



UNRaf

UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE  
RAFAELA

Rafaela - Santa Fe - Argentina

---

# CERVERZA ARTESANAL

ANALISIS PERIODO ENERO 2017 A FEBERO 2018



# Índice

Introducción	1
Marco de referencia	2
Historia de la cerveza	2
Panorama Mundial y Argentina	3
Metodología	4
Resultados obtenidos	5
Perfil emprendedor	6
Vinculación de los emprendimientos	14
Los números de los emprendimientos	16
Desafíos y perspectivas	23
Hobby cervecero en la ciudad	25
Conclusiones	26



# Introducción

La industria cervecera está sufriendo cambios, nuevos pequeños jugadores que tientan a los consumidores con recetas cerveceras diferentes, más sabrosas y gustosas a las que normalmente están acostumbrados a beber. Estos nuevos jugadores desafían el dominio de las grandes compañías que manejan el mercado mundial.

La ciudad de Rafaela, que se distingue por su ritmo de crecimiento tanto económico como social, no es ajena a este fenómeno, ya que en su perfil dinámico e inquieto se hizo notar también en el “nuevo” sector de productos alimenticios, la cerveza artesanal, en donde emprendedores de diferentes características llevaron a la acción sus proyectos, involucrando de lleno a la población Rafaelina en la movida cervecera que se da a nivel mundial.

El presente informe marca el punto de partida del consumo masivo de cerveza artesanal en la ciudad de Rafaela, provincia de Santa Fe, Argentina; marcando al año 2017 como el año que se habilitaron por primera vez establecimientos elaboradores de cerveza artesanal y se abrieron bares cuyo principal distintivo es “La cerveza Artesanal”.

## Marco de referencia

# Historia de la cerveza

La cerveza es una bebida milenaria originaria de la cultura mediterránea clásica, vinculada desde la antigüedad a fines terapéuticos. Las primeras referencias históricas, hace 6.000 años, demuestran que la cerveza era consumida por la civilización sumeria con el objetivo de evitar enfermedades infecciosas que se adquirirían al beber agua no higienizada.

Siglos más tarde, los egipcios la convirtieron en bebida nacional y la extendieron por todos los países vecinos y la cuenca del mediterráneo.

Galos y germanos perfeccionaron la técnica de fabricación original con métodos similares a los actuales. En la Edad Media se consideraba adecuada para combatir las lombrices intestinales y las inflamaciones. Hasta el siglo XII, con la aparición de los gremios cerveceros, la cerveza era un complemento alimenticio para peregrinos y enfermos recogidos en albergues y hospitales. <sup>1</sup>

Las microcervecerías tienen su origen en el Reino Unido a finales de la década de 1970, y fue utilizado para describir la nueva generación de cervecerías pequeñas que se enfocaban en la producción tradicional de ale (cerveza de fermentación alta). <sup>2</sup>



Aunque originalmente "microcervecería" fue utilizado para describir el tamaño de las cervecerías, gradualmente pasó a reflejar una actitud y un enfoque alternativo a la flexibilidad en la producción de cerveza, adaptabilidad y atención al cliente. El término y la tendencia llegaron a los Estados Unidos en la década de 1980 en donde eventualmente fue utilizado para designar a cervecerías que producen menos de 15.000 litros de cerveza por año. <sup>3</sup>

Una cervecería artesanal o microcervecería es una cervecería que produce una cantidad limitada de litros de cerveza. Las definiciones varían, aunque los términos se aplican típicamente a cervecerías que son mucho más pequeñas que las cervecerías corporativas a gran escala y sus dueños son independientes. <sup>2</sup>

1. Portal cerveza y salud. (s.f.). Obtenido de <http://www.cervezaysalud.es/conociendo-a-la-cerveza/historia-cerveza/>

2. Brown, M., & Willmott, B. (2010). Brewed In Northants. Brewery History Society.

3. Brewers Association. (s.f.). Obtenido de <https://www.brewersassociation.org/>

# Panorama Mundial

El tamaño del mercado de la cerveza artesanal a nivel mundial en el 2015 estaba valuado en \$85 mil millones de dólares, sin embargo, de acuerdo con un reporte de Grand View Research Inc., se estima que, para antes de 2025, tendrá un valor de \$502.9 mil millones de dólares a una tasa de crecimiento anual de 19.9%, en gran medida por la creciente demanda de esta bebida, su gran variedad de estilos y sabores y la penetración en nuevos mercados. <sup>4</sup>

Australia, Bélgica, Alemania, Estados Unidos y Nueva Zelanda son los principales países productores de esta bebida, entre todos ellos generan el 65% de la producción total tanto en términos de valor como de volumen. <sup>4</sup>

De acuerdo con información de Alltech, existen más de 10 mil cervecerías artesanales en todo el mundo. De ellas, 86% se encuentran en los Estados Unidos y Europa, y como resultado, la demanda de granos como cebada, trigo, levadura y lúpulo está aumentando sustancialmente



Brasil está entre los 3 mayores países consumidores y productores de cervezas en el mundo, después de Estados Unidos y China según el Estudio de Mercado Cervezas Artesanales Brasil elaborado por la Oficina Comercial de Chile en Brasil. Las cervezas artesanales ocupan el 0,15% del mercado brasileño. Aunque el país prevé crecer a un 2% en 10 años. Este mercado es de 14 mil millones de litros anuales.



Estados Unidos ocupa el 7º lugar a nivel mundial de países exportadores de cerveza, es el segundo mayor productor por debajo de china y el mayor importador de este producto del mundo.

La producción de cerveza artesanal en estados unidos lleva más de 3 décadas, siendo uno de los países referentes en la materia.

En el 2017, los volúmenes vendidos por cerveceros artesanales en este país ocuparon el 12.7% de las ventas totales. <sup>3</sup>



México es el principal país exportador de cerveza, ocupa el 4to puesto en producción mundial (más de 92 millones de hectolitros anuales), aunque su consumo per cápita no está en el top 10 (32º).

La producción de cerveza artesanal en México creció más de un 40% anual desde el 2011 al 2017, aunque la producción de cerveza artesanal vs industrial en % en muy bajo aún, menos del 1%.



Argentina ocupa el puesto 72 en el consumo de cerveza, el cual oscila entre 40 y 45 litros per cápita desde el 2003 a la fecha.

La revista Forbes Argentina del 27 de septiembre del 2017 afirma que representa el 2% del total del mercado y tiene espacio para expandirse más.

Las distintas cámaras de cerveceros afirman un crecimiento anual de entre un 30 y 40%, sobre todo en las grandes urbes como Buenos Aires, Córdoba, Rosario, Mendoza, Mar del Plata y la plata.

3. Brewers Association. (s.f.). Obtenido de <https://www.brewersassociation.org/>

4. Grand View Research, Inc. (s.f.). Obtenido de <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/craft-beer-market>

# Metodología

Para llevar adelante el presente trabajo, se definió como alcance del estudio a tres sectores relacionados al rubro cervecero de la ciudad de Rafaela:



Elaboradores de cerveza



Bares y Restaurantes que venden cerveza artesanal tirada

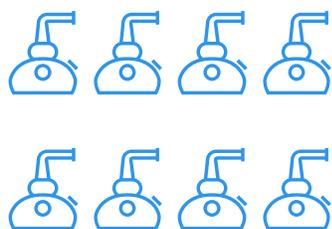


Emprendimientos metalúrgicos fabricantes de equipos cerveceros

Para llevar adelante el trabajo de campo se realizaron entrevistas personales con cada uno de los actores, previa definición de la encuesta base para realizar esta entrevista. Las mismas se realizaron en la mayoría de los casos con un representante del emprendimiento y en la minoría de los casos con dos representantes.

La obtención de los datos de los actores se le solicitó a la secretaría de hacienda del Municipio de la ciudad de Rafaela; a la secretaría de desarrollo económico, innovación y relaciones internacionales y se completó la información con búsqueda personal por parte del responsable de ejecutar el trabajo.

