



Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

Retos de la competitividad en las empresas cerveceras artesanales de México

Araceli Rendón-Trejo¹
Irene Juana Guillén-Mondragón²
Andrés Morales-Alquicira¹

Resumen

El objetivo de este trabajo es identificar características de las micro y pequeñas empresas productoras de cerveza, sus retos y las acciones que les ha permitido crecer en un mercado muy competido.

La metodología de trabajo es cualitativa. A partir de la recopilación de información documental en diversas fuentes (revistas de negocios, periódicos, informes de empresas, organizaciones nacionales e internacionales), se ubicó la importancia, problemática y acciones de las empresas cerveceras artesanales.

Entre los principales resultados está el detectar que por su tamaño y características de operación, estas empresas cuentan con flexibilidad para adaptarse a las cambiantes condiciones del mercado. Así mismo que implementaron estrategias para permanecer y crecer en un mercado dominado por las grandes cerveceras, es decir, han sido competitivas.

Palabras Clave: pequeñas empresas cerveceras, cerveceras artesanales, competitividad

Abstract

The objective of this paper is to identify characteristics of micro and small beer producing companies, their challenges and the actions that have allowed them to grow in a highly competitive market.

The methodology is qualitative. From the compilation of documentary information in various sources (business magazines, newspapers, company reports, national and international organizations), were studied the importance, problems and actions of small beer companies.

Among the main results is the detection that due to their size and operating characteristics, these companies have the flexibility to adapt to changing market conditions. Likewise, they implemented strategies to stay and grow in a market dominated by large brewers, that is, they have been competitive.

Keywords: small beer companies, craft brewers, competitiveness

¹ Profesores-Investigadores de la Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco, México.

² Profesora-Investigadora de la Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Iztapalapa, México.

Introducción.

Las bebidas alcohólicas han estado presentes en la vida de los pueblos. En alguna época su finalidad fue la de ser estimulante y “alimento”, hoy en día su consumo es más bien de carácter placentero en reuniones de tipo familiar y social. La importancia social y cultural de estas bebidas está directamente relacionada con su importancia económica. El consumo de bebidas alcohólicas, si bien es positivo para la actividad industrial, puede ser negativo a nivel personal, familiar y social cuando se abusa de su consumo, de ahí la importancia de impulsar un consumo responsable.

La producción de bebidas alcohólicas se ubica en la agroindustria y contribuye a generar empleo e ingresos a las empresas. Específicamente la cerveza, tiene una alta demanda en gran cantidad de países del mundo, su consumo se ha popularizado. Algunos factores que lo explican son su bajo contenido calórico, los antioxidantes que posee, su precio accesible. Inclusive hay estudios que señalan que su consumo es benéfico ya que protege las funciones cerebrales y el corazón³.

Forman parte de la cadena de valor de la producción de cerveza, entre otros, los productores de cebada, los fabricantes de agroquímicos, de malta, transportistas, fabricantes de envases, centros de acopio y distribución, detallistas.

Hoy en día los principales países productores de cerveza son China, Estados Unidos, Brasil, México, Alemania, Rusia. No son los únicos productores, en Europa están también Polonia, La República Checa, Francia, Reino Unido, también importantes productores.

Esta industria ha tendido a concentrarse. La competencia en este mercado ha llevado a que grandes empresas de varios países hayan pasado a formar parte de grandes conglomerados propiedad de empresas más grandes y poderosas con marcas bien posicionadas en la mente de los consumidores. Pareciera que sólo las grandes organizaciones estarían disputándose el mercado. No es así. En este contexto han surgido micros y pequeñas empresas en el mundo, las llamadas artesanales que se han ubicado en un nicho de mercado; elaboran cerveza que busca retomar los orígenes de esta bebida. Producen en pequeños lotes con características y sabores muy distintos a las industriales.

Algunas definiciones de competitividad consideran las ventajas comparativas que tienen las empresas en términos de costos, otras consideran las ventajas competitivas y otras más se basan en la capacidad que tienen las firmas para enfrentar con éxito a la competencia en el mercado interno y externo mediante la venta de sus productos. En este trabajo se considera esta última.

En este trabajo se aborda la industria cervecera, en particular a las micro y pequeñas empresas, “cerveceras artesanales” que elaboran productos diferenciados, con insumos adicionales a los

³ Según el Departamento de Alimentos y Agricultura de Estados Unidos, una cerveza tiene nutrientes como proteínas, carbohidratos, calcio, hierro, magnesio, fósforo, potasio, sodio, zinc y vitaminas del complejo B Acevedo, S. (3 de julio de 2020). Tomar medio litro de cerveza a la semana podría proteger la memoria. *El Universal*.

convencionales: flores, esencias, frutos y otros productos agrícolas que le otorgan un sabor peculiar al producto.

El objetivo de este trabajo es identificar características de las micro y pequeñas empresas productoras de cerveza, sus retos y las acciones que les ha permitido crecer en un mercado muy competido. En primer lugar se plantean algunos elementos sobre la cerveza. En segundo, se aborda la industria cervecera en el contexto global, considerando los principales países productores, las principales empresas y marcas. Se aborda posteriormente a la industria cervecera en México, para después estudiar a las micro y pequeñas empresas productoras de cerveza, las *empresas cerveceras artesanales* en el país que operan en un mercado dominado por dos grandes empresas productoras extranjeras. Finalmente se presentan las conclusiones.

Metodología de Investigación.

Esta investigación es de carácter cualitativo. Se basó en el análisis de documentos de diversas fuentes: revistas de negocios como *Forbes*, *Expansión*; periódicos *El Financiero*, *El Economista*, *La Jornada*; informes y trabajos de *Cerveceros de México*, agencias de análisis y asesoría de empresas como *Deloitte*, información de Naciones Unidas, trabajos de investigación y publicaciones sobre grandes empresas. La búsqueda bibliográfica de los diversos documentos en la red se hizo entre otros en *Scielo*. Se emplean estadísticas de diversas fuentes para ofrecer un panorama de la industria y poder ubicar así a las pequeñas artesanales en el país.

1. La cerveza como parte de las bebidas alcohólicas. Su importancia.

Las bebidas alcohólicas han estado presentes en la vida de los pueblos. En alguna época su finalidad fue la de ser estimulante y “alimento”, ahora su uso es más bien de carácter placentero, al autorizarse como una bebida presente en reuniones diversas, ya sean de trabajo, familia, amistad. El consumo de bebidas alcohólicas ha ido creciendo; de carácter social y cultural, la producción y consumo de estas bebidas tiene una importancia económica local, regional y nacional. Estas bebidas pueden ser agrupadas como sigue: a) bebidas fermentadas, como el vino y la cerveza, b) bebidas destiladas como el whisky, ron, brandy, entre otras.

