

## APORTES PARA EL DIAGNÓSTICO DEL SECTOR CERVECERO ARTESANAL DE LA PROVINCIA DE LA PAMPA

PFUND, M.<sup>6</sup>; GALLACE, M.<sup>7</sup> y L. DALMASSO<sup>8</sup>

**RESUMEN:** Con el objetivo de conocer el sector productivo de cerveza artesanal de la provincia de La Pampa, se realizó una encuesta. Con la información obtenida, se caracterizó el sector cervecero de la región en cuanto a sus cualidades productivas, de distribución geográfica, volumen de producción y recursos humanos. Se relevaron 33 productores y productoras de cerveza artesanal que comercializan su producto.

**PALABRAS CLAVE:** Cerveza artesanal, sector productivo, desarrollo económico local.

**INTRODUCCIÓN:** La cerveza es una de las bebidas alcohólicas más consumidas a nivel mundial. El mercado cervecero argentino está caracterizado por la creciente globalización, concentración de la industria cervecera en oligopolios y por el surgimiento de cervezas de producción artesanal y de pequeña escala a nivel local (Civitates et al. 2017). Según la Cámara de Cerveceros Artesanales de Argentina (CCAA), la producción de cerveza artesanal en Argentina es de 54 millones de litros y representa un 3% de la producción total de cerveza (Iprofesional, 2019). El sector cervecero artesanal argentino presentó un crecimiento anual de entre el 20% y 30%, mientras que el crecimiento de cerveza

industrial fue del 1% (Ablin, 2014, 2015; Pellet Lastra & Nougues, 2016; DNAB, 2017). Siguiendo la tendencia a nivel nacional, la provincia de La Pampa presenta un auge en la producción y consumo de cerveza artesanal (Rural al Día, 2018; La Arena, 2019). El crecimiento del sector tiene un potencial dinamizador de las economías locales, poniendo en manifiesto la necesidad de conocer dicho sector para fomentar su consolidación. Para ello se requiere la identificación de actores, particularidades productivas y factores limitantes para su crecimiento. En este sentido, el presente trabajo busca describir las características de las cervecerías artesanales presentes en la provincia de La Pampa que comercializan su producción.

**DESARROLLO TEMÁTICO:** Entre los meses de junio y agosto de 2019, se realizó una encuesta dirigida a los establecimientos elaboradores que relevó información sobre volumen de producción, distribución geográfica, capital humano, controles de calidad, comercialización, proyección de crecimiento y factores limitantes para su consolidación y desarrollo.

Se relevaron 33 establecimientos y se recolectó información mediante una encuesta auto-administrada con preguntas abiertas y cerradas. Si bien todas las cervecerías de La Pampa y zona de influencia son de pequeños volúmenes de producción comparados con aquellas instaladas en grandes centros urbanos, a los fines de este trabajo, se clasificaron en tres grupos de acuerdo a la cantidad de litros anuales que elaboran:

- Pequeña producción (PP): 250 - 4000 L/año.
- Mediana Producción (MP): 4001 – 29 999 L/año.
- Gran producción (GP): más de 30 000 L/año.

<sup>6</sup> Facultad de Ciencias Exactas y Naturales, UNLPam. [manepfund@gmail.com](mailto:manepfund@gmail.com)

<sup>7</sup> Facultad de Agronomía, UNLPam. [gallace@agro.unlpam.edu.ar](mailto:gallace@agro.unlpam.edu.ar)

<sup>8</sup> Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). [dalmassolucas@gmail.com](mailto:dalmassolucas@gmail.com)



distribuyen el 50% o más de su producción en botellas, mientras que la otra mitad comercializa el 70% o más de su producción en barriles retornables (Tabla 2). Al momento de este estudio, solo dos cervecerías declararon envasar en latas, siendo las botellas las elegidas al momento de fraccionar su producto en pequeños volúmenes.

Tabla 2: Formatos de productos en relación a los grupos de volumen de producción y la cantidad de cervecerías.

Grupo	Cantidad de cervecerías	Barriles (%)	Botellas y latas (%)
GP	2	100	0
	3	90	10
	1	50	50
MP	5	100	0
	2	90	10
	1	80	20
	1	70	30
	1	60	40
	1	50	50
	1	30	70
	1	20	80
PP	2	100	0
	3	90	10
	2	80	20
	1	70	30
	1	50	50
	1	30	70
	1	20	80
	5	0	100

De los datos recabados se distingue que 5 de las 6 cervecerías del grupo GP comenzaron con la actividad entre los años 2015 y 2017, mientras que el periodo de mayor surgimiento de cervecerías de MP y GP se dio entre 2016 y 2018, donde se fundaron 20 establecimientos. Respecto a los ingresos de los responsables encuestados, esta actividad resulta ser su principal actividad económica en un 18,75, 54,54 y 50% para los grupos de PP, MP y GP respectivamente.

