

Alimarket

Perfil del consumidor de cerveza artesanal: masculino, adulto y diurno

- Alimarket Alimentación
- 24/01/2019
- [Cervezas](#)



El concepto artesanal ha supuesto para el consumidor la verdadera posibilidad de elegir en el mundo de la cerveza. Así lo revela un informe realizado por Punto de Fuga para la cervecera toledana La Sagra. El estudio destaca que **la cultura craft ha llegado para cambiar las reglas del universo cervecero y aportar dinamismo e innovación a la categoría.**

De hecho, según este informe, la entrada de productos artesanales **ha permitido atraer a la categoría a un público que hasta ahora no era consumidor habitual de cerveza.** Para el 69% de los encuestados el sabor es la principal motivación a la hora de elegir una cerveza artesanal, seguida de la calidad (49%) y la naturalidad (43%). Cualidades como la pequeña producción (35%) o los vínculos locales (26%) han dejado de tener peso y ya no son un factor tan decisivo como hace unos años.

Debido a sus propiedades organolépticas, más complejas, a sus distintos estilos y a su intensidad, la cerveza artesanal ha conseguido acercarse a un **target más adulto.** La proporción de consumidores craft entre consumidores de cerveza convencional alcanza el 38%, representando un 15% en el total de la población. Un

consumidor que se concentra en el segmento de edad comprendido **entre los 25 y los 44 años (62%)**, una tendencia que también se refleja en la tipología de consumo, mucho más pausada, asociada a la degustación y a momentos de calidad entre amigos.

Preguntados por la frase con la que se sentían más identificados, los participantes aseguraron:“tomo artesanal en los mismos momentos que la cerveza común” (65%); “me gusta beberla en casa, de relax” (65%); “busco establecimientos donde la sirvan” (56%); “la tienen en los locales a los que voy” (53%); “es mi elección en ocasiones especiales” (43%); “sólo la tomo al principio” (34%); “suelo tomarla para acompañar la comida” (26%).

En España la cerveza artesanal lleva unos pocos años luchando para encontrar un hueco, pero es ahora cuando el segmento está experimentando un crecimiento real. **“Estamos en un momento incipiente, y sabemos que la expectación por nuestros productos seguirá aumentando.** No tenemos miedo a innovar y eso es algo que los consumidores agradecen”, asegura Carlos García, CEO de La Sagra Brew.

Antes de la cena y en el aperitivo

Inquieto intelectualmente, viajero, sociable pero intimista y **habitual del ocio de día**, así es la radiografía del consumidor craft, según el estudio **mayoritariamente masculino (59%)**, aunque con un alto porcentaje femenino (el 41%).Las mujeres han descubierto la cerveza artesanal más tarde, pero entran con más intensidad, atraídas por la variedad, el descubrimiento y los nuevos estilos: el 31% de las mujeres encuestadas declara tomar este tipo de cerveza al menos una vez a la semana, frente al 19% de los hombres.

Por volumen, tres cuartas partes de la cerveza artesanal se bebe durante el fin de semana y seis de cada diez fuera del hogar, y aunque **el momento cena-precena es el favorito** a lo largo de la semana, de viernes a domingo **emergen más ocasiones craft a lo largo del día (hasta un 45% de los consumidores la eligen, por ejemplo, como** mejor opción a mediodía).

El auge de la cerveza artesanal ha provocado también una revolución en el negocio de la restauración, y aunque principalmente se consume en bares y cervecerías (lugar nombrado por más del 60%), **los locales y restaurantes modernos representan una nueva alternativa** hasta para un 50%, seguido de los restaurantes (31%), las tiendas especializadas (28%) o los pubs (21%).

Compartir por e-mail

A (separa varias direcciones con comas)

Email

Añade un mensaje

[Enviar](#)

Alimarket