La cerveza es una bebida natural fermentada, su origen es muy antiguo. La civilización sumeria hace 6000 años ya consumía cerveza con el fin de evitar enfermedades derivadas del consumo de agua no potable (Deloitte, 2017). Se tiene registro de su consumo en Uruk, Mesopotamia, alrededor de 2500 años antes de Cristo (AC). En Egipto, donde también se consumía, se crearon incluso reglamentos para su elaboración. En la Edad Media se popularizó en los pueblos del norte de

Europa⁴. En el siglo XIX Pasteur revolucionó la fabricación de la cerveza al descubrir cómo se realizaba la fermentación alcohólica y la pasteurización. Hoy en día la cerveza es de las bebidas más populares que se consumen en gran cantidad de países en el mundo. Es amplia la variedad de ellas que se fabrican con granos de cebada (y otros cereales⁵), levaduras y lúpulo. La cantidad de insumos que se usan para su elaboración aumenta si se considera la producción de las cervezas artesanales, ya que se emplean otros productos agrícolas como flores y frutos en su elaboración.

El consumo de cerveza se ha visto favorecido por varios factores, entre ellos, un precio accesible, bajo contenido calórico, antioxidantes que le otorgan propiedades que protegen el cerebro, el corazón y de la osteoporosis, siempre y cuando se beba con moderación⁶ (Agrodigital, 2011).

Su expansión comercial en el siglo XX tiene que ver con la creciente demanda de cerveza tras concluir la primera guerra mundial⁷, el vino fue desplazado. Algunas compañías productoras en esa época crecieron mediante la adquisición de pequeñas productoras. Fueron Alemania, Bélgica, Inglaterra, Estados Unidos, Irlanda y Dinamarca los principales países productores (Pérez, 2013). La cerveza fue ocupando un lugar cada vez más importante; a finales del siglo XX, como resultado del avance en el envasado de los alimentos, la cerveza en lata se popularizó declinando la preferencia por las de botella de vidrio. El dispensador de cerveza y el uso de la cerveza de barril popularizaron su consumo en muchos países (Pérez, 2013). De los dos tipos de cerveza que se consumían, *lager* y *ale*, las primeras eran más susceptibles a ser industrializadas por lo que se impulsó su crecimiento. En la década de los años 70, surge una corriente en Reino Unido que busca retornar a los orígenes de la cerveza, de manera que en 1970 da inicio nueva generación de pequeñas fábricas de cerveza o micro cervecerías (micro brewery). A principios de la década de los años 80, los mayores productores eran Estados Unidos, Alemania, URSS, Reino Unido y Japón. En 1987 Europa comienza a perder su hegemonía como productora de cerveza.

⁴ En 1070 se descubre que el lúpulo (una hierba) le otorga un agradable sabor amargo a la cerveza, además que le permite conservarla más tiempo. Hay diferentes tipos de lúpulo, algunos aportan mayor amargor y otros son más aromático; esta planta tiene, además, una función antiséptica y digestiva.

⁵ Cereales como el maíz, centeno, trigo, avena, arroz.

⁶ Se plantea que no debe excederse de medio litro a la semana, ya que afectaría la salud de la persona. Acevedo, S. (3 de julio de 2020). Tomar medio litro de cerveza a la semana podría proteger la memoria. *El Universal*.

⁷ Quentin R. Skravec Jr. Profesor en la Universidad de Findley afirma que “la producción de cerveza, revolucionó la industria estadounidense, realmente automatizó la producción, al menos 10 años antes que Henry Ford”, ya que en 1904 Michael Owen inventó la máquina automática para producir botellas, y su primer producto fue una botella de cerveza. A lo largo de las siguientes tres décadas se fueron resolviendo diversos problemas relacionados con su conservación, transporte y practicidad, desde el cierre de la botella (corchos, “coronas” metálicas), la rotura de envases (prácticamente la mitad de los envase se rompían) y su envasado en latas (1935) a las cuales con el tiempo les incluyeron un “abridor”. Pérez, R. (17 de Octubre de 2013). *Buenas cervezas, Marketing Online y a Saber...* Retrieved 13 de Julio de 2020 from [www.damcu.es/historia-de-la-cerveza-IV:_S.XX-\(1901-2000\)-Dámaso](http://www.damcu.es/historia-de-la-cerveza-IV:_S.XX-(1901-2000)-Dámaso).

2. La industria cervecera. Contexto Global.

Hoy en día la cerveza se consume prácticamente en todo el mundo, tiene amplia aceptación. Representa el 75% de la cuota de mercado global de bebidas alcohólicas; en 2016 el mercado global de las cervezas fue valorado en 530 mil millones de dólares y se esperaba un crecimiento importante en los siguientes años (tasa de crecimiento media anual de 6% entre 2016 y 2021) (Deloitte, 2017).

Una característica en la competencia entre los productores de cerveza es la diferenciación del producto, sin embargo en el mercado de masas realmente compiten por precio y publicidad. La calidad y la diversidad son precisamente las características presentes en las cervezas producidas a pequeña escala, las llamadas artesanales o gourmet. “Las micro o cerveceras artesanales han adoptado una estrategia de marketing diferente a la de las grandes fábricas de cerveza...ofreciendo productos que compiten sobre la base de la calidad y de la diversidad” (Pérez, 2013).

2.1 Industria cervecera en el mundo.

La industria cervecera actual tiene su origen en empresas cerveceras locales en los países en los que se producía y consumía; algunas de ellas crecieron hasta tener una posición local, regional o nacional importante, otras tuvieron una breve presencia y desaparecieron, otras más fueron adquiridas por empresas de mayor tamaño.

Con la globalización que inició a finales del siglo pasado, se dio un proceso de consolidación que se inició en los mercados de Europa del Oeste y América del Norte. Desde la década de los años ochenta las adquisiciones y fusiones fueron el medio por el que se formaron empresas todavía más grandes y con presencia en gran cantidad de países en el mundo. Esas acciones se acompañaron inicialmente, de alianzas estratégicas como el medio para ingresar y conocer el mercado (Rendón-Trejo, Morales-Alquicira, & Guillén Mondragón, 2018).

Hacia la concentración de la industria cervecera.

La siguiente tabla muestra los principales países productores de cerveza en tres años diferentes. En 2011 México no se encontraba entre los cinco principales países, ocupaba el sexto lugar. En 2018, ya ocupa el cuarto sitio. Los más importantes eran China, Estados Unidos, Brasil y México. Alemania, Rusia, Reino Unido, Japón y Polonia también han sido importantes productores de cerveza. España no ha sido de los principales.

