

Cerveceros Argentinos 2016

Contribución económica de la categoría

La industria está instalada en nuestro país hace más de 125 Años y registró más de 700 Millones de dólares de inversión en los últimos 3 años.

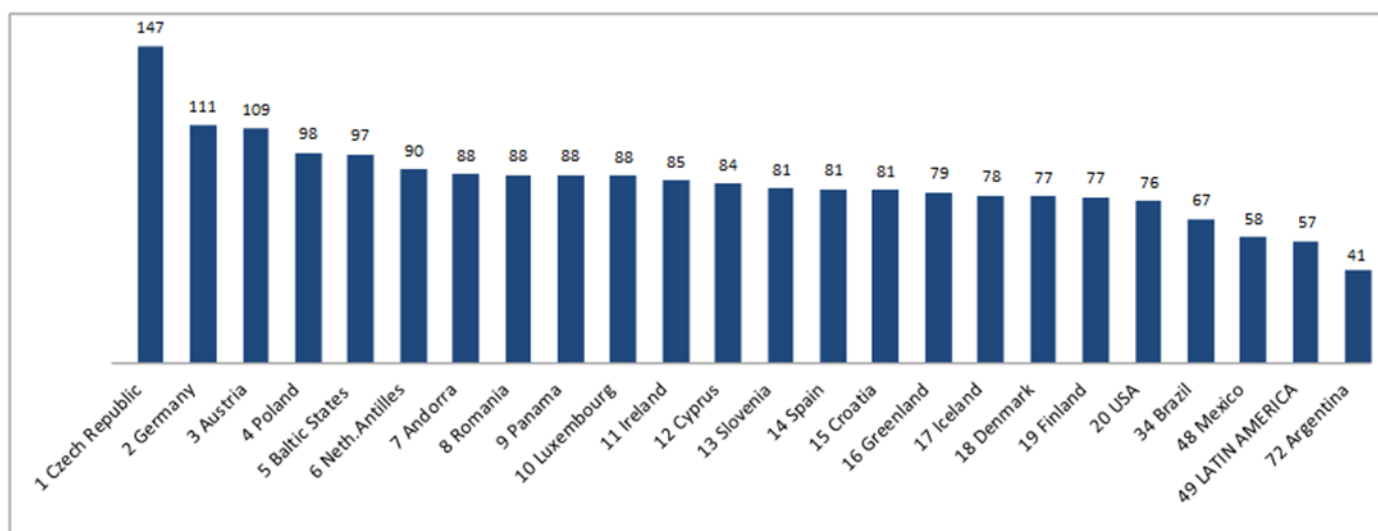
Actualmente emplea 7.900 Personas (9 Plantas Cerveceras y 6 malterías) en forma directa, y más de 114.000 en todo el sistema (Logística, Distribuidores (250) Of. De Ventas y Agro).

Es una industria federal, el 80% del empleo se distribuye en el interior mientras que el 20% en Capital Federal. El 90% de los insumos son producidos en el país, y procesados con manos Argentinas.

Consumo

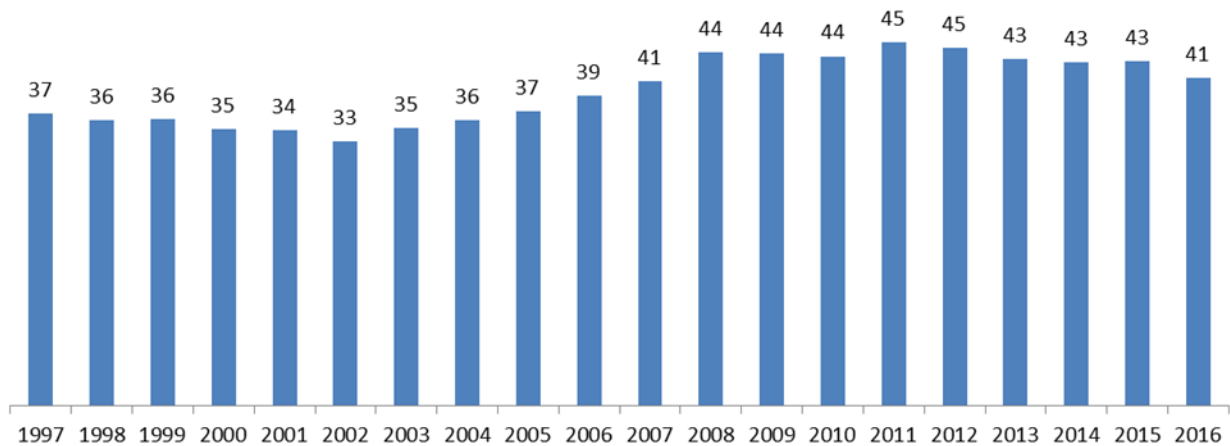
Se estima que la venta de cerveza al año en Argentina es de 16,5 millones de hectolitros con un consumo per cápita de 41 litros al año. Además, esta bebida tiene el 50 % del consumo de bebidas con alcohol, aunque su consumo se ha caído en los últimos años. La cerveza es una bebida con bajo contenido alcohólico 4,5% promedio, cuyos ingredientes son naturales (Agua, Malta de Cebada, Lúpulo, Levadura)

