CULINARIA *Revista virtual especializada en Gastronomía*

Universidad Autónoma del Estado de México www.uaemex.mx/Culinaria Publicación Semestral No. 6 <Nueva Época> Julio/Diciembre 2013
PP. 56 - 63

Cerveza artesanal en México:

¿soberanía cervecera y alimentaria?

Aldo Iván Bernáldez Camiruaga [1]

1 Universidad del Valle de México UVM
aldobernaldez@gmail.com

Cerveza artesanal en México: ¿soberanía cervecera y alimentaria?

Actualmente, el panorama de la cerveza artesanal en México es prometedor. La oferta se estima en al menos 300 empresas artesanales de cerveza y su demanda prevé, en el corto plazo, un crecimiento de 0.5 a 5% en un mercado de 63 millones de consumidores con un consumo de 62 L anuales per cápita, según datos de FEMSA (Antúnez, 2013). Sin embargo, esto apenas es una pequeña proporción frente a las ventas multimillonarias de Anheuser-Busch InBev y Heineken con sus marcas mexicanas, antes propiedad de Grupo Modelo y FEMSA-Cuauhtémoc-Moctezuma respectivamente.

Esta situación es reflejo, en parte, de los profundos cambios políticos y económicos que ha sufrido la realidad alimentaria en México al pasar de un modelo de autosuficiencia alimentaria a uno de seguridad alimentaria, sin que el pueblo ejerza su soberanía alimentaria, ello es que la sociedad participe en la definición de políticas estratégicas de producción, distribución y consumo para asegurar el acceso a alimentos nutricional y culturalmente adecuados (Ortiz y col., 2005).

Ortiz (2005) establece como punto partida a esta compleja realidad alimentaria la década de los 30 del siglo XX, cuando la alimentación se convierte en un asunto de Estado para el gobierno mexicano, esta situación política y económica estableció un modelo de producción de alimentos bimodal con un sector privado y paraestatal moderno y una economía campesina familiar y con prácticas artesanales. Posteriormente, durante la administración lopezportillista (1976-1982) se implementó el Sistema Alimentario Mexicano (SAM) para impulsar al sector campesino y su agroindustria, mediante fuertes subsidios provenientes del aumento en la renta petrolera. Este proyecto de

autosuficiencia alimentaria nacional ambicionaba establecer una relación entre producción, abasto, consumo y nutrición al promover la "Canasta básica".

Los subsecuentes gobiernos neoliberales abandonan esta política de autosuficiencia y apuestan por el intercambio comercial como mecanismo para asegurar la disponibilidad de alimentos. Durante el sexenio de De la Madrid (1982-1988) se elimina al SAM, se apoya a los productos de exportación en detrimento de los básicos y se satisface su demanda mediante compras al extranjero, en otras palabras se vende aguacate y se compra maíz. En el gobierno salinista (1988-1994) la crisis alimentaria se acentuó y se adjudicó a la ineficiencia de los pequeños productores, de forma que se promovió alcanzar la meta de seguridad alimentaria mediante la apertura comercial (mediante el TLCAN) y la privatización de sectores de la economía nacional, entre ellos el de la producción agropecuaria.

Esta política ha continuado en los siguientes tres sexenios y en los dos años del actual gobierno. Su modelo de seguridad alimentaria acentúa la capacidad de compra de alimentos requeridos sin importar quién, dónde y cómo se produzcan; esto ha traído consigo efectos paradójicos. De un lado, la consolidación financiera e internacionalización de empresas de la industria alimentaria mexicana como Gruma, Bachoco, Alpro, Bimbo, Herdez, Grupo Modelo y Femsa, por mencionar algunas. Por otro, sus productos: tortilla, carne, pan, huevo, pollo, granos básicos, conservas y bebidas han homogenizado el patrón alimentario mexicano, lo que económicamente ha ampliado la brecha entre ricos y pobres para acceder a una dieta suficiente, variada, equilibrada, inocua y completa.

La cerveza mexicana tiene un sitio particular en el contexto antes descrito. Hasta la industrialización de la cerveza en las primeras décadas del siglo pasado el pulque era la bebida fermentada más popular del país y forjó capitales hacendarios importantes en la economía nacional; sin embargo, ha sido desplazada en el mercado de consumo

occidentalizado por la cerveza. La historia de la industria cervecera moderna en México transcurre en un lapso no mayor a un siglo. Si bien a finales de la década de 1880 ya existía la Cervecería Cuauhtémoc, Cervecería Modelo y la Compañía Cervecera Toluca y México, no es hasta 1927 que surge la empresa cervecera moderna, en la época existían 30 cerveceras, además de las anteriores, se encuentran Cervecería Moctezuma y Cervecería Sonora como las cinco de mayor producción y distribución (Recio, 2004).