Tabla 1. Principales países productores de cerveza En el mundo (millones de hectolitros)

	PAÍS	CANTIDAD	PAÍS	CANTIDAD	PAÍS	CANTIDAD
	2011		2015		2018	
1.	China	489.880	China	492.190	China	449
2.	Estados U.	225.458	Estados U.	225.947	Estados U.	219
3.	Brasil	132.000	Brasil	140.460	Brasil	129
4.	Rusia	98.100	Alemania	81.600	México	110
5.	Alemania	95.545	Rusia	95.600	Alemania	94

Fuentes: <https://thebeerdaily.com/tag/paises-que-mas-producen-cerveza/>

<http://www.bextrade.com/mexico-produce-tanta-cerveza-como-4-paises-americanos-juntos>

http://www.barthhaasgroup.com/en/medialibrary/downloads?medium__downloads=BART+BERICHT++MARKET+LEADERS+REPORT&cck=media_center__downloads&boxchecked=0&search=media_center__downloads&task=search. Cerveceros de México, 2020.

La siguiente tabla muestra las principales empresas productoras de cerveza en dos momentos. El lugar que ocupaban en el concierto mundial está indicado en el paréntesis en cada celda. En 2018, se encuentran las principales por volumen de ventas en orden consecutivo.

Tabla 2. Principales empresas cerveceras en el mundo**Volumen vendido. Millones de hectolitros**

	EMPRESAS		2014		2018
1	Anheuser-Busch InBev	1	411.9*	1	506.5
2	SABMiller	2	291.7		
3	Heineken	3	210.5	2	244.4
4	Carlsberg	4	129.4	3	123.1
5	CR Snow			4	112.9
6	Molson Coors Brewing Company	6	63.4	5	92.2
7	Tsingao (Group)	5	91.5	6	80.3
8	Asashi	10	29.9	7	67.8
9	Benging Yanjing	7	53.2	8	39.2
10	Kirin	8	42.1		
11	Castel BGI	9	30.7	9	34.4
12	EFES			10	(33.5

*En la columna, al lado izquierdo del año, se indica el lugar que ocupaba la empresa.

Fuente: (Opportimes, 2016) (Opportimes , 2019) (Opportimes, 2020).

En 2018 las tres primeras mantuvieron su posición respecto a 2014; las otras cambiaron pero se encuentran en esos primeros diez lugares, excepto Kirin y SABMiller⁸ que ya no aparecen en el listado de 2018. En cambio CR Snow⁹ y EFES¹⁰ no aparecen en 2014 y si están presentes en 2018. SAB Miller era una empresa muy grande, no obstante, fue adquirida por AB InBev en 2016. Una empresa muy grande, adquiridas por otra también muy grande. La producción de AB Inbev en 2018 considera los volúmenes totales de las subsidiarias de propiedad mayoritaria y de la elaboración de cerveza con licencia. Esta empresa compete en los mercados regionales con marcas de cerveza nacionales, locales e importadas. En cambio en los mercados de América del Norte, Europa y Asia Pacífico y en algunos países de América Latina compete con grandes empresas internacionales, grandes regionales líderes y con marcas internacionales o regionales (Opportimes , 2019). En 2018 planeaba ingresar a África, un mercado en el que ve gran potencial de crecimiento, por lo que construiría una planta en Tanzania (Businometrics, 2019).

Las grandes empresas que se encuentran en esta industria a nivel mundial no son solo resultado de crecimiento interno, también de externo. Las alianzas y las compras son estrategias que siguen siendo muy utilizadas. Al respecto, en 2018 Heineken buscaba adquirir una participación equivalente al 40% (3100 mdd) en la matriz China Resources Beer (CRBeer), el principal fabricante de cervezas en ese país¹¹. Ambas empresas se beneficiarían con tal acción. Heineken tendría el acceso a una fuerte red de distribución en China y mayor acceso a un mercado que, hasta ese entonces, le era difícil¹² (Forbes, 2018). Para la empresa china consistía en la entrada al sector de las cervezas premium, importante acción ante la declinación de la demanda interna por sus marcas. Por medio de la red global de Heineken, CRBeer podría comercializar su producto con mayor facilidad en el exterior. Ambas empresas ganan con ese acuerdo. En cuanto a marcas posicionadas a nivel mundial y mejor valuadas, las diez primeras se muestran en la tabla 3. De ellas, tres son de Estados Unidos.

⁸ En octubre de 2016 SAB Miller pasó a control de AB InBev; se convirtió en una de sus divisiones. Con ello AB InBev se hizo de un mayor número de cervecerías en América Latina, en Asia, además de ingresar a África. La operación recibió la aprobación de diferentes comisiones de competencia, en Estados Unidos y en otros países en donde el gigante cervecero tiene presencia. Sin embargo, tuvo que desprenderse de ciertas marcas para evitar el dominio excesivo en el mercado local. (14 de Marzo de 2018). AB InBev deberá dejar siete marcas de cerveza por fusión con SABMiller. *El Economista*.

⁹ CR Snow, empresa conjunta entre China Snow Resources y SAB Miller, ubicada en Beijing, China.

¹⁰ EFES Beverage Group se encuentra en Turquía, fue fundada en 1969. Es filial de Anadolu group, la mayor productora de cerveza en ese país.

¹¹ CR Beer tenía más de un cuarto de participación de mercado. Produce *Snow*, una cerveza muy popular en ese país, que representa el 90% del volumen total de ventas de CRBeer.

¹² En 2017, Heineken tuvo problemas para enfrentar la competencia en el mercado de cervezas premium en el país asiático; su participación en ese mercado era solo de 0.5% considerando volumen, mientras que AB InBev tenía 16.1%.

Tabla 3. las diez marcas mejor posicionadas en el mundo. 2018

	MARCA	PAÍS
1	Bud Light	Estados Unidos
2	Budwiser	Estados Unidos
3	Heineken	Países Bajos
4	Brahma	Brasil
5	Harbin	China
6	Corona	México
7	Skol	Brasil
8	Kirin	Japón
9	Coors Light	Estados Unidos
10	Guinness	Irlanda

Fuente: (Businometrics, 2019)

El posicionamiento de estas marcas resulta de acciones variadas implementadas por las empresas que las producen, entre ellas la publicidad, diversificación del producto (nuevos lanzamientos y productos) y el patrocinio a eventos deportivos. Hay que mencionar que en el mercado de consumo masivo “la industria cervecera tiene varias empresas que operan bajo la denominada “estrategia sombrilla”, es decir, varias marcas amparadas bajo otra principal”. Es el caso de AB InBev, conglomerado que tiene 13 de un total de 25 empresas con marcas que son exitosas en sus mercados de origen en Europa, Estados Unidos y América Latina (Brand Finance, 2018) (Businometrics, 2019). Otro aspecto empleado por estas grandes empresas es el patrocinio que hacen a los eventos deportivos determinados para crear “memoria” en los consumidores.

