



Facultad de Ciencias Económicas
Sede Rosario - Campus Pellegrini
Carrera: Contador Público

Trabajo Final de Carrera Título:

“Análisis de factibilidad de una fábrica de cerveza artesanal” (PICP)

Alumno: Nicolás Daniel Scotti nicoscotti@hotmail.com

Tutor de Contenidos: CP. Cynthia Robson

Tutor Metodológico: Mg. Lic. Ana María Trottini

Agosto 2019

ÍNDICE

	Página
INTRODUCCIÓN	3
CAPÍTULO I	5
IMAGEN DE LA ORGANIZACIÓN	5
INDUSTRIA	5
PRODUCTOS	6
Proceso productivo	8
Análisis F.O.D.A.	12
CAPÍTULO II	14
ANÁLISIS DEL MERCADO	14
ESTRATEGIA COMERCIAL	21
CAPÍTULO III	24
ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO	24
Costos variables	25
Costos fijos	27
Indicadores económico-financieros	29
CONCLUSIÓN	32
BIBLIOGRAFÍA	33

INTRODUCCIÓN

La marca de cerveza Laster surge de un emprendedor dedicado a la elaboración de cerveza artesanal en pequeños volúmenes que detecta la posibilidad de realizar un plan de producción de ésta a gran escala, en cantidades aptas para la distribución en cervecerías, mini-markets y kioscos, en botellas de 500ml y barriles de 50 litros. A partir de esta idea se analiza la posibilidad de poner en marcha el proyecto para la comercialización de un producto que sea rentable y permita amortizar el costo de las instalaciones necesarias para dicha operación.

La empresa elaborará cerveza de primera calidad para satisfacer a los consumidores. Buscamos generar una marca reconocida en el mercado por su variedad “Laster Free”, elaborada sin gluten a base de granos de mijo, convirtiéndose así en un producto apto para el consumo de personas celíacas. Además, producirá las variedades tradicionales como: IPA, Porter, Scotch.

Dicha variedad generará la ventaja competitiva de la marca, ya que la mayoría de microcervecerías establecidas en Rosario no proveen variedades aptas para personas intolerantes al gluten, lo que otorga la posibilidad de utilizar esto para posicionar la marca en la mente del consumidor.

Los consumidores potenciales del producto son los jóvenes de 18 a 35 años de un sector social de clase media/alta. El consumo de cerveza per cápita en nuestro país es de 45 litros anuales según informes actualizados con datos del 2018, lo que demuestra que es un mercado muy amplio.

La estrategia para abarcar la mayor cuota de mercado como sea posible será otorgar los barriles en consignación a un precio más bajo que el de los competidores, además, de proveer cerveza libre de gluten y desarrollar estrategias de publicidad.

El proyecto arroja un VAN de \$5.139,05 y una TIR de 54,55%.

La inversión requerida para poner en marcha el negocio es de \$426.313,44. La misma, cubre el costo del equipo cervecero, instalaciones necesarias, materiales de laboratorio, filtros, comisiones por el alquiler del depósito, tanques para el

almacenamiento de la cerveza, inscripciones, altas impositivos y habilitación del establecimiento.

La fecha prevista para la puesta en marcha del proyecto es 15 de septiembre de 2019, permitiendo un plazo adecuado para la producción, fermentación y distribución, posibilitando el inicio de la comercialización en la temporada de primavera, época donde comienza a incrementarse la demanda.

CAPÍTULO I

IMAGEN DE LA ORGANIZACIÓN

Antecedentes de la organización y el proyecto

La idea surge de un productor de cerveza artesanal para su propio consumo que al observar el “boom” de los bares enfocados en la venta de ésta y el aumento de la demanda por parte de los jóvenes, vislumbra la posibilidad de hacer de su “hobby” un negocio a escala y económicamente viable.

Además de conocimientos en cerveza, requiere asesoramiento en cuanto a cuestiones alimentarias, ambientales, legales y una diferenciación respecto de los competidores del mercado.

Ante esta problemática surge la posibilidad de enfocarse en la elaboración de cerveza apta para personas celíacas, ya que éstas no pueden consumir cerveza a base de malta y en la mayoría de cervecerías locales no disponen de cervezas libres de gluten.

La visión de la empresa es ser una marca reconocida en cuanto a la calidad y variedad de los productos elaborados, los mismos son fabricados de forma artesanal y sin conservantes; llegando a la mayor cantidad de consumidores en la región, siendo reconocida por Laster Free, libre de gluten.