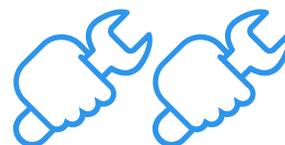
Se identificaron y participaron:



8 elaboradores de  
cerveza identificados  
participaron



9 Bares identificados  
7 participaron



2 Fabricantes de equipos  
identificados participaron

# Resultados obtenidos

Los resultados presentados a continuación se basan en las encuestas realizadas de los siguientes emprendimientos, todos de la localidad de Rafaela:

## Elaboradores de cerveza



**Huang** – Habilitado para venta a nivel Local

**7 Jefes** - Habilitado para venta a nivel Local

**El Arca** - Habilitado para venta a nivel Local

**BirraNostra** – Habilitado para venta a nivel Local

**Charly Wilson** – Proceso de habilitación y armado de fábrica para escalar producción.

**Ampelmann** – Proceso de habilitación y armado de fábrica para escalar producción.

**Harper** – Emprendimiento en marcha con venta al público.

**Luck** – Idea proyecto de escala de uno de los bares de la ciudad, que actualmente fabrica para consumo propio.



## Bares

**Bacan**

**Barcelona**

**BetterBier Bar**

**Boulevard**

**White Rabbit**

**Luck Bar**

**Santos Barriles**

No participaron

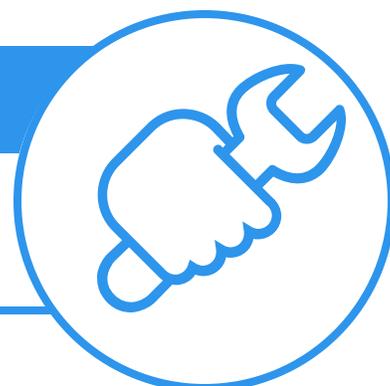
**Margarita**

**Artemio**

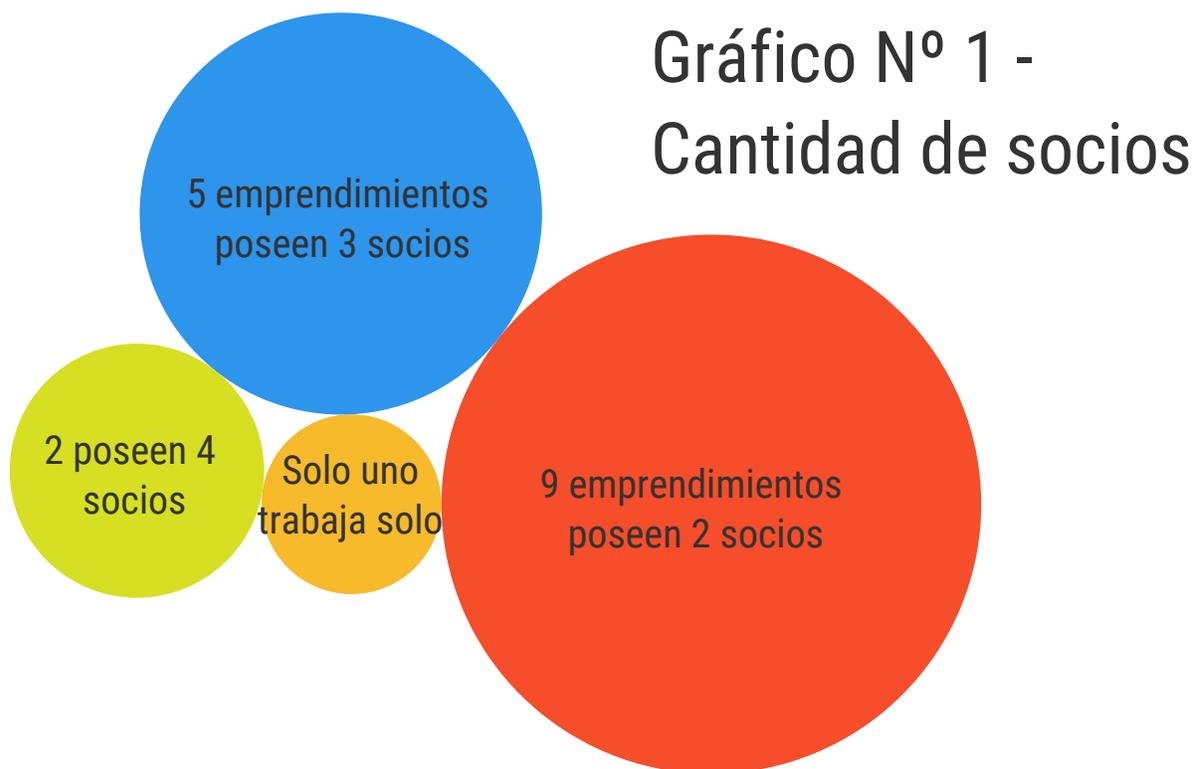
## Fabricantes de equipos

**Cesar Roldán** - Fabricación de equipos cerveceros como ollas, fermentadores, maduradores, entre otros.

**Chop Barbaro:** Fabricación de choperas eléctricas.



## Perfil emprendedor



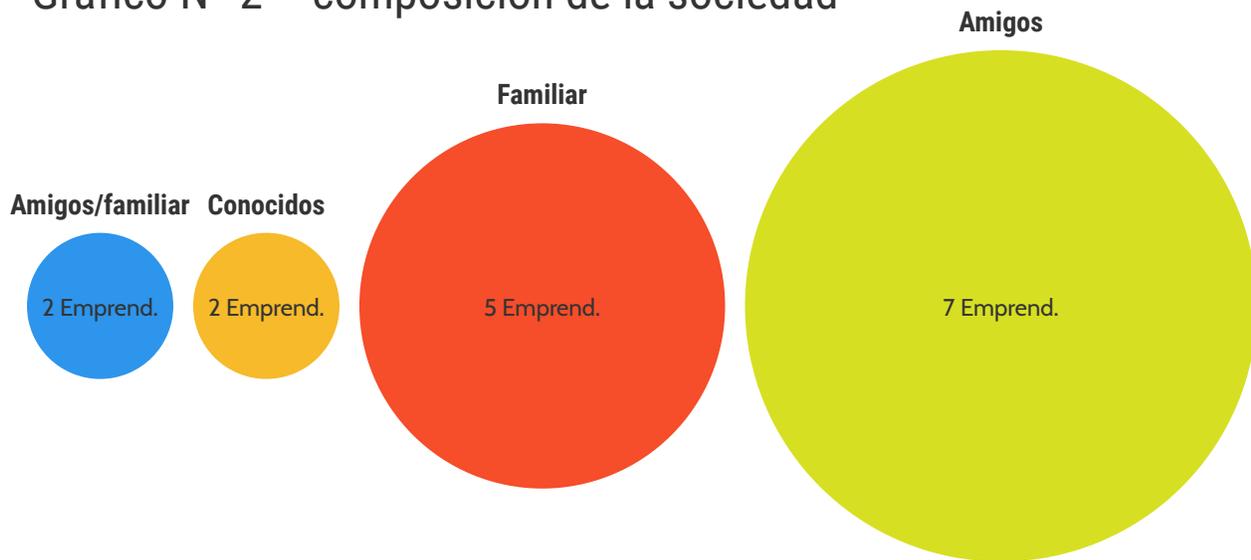
Una de las variables relevadas del perfil emprendedor es la cantidad de socios que componen el emprendimiento. En el gráfico N° 1 se puede apreciar que el porcentaje de emprendedores solitarios en estos ámbitos es muy bajo, solo 1 de los 17 encuestados, lo que representa el 6%. 9 emprendimientos se componen de 2 socios, lo que representa el 53% y el 41% restante se componen de 3 o 4 socios

### Tabla desagregada del gráfico

	Elab. de cerveza	Bares	Fab. de Equipos	Total
Solo	1	0	0	1
2 Socios	3	4	2	9
3 Socios	3	2	0	5
4 Socios	1	1	0	2

# Perfil emprendedor

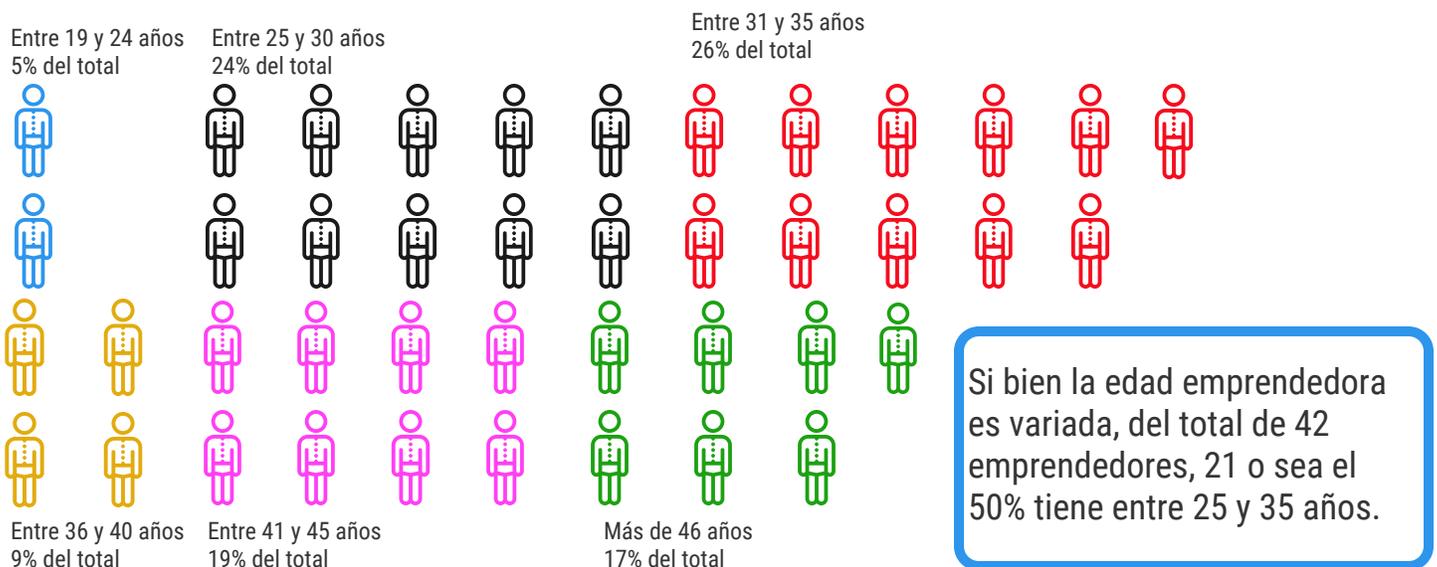
## Gráfico N° 2 – composición de la sociedad



De los emprendimientos que se conforman como sociedad, 5 de todos los relevados son emprendimientos familiares pudiendo ser estos hermanos, parejas o familia completa (padres e hijos); 7 empresas están conformadas íntegramente por amigos, 2 están conformadas por un amigo más alguna relación familiar, como por ejemplo una pareja más amigo y en dos casos detectados la sociedad se formó a partir de la oportunidad de mercado y la imposibilidad de encararlo solo.