Consumo

El consumo de cerveza ha bajado en varias regiones. Europa es el continente con mayor consumo de esta bebida, no obstante, entre 2011 y 2016 disminuyó 1.7%, en Japón 1.3%, Oriente Medio 1% y Oceanía 0.4%. Los países, tradicionalmente grandes bebedores, redujeron su consumo: Alemania 0.8%, Australia 1.6%. En 2016, los países líderes en consumo per cápita eran República Checa (143 litros), Alemania (110), Austria (108), Estonia (104) y Polonia (100) (Deloitte, 2017). En 2019, en República Checa era de 138 litros anuales, Austria con 109 y Alemania con 105. España es uno de los países europeos que menos bebe cerveza, ya que el vino es la bebida que consumen tradicionalmente; en 2017 su consumo per cápita era de 48 litros anuales, muy por debajo del promedio europeo (Euronews, 2019), sin embargo, han aumentado su consumo, entre 2011 y 2016 aumentó 3.6%.

Los países tradicionalmente consumidores de cerveza no han aumentado significativamente su consumo. Este cambio, tiene que ver con el cambio de preferencia hacia otros tipos de bebidas alcohólicas (Self Bank, 2019).

En otras economías ha sucedido lo contrario en ese periodo, el consumo ha aumentado. En América del Norte fue de 0.1%, un ligero ascenso, en Asia, excluyendo a Japón 0.5%, América Central y del Sur, 1.2% y África, 4.3% (Self Bank, 2019). Por países, se tiene que en la India el consumo aumentó 7.9%, en Tailandia 2.7%, Sudáfrica 1.4%, México 3.4%, Vietnam 8%. La explicación al aumento de consumo en estos países está en la mayor cantidad de población, menor edad y, en algunos de esos países, la disposición de una renta más alta (Self Bank, 2019). Con todo, Europa es el continente en el que, en términos generales, cada persona consume más cerveza en el mundo.

Exportaciones- Importaciones

La concentración que se ha dado en esta industria, puede verse también en el número de países que exportan. En 2013, había 140 países exportadores, mientras que en 2019 solo hay 45 que envían sus productos al mercado mundial (ver tabla no. 4). Prácticamente se redujo a un tercio.

Tabla 4 mundo. Valor y cantidad de cerveza exportada por países. 2013 y 2019 millones de dólares, millones de litros

AÑO/ POSICIÓN	PAÍSES	VALOR MDD	VALOR %	CANTIDAD MDL	CANTIDAD %
2013					
1	México	2,211.2	16.3	2,344.1	16.8
2	Países Bajos	2,037.5	15.0	1,775.2	12.7
3	Bélgica	1,550.4	11.4	1,375.8	9.8
4	Alemania	1,372.6	10.1	1,512.4	10.8
5	Reino Unido	985.0	7.3	655.7	4.7
6-20	Los 15 países siguientes	3,724.6	27.5	4,103.8	29.4
21-140	Los 120 países restantes	1,664.4	12.3	2,205.3	15.8
	Total 140 países	13,545.7	100.0	13,972.4	100.0
2019					
1	México	4,173.4	38.3	3,239.9	31.7
2	Bélgica	1,935.5	17.8	1,735.0	17.0
3	Alemania	1,345.9	12.4	1,593.6	15.6
4	E U	805.9	7.4	544.4	5.3

5	Reino Unido	639.0	5.9	540.3	5.3
6-20	Los 15 países siguientes	1,847.1	17.0	2,299.3	22.5
21-45	Los 25 países restantes	136.6	1.3	265.8	2.6
	Total 45 países	10,883.4	100.0	10,218.3	100.0

Fuente: Elaboración propia con información de (UNITED NATIONS, 2020).

En los cinco primeros lugares se encuentran los mismos países en los dos años presentados, aunque en distinto orden. México ocupa el primer lugar en exportaciones desde 2010. Las ventas de este conjunto de países al exterior son un reflejo de la concentración de la industria a nivel mundial. En 2013, esos primeros cinco países representaban el 60.2% del total de las exportaciones mientras que en 2019 era ya prácticamente el 75% del total. Los siguientes 15 países disminuyeron su importancia en los países exportadores, pasaron de contribuir con el 27.5 % al 17%.

En cuanto a las importaciones en el mundo, la tabla no. 5 muestra que los principales países que importan cerveza son Estados Unidos, Reino Unido, Italia, Canadá. De ellos, Estados Unidos es el principal, aumenta su participación en este rubro al pasar de 31.1% en 2013 al 55.8% en 2019.

Tabla 5. Mundo. Valor y cantidad de cerveza importada por países en 2013 y 2019

AÑO/ POSICIÓN	PAÍSES	VALOR MDD*	VALOR %	CANTIDAD MDL**	CANTIDAD %
2013					
1	EU	3,906.8	31.1	3,231.2	25.3
2	Reino Unido	678.8	5.4	884.0	6.9
3	Italia	645.6	5.1	621.5	4.9
4	Francia	638.7	5.1	621.4	4.9
5	Canadá	627.8	5.0	347.2	2.7
...					
17	México	154.9	1.2	161.2	1.3
...					
	El resto 157 países	5,927.3	47.1	6,898.5	54.0
	Total 163 países	12,579.9	100.0	12,765.1	100.0
2019					
1	EU	5,852.90	55.8	4,256.3	42.2
2	Reino Unido	663.5	6.3	1,023.1	10.1
3	Italia	639.3	6.1	706.2	7.0
4	Canadá	546.5	5.2	371.1	3.7
5	Alemania	519	5.0	730.3	7.2
...					0.0
13	México	79.4	0.8	102.4	1.0

...					0.0
	El resto 43 países	2181.6	20.8	2,894.7	28.7
	Total 49 países	10,482.20	100.0	10,084.2	100.0

*Millones de dólares

** Millones de litros

Fuente: Elaboración propia con información de (UNITED NATIONS, 2020).

México se vuelve un país más importante en cuanto a su posición como importador de cerveza, de ocupar el lugar 17 en 2013, en 2019 es ya el número 13, sin embargo, tanto el valor absoluto, porcentual y volumen disminuyen.