La misión es elaborar cerveza artesanal de calidad premium para su distribución en bares, cervecerías y locales comerciales.

INDUSTRIA

En Argentina, la industria cervecera está instalada desde hace más de un siglo, siendo actualmente empleadora directa e indirectamente de más de 120.000 personas en todo su circuito productivo incluyendo: logística, distribución, venta y agro.

Dentro de la industria alimenticia, su nivel de productividad es uno de los más altos, logrando 4,5 millones de toneladas por año, posicionando así a Argentina entre los

primeros exportadores a nivel mundial. Se siembran más de 1.000.000 de hectáreas anualmente, obteniéndose 797.000 toneladas de malta de las cuales el 25% es para consumo local y el resto para exportación.

PRODUCTOS

Se entiende por cerveza a la bebida resultante de fermentar, mediante levadura cervecera, al mosto de cebada malteada o de extracto de malta, sometido previamente a un proceso de cocción, adicionado de lúpulo. Una parte de la cebada malteada o de extracto de malta podrá ser reemplazada por adjuntos cerveceros¹ tales como los almidones y azúcares de origen vegetal.

Las materias primas utilizadas en la elaboración son: agua potable, malta/mijo, flores de lúpulo, levadura, azúcar², las mismas se pueden conseguir en el mercado local ya que el 90% de los insumos son producidos en el país, siendo el 10% restante importados. Se encuentran regidas por los precios del mercado mundial de granos lo que genera una fluctuación constante en los costos del producto.

Las cervezas clasifican en dos grupos:

ALEs	LAGERs
Utilizan levaduras denominadas de “alta fermentación”.	Utilizan levaduras de “baja fermentación”
Temperatura de fermentación “elevada” de 15 a 20 °C.	Temperatura de fermentación “baja” de 5 a 9 °C
Son más frutales y aromáticas	Tienden a ser más carbonatadas y frescas
Gustos fuertes	Gustos suaves
Consistencia cremosa	Aspecto claro
Se sirven a temperaturas entre 10 y 14 °C	Se sirven a temperaturas entre 5 y 8 °C
Dentro de este grupo se encuentran: <ul style="list-style-type: none"> - APA - IPA - Porter - Irish - Golden 	Dentro de este grupo se encuentran las variedades: <ul style="list-style-type: none"> - Pilsen - Bock - Munich³

¹ http://www.anmat.gov.ar/alimentos/codigoa/Capitulo_XIII.pdf

² <http://www.cervecerosargentinos.org/static/pdfs/DatosConsumo.pdf>

³ <http://www.cervecerosargentinos.org/la-cerveza>

Las cervezas industriales son de la variedad Pilsen mayormente, mientras que las artesanales son de tipo ALEs.

La marca ofrece las variedades: Irish, Golden, IPA y Laster Free, todas elaboradas con diferentes combinaciones de maltas de primerísima calidad y envasadas en botellas de 500ml. y recipientes recargables de 50 litros. Estos recipientes recargables cuentan con un sistema de conexión universal, “Tipo G”, que no requiere ningún tipo de adaptación a los mecanismos utilizados por los clientes.



Fuente: AMS | Xinhua

Beneficios de la cerveza

Estudios realizados recientemente exponen razones para confirmar que la cerveza puede brindar aportes para la salud. Algunas éstas son⁴:

- ✓ Rica en vitaminas: la cerveza contiene vitaminas del grupo B que ayudan a la reparación celular.
- ✓ Conserva los riñones sanos: al estar compuesta en un 90% por agua reduce en un 40% el riesgo de que se desarrollen piedras en los riñones.
- ✓ Reduce el estrés: ayuda a reducir el estrés y la ansiedad y, consecuentemente, las enfermedades cardiovasculares.

⁴ <http://www.cervecerosargentinos.org/mundo-cerveceros/nota/3-la-cerveza-es-saludable/>

- ✓ Posee propiedades antibacterianas: el lúpulo, ingrediente de la cerveza, tiene propiedades antibacterianas que ayuda a combatir infecciones.
- ✓ Reduce la posibilidad de padecer algunos tipos de cáncer.
- ✓ Previene el insomnio: la cerveza, al igual que el vino, pone soñolientas a las personas y les ayuda a dormir plácidamente.
- ✓ Previene la formación de coágulos sanguíneos que pueden bloquear el flujo de sangre.
- ✓ Ayuda a la densidad mineral ósea: la cerveza puede reforzar la resistencia de los huesos, debido a la alta cantidades de minerales presentes en la misma.
- ✓ Reduce el riesgo de contraer diabetes tipo 2: estudios revelan que los bebedores moderados de cerveza tienen un 30% menos riesgo de sufrir diabetes tipo 2.

