

Cerveza artesanal, la elegida por los estudiantes universitarios

Por Joaquín Llanos, Andrea Belmartino y Beatriz Lupín (*)

La cerveza artesanal se identifica por sus ingredientes naturales –sin aditivos ni conservantes–, espuma espesa, aroma concentrado y variedad de sabores. Su proceso productivo es diverso y cuenta con la presencia de un maestro cervecero. Por otra parte, la comercialización, en general, es de cercanía, siendo clave los denominados circuitos cortos de comercialización, caracterizados por la proximidad geográfica, social y cultural entre productores y consumidores.

Nuestra ciudad es uno de los principales polos de cerveza artesanal del país, siendo de las primeras que evolucionó en la materia. De hecho, el sector local se encuentra, desde hace veinte años, en constante expansión, con más de sesenta cervecerías y marcas reconocidas a nivel nacional. Se trata de una actividad de particular interés en términos de generación de empleo –directo e indirecto en industrias asociadas–, como así también a fin de potenciar un atractivo turístico adicional.

En esta ocasión, el interés se centra en uno de los componentes de este dinámico mercado: la demanda, particularmente en el segmento de los jóvenes consumidores. Con el propósito de profundizar el conocimiento acerca de las preferencias de los mismos, se emprendió una investigación exploratoria cuya fuente primaria de datos es un relevamiento presencial, llevado a cabo durante los meses de septiembre a noviembre del año 2019. Del mismo, participaron 202 estudiantes, de entre 18-28 años de edad, de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata (FCEyS-UNMDP). La muestra cuenta con representatividad demográfica conforme los registros de la unidad académica y heterogeneidad socioeconómica. A su vez, el cuestionario implementado consta de tres módulos:

- 1) prácticas y hábitos de consumo,
- 2) proceso de elección de compra y
- 3) aspectos demográficos y socioeconómicos del encuestado.

Preferencias

Entre los principales resultados obtenidos, es posible indicar que el 91% de los encuestados prefiere la cerveza artesanal a la cerveza industrial, percibiéndola de calidad superior y priorizando las marcas marplatenses. De modo que el consumo de cerveza artesanal se encuentra fuertemente asociado a atributos diferenciales propios de este producto, siendo altamente valo-



rados el “sabor” y el “lugar de consumo”. Un punto relacionado con este último atributo, es la “situación de consumo” de la cerveza artesanal en la que predomina el disfrute per se de beberla, sin acompañarla necesariamente con otros alimentos, brindando las cervecerías un ambiente acorde. Otros atributos, aunque con una importancia relativa bastante inferior a los mencionados, son el “IBU” –amargor–, el “aroma” y el “precio”, destacados solo por alrededor del 12% de los encuestados, cada uno.

Sin distinción del tipo artesanal o industrial, se señala como razón principal de consumo de cerveza, el placer que produce antes que motivaciones sociales. Asimismo, se observa que el 59% se inclina por las cervezas estilo “Ale” –fermentación alta– y el 42% por las cervezas estilo “Lager” –fermentación baja–. Los varones son más propensos a elegir el primer estilo y las mujeres el segundo –que agrupa cervezas más suaves y livianas–.

Todos los encuestados, con diferente frecuencia, consumen cerveza artesanal, en cambio el 22% no consume cerveza industrial. El 72% consume cerveza artesanal hasta una vez, el 24% dos veces y el resto tres veces o más, por semana. Se verifica una mayor frecuencia de consumo de este tipo de cerveza cuanto mayor es la edad del encuestado. Cuando se considera a la cerveza industrial, se registra que el 61%, el 13% y el 4% consume una, dos y tres veces o más, por semana. Asimismo, en comparación con los encuestados residentes en barrios de nivel “medio y medio-alto/alto”, aquellos que viven en barrios de nivel “bajo/medio-bajo” son los que consumen más frecuentemente cerveza industrial. Por otra parte, el 44% consume ambos tipos de cerveza más de una vez por semana.

Dónde se consume

Respecto a los lugares de consumo, los cuatro primeros puestos, para la cerveza artesanal, corresponden a “cervecerías”, “casa propia”, “otras casas visitadas por motivos sociales” y “restaurantes” y para la cerveza industrial a “casa propia”, “otras casas visitadas por motivos sociales”, “restaurantes” y “cervecerías”. Las compañías predilectas con quienes disfrutar de una buena cerveza, independientemente del tipo artesanal o industrial, son los “amigos”, la “fami-

lia/pareja” y los “compañeros de estudio”, denotando la importancia del encuentro con personas de la misma edad en la etapa de la vida que transitan los encuestados. Con relación al consumo en solitario, sí se aprecia una diferencia por tipo de cerveza ya que esta modalidad es mencionada por el 14% para la artesanal y por el 28% para la industrial. Lo anterior, puede vincularse a la facilidad y accesibilidad de compra de ambos tipos de cerveza.

En cuanto a las marcas elegidas, en el caso de la cerveza artesanal, tres cervecerías de origen marplatense, con elaboración propia, concentran al 72% de los encuestados. Por su parte, la cerveza industrial registra un consumo más equilibrado entre las diferentes marcas, reuniendo siete de las más populares al 83,50% de los encuestados.

Finalmente, analizando el gasto promedio semanal en cerveza, sea ésta artesanal o industrial, es de señalar que el 36% de los jóvenes mayores –entre 26-28 años de edad– son los que gastan más –superior a \$ 300– y el 45% de los jóvenes menores –entre 18-19 años de edad– son los que gastan menos –hasta \$ 150–. Dicho resultado, se condice con el hecho de que, en general, los estudiantes comienzan a trabajar con el cursado avanzado de su carrera, generando ingresos propios. Tal es así que el 86,50% de los encuestados de entre 26-28 años de edad trabaja. Contrariamente, el 65,50% de los encuestados de entre 18-19 años de edad no lo hace.

A fin de precisar los resultados, se tiene previsto continuar la investigación elevando el número de casos y extendiendo la cobertura a los jóvenes de la ciudad, ya sean estudiantes o no. De todos modos, los resultados obtenidos hasta el momento pueden orientar a los productores locales en la evaluación de sus estrategias comerciales, lo que resulta fundamental dada la competencia existente entre cervezas artesanales y con las cervezas industriales.

(*) Grupos de Investigación “Análisis Industrial” y “Economía Agraria”, FCEyS-UNMDP

Contacto: mblupin@mdp.edu.ar

Esta investigación se realizó dentro del marco de la tesis para acceder al grado de Licenciado en Economía de Joaquín Llanos, bajo la dirección de la Lic. (Mg.) Andrea Belmartino y la Lic. (Esp.) Beatriz Lupín. Disponible en:

<http://nulan.mdp.edu.ar/3350/1/llanos-2020.pdf>