3. La Cerveza en México.

En 1542 el emperador Carlos V concedió un permiso para montar un establecimiento productor de cerveza en la Nueva España. Esta bebida no tuvo éxito ya que el pulque, el aguardiente y el vino de caña eran preferidos por los habitantes de ese entonces.

Es en el siglo XIX cuando las cerveceras comenzaron a instalarse en varias partes de la república. En 1890 la Cervecería Estrella se inauguró en Guadalajara, la Cervecería Cuauhtémoc en 1891 en Monterrey y la Moctezuma en Orizaba, Veracruz en 1896, la Cervecería Yucateca en 1899 y en 1900 la Cervecería Pacífico¹³. La Cervecería Modelo comenzó su producción en 1925 en la Ciudad de México.

En el país, en las primeras décadas de siglo pasado existían varias empresas productoras de cerveza en el país, principalmente en Monterrey, Culiacán, Guadalajara, Orizaba y Ciudad de México (Hoshino, 2001, p. 29). Las empresas con productos posicionados fueron adquiridas por las empresas más grandes del país. En la década de los años ochenta del siglo pasado, la Cervecería Moctezuma fue adquirida por Cervecería Cuauhtémoc para que sus productos formaran parte de Femsá-Cerveza, finalmente quedó un mercado duopólico. Esta estructura de mercado continuó hasta la primera década del siglo XXI cuando las dos grandes empresas cerveceras de capital privado nacional fueron adquiridas por fuertes empresas extranjeras con presencia en gran cantidad de países. Además de las grandes empresas globales asentadas en el país, hay gran cantidad de productores artesanales de cerveza.

La producción de cerveza se ubica dentro de la agroindustria. En México, la elaboración de cerveza está dentro de las 14 actividades más importantes de la producción manufacturera (Celis, Cada mexicano consume 65 litros de "chela" al año, 2018). Según datos de Cerveceros de México la

¹³ Fue adquirida por Grupo Modelo en 1954.

actividad generaba más de 655,000 empleos, de los cuales 55 mil son directos, que van desde proveedores, personal de ventas externas y manejo de publicidad (Pruneda, 2016). (Gutiérrez J. , 2019).

La cadena de valor de la industria cervecera abarca diversas actividades, incluidas las agrícolas por lo que su crecimiento tiene efectos multiplicadores benéficos por los empleos que genera. La actividad ha contribuido a la tecnificación del campo e impulsado la producción de productos como la cebada, insumo indispensable para su elaboración; esta gramínea se produce en el país, pero no satisface la demanda por lo que otra parte es importada¹⁴. Las zonas de cultivo están principalmente en el Altiplano Central del país (Zacatecas, Hidalgo, Estado de México, Tlaxcala y Puebla y el Estado de Guanajuato)¹⁵. Otros insumos son utilizados para la elaboración de cerveza, en especial las de tipo artesanal emplean diversas plantas, flores y frutos, por lo que otras actividades agrícolas, se ven beneficiadas.

Las grandes empresas que operan en esta actividad, con el fin de disponer de las materias primas necesarias para su producto han dado atención al campo desde que las empresas eran propiedad de capitales privados nacionales. En efecto, desde la década de los años 50 del siglo Cuauhtémoc animó a productores locales a producir cebada, misma que antes se importaba de Estados Unidos (Hoshino, 2001, p. 40). En 2018 (se inició desde 2016) se invirtieron alrededor de 15 millones de pesos en investigación para los agricultores de cebada, y se destinaron a laboratorios, máquinas sembradoras y trilladoras para agilizar los procesos, búsqueda de variedades que sean más productivas (Celis, La planta cervecera más grande del mundo está en Zacatecas, 2018).

Producción

En 2016 se contaba con más de 31 plantas cerveceras activas. Se encontraban en Aguascalientes, Coahuila, Baja California Norte, Estado de México, Ciudad de México, Guanajuato, Jalisco, Querétaro, Nuevo León, Puebla, Oaxaca, Sinaloa, Sonora, Veracruz y Zacatecas. Esta última entidad, la principal productora a nivel nacional con un 17.7% respecto a otras entidades y en cuyo lugar se ubica la planta más grande del mundo propiedad del Grupo Modelo (Deloitte, 2017).

Desde 2016 México es el cuarto productor de cerveza en el mundo al rebasar los 100 millones de hectolitros de cerveza; de ellos el 70% fue para consumo nacional y el 30% para exportación (Celis,

¹⁴ La cebada tiene un ciclo vegetativo corto, resistente a las heladas y requiere menos cantidades de agua respecto al maíz, por lo que ha desplazado el cultivo de este último.

¹⁵ “Según cifras del Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera, desde 2017, la industria cervecera del país utilizó en su totalidad cebada mexicana. Y para que ello sucediera, hubo un gran impulso por parte de esta industria para tecnificar el campo; de 2007 a 2017, el rendimiento por hectárea de cebada aumentó de 2.3 a 2.8 toneladas, gracias a la modernización del campo que la cerveza provocó” (Novelo Osuna, 2019, p. 16).

La planta cervecera más grande del mundo está en Zacatecas, 2018). La siguiente tabla muestra la producción en el país.

Tabla 6. México. Producción de cerveza. Hectolitros

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	TMCA%
Artesanal ind *	25.509	45.200	64.561	65.280	110.943	189.250	53
Industrial **	84.366.710	91.492.790	97.150.480	104.315.950	110.315.960	119.781.080	5
Producción Total	84.392.219	91.537.990	97.215.041	104.381.230	110.426.903	119.970.330	5

Fuente: * Artesanal independiente. ACERMEX para 2011-2015, Proyecciones de EMPICA 2018 para 2016-2018**Cámara de la Cerveza y la Malta con información de la EMIM de INEGI.

Como se observa, en México la producción ha aumentado, aunque el crecimiento más grande ha sido para la cerveza artesanal independiente. En el crecimiento que ha tenido la actividad en conjunto ha influido la propiedad y control de parte de las empresas extranjeras, las cuales han destinado inversión para la construcción de nuevas plantas. En 2019, la producción de cerveza fue de 124.5 millones de hectolitros, según datos de Cerveceros de México (Expansión, 2020).

Desde 2010, México es el principal *exportador* de cerveza a nivel mundial. Entre 2013 y 2018, su presencia y participación en el mercado mundial aumentó. En 2013 se vendieron al mundo 24 millones de hectolitros y en 2018, 39.5 millones; la tasa de crecimiento de ese año respecto al anterior fue de 19% (Cerveceros de México, S/F). En 2019, “las exportaciones llegaron a 40.1 millones de hectolitros. Con un valor de 4,858 millones de dólares, representan 25% de las exportaciones agroindustriales de México. La balanza comercial de cerveza alcanzó un superávit de 4,763 millones de dólares” (Expansión, 2020).