Este conjunto se contraería en 1995 en dos grandes empresas Fomento Económico Mexicano, S.A. (FEMSA), controladora de la Cervecería Cuauhtémoc-Moctezuma, y Grupo Modelo, producto de las políticas neoliberales implantadas por los gobiernos en turno (Recio, 2004). Quince años después FEMSA dio a conocer la venta en 2010 de su rama cervecera a la empresa holandesa Heineken transacción que se concretó por un monto de siete mil 347 millones de dólares (Rojas y Rodríguez, 2010). Y finalmente, en 2013 Grupo Modelo es oficialmente propiedad de Anheuser-Busch InBev al cerrarse la operación de compra, valuada en unos 20,100 millones de dólares (CNNExpansión, 2013).

A la par de este proceso de extinción de la industria cervecera de capital mexicano, se da el surgimiento de la cervecería artesanal mexicana, que es posible definir como aquella que produce menos de 150 hl anuales y cumplen con la Ley de Pureza Alemana establecida en 1516 que indica que la cerveza artesanal sólo puede elaborarse con cuatro ingredientes: malta de cebada, agua, lúpulo y levadura en volúmenes pequeños y sin utilizar adjuntos. Las primeras fueron la cerveza Cosaco en 1995 y posteriormente en 1997 el restaurante-bar Beer Factory. Más tarde nace Cervecería Minerva en 2003, actualmente la más importante en términos de capital; en 2006 inicia operaciones Primus y Calavera se funda en 2008; desde entonces el crecimiento ha sido exponencial (Morales, S/f).

Casi veinte años después del nacimiento de la pionera Cosaco el panorama es diferente, Alberto Herrera Loaiza, director del Festival de la Cerveza Monterrey, señala que en 2014: "se estiman más de 300 empresas artesanales de cerveza en el país, pero a esto hay que sumarle aquellos que elaboran cerveza en sus casas" (El Financiero, 2014). Entre las principales cervecerías artesanales mexicanas se encuentran Cervecería La Bufa (Guanajuato), Baja Brewing Company (Baja California), Cervecería Cucapá (Baja California), Cervecería Hidalgo (Zempoala, Hidalgo), Cervecería Minerva (Guadalajara, Jalisco), Cervecería La Brü (Michoacán), Cervecería Calavera (Estado de México), Cerveza Tepozteca (Morelos), Cervecería Bayernbrau y Cervecería Beer Factory (Puebla), La Legendaria (San Luis Potosí), Sierra Madre Brewing (Nuevo León), Cervecería Primus y Cervecería Jack (Distrito Federal) .

Este crecimiento se ve reflejado en el desarrollo de una red de proveedores, productores, distribuidores y consumidores que hacen posible el resurgimiento de la industria cervecera mexicana, aunque a una escala artesanal. Proveedores como Haz Chela, Mi CerveSA, Fermentando.com y Cerveza Casera, al igual que productores como Cucapá, Minerva, Primus, Grupo Is y Benévolo registran aumentos anuales superiores a 50% en sus ingresos y cuya producción pasó de 22,000 hectolitros a 30,000, un aumento de 36%. Mientras que comercializadores como Universal de Entretenimiento, Beer Box, Beer Bank y GVM Comercial de Alimentos registran una expansión superior a 100% entre las marcas nacionales e internacionales que ofrecen en restaurantes, bares y tiendas (Antúnez, 2013).

Sin embargo, este sector de capital 100% mexicano ha tenido que enfrentar condiciones adversas frente al duopolio cervecero. La creación de la Asociación Cervecera de la República Mexicana (Acermex) y el movimiento "Por la Cerveza Libre" buscan impulsar la apertura de mercado, evitar contratos exclusivos y defender el derecho de libre elección. De acuerdo con esta asociación los cerveceros artesanales se encuentran

fundamentalmente con cuatro desventajas en el contexto político y económico mexicano (Mendoza, 2012):

