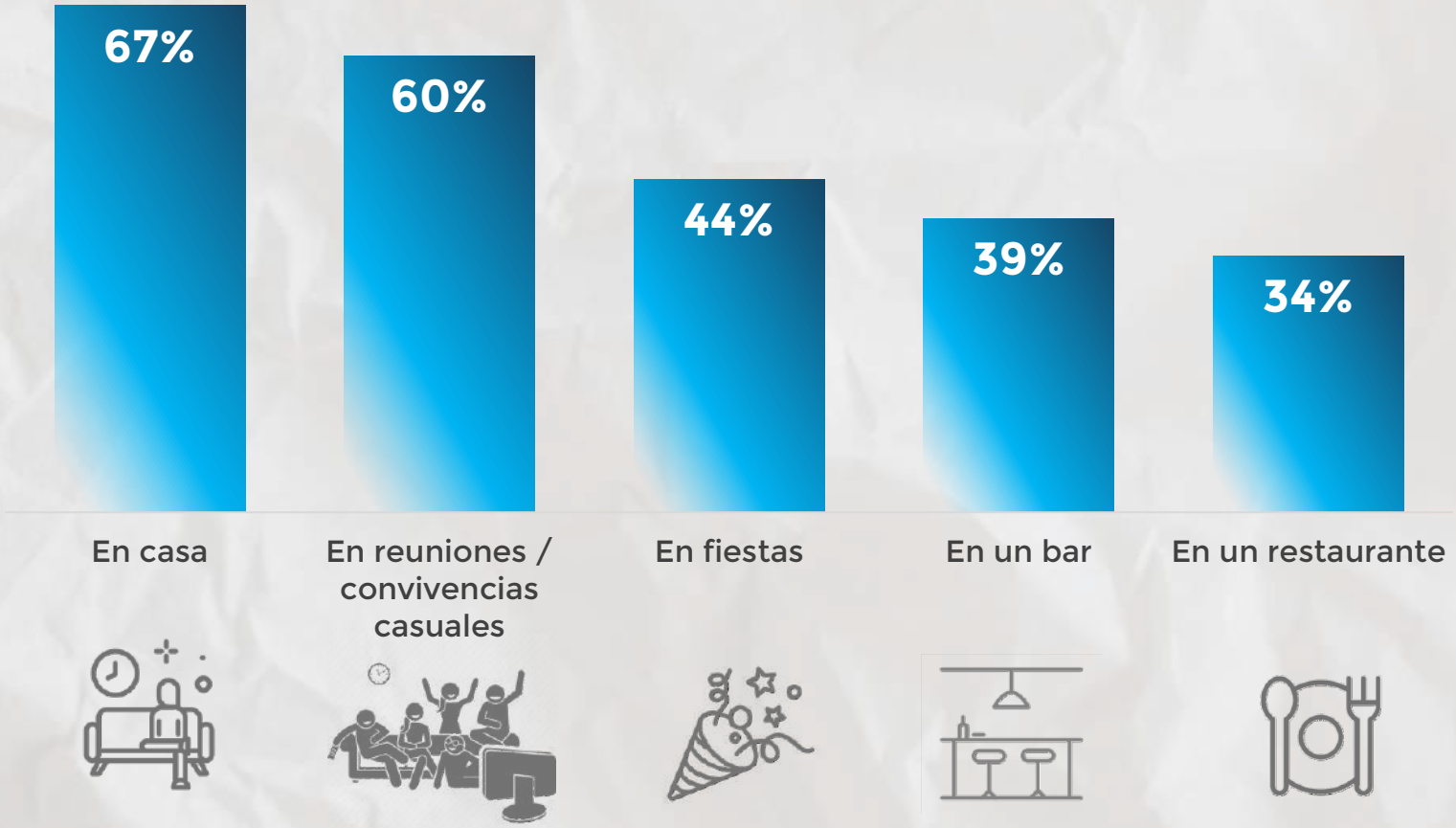
Exploradores
68%

Consumo distintas marcas de cerveza artesanal porque me gusta probar lo que todas me ofrecen

Base: 404 cuestionarios

LAMARCALAB
TUS SOCIOS DE MARKETING

Momento de Consumo



A diferencia de otras bebidas alcohólicas, la cerveza artesanal no es tan compatible con entornos festivos, por el contrario, parece más apropiado para momentos de relajación estando en casa o en una reunión casual.

Base: 404 cuestionarios

LAMARCALAB
TUS SOCIOS DE MARKETING

Actividades

Durante el consumo

Base: 404 cuestionarios

LAMARCALAB
TUS SOCIOS DE MARKETING

ACOMPAÑANTES EN EL CONSUMO

Las principales figuras con las que se comparte el goce de la cerveza artesanal son los amigos y la pareja. En la mayoría de los casos, esta figura es también consumidora de cerveza artesanal,.

Base: 404 cuestionarios

LAMARCALAB
TUS SOCIOS DE MARKETING

CONCLUSIONES

La categoría de la cerveza artesanal, a pesar de encontrarse aún en desarrollo, ha generado un buen nivel de engagement entre sus consumidores (29% de favoritismo). Sin embargo, a nivel marcas, el desafío se encuentra en la fidelización de los consumidores, ya que al pertenecer la mayoría de ellos al perfil “explorador”, resulta considerablemente más complicado retener a un cliente nuevo.

Además de los atributos a nivel producto que tiene la cerveza artesanal, esta cuenta con ciertos valores sociales que han resultado clave en el crecimiento de la categoría, ya que es precisamente la recomendación de los amigos el principal motivador para adentrarse en su consumo. De igual forma, los amigos resultan ser los principales acompañantes los momentos de consumo.

A diferencia de lo habitual en otras bebidas alcohólicas, la cerveza artesanal va más allá de ser un factor secundario en momentos de goce, por el contrario, este juega un papel más protagónico siendo el elemento de goce en sí en momentos de relajación (como estando en casa o en una convivencia casual).

TRABAJAMOS PARA FORTALECER TU POSICIÓN COMPETITIVA

LAMARCALAB
TUS SOCIOS DE MARKETING

GRACIAS,

CONTÁCTANOS Y LIBERA EL POTENCIAL DE TU MARCA.

Envíanos un mensaje a:
contacto@lamarcalab.com

Edificio MIND
Piso 2, oficina 2L
Avenida Faro 2350
Residencial Victoria, CP 44550
Guadalajara, Jalisco, México
(33) 4445 – 4844

www.lamarcalab.com

MiND
México Innovación y Diseño