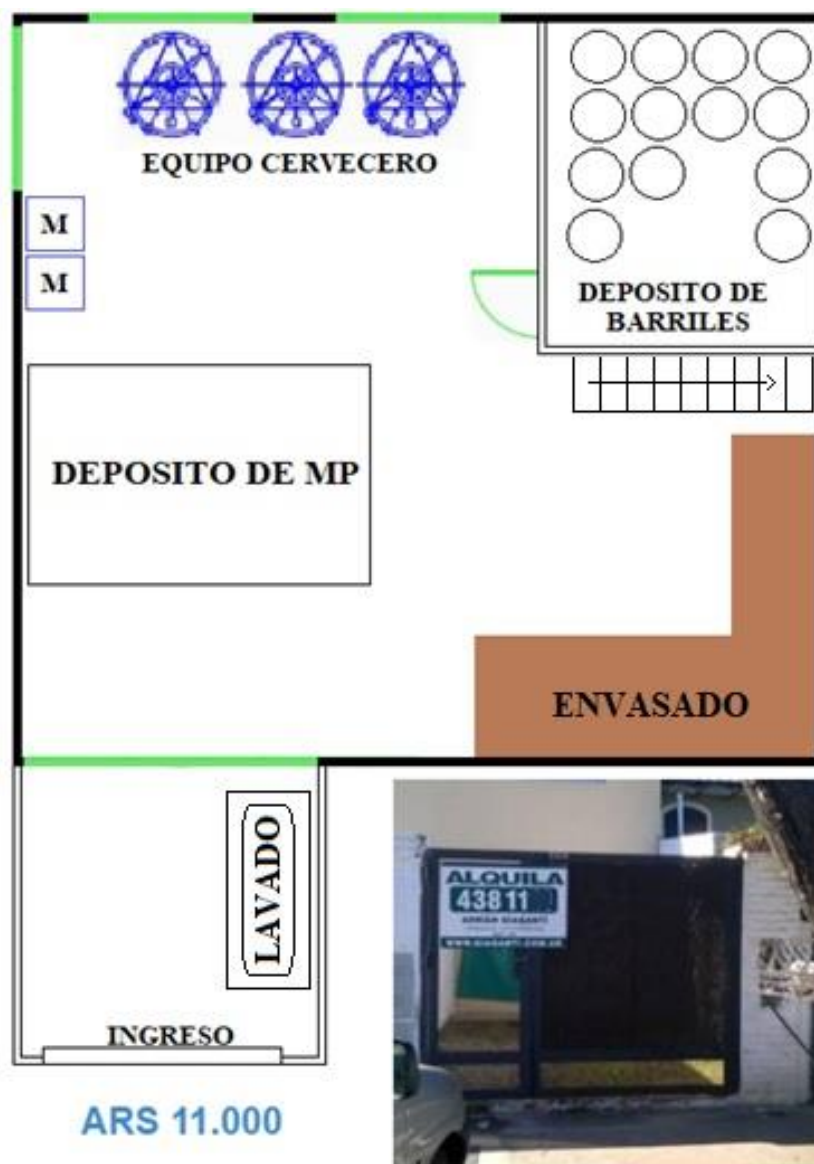
Estos son solo algunos de los beneficios aportados por la cerveza, siempre en un marco de consumo responsable.

Proceso productivo

La producción se llevará a cabo en un depósito acondicionado para la elaboración de cerveza, realizando las modificaciones necesarias en las instalaciones de luz, gas y agua, para la correcta instalación de los equipos, el depósito es alquilado por la empresa, ubicado en Rosario, Santa Fe. Dicha ubicación permitirá el fácil acceso para la carga de barriles y la descarga de insumos. Se montará un laboratorio semindustrial para la elaboración del producto.

En la siguiente imagen, se puede ver una distribución estimativa de los elementos en el laboratorio de fabricación para que resulte práctica la producción. En la planta de arriba se halla la oficina de administración de Laster y en la planta baja se encuentra:

- Una cámara para el almacenamiento de los barriles
- Área de carga y descarga.
- Sector para la elaboración del producto.
- Sector para el almacenamiento de la materia prima.
- Sector de envasado.
- Sector de lavado de barriles.
- Sector de molienda de granos.