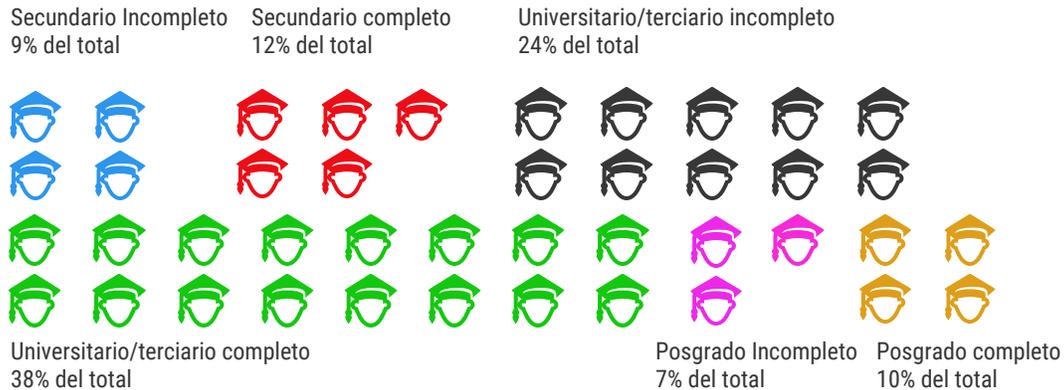
Ninguno de los emprendimientos familiares son cerveceros, siendo de estos 5 dos fabricantes de equipos y 3 bares.

## Gráfico N° 3 – Edad de los emprendedores



# Perfil emprendedor

## Gráfico N° 4 - Nivel de estudios

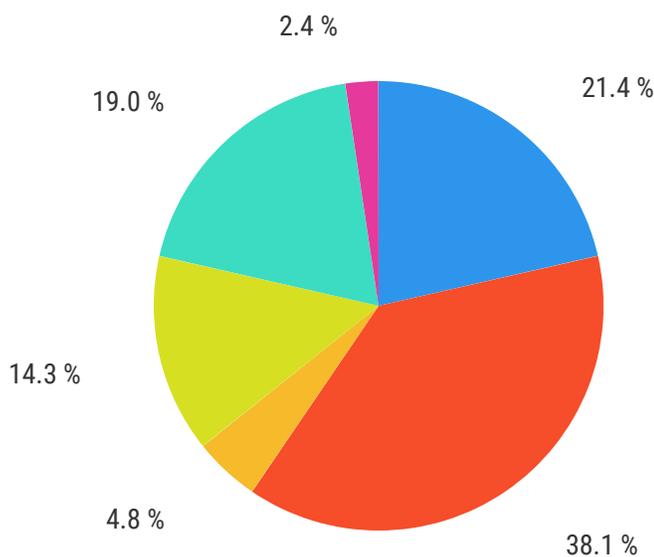


El grado de estudio de los emprendedores es destacable, ya que el 79% de ellos pasó por la universidad o instituto terciario y el 55% lo terminó.

Con respecto a los cerveceros, las carreras cursadas son variadas, en donde se pueden mencionar especialidades como comunicación, bioingeniería, ambiental, química, industrial, abogacía, civil, comercialización, finanzas, alimentos y mecánica.

Con respecto a los bares las especialidades cursadas son diseño de indumentaria, contabilidad, comunicación, inglés, abogacía, medicina, inmobiliario, administración de empresas, farmacéutico y periodismo.

## Gráfico N° 5 - Situación laboral



Se observa que el 22% (unas 9 personas) viven de lo que genera su empresa, siendo los elaboradores de cerveza los únicos que no poseen personas que viven del emprendimiento, es decir, nadie tiene como ingreso único la elaboración de cerveza artesanal.

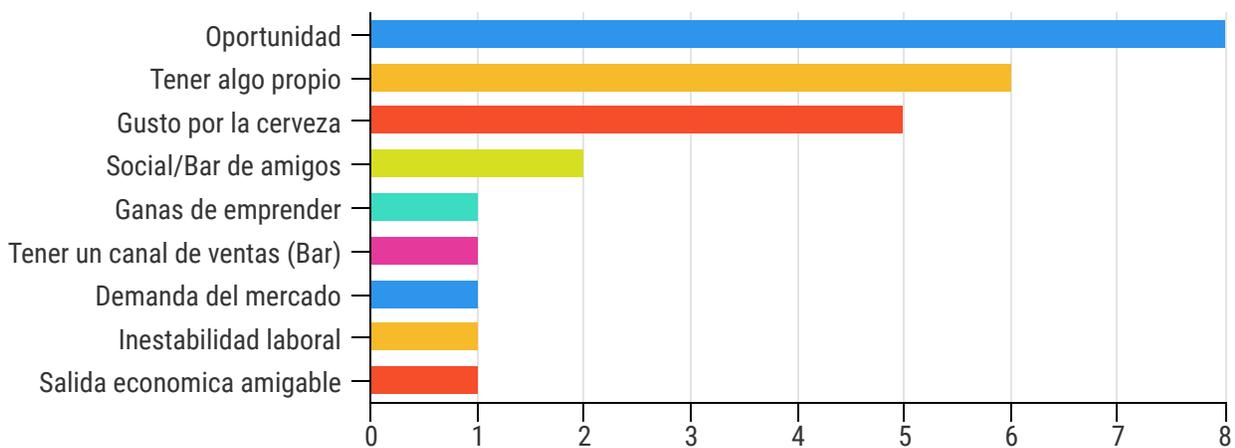
El 38% de los emprendedores tiene otras empresas o trabaja independiente, encontrándose entre estos trabajos estudios de abogacía, asesoramiento a empresas, estudios contables, consultorios médicos y empresarios que forman parte de otras empresas activas y consolidadas en la ciudad.

El otro 38% es empleado del sector privado de la ciudad y solo una de las personas que integraron el estudio se encuentra jubilada.

- Vive del emprendimiento
- Empresario/Independiente
- Gerente
- Mando medio
- Operativo
- Jubilado

# Perfil emprendedor

## Gráfico N° 6 - Motivación para emprender



Cabe aclarar que las encuestas se realizaron en la mayoría de los casos a un representante del emprendimiento y en la menor cantidad de casos a dos integrantes. Las respuestas no eran de opción única sino una pregunta abierta.

Se puede apreciar en el gráfico que se nombró mayoritariamente tres motivantes “Oportunidad” “Tener algo propio” y “Gusto por la cerveza”.

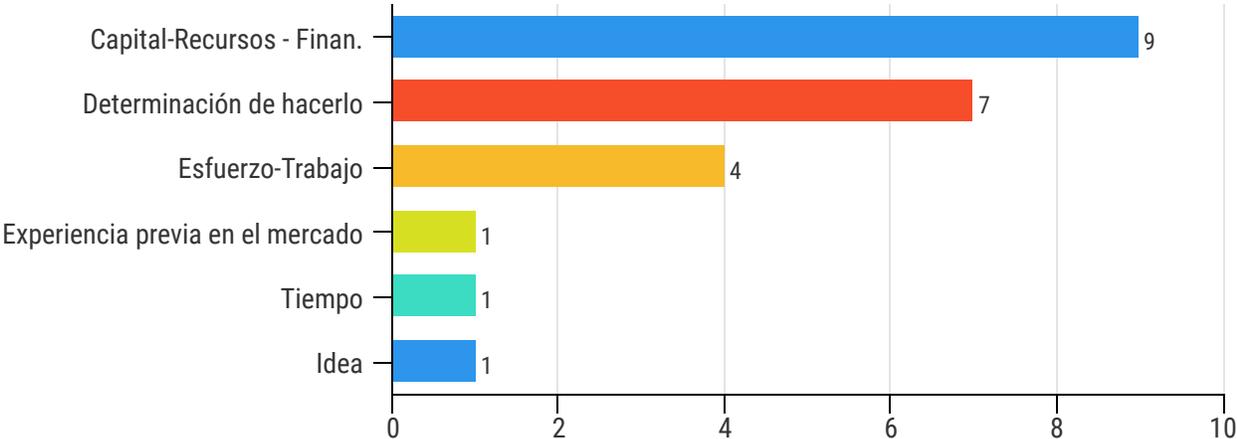
Con respecto a oportunidad, una de las cuestiones reiteradas en las entrevistas fue el tema de que la cerveza artesanal estaba “pegando” en el resto de las ciudades más grandes hace unos años y en Rafaela no había comenzado aún. Muchas de estas personas entrevistadas viajan asiduamente y tienen conexiones con otras personas fuera de la ciudad, sobre todo en las ciudades más grandes y cercanas como Santa Fe, Rosario y Córdoba.

Otro de los motivantes a la hora de emprender, sobre todo en Bares y Restaurantes, fue el hecho de no ver al emprendimiento como una carga o algo pesado a realizar, sino más bien algo distendido, llevadero y social, relevándose frases como “Salida económica amigable”, “emprendimiento social/ bar de amigos”.