La cerveza del país se ha posicionado como un producto de alta calidad, llega a 180 países, entre ellos, Estados Unidos, Holanda, Canadá, Panamá e Inglaterra (Cerveceros de México, 2020). En 2018, el 81% de las exportaciones se dirigían a Estados Unidos, el 2.8% a Reino Unido, a China el 2.3%, Chile 1.6% y Canadá el 1.4% (Gutiérrez V. , 2018). Según Cerveceros de México, una de cada cinco cervezas exportadas procede de México (Sánchez Fermín, 2019).

En cuanto a las *importaciones*, en términos de volumen (hectolitros) han tendido a aumentar entre 2011 y 2018. En 2013 eran de 1.6 millones de hectolitros, mientras que en 2018 fue de 2.8 millones. El crecimiento de 2018 respecto a 2017 fue de 7.7% (Cerveceros de México, S/F). El principal destino es Estados Unidos (94%), seguido de Bélgica (3.9%), Alemania (0.5%), Holanda (0.4%) y Rusia (0.2%) (García Gil, 2019). Ha tenido una creciente participación, en 2018 desplazó a Alemania como principal proveedor externo a China (Morales, 2019)

Respecto al consumo, México es el sexto consumidor a nivel mundial. A pesar de que su consumo per cápita es bajo en comparación con países europeos, tiende a subir, así como el número de

consumidores. En 2013 era de 57 litros per cápita, en 2016 de 65 y en 2018 de 66 litros (García Gil, 2019). Con la producción nacional se satisface la demanda interna y la externa, aunque desde luego, en el país se consume cerveza importada.

Grandes y pequeñas empresas en mercado nacional

Las grandes empresas cerveceras presentes hoy en día en el país son extranjeras y se apoyan en el prestigio, fama y buena calidad creada por las originarias empresas productoras de cerveza que eran de propiedad privada nacional. El duopolio que controlaba el mercado nacional fue comprado: FEMSA-Cerveza fue adquirida en 2010 por la holandesa Heineken y Cervecería Modelo en 2013 por la belga-brasileña AB InBev.

Actualmente son esas dos empresas las que concentran prácticamente todo el mercado. AB InBev con Grupo Modelo tiene una participación aproximada de 57% y Heineken de 41% (Sánchez, 2020). También se encuentra en el territorio nacional la empresa estadounidense Constellation Brands ¹⁶. Las cervecerías industriales extranjeras en México se encuentran integradas verticalmente, producen la mayor parte de sus insumos, incluyendo ingredientes, botellas, corcho latas, etiquetas y cajas.

Solo una pequeña parte de la producción es elaborada por empresas micro y pequeñas de producción artesanal independiente¹⁷, las cuales han tenido que enfrentar muchos retos y problemas para permanecer en el mercado. No obstante han crecido, hay cada vez más consumidores que gustan de sus productos. Este sucede no solo en México, por las grandes expectativas y potencial de crecimiento, la creciente aceptación de este tipo de productos –gourmet, artesanal, “premium”- y cambios en los gustos de los consumidores en varios países, las grandes cerveceras han dirigido su atención a ellas y han comprado participación en pequeñas empresas artesanales. En Estados Unidos, en 2010 había 620 micro cervecerías y 1053 brewpubs, en 2018 había 4522 micro cervecerías y 2594 brewpubs; esto es, las micro cervecerías crecieron más de 7 veces (López Cabia, 2019). En México, de participar con un 0.01% en 2011, en 2018 participaba ya con el 0.16%; entre 2018 y 2011, la tasa de crecimiento fue de 53.29% según ACERMEX (Expansión, 2019) (Cerveceros de México, S/F).

Las micro y pequeñas empresas productoras de cerveza artesanal tienen una oferta con multitud de sabores, sus productos son considerados gourmet; sus precios son mayores a los de las industriales

¹⁶ En 2013 adquiere el negocio estadounidense del Grupo Modelo perteneciente a Anheuser Busch In Bev The Beer Times . (S/f). *La Historia y los negocios de Constellation Brands*. From The beer times: www.thebeertimes.com

¹⁷ No todas las cervezas que ostentan la etiqueta de “artesanal” lo son. Algunas son producidas por grandes empresas que compraron empresas artesanales. Por ello las que son producidas en pequeña escala sin participación de grandes empresas se denominan artesanales independientes.

debido a sus costos más altos, sus procesos, los ingredientes que emplean y la pequeña escala en la que trabajan. En promedio el precio por litro de cerveza artesanal en 2018 fue de \$62.08 pesos con un costo de \$34.67, en contraste con el precio del litro de cerveza industrial que en ese año fue de \$24.56 (Cerveceros de México, S/F). Si bien el precio es un reflejo del diferente proceso, calidad y particularidad del producto artesanal, el precio se constituye en un obstáculo que impide un mayor consumo y demanda de parte de mayores porciones de la población, es decir, no pueden competir por precio. No obstante, tienen cada vez mayor preferencia de parte de los consumidores que gustan de disfrutar productos de calidad, gourmet.

Lo anterior se traduce en el aumento en el número de establecimientos, nuevos negocios y pequeñas o micro cervecerías se instalaron en el transcurso de la década; en 2010 había 14 cervecerías y a finales de 2018, eran ya 940, como se ve en la siguiente tabla.

Tabla 7. Apertura de cervecerías artesanales independientes

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Nuevas Cerv. Artesan.ind.*	14	12	29	25	57	119	144	230	310
Acumulado	14	26	55	80	137	256	400	630	940

*Proyecciones a partir de datos de ACERMEX y una tendencia lineal del periodo

Fuente: ACERMEX. Reporte de la industria cervecera independiente mexicana 2018.

<http://acermex.org/wp-content/uploads/2019/11/Reporte-de-la-Industria--Acermex.pdf>

Como todo pequeño negocio o emprendimiento, el establecimiento de una micro cervecería artesanal genera trabajo e ingreso tanto para los que lo inician como para las personas del lugar en donde se ubican, además de los empleos indirectos. Al término de 2018 las cervecerías artesanales independientes tenían 6,373 trabajadores, la proporción de mujeres era de 35%, la edad promedio era de 35 años. Según Cerveceros de México, la tasa media de crecimiento del empleo entre 2011 y 2018 fue de 72.81% (Cerveceros de México, S/F). En 2018, cada cervecería genera en promedio 6.78 empleos.