Consumo per cápita por país:

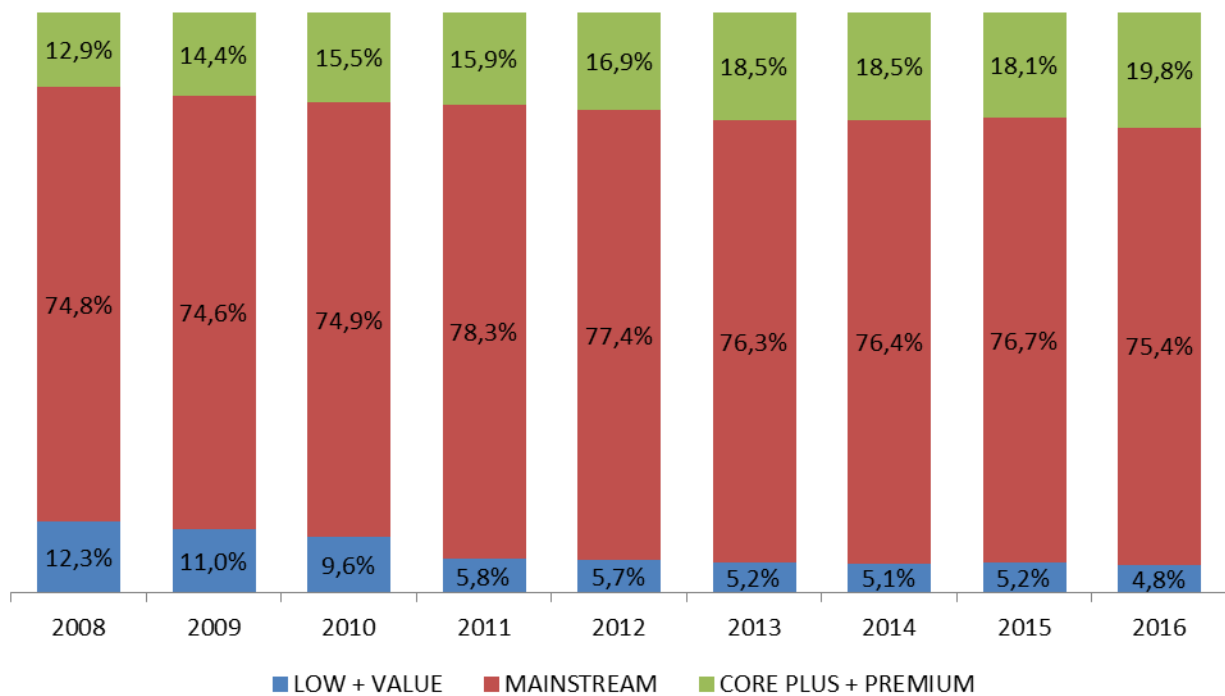




En los últimos 19 años, el consumo per cápita de cerveza creció. Logró su pico en 2011/12 con 45 litros per cápita y en 2016 bajó a 41 litros per cápita.



Por otro lado, el estudio confirma la tendencia creciente por las cervezas Premium en los últimos años, donde el consumidor valora muchos aspectos al momento de la compra por sobre el precio.





A partir de una encuesta realizada sobre 1000 personas, en conjunto con OH Panel!, obtuvimos la siguiente información:

- 7 de cada 10 cervezas que consume un argentino son rubias.
- El 59% de los argentinos toma cerveza durante el verano.
- El 34% de los argentinos toma cerveza entre 2 y 4 veces por semana.
- Más del 90% de los argentinos toma cerveza acompañado.
- El 86% consume cerveza durante el fin de semana.
- Más del 60% elige a la cerveza porque es una bebida para compartir con amigos.

Las Cías. ponen mucho énfasis en el consumo moderado, realizando campañas sobre 4 ejes:

- Seguridad Vial.
- No consumo de menores.
- Consumo responsable en adultos.
- Autorregulación publicitaria.