Se destaca entre los motivantes del sector, sobre todo bares y elaboradores de cerveza, la combinación de la posibilidad de tener algo propio, hacer un producto que les gusta consumir y degustar por el que tienen pasión, la oportunidad del mercado creciente y sensibilizado por la tendencia y por tratarse de un ambiente distendido, caracterizado por la buena relación entre partes.

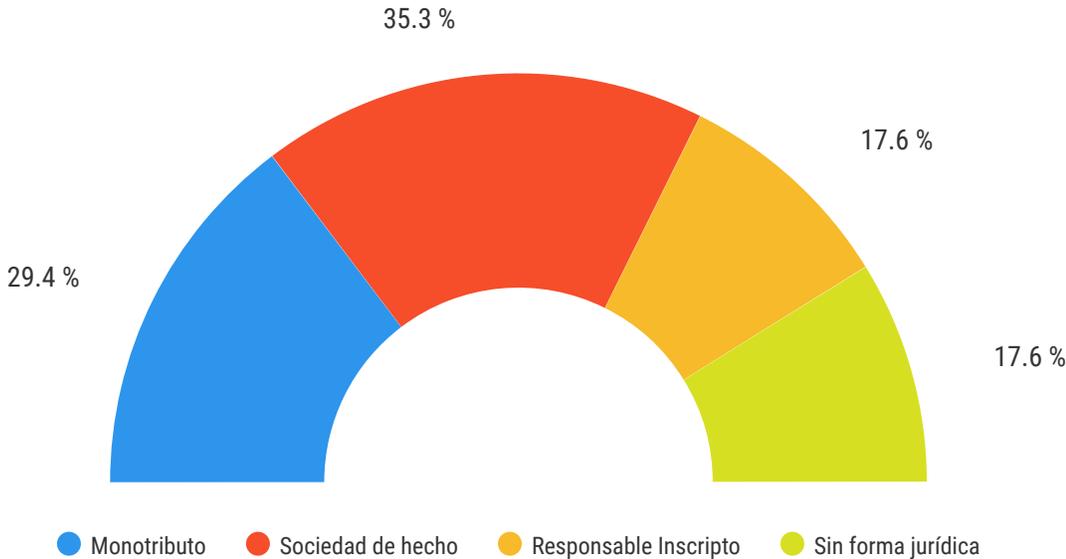
# Perfil emprendedor

## Gráfico N° 7 - Factores claves para emprender



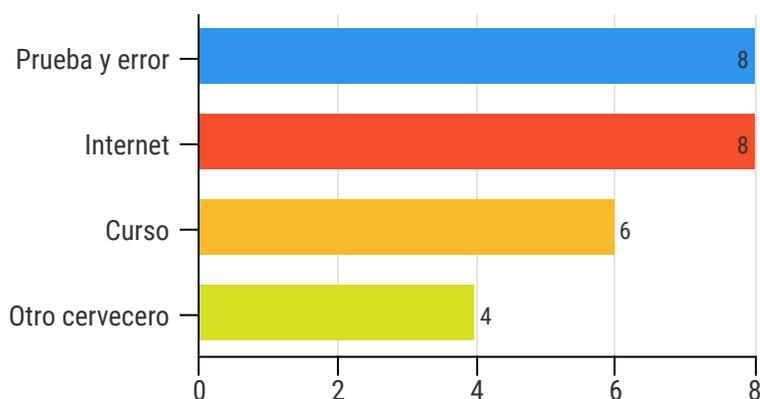
De las respuestas obtenidas hay tres aspectos que se repiten y destacan, contar con los recursos, sobre todo financieros y económicos, tener la determinación de hacerlo, de llevar adelante el emprendimiento y por último se destaca el esfuerzo y el trabajo necesario para poner en marcha y mantener un emprendimiento.

## Gráfico N° 8 - Formas Jurídicas



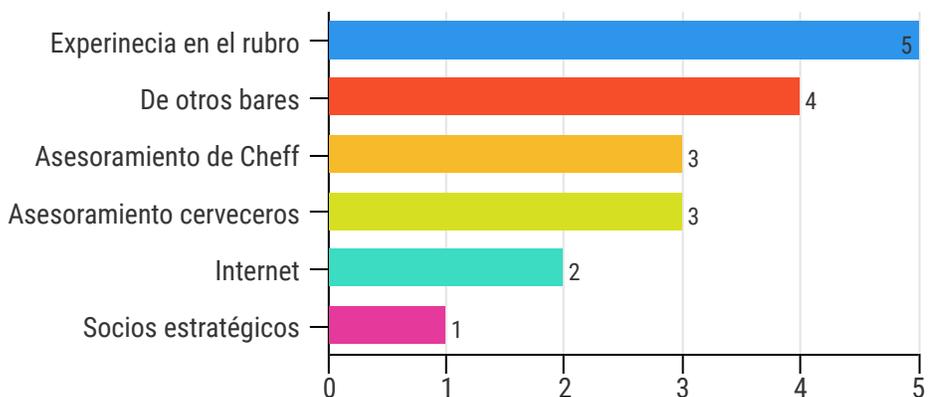
# Perfil emprendedor

## Gráfico N° 9 - Obtención de conocimiento Elaboradores de cerveza



De los 8 elaboradores de cerveza artesanal entrevistados, todos manifiestan haber comenzado a producir en base a la obtención del conocimiento de internet y prueba y error. 6 de los 8 cerveceros realizó algún curso de capacitación formal en cerveza artesanal, siendo estos realizados luego de comenzar a producir. 4 de los cerveceros entrevistados manifiesta haber obtenido conocimiento del proceso productivo "cocinando" con otro cervecero artesanal.

## Gráfico N° 10 - Obtención de conocimiento Bares



La obtención del conocimiento en bares es un poco diferente a los cerveceros, debido al tipo de emprendimiento, en donde 4 de los 7 encuestados manifiesta tener experiencia en el rubro gastronómico. La misma proporción tomó como referencia otros bares, sobre todo fuera de la ciudad, para poner en marcha su emprendimiento, tanto sea en la parte de imagen como operativa.

El asesoramiento por parte de los cheff de cocina y de los cerveceros o socios estratégico jugó un rol muy importante en la puesta en marcha de varios de los emprendimientos, siendo estos, actores claves en la transferencia de conocimiento.

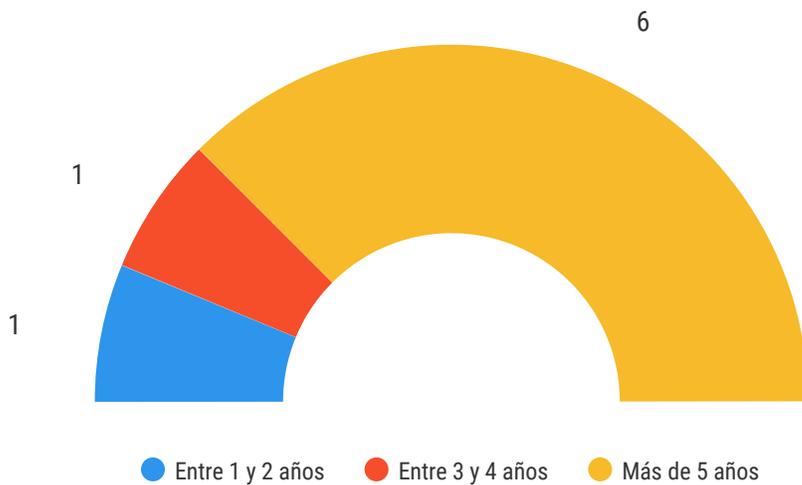
A diferencia de los cerveceros, la proporción de emprendedores que realizó investigaciones en internet sobre el funcionamiento de su proyecto fue mucho menor, siendo menos de un 30%.

Con respecto a los dos emprendimientos metalúrgicos, el fabricante de equipos cerveceros tenía conocimientos en soldadura en acero inoxidable y fue aprendiendo del rubro a través de sus clientes, los cuales les traían planos de los equipos que necesitaban.

El emprendimiento encuestado que fabrica choperas eléctricas obtuvo su conocimiento específico en base a la búsqueda de internet, a la fabricación de algunas choperas con un antiguo fabricante y luego prueba y error.

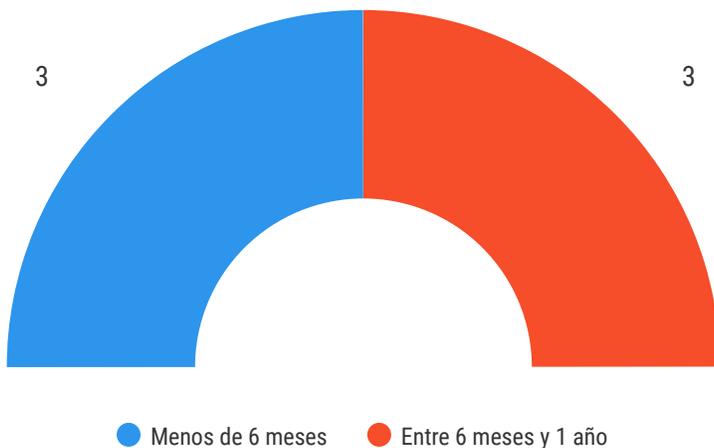
# Perfil emprendedor

## Gráfico N° 11 - Años de experiencia en el rubro - Cerveceros



De los cerveceros artesanales que habilitaron en 2017 o están en proceso de habilitación, solo dos emprendimientos tienen menos de 5 años de experiencia en la fabricación de cerveza artesanal, el resto más de 5 años, siendo el caso relevado más antiguo de 15 años de experiencia en el rubro.