A diferencia de las grandes empresas que cuentan con procesos de integración vertical, las pequeñas productoras artesanales forman parte de una cadena de valor de producción en la que cuentan con proveedores locales lo que permite la generación de fuentes de empleo a partir de ellas, no concentran todas las actividades relacionadas con la elaboración de cerveza.

Aunque las grandes cerveceras industriales abarcan la mayor parte del mercado, las pequeñas y micro empresas cerveceras van ganando terreno tanto en el país como en el exterior. Al igual que sucede con la cerveza industrial, el principal mercado es Estados Unidos, le sigue Europa.

Tabla 8. Exportación de cerveza artesanal. 2018

REGIÓN	%
Canadá	0.0
Centroamérica	13.33
Estados Unidos	46.67
Sudamérica	0.0
Europa	26.67
África	0.0
Asia	6.67
Oceanía	0.0

Fuente: ACERMEX

Las ventas de estas empresas en Estados Unidos representaban cerca del 47% en 2018 debido a su mejor calidad, variedad y diferentes sabores.

Problemas y retos de las pequeñas empresas cerveceras

Las pequeñas empresas productoras de cerveza artesanal enfrentan varios problemas. Algunos están relacionados con el acceso a materias primas como la cebada, insumo fundamental en la elaboración de la cerveza; otros son los relacionados con la elaboración, el control de la calidad, la distribución, los altos costos, altos impuestos y, por tanto, altos precios al consumidor. Hay trabajos de investigación que han detectado que la comunicación efectiva a su mercado meta tiene que ser un tema cuidado y atendido para el posicionamiento en el consumidor (Espinoza Córdova & Bernardino López, 2019).

Estos son algunos de los escollos que colocan a estas empresas en desventaja frente a las grandes cerveceras, que pueden ofrecer productos con precios más bajos, sobre todo en mercados en donde el consumidor se guía más por precio.

En la calidad, por ejemplo, un aspecto fundamental que enfrentan es replicar exactamente la bebida, sin variaciones entre los distintos lotes producidos; en la distribución, la búsqueda de canales para que sus productos lleguen al consumidor final, ya que generalmente están utilizados por las grandes cerveceras, además que, como sucedía hasta hace algunos años en México, había contratos de exclusividad en comercios y locales que impedía que otros productos se ofrecieran al consumidor; el trato que reciben en el mercado actual favorece a los grandes productores ya que, además de los altos costos en que incurren, los impuestos que pagan son muy altos, lo que hace más difícil la permanencia en el mercado (López Cabia, 2019; Deloitte, 2017). Los empresarios de estos negocios han tenido que ser creativos en la búsqueda de soluciones.

Otro de los grandes retos que estas micro y pequeñas empresas enfrentan es el ingreso de las grandes productoras a este segmento de mercado, atraídos por su ritmo de crecimiento y cada vez mayor aceptación de parte de los consumidores. Un ejemplo, Heineken y Mahou participan en el capital social de pequeñas cerveceras, para “aportar experiencia y el capital necesario” (López Cobia, 2019). A estas empresas, también les afecta la falta de claridad en la información que existe en el mercado, para que el consumidor puede distinguir una auténtica artesanal -producida en pequeña escala en una micro o pequeña cervecería- de la producida por la grande, que puede llevar el nombre de “artesanal”¹⁸.

En la siguiente tabla se plantan los principales retos que las cerveceras artesanales en México identifican.

Tabla 9. Cervecerías artesanales. Retos principales. 2019

RETOS	% CERVECERIAS
Regulaciones para la exportación	12,87
Falta de diferenciación legal del producto	21,45
Carga impositiva	39,41
Poder de compra insuficiente de consumidor	23,32
Competencia desleal de cervecerías industriales	31,1
Competencia desleal de cervecerías artesanales	16,35

Fuente: ACERMEX, 2019

Como se observa casi un 40% de ellas ve la carga impositiva como un problema para enfrentar la competencia en el mercado, los precios de sus productos son mucho más altos en comparación con la cerveza industrial. Así mismo la capacidad de compra del consumidor ya que en general el poder adquisitivo de la población ha disminuido lo que influye en su decisión de compra, por lo que compra el producto con menor precio. Otro aspecto importante es la diferenciación legal del producto, ya que en el mercado se encuentran cervezas que se ostentan como artesanales pero en realidad son producidas por grandes organizaciones.

¹⁸ Por ello, en los reportes que sobre estas empresas se hace, como los de ACERMEX, se les llama *cerveceras artesanales independientes* para distinguirlas de las otras.

Conclusiones

La cerveza es de las bebidas alcohólicas de mayor aceptación en gran cantidad de países. Su uso data desde la antigüedad y hoy en día se produce en diferentes lugares en el mundo. Son los países europeos los que tienen mayor consumo per cápita, en los emergentes el consumo es más bajo pero tiende a aumentar lo que hace a estos mercados atractivos para las grandes empresas mundiales.

La industria cervecera actual es resultados de adquisiciones y fusiones a lo largo de su historia. Actualmente esos procesos continúan, por lo que la industria se tiende a concentrar aún más en grandes conglomerados cerveceros integrados por grandes empresas en distintos países, con marcas que se encuentran posicionadas a nivel local, regional, nacional e internacional.

En la década de los años setenta del siglo XX surgió un movimiento que buscó retornar a los orígenes de la cerveza. Como resultado de ello surgieron, primero en Reino Unido, y luego en otras partes del mundo, micro y pequeñas cervecerías con producción limitada que ofrecían a los consumidores un producto con características diferentes de las producidas industrialmente. Estas empresas ofrecieron la “cerveza artesanal”, gourmet, premium, cuyo precio era mayor. Se enfocaron a un mercado exigente, riguroso en cuanto a la calidad, con mayor poder de compra; los consumidores de estos productos estaban dispuestos a pagar más. Este tipo de empresas no compiten por precio, lo hacen con alta diferenciación y calidad. Su número aumentó en varios países con el paso de los años. El mercado de la cerveza industrial se enfrentó así a un cambio en las preferencias y gustos de los consumidores quienes preferían productos gourmet, más artesanales. En el caso de México estas micro y pequeñas productoras de cerveza operan en un mercado dominado por grandes empresas de presencia mundial: Heineken y AB InBev. Las pequeñas empresas, desde su origen, se enfrentaron a gran cantidad de problemas y retos derivados del acceso a insumos, altos impuestos, canales de distribución limitados, competencia desleal. No obstante, fueron creativas, se unieron, se organizaron para hacer frente a ello y han logrado crecer, incluso exportar.