La municipalidad de Rosario exige ciertos requisitos para la habilitación del local⁵:

- Constancia de inscripción ante la AFIP.
- Tasas General de Inmuebles del local a habilitar.
- Copia del estatuto.
- Constancia de desinfección y desratización del local a habilitar.
- Plano del local.
- Plano de la instalación de gas e informe de esta.
- Plano de la instalación eléctrica e informe de ésta.
- Plano de edificación conforme a obra y con final de obra.

⁵ <https://www.rosario.gob.ar/web/tramites/habilitacion-de-comercio-industria-o-empresa-de-servicio-0>

Costo del trámite:

- \$1230,00 Habilidadación.
- \$68,00 Libre Multa.

El contador procederá a realizar el trámite de inscripción ante la municipalidad presentando todos los requisitos y pagando los sellados correspondientes.

Los elementos necesarios para la producción son:

Equipo cervecero: el equipo para la producción es provisto por “ACERO304 CUSTOM BREWERY”. Es un equipo de primera calidad compuesto por:

- Bomba con cabezal inoxidable.
- Cañería completa en acero inoxidable.
- 2 ollas de 500 litros.
- Olla de 650 litros.
- Chimeneas de gases.
- Quemadores.
- Falso fondo con ranurado cervecero.
- Válvulas mariposa en toda la cañería
- Entrada Whirlpool
- Cañería completa



Elementos de laboratorio: además del equipo cervecero, se deben adquirir otros elementos como:

- Termómetros.
- Densímetros.
- Balanzas de precisión.
- Molinos.
- Barriles.
- Filtros de carbón.

El proceso de elaboración de cerveza consta de 7 etapas:

- Molienda: se desmenuza el grano de malta evitando destruir la cascara que actúa como filtro en la clarificación del mosto.
- Macerado: en este paso se extrae el almidón contenido en la malta transformándose en azúcares. Consiste en colocar la malta molida en agua sin cloro a una temperatura entre 60 y 70 °C dependiendo de la variedad de cerveza a elaborar, por un período de 90 minutos.
- Filtrado: en este paso se separan los restos de malta del líquido, al que llamamos mosto.
- Hervido: en este paso se hierve el mosto por 60 minutos y se procede a agregar el lúpulo que se encarga de darle el amargor y olor a la cerveza.
- Enfriado: se procede a enfriar el mosto en un período de tiempo corto (20 a 30 minutos) hasta que esté a aproximadamente 30 °C para continuar al siguiente paso.
- Fermentación: se coloca el líquido resultante hasta el momento en un tanque fermentador y se agrega levadura correspondiente para la variedad de cerveza que se desea producir. Allí se realiza la primera fermentación, las levaduras actúan en un período de 5 a 20 días dependiendo del tipo de cerveza.
- Envasado: se coloca la cerveza en el recipiente correspondiente y se agrega azúcar para que produzca una segunda fermentación que genera el gas característico de la cerveza artesanal. En 2 semanas estará lista para el consumo, dependiendo de la variedad.

Las materias primas utilizadas en la producción son:

- Agua: la misma constituye un 90% en su composición, siendo importante determinar el tipo de agua que se va a utilizar ya que influye en el producto final.

En la producción debe utilizarse agua sin cloro ya que éste afecta notablemente al producto.

- Malta: se denomina así al grano de cereal que ha pasado por el proceso de malteado. En la cerveza el grano más utilizado es el de cebada ya que es rico en almidón y proteínas, en el caso de la variedad libre de gluten se utiliza granos de mijo. Se utilizan distintas combinaciones de granos según la variedad de bebida que se desee obtener.
- Lúpulo: equilibra el sabor dulce del mosto dándole a la cerveza su amargor característico, también hace que la espuma de la cerveza sea más estable, se extrae de la flor de humulus lupulus. Existen distintos tipos: lúpulos de amargor, lúpulos aromáticos y lúpulos mixtos. Los tipos a utilizar dependen del producto que se desee obtener.
- Levadura: son microorganismos encargados de la transformación de los azúcares de la cerveza en alcohol y dióxido de carbono, produciendo así la fermentación.
- Clarificante: se utilizan durante el hervido y el madurado para darle estabilidad en el producto.
- Azúcar: es el encargado de la carbonatación de la cerveza, produce la fermentación y el gas característico de la bebida.

Las distintas combinaciones de estos elementos permiten obtener infinidad de variedades de cerveza para satisfacer los gustos de los consumidores.

Todos estos insumos son provistos por “Malt Insumos Cerveceros”, quienes tienen un amplio stock y otorgan una bonificación del 15% por la compra de grandes volúmenes, situado en la ciudad de Rosario, lo que nos posibilita conseguir rápidamente los materiales necesarios para la fabricación y a buen precio.