En cuanto a las proyecciones de crecimiento del sector, todas las cervecerías del grupo GP planeaban aumentar la producción para el año 2020, como así también más del 90% de las de MP y más del 60% de las de PP. Cuando se consultó respecto al fortalecimiento del sector cervecero, las principales necesidades de las cervecerías de los grupos de MP y GP son compra de equipos y acercamiento a la financiación. Además, las de MP indican la necesidad de capacitaciones. Las de PP muestran un marcado interés por tramitar habilitaciones comerciales y mejorar las instalaciones (Figura 2).

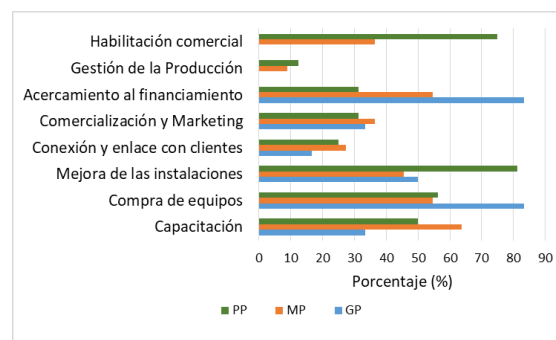


Figura 2: Principales necesidades del sector.

**REFLEXIONES FINALES:** En la provincia de La Pampa y zona de influencia existe gran diversidad en las cervecerías estudiadas. El grupo GP produce entre 2500 y 20000 litros mensuales y concentra la mayor parte del volumen elaborado. En contraste las de pequeña producción comercializan solo entre 20 a 300 litros mensuales, con una participación del 4,3%. A pesar de ello, los responsables de tres de las 16 pequeñas cervecerías, tienen como su principal fuente económica, los ingresos producto de sus ventas.

Como se desprende de la proyección del sector, es de destacar la gran potencialidad de crecimiento y el importante papel en la economía local. Es de remarcar que el actual contexto económico de la Argentina causada por la

pandemia mundial, implica grandes limitaciones en este sentido. La limitación en horarios y de capacidad de ocupación de los bares, implicó en algunos casos la reducción de más del 90% de las ventas en cervecerías de mediana y gran producción. Además, se produjo una reducción de los márgenes brutos debido a la devaluación del peso argentino, los costos de los insumos están referenciados a dólares estadounidenses mientras que el precio de venta se mantiene estable. De todas formas, este contexto puede ser visto como una oportunidad para el desarrollo de nuevos mercados como la venta directa a mercados minoristas y a consumidores a través de la implementación de líneas de llenado en envases de pequeños volúmenes. De esta manera, se expandirían los posibles puntos de venta y se avanzaría en la cadena de distribución. En este sentido, son innumerables los aportes que se pueden hacer desde la generación de políticas públicas que apunten a su fortalecimiento.

#### **BIBLIOGRAFÍA CITADA:**

- ABLIN, A. (2014). El mercado de la cerveza. Informe Sectorial N° 3. Buenos Aires: Dirección de Promoción de Calidad de Productos, Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.
- ABLIN, A. (2015). Cerveza. Informe Sectorial N° 5. Buenos Aires: Dirección de Promoción de Calidad de Productos, Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca, (68), 48 – 53.
- CIVITARESI, H. M., NIEMBRO, A., Y DONDO BUHLER, M. (2017). Desafíos para desarrollar una agroindustria local. Hacia una tipología de productores de cerveza artesanal en Bariloche. Revista Pymes, Innovación y Desarrollo, 5(1), 41–62.
- Iprofesional. (2019, 1 marzo). Ni siquiera la cerveza artesanal se salva de la crisis: alertan por "brusca caída del consumo". Iprofesional.
- PELLET LASTRA, T. E. Y NOUGUES, E. J. (2016). Plan de Negocios: Producción y venta de cerveza artesanal. Universidad Católica Argentina.
- Redacción de Rural al Día. (2018, 7 julio). El boom de la cerveza artesanal está en La Pampa. Rural al Día.
- Redacción La Arena. (2019, 17 abril). Cerveza artesanal de La Pampa a Dinamarca. La Arena.
- Secretaría de alimentos y bioeconomía, subsecretaría de alimentos y bebidas (DNAB). (2017). Industria de Alimentos Bebidas. Informe de Actividad, diciembre 2017.