Otro de los retos que enfrentan es el ingreso de las grandes empresas a ese segmento de mercado. Ante el cambio en las preferencias y gustos del consumidor, las grandes se han volcado hacia ellas, algunas mediante compras directas, otras con participación accionaria. Entre las razones de ello, están los enormes costos en que incurrirían si ellos buscaran elaborar ese tipo de productos, su capacidad instalada, su escala de producción les impide hacer fácilmente cambios. Otra es la situación de las micro y pequeñas; su tamaño y escala de operan le permiten gran flexibilidad, cambios rápidos. Es así que esa es una de sus ventajas sobre las grandes, sin embargo, eso no es suficiente, debe haber un marco regulatorio que favorezca su desarrollo.

Referencias

Celis, F. (2 de Enero de 2018). La planta cervecera más grande del mundo está en Zacatecas. *Forbes* .

Celis, F. (3 de agosto de 2018). Cada mexicano consume 65 litros de "chela" al año. *Forbes* .
Cerveceros de México. (S/F). *Cerveceros de México*. Obtenido de <https://cervecerosdemexico.com/estado-de-la-industria/>

Cerveceros de México. (21 de Enero de 2020). *Cerveceros de México*. Recuperado el 20 de Mayo de 2020, de <http://cervecerosdemexico.com/2020/01/21/por-que-mexico-sera-el-pais-cervecero-del-s-xxi/>

López Cabia, D. (13 de Julio de 2019). *Economipedia*. Recuperado el 6 de Julio de 2020, de www.wconomipedia.com/actual/la-cerveza-artesanal-un-producto-en-expansion.html

Sánchez Fermín, S. (7 de Marzo de 2019). "Mexican Lager Moment": De cada 5 cervezas exportadas en el mundo, 1 es mexicana. *Expansión* .

Sánchez, S. (25 de febrero de 2020). *Forbes México*. Recuperado el 6 de Agosto de 2020, de www.forbes.com.mx/grupo-modelo-sigue-creciendo-sus-ventas-en-mexico-gracias-a-oxxo-y-modelorama/

Self Bank. (13 de Agosto de 2019). Recuperado el 24 de Junio de 2020, de Self Bank: [www.http://blog.selfbank.es/tendencias-del-mercado-mundial-de-cerveza/](http://www.blog.selfbank.es/tendencias-del-mercado-mundial-de-cerveza/)

UNITED NATIONS. (2020). *UN Contrade Database. Trade Statistics. Reporters All, Partners World: Beer, Export 2013, 2019*. Retrieved 21 de mayo de 2020 from <https://comtrade.un.org/data>

UNITED NATIONS. (2020). *UN Contrade Database. Trade Statistics. Reporters All, Partners World: Beer, Import 2013, 2019*. Retrieved 21 de mayo de 2020 from <https://comtrade.un.org/data>

Agrodigital. (24 de 06 de 2011). *Agrodigital.com*. Recuperado el 6 de Julio de 2020, de www.agrodigital.com/2011/06/24/la-cadena-de-valor-de-la-cerveza/

Businometrics. (6 de Marzo de 2019). *Businometrics. Actualidad y análisis del mundo de los negocios*. Recuperado el 23 de Julio de 2020, de <https://businometrics.wordpress.com/2019/03/06/las-cerveceras-mas-grandes-y-valiosas-del-mundo-ano-2018/>

Brand Finance. (Noviembre de 2018). *Brand Finance*. Recuperado el 24 de Julio de 2020, de Beers 25, 2018: https://brandfinance.com/images/upload/beers_25_report_2018_locked.pdf
Deloitte. (2017). Obtenido de Deloitte.

Espinoza Córdova , J., & Bernardino López , S. (2019). Diseño de un instrumento para identificar efectos de las estrategias de comunicación de las micro cerveceras de Mexicali. *Vinculatégica* (2).

Euronews. (2 de Agosto de 2019). *Euronews*. Recuperado el 23 de Junio de 2020, de [www.http//es.euronews.com/2019/08/02/quienes-son-los-mayores-productores-de-cerveza-de-europa](http://es.euronews.com/2019/08/02/quienes-son-los-mayores-productores-de-cerveza-de-europa)

Expansión. (25 de Noviembre de 2019). La producción de cerveza artesanal creció 70 % en México. *Expansión* .

Expansión. (5 de Mayo de 2020). México arriesga su liderazgo como exportador de cerveza por el covid 19. *Expansión* .

Forbes. (3 de Agosto de 2018). Heineken aumenta su apuesta por la cerveza china. *Forbes* .

Hoshino, T. (2001). *Industrialization and private enterprises in Mexico*. (I. o. Economies, Ed.) Japón.

Gutiérrez, V. (2 de Agosto de 2018). Cerveza, de México para el mundo. *El Economista* .

Gutiérrez, J. (8 de Julio de 2019). Las cerveceras en México generan 655 mil empleos. *La Jornada* .

García Gil, K. (7 de Marzo de 2019). Creció en 2018 el gusto por la cerveza importada. *El Economista* .

Morales, R. (19 de septiembre de 2019). México, principal proveedor de cerveza en China. *El Economista* .

Novelo Osuna, G. (6 de Septiembre de 2019). *Infosen*. Obtenido de https://infosen.senado.gob.mx/sgsp/gaceta/64/2/2019-09-10-1/assets/documentos/Inic_Morena_Sen_Novelo_LIESPyS.pdf

Pérez, R. (17 de Octubre de 2013). *Buenas cervezas, Marketing Online y a Saber...* Recuperado el 13 de Julio de 2020, de [www.damcu.es/historia-de-la-cerveza-IV:_S.XX-\(1901-2000\)-Damaso](http://www.damcu.es/historia-de-la-cerveza-IV:_S.XX-(1901-2000)-Damaso).

Pruneda, A. (11 de mayo de 2016). *Forbes México*. Obtenido de www.test.forbes.com.mx

Opportimes . (24 de Mayo de 2019). *Opportimes* . Obtenido de www.opportimes.com

Opportimes. (24 de Octubre de 2016). *Opportimes*. Recuperado el 30 de Mayo de 2020, de www.opportimes.com

Opportimes. (25 de Marzo de 2020). *Opportimes*. Recuperado el 5 de Junio de 2020, de www.opportimes.com

Rendón-Trejo, A., Morales-Alquicira, A., & Guillén Mondragón, I. J. (2018). La producción artesanal de cerveza. Pequeñas empresas en México. En R. Molina Sánchez, R. Contreras Soto, & A. López Salazar, *Emprendimiento y Mipymes: nuevo balance y perspectiva hacia la competitividad sustentable y la innovación social* (pág. 191). Pearson.