## Gráfico N° 12 - Tiempo de puesta en marcha - Bares



De los 7 bares relevados, uno de ellos solo hizo una reapertura, ya que fue comprado por nuevos dueños; el resto se divide en 50% y 50% del lapso que muestra el gráfico N° 12, siendo este el lapso de tiempo transcurrido desde la concepción de la idea hasta la puesta en marcha.

## Perfil emprendedor

Gráfico N° 13 - ¿Tuvo anteriormente otro emprendimientos?

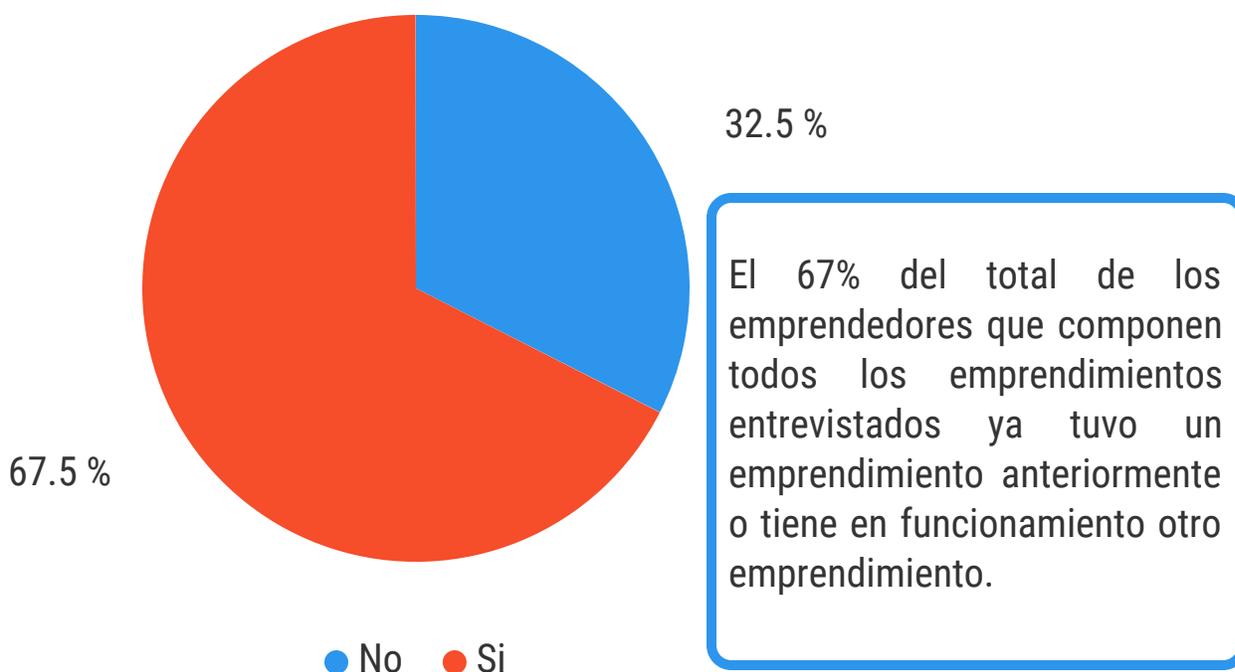
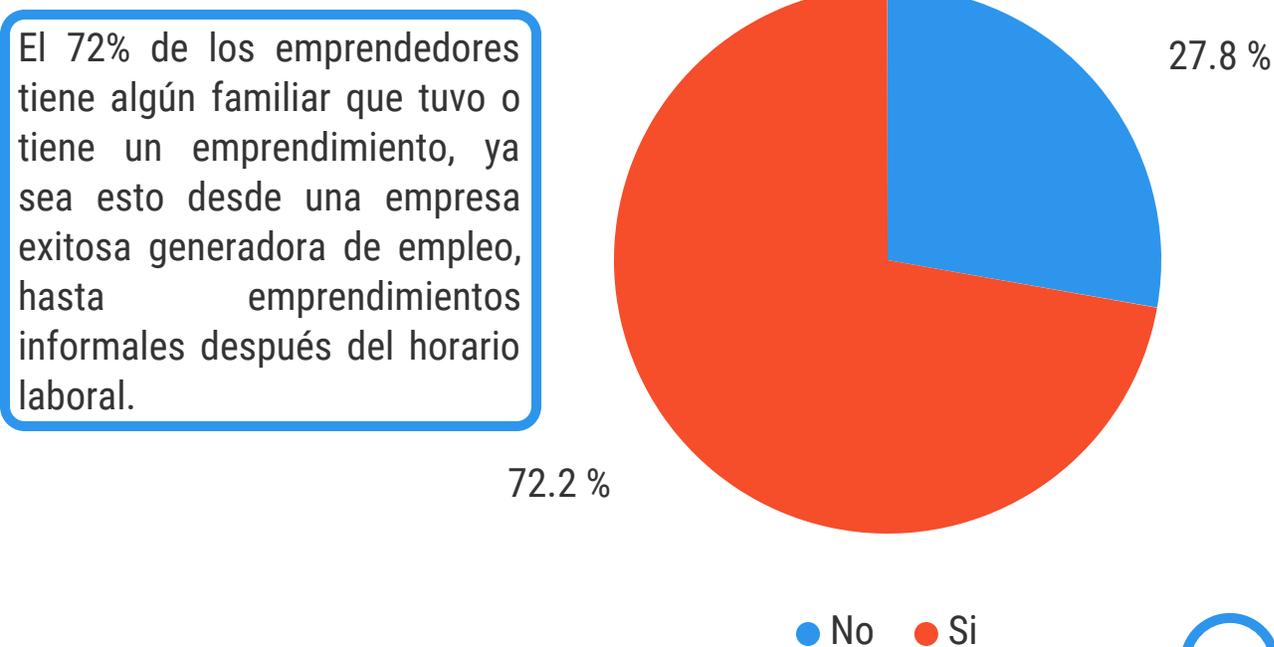
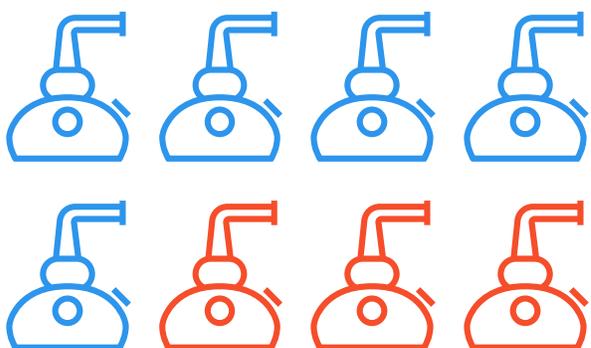


Gráfico N° 14 - ¿Algún familiar es emprendedor?



# Vinculación de los emprendimientos

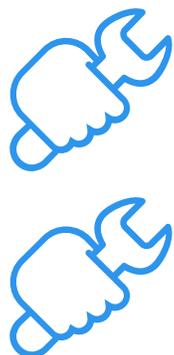
Gráfico N° 15 - Vínculo con instituciones



Elaboradores de cerveza: 5 de los 3 emprendimientos tiene vínculo con alguna institución de la ciudad. En este caso es con la Municipalidad de Rafaela, en donde participaron del programa Rafaela emprende como grupo, 3 emprendimientos recibieron el monto total del programa Rafaela Impulsa y el otro emprendimiento un crédito de la asociación regional para el desarrollo. La participación en el programa se enfocó en tema habilitaciones, registro de marca y capacitación.



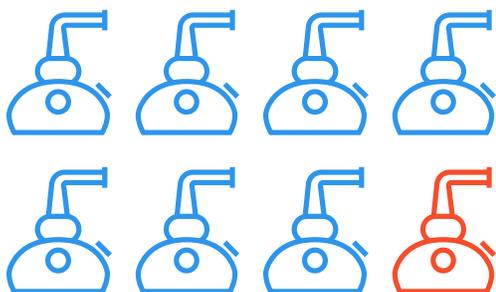
Bares: Para el caso de los bares de la ciudad, ninguno tiene vínculo alguno con instituciones de la ciudad más allá de lo requerido legalmente por el estado.



Fabricantes de equipos: Ambos fabricantes tuvieron interacción con el municipio de la ciudad, en un caso fue a través del Rafaela Emprende y en el otro caso el crédito Rafaela Impulsa.

# Vinculación de los emprendimientos

## Gráfico N° 16 - Vínculo con emprendimientos de la ciudad del mismo sector



Elaboradores de cerveza: Solo uno de los cerveceros no tiene relación con otros en la ciudad. Estos vínculos se generan para el intercambio de conocimiento, compras colaborativas de materias primas, intercambio de materia prima y organización de eventos entre las actividades más destacadas.

En el año 2017 también se formó la cámara de cerveceros artesanales, integrándola cuatro emprendimientos de la ciudad hasta el momento, que coincide con los cuatro emprendimientos habilitados.



Bares: Solos dos de ellos tienen vínculos con emprendimientos de similares características; esta relación se da en la cooperación en el desarrollo de proveedores, intercambio de productos e ideas y organización de eventos en conjunto.