1. La carga fiscal: se obliga a productores de cerveza artesanal a pagar el doble de impuestos que las grandes cerveceras, con 46% de gravamen al producto entre el Impuesto al Valor Agregado (IVA) y el Impuesto Especial a la Producción y Servicios (IEPS) por cada litro de bebida vendida. En números, las grandes marcas industriales pagan $3.5 por litro, las artesanales aportan hasta $8.
2. Altos costos de producción: la elaboración de cervezas artesanales es más costosa frente a la fabricación industrial, ya que la producción por volumen nunca será equiparable. Esto se refleja en el precio final, pues una caja de cerveza comercial de 24 botellas de 355 mililitros cuesta $55, mientras que la artesanal eleva su costo hasta 118.8% y vale $120.
3. El acceso a los insumos: la malta, levaduras o lúpulos generalmente son importados de Alemania, Francia o Estados Unidos, ya que los agricultores nacionales que la producen trabajan para las grandes cervecerías. Los independientes deben comprar todo importado lo que incrementa los costos, pues la malta europea empleada tiene un arancel en México, y la Secretaría de Economía permite importar al año 3,000 toneladas, que en 2012 fueron adquiridas en su totalidad por Cuauhtémoc-Moctezuma y ya no hubo cupo para importar para cervecerías pequeñas, negociaron 100 toneladas que importaron con Cervecería Minerva para venderla a terceros.
4. Un mercado condicionado: Grupo Modelo y Cuauhtémoc-Moctezuma tienen una inversión en contratos de exclusividad con 95% de los centros de consumo, como estrategia de mercadotecnia. Sus patrocinios son onerosos para los cerveceros artesanales lo que termina afectando la competitividad. Aun así, las cervezas artesanales lograron entre 2010 y 2011 más de 1,000 puntos de venta en el país.

La cerveza artesanal ha logrado dar una vuelta de tuerca a estas desventajas convirtiéndolas en oportunidades y desafíos. Definitivamente es incomparable la calidad sensorial de una cerveza artesanal elaborada sin adjuntos para aumentar su rendimiento y cuyas formulaciones reflejan la identidad mexicana al añadir chile, hoja santa o flor Jamaica. Esto se ha reflejado en el mercado especializado o "gourmet" que elige a estas opciones en busca de sabores especiales en alimentos y bebidas de alta calidad, ello ha impactado no sólo en el paladar sino en la conciencia gastronómica de un mercado creciente de nuevos amantes de la cerveza artesanal que demandan y generan dicha oferta.

En este sentido y a manera de cierre surge una pregunta ¿la producción y consumo de cerveza artesanal mexicana es un forma de soberanía cervecera y de paso alimentaria? La respuesta no es sencilla; sin embargo, el panorama antes descrito deja entrever que la simple elección de una cerveza artesanal frente a una industrializada permite la participación de la sociedad en la producción, distribución y consumo de alimentos nutricional y culturalmente adecuados.

Bibliografía

1. Antúnez, M. (2013) "Especial: Cerveza artesanal en México" en *Soy Entrepreneur* [en línea]. Consultado el 18 septiembre de 2014 en: http://www.soyentrepreneur.com/25283-especial-cerveza-artesanal.html.
2. CNNExpansión (2013) "Modelo ya es oficialmente de AB InBev" en *CNNExpansión* [en línea]. Consultado el 18 de septiembre de 2014 en: http://www.cnnexpansion.com/negocios/2013/06/04/modelo-ya-es-oficialmente-de-ab-inbev
3. El Financiero (2014) "Cerveza artesanal mexicana es de nivel internacional" en *El Financiero* [en línea]. Consultado el 18 de septiembre de 2014 en: http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/cerveza-artesanal-mexicana-es-de-nivel-internacional.html
4. Mendoza, A. (2012) "Necesario romper con barreras monopólicas" en *Milenio.* Consultado en línea el 18 de septiembre de 2014 en: https://porlacervezalibre.wordpress.com/2012/06/27/necesario-romper-con-barreras-monopolicas/
5. Morales, C. (s/f) "La cerveza artesanal en México" en *Mexico Desconocido* [en línea]. Consultado el 18 de septiembre de 2014 en: http://www.mexicodesconocido.com.mx/cerveza-artesanal-mexico.html
6. Ortiz, A., Vázquez, V. y Montes, M. (2005) "La alimentación en México: enfoques y visión a futuro" en *Estudios Sociales*. Año 13, número 025. Universidad de Sonora pp. 8-34.
7. Recio, G. (2004) "El nacimiento de la industria cervecera en México, 1880-1910" Segundo Congreso Nacional de Historia Económica. Facultad de Economía de la UNAM, Ciudad de México, 27-29 de octubre. [Versión preliminar en línea] Consultado el 18 de septiembre de 2014 en: http://www.economia.unam.mx/amhe/memoria/simposio09/Gabriela%20RECIO.pdf
8. Rojas, J. y Rodríguez, R. (2010) "Venta de Cervecería Cuauhtémoc Moctezuma, la hegemonía de la Inversión Extranjera Directa" en *Economía Actual.* Volumen III, numero 1 enero-marzo. Universidad Autónoma del Estado de México.