Fabricantes de equipos:

Ambos fabricantes de equipos no tienen vínculos con emprendimientos de similares características dentro de la ciudad.



## Gráfico N° 17 - Vínculo con emprendimientos fuera de la ciudad de mismo sector



Con respecto a elaboradores de cerveza 5 de los 8 entrevistados se relacionan con cervecerías fuera de la ciudad, en todos los casos son cervecerías artesanales más grandes y con mayor experiencia en el mercado.

Para el caso de los bares y restaurantes la proporción aumenta en el vínculo con emprendimientos de similares características fuera de la ciudad, ésta se da para asesoramiento o intercambio de ideas. Los fabricantes de equipos no tienen relación con otros emprendimientos fuera de la ciudad.

# Los números de los emprendimientos

## Gráfico N° 18 – Inversiones realizadas totales



En el período comprendido en la encuesta se invirtieron en la ciudad más de \$10.468.600, teniendo en cuenta que dos de los bares no participaron de la encuesta y uno de los cerveceros no cuantificó sus inversiones.

El 75% de lo invertido fue adquirido en Rafaela, comprándose fuera de la ciudad, en la mayoría de los casos, solo lo que no se consigue, no siendo por cuestión de precios.

Estas inversiones contempla:

Servicios de oficio: Albañilería, plomería, gasfitería, refrigeración, electricidad, entre otros.

Servicios profesionales: Diseño gráfico, fotografía, Community Manager, entre otros.

Infraestructura: Materiales de construcción.

Equipamiento: Ollas, fermentadores, bombas, conectores, choperas, barriles, canillas, cámaras de refrigeración, elementos de medición, tubo de CO2 y oxígeno, heladores, etc.

Mobiliario y utensilios de bar, decoración: Mesas, sillas, amueblamiento, sonido, copas y vasos, decoración, etc.

Mobiliario y utensilios de cocina: Freidores, cocinas, ollas, etc.

## Gráfico N° 19 – Inversiones futuras totales

\$ 250.000



Al momento de las entrevistas, los emprendimientos plantearon inversiones de aproximadamente \$3.580.000, siendo estas aplicadas directamente al proceso productivo o ampliaciones y adaptaciones del local actual en el caso de bares.

Se destaca dentro de este monto una idea proyecto, a ejecutar en el muy corto plazo, de armar una fábrica de cerveza nueva por parte de uno de los elaboradores de cerveza que además es dueño de uno de los bares.

# Los números de los emprendimientos

## Tabla descriptivas de las inversiones

Descripción	Elaboradores	Bares	Fabricantes E.
Inversiones realizadas	\$1.718.100,00	\$6.817.500,00	\$1.933.000,00
Inversiones planificadas	\$2.130.000,00	\$1.200.000,00	\$250.000,00

En el sector bares, se destacan comentarios de los actores que actualmente se hacen micro inversiones constantes aplicadas a innovaciones relativa a ambientación o adaptación a eventos (como por ejemplo día de san patricio), ya que la competencia en la ciudad es grande.



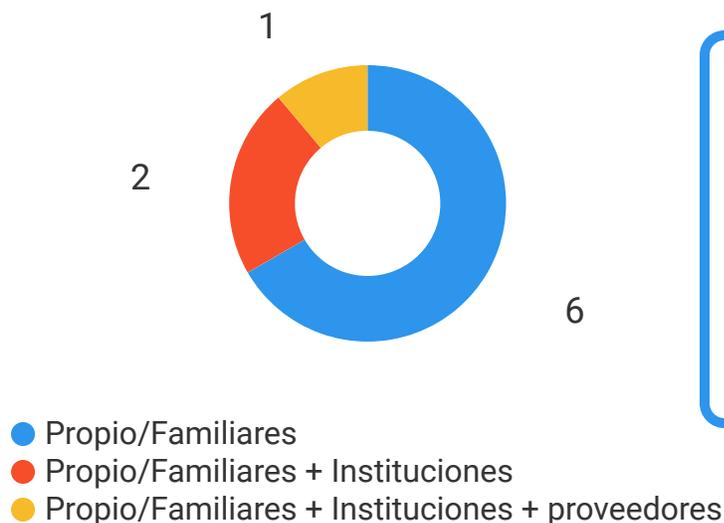
## Fuentes de financiamiento

La descripción del financiamiento se dividió en cuatro categorías posibles y sus combinaciones, estas son:

- Bancos: Involucra bancos y entidades financieras privadas como mutuales.
- Propio/familia: Inversión realizada con aportes propios de cada uno de los socios y recursos obtenidos de algún familiar, padres, hermanos, abuelos o personas de confianza como amigos.
- Instituciones: Créditos obtenidos de alguna institución o fondo público como por ejemplo Rafaela Impulsa, asociación regional para el desarrollo, etc.
- Proveedores: Financiamiento obtenido directamente de proveedores, acuerdo entre partes privadas sin intermediarios.

# Los números de los emprendimientos

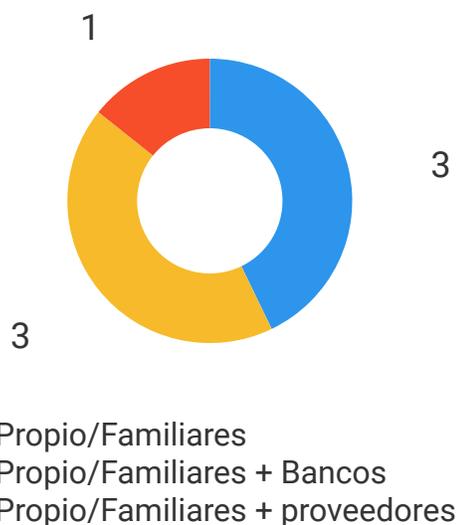
## Gráfico N° 20 - Financiamiento Elaboradores de cerveza



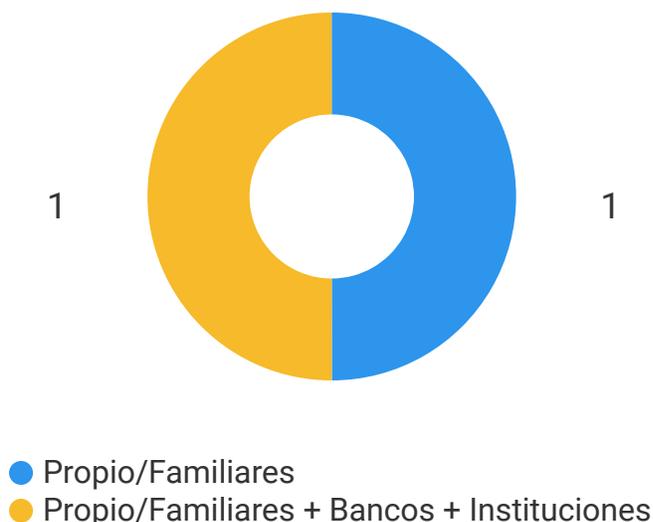
Ninguno de los elaboradores de cerveza obtuvo crédito de instituciones bancarias y el 62% lo hizo con fondos propios, sumando en algunos casos algún familiar.

## Gráfico N° 21 - Financiamiento Bares

A diferencia de los elaboradores de cerveza, los bares sí recurrieron a entidades financieras como bancos o mutuales, aunque ninguno lo hizo a través de alguna institución.



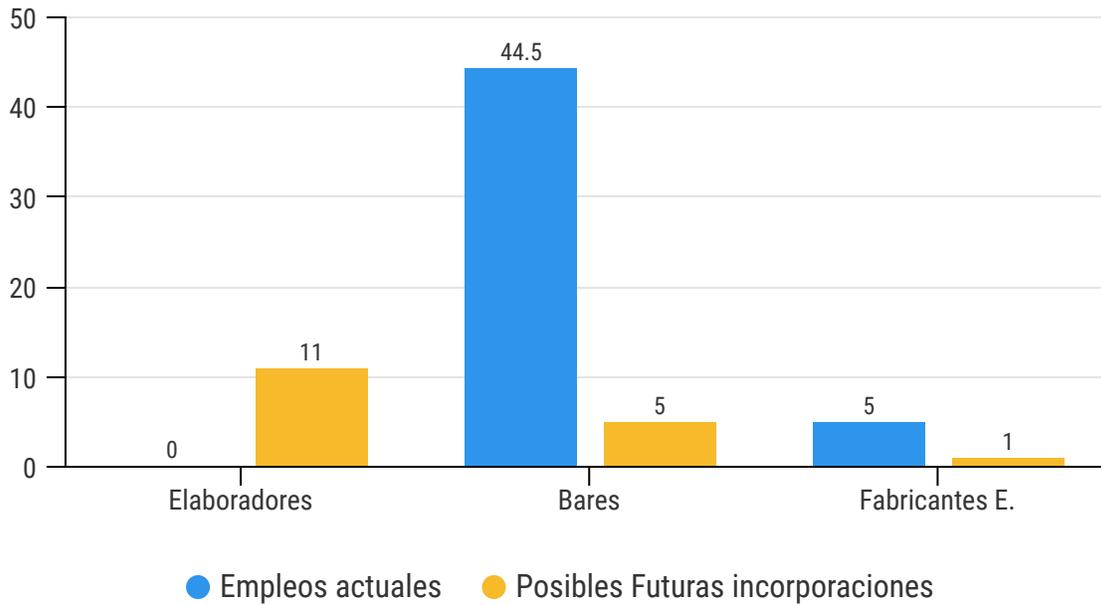
## Gráfico N° 22 - Financiamiento Fabricantes de equipos



Con respecto a los fabricantes de equipos, uno lo hizo a través de financiamiento propio y el otro a través de créditos bancarios, programa Rafaela Impulsa y aportes propios.

# Los números de los emprendimientos

Gráfico N° 23 - Mano de obra empleada



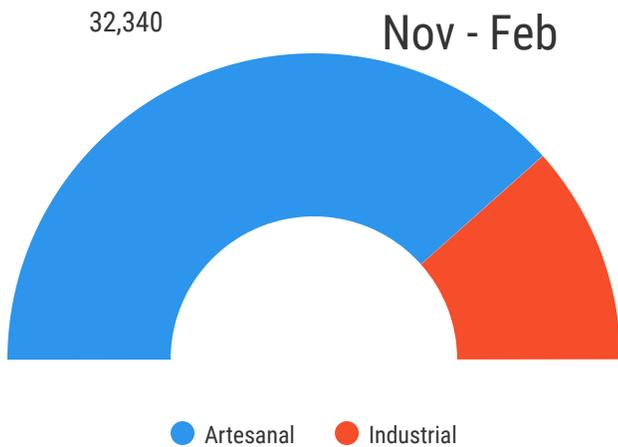
Con respecto a la mano de obra empleada, los emprendimientos elaboradores de cerveza actualmente no emplean personas y ninguno de ellos lo tiene como actividad principal, aunque en el medio plazo piensan emplear 11 personas, ya sea generando auto empleo o contratando.

Diferente es el caso de los bares relevados, en donde actualmente emplean 59 personas entre empleados o autoempleo (personas que viven del bar). Considerando que en muchos casos los contratos son por media jornada, los puestos completos generados por el sector ascienden a 44,5. La mayoría de los bares no planea incorporar gente, solo dos de ellos tienen pensado agregar puestos de trabajo vinculados a sus estrategias del negocio.

Para el caso de fabricantes de equipos, actualmente generan 5 puestos de trabajo entre empleo y autoempleo.

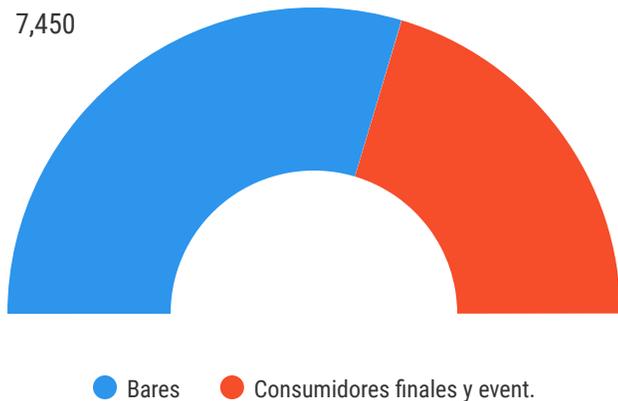
# Los números de los emprendimientos

## Gráfico N° 24 – Bares: Venta de cerveza en litros Nov - Feb



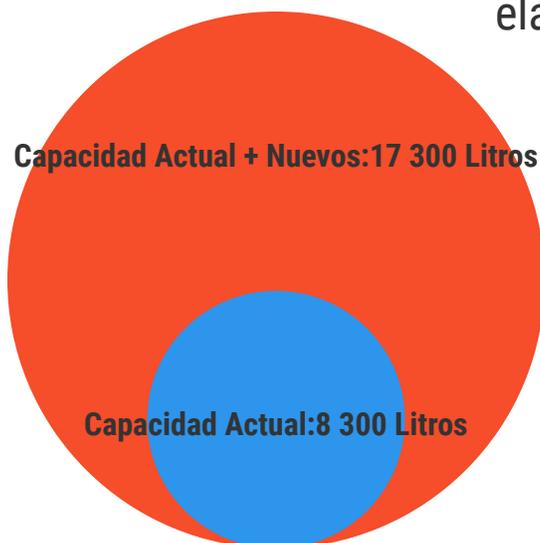
Visto y considerando que la mayoría de los bares relevados abrió sus puertas entre los meses de noviembre y diciembre del año 2017, los litros mostrados en el gráfico expresan el período Noviembre 2017 – Febrero 2018, ascendiendo la cantidad de litros vendidos de cerveza artesanal en bares a 32340 litros en estos meses, lo que representa en estos bares el 77% del total de cerveza vendida.

## Gráfico N° 25 – Bares: Venta de cerveza artesanal productores



Los cuatro elaboradores de cerveza artesanal habilitados vendieron en el mismo período que los bares 12570 litros aproximadamente, representando los bares el 59% de sus ventas.

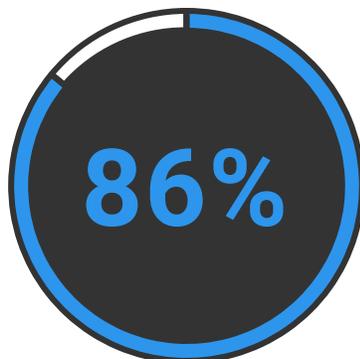
## Gráfico N° 26 – Capacidad de producción elaboradores de cerveza Mensual



En base a los emprendimientos habilitados y autorizados para vender, la capacidad máxima productiva de cerveza artesanal en la ciudad de Rafaela es de 8300 litros mensuales, algo que se incrementa a 17300 Litros mensuales con la incorporación de nuevos cerveceros y la ampliación de la capacidad de uno de los emprendimientos en marcha.

# Los números de los emprendimientos

Gráfico N° 27 – Bares ¿Compra cerveza artesanal local?



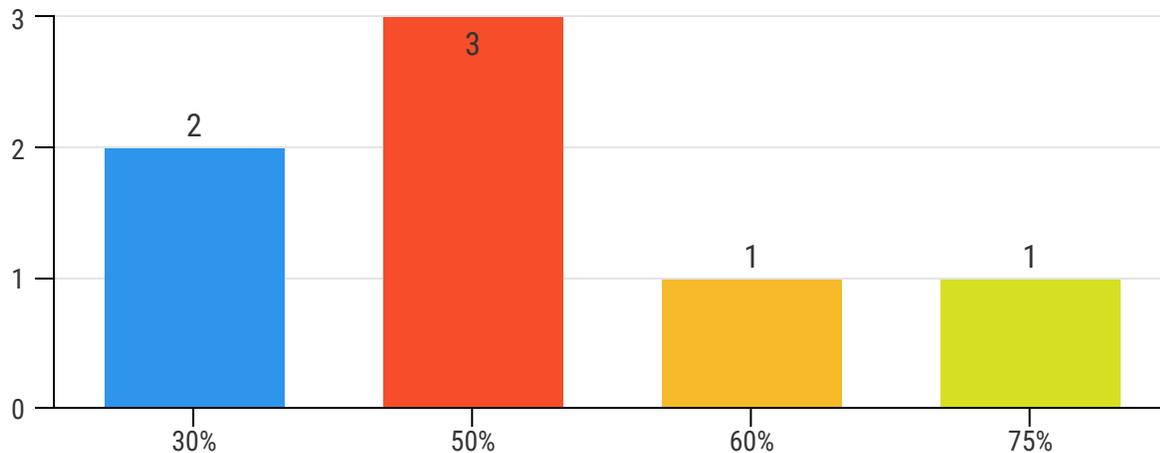
Solo uno de los siete bares encuestados no compra cerveza artesanal en la ciudad, este no lo hace debido a que expresa que el agua de la ciudad no es buena para realizar cerveza.

En cuanto a los que compran, se les preguntó el porque lo hacen en un bajo volumen, obteniéndose las siguientes respuestas:

-  Entablaron relación estrecha con el proveedor de fuera
-  Por precio manifestaron en dos casos
-  Por encontrarse mejor calidad fuera de la ciudad
-  Por encontrar mayor variedad fuera de la ciudad
-  El proveedor de fuera de la ciudad es inversor en el negocio.

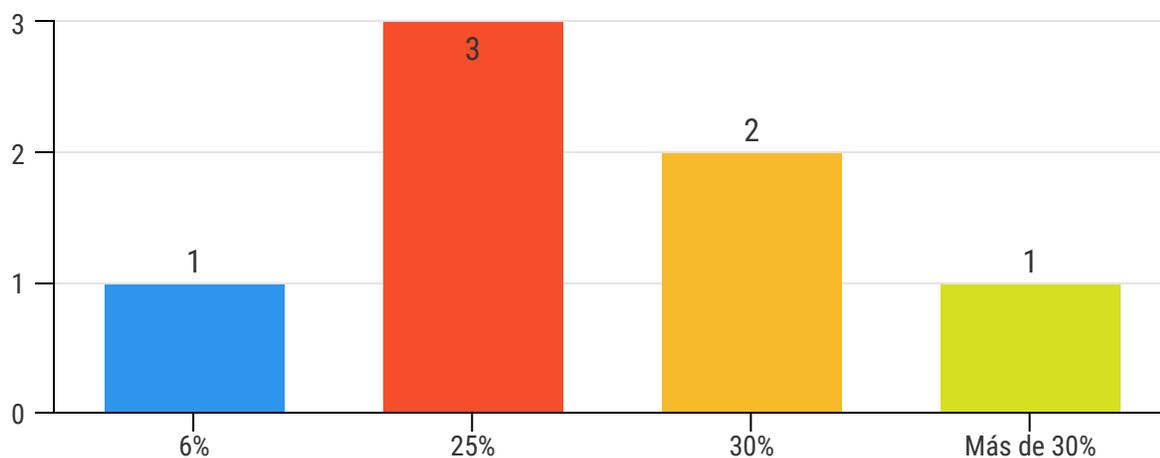
# Los números de los emprendimientos

Gráfico N° 28 – Ingresos de bares por bebidas en %



Para poder obtener un perfil de los bares encuestados, se les preguntó cuál era el % de ingresos del bar por la venta de bebidas (todo tipo de bebida), siendo el resto del porcentaje de ingreso en todos los casos, generados por la venta de comida. 5 de los 7 bares entrevistados obtuvieron el 50% o más de sus ingresos por comida, lo que marca una fuerte presencia de la parte restó dentro de los emprendimientos.

Gráfico N° 29 – Ingresos en bares por Cerveza artesanal %



Solo en uno de los casos la cerveza artesanal representa más del 30% (38% en este caso) de los ingresos del bar.

# Desafíos y perspectivas

Dentro de la encuesta realizada a cada uno de los actores de este entramado, uno de las cuestiones que se relevó fue la perspectiva y los desafíos que tenía para con el emprendimiento y para con el sector.



## Elaboradores de cerveza:

### **Perspectivas para con el emprendimiento**

El 100% de los emprendedores cree que su empresa va a crecer, tanto en el caso de los habilitados como los que van a dar el salto a una escala más grande. A continuación, se adjuntan algunos comentarios:

“Generar al emprendimiento como autosustentable, mantenerlo y hacerlo crecer ampliando la zona de venta”; “Crecimiento a largo plazo”; “Llegar a tener un bar con buena comida y cerveza artesanal, no en el corto plazo”; “Vender mucha cerveza a nivel provincial, no solo en Rafaela. Crecer. Tener una linda fábrica”; “Afianzarse en el mercado local, crecer y poder competir en un mercado cada vez con más jugadores”; “Poner en marcha la nueva fábrica”; “Forma de vida, morir siendo cervecero”.

### **Desafíos del emprendimiento**

En cuanto a los desafíos que tiene el emprendimiento aparecen varios temas, dependiendo la realidad de cada cervecero, pero se destaca sobre todos mejorar calidad y procesos, seguido de comercialización. Se nombran otros temas como acomodar finanzas, ampliar producción, superar la estacionalidad y la puesta en marcha para los que están en ese proceso.

### **Perspectivas para con el sector**

Al igual que con los emprendimientos particulares, para con el sector los cerveceros visualizan un crecimiento en el 100% de los casos. Los comentarios fueron:

“Se va a incrementar el sector en cantidad de bares y fabricantes, luego va a reducir hasta que quede el público que no tome por moda. Luego consumo sostenido.”; “Está en crecimiento, va a crecer más (uno o dos más veranos de crecimiento)”; “Tendencia a crecimiento y dependencia de los emprendimientos locales sobre sensibilización al público, ganándole espacios a la cerveza comercial.”; “Crecimiento, generación de empleo, Rafaela se va a convertir en un punto cervecero.”; “Crecimiento, en la ciudad queda mucho techo todavía.”; “Crecimiento del sector”; “Buenas expectativas, crecimiento en la ciudad para llegar al techo que va alcanzando en otros lugares.”

### **Desafíos del sector**

En cuanto a desafíos para con el sector, el consumidor ocupa un lugar importante en la agenda de todos los cerveceros, manifestando que un gran desafío es aumentar el número de consumidores y formarlos en el tema de la cerveza artesanal. Aparecen también como desafíos para con el sector superar la estacionalidad, el agua de la ciudad y formalizar la cámara cervecera de Rafaela.

# Desafíos y perspectivas



## Bares:

### **Perspectivas para con el emprendimiento**

El caso de los bares y restaurantes es diferente al de los cerveceros, ya que en un corto período de tiempo abrieron siete bares nuevos en la ciudad que ofrecen cerveza artesanal. En las entrevistas las opiniones sobre perspectiva se dividen entre crecimiento y mantenerse y afianzarse de manera muy pareja. Los comentarios fueron los siguientes:

“Afianzarse en el rubro. Mucho camino por recorrer”; “Consolidarse como bar, proyecto a largo plazo. Muto de bar a resto bar, retomar tema de bar.”; “Perdurar en el tiempo, que la gente nos siga eligiendo, generar cosas lindas y diferentes”; “Emprendimiento sustentable y crecimiento.”; “No parar nunca de agregar cosas y de mejorar”; “Ampliar el emprendimiento, pero no desde el bar actual, si no complementando con otro emprendimiento gastronómico”; “Seguir creciendo. Ampliación de patio cervecero para el verano.”

### **Desafíos del emprendimiento**

Los desafíos que visualiza por delante cada uno de los emprendimientos, al igual que con los elaboradores de cerveza, son diferentes, entre ellos se encuentran la superación de la estacionalidad, aumentar la cantidad de consumidores, posicionar la marca, consolidarse como bar, sumar otras bebidas, mantenerse e innovar.

### **Perspectivas para con el sector**

Con respecto al sector las opiniones de los actores varían al igual que con el emprendimiento entre la consolidación y el crecimiento. Los comentarios fueron:

“Positiva la perspectiva, ya que tuvo buena aceptación en la gente. Al día de hoy mucha competencia.”; “Crecimiento del sector y del consumo”; “Ideal es que todos tiren para el mismo lado y generar relaciones entre los actores. Apoyo al sector para hacerlo crecer. Las caras nuevas traen aire fresco al sector. Es muy factible el crecimiento del sector en la ciudad.”; “Sector que creció muchísimo en los últimos 12 meses y le queda mucho por consolidarse. Salto en la oferta y la gente acompañó el cambio.”; “Todavía tiene posibilidades de seguir creciendo, tanto el sector como para el bar.”; “El sector gastronómico en la ciudad se vio bastardeado por la competencia no todos van a sobrevivir.”; “Mantenimiento del sector, la moda va a quedar”

### **Desafíos del sector**

Los desafíos que plantean para con el sector coinciden en la mayoría de los casos con los desafíos del emprendimiento destacándose respuestas como aumentar cantidad de consumidores, consolidarse, mantener la oferta sin bajar calidad y superar estacionalidad.

## Hobby cervecero en la ciudad

Según se pudo detectar, aparte de los emprendimientos de elaboración de cerveza entrevistados, en la ciudad de Rafaela existen más de 20 personas o grupos de personas que elaboran cerveza artesanal en su casa, tanto para consumo personal y familiar como venta a algún amigo en algunos de los casos.

Si bien entre estos hobbistas predominan personas de entre 20 y 35 años, existe variedad en edades dentro del grupo. El tamaño de equipo más utilizado en la fabricación de cerveza como hobby es de 50 Litros, lo que permite obtener entre 30 y 35 litros finales aproximadamente, dependiendo de la receta y el proceso.

En Argentina existen varias empresas dedicada a la venta de equipos, insumos y cursos para la elaboración de cerveza, sobre todo para pequeños productores. No es casualidad que el tamaño de equipo de 50 Litros sea el más utilizado entre hobbistas, ya que es uno de los tamaños que ofrecen este tipo de empresas en el mercado para comenzar a experimentar.

Al igual que hobbistas cerveceros, en la ciudad también existe un pequeño emprendimiento de venta de insumos para elaboración de cerveza artesanal, aunque es muy incipiente. Los cerveceros artesanales de Rafaela, tanto habilitados como hobbistas, compran principalmente sus insumos en CIBART de la ciudad de Córdoba o MALT de la ciudad de Rosario

## Conclusión

El beber cerveza artesanal se transformó en una experiencia, una aventura hacia al mundo de la cerveza implica el descubrimiento de nuevos sabores y aromas en cada uno de los bares que ofrecen actualmente una variedad tan amplia como cerveceros hay en el país. Esta experiencia no solo se limita a cada uno de los estilos, que dicho sea de paso son muchísimos, sino también a cada una de las marcas o maestros cerveceros que elabora “su” receta de cerveza artesanal.

En base a las entrevistas realizadas y a la información obtenida, podemos decir que el tema de la cerveza artesanal ya estaba en la ciudad desde hace algunos años, pero podemos marcar al año 2017 como el año en que se popularizó su consumo, comenzando a introducir a toda la ciudad en el camino del redescubrimiento de esta bebida milenaria.

De la mano de esta movida, se destaca la generación de nuevas opciones de salidas en la ciudad para todos los Rafaelinos, la generación de nuevos puestos de trabajo, tanto directos como indirectos y las inversiones que giran en torno a este sector.

*“La búsqueda de la pinta perfecta debería durar toda la vida”*<sup>5</sup>

Michael Jackson, periodista y escritor

5. The Beer Times. Obtenido de <https://www.thebeertimes.com/25-frases-inmortales-sobre-la-cerveza/>

# Contacto

Lic. Diego Zinggerling

[diego.zinggerling@unraf.edu.ar](mailto:diego.zinggerling@unraf.edu.ar)