La capacidad instalada al inicio de la producción será de 500 litros por lote de cocción, con esta capacidad de producción no se producirán inconvenientes en la oferta del producto ante un repentino aumento de la demanda.

Análisis F.O.D.A.

Esta herramienta nos permite detectar las fortalezas y debilidades internas, propias de la empresa y también las oportunidades y amenazas del entorno en que funcionará la organización.

Fortalezas: son las capacidades especiales y recursos con los que cuenta la compañía

- Conocimiento sobre la producción de cerveza.
- Variedad de productos.
- Mayor sabor que las cervezas industriales.
- Variedad libre de gluten.
- Vínculo con los proveedores.

Oportunidades: son factores favorables del entorno, no controlados por la sociedad

- Mercado en crecimiento a nivel país.
- Crecimiento constante del número de bares a nivel país.
- Ley Pyme que genera beneficios impositivos a las empresas.
- Preferencia del consumidor por productos de mayor calidad.

Debilidades: son factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia

- Costos de la materia prima en dólares.
- La marca aún no es reconocida por el cliente.
- Competidores ya posicionados en la mente del consumidor.

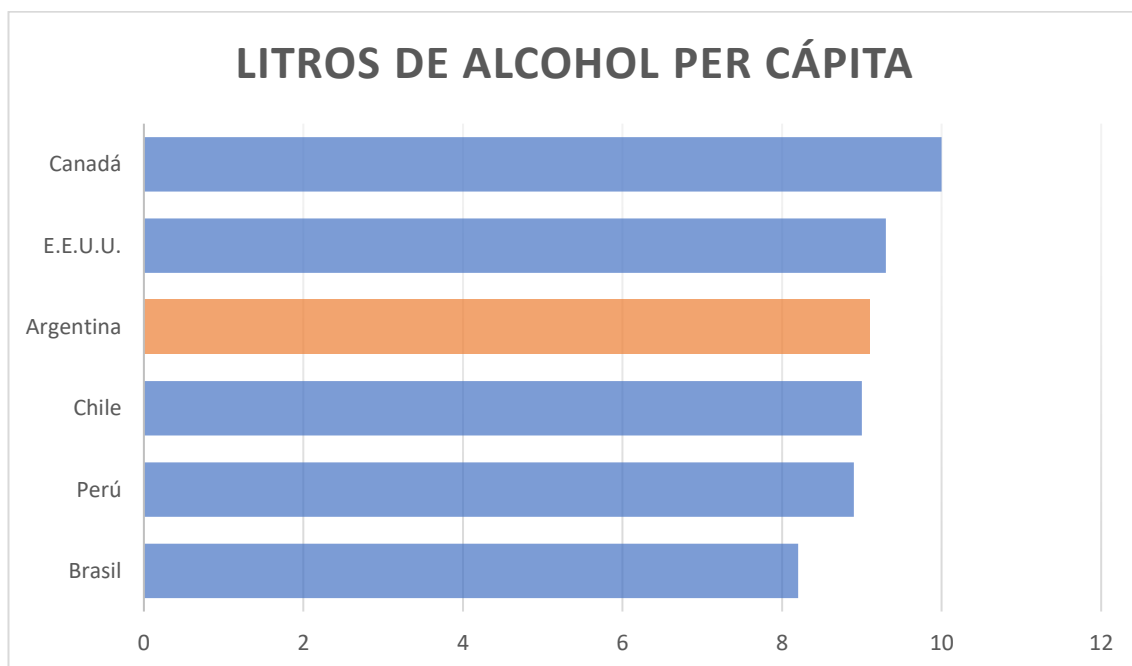
Amenazas: son situaciones del entorno que atentan contra la estabilidad de la empresa

- Bajas barreras para entrar al mercado lo que permite el ingreso de nuevos competidores.
- Grandes marcas de cervezas industriales comenzaron desarrollando cervezas “tipo artesanal”.
- Riesgo de saturación del mercado.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS DEL MERCADO

En Argentina el consumo de alcohol es de 9.1 litros per cápita, ubicándose en el tercer puesto de los países con mayor consumo de alcohol de América, detrás de Canadá (10L) y Estados Unidos (9,3L) respectivamente y estando por encima de países como Chile (9L), Perú (8,9L) y Brasil (8,2L). Estos datos permiten demostrar el arraigo del alcohol en la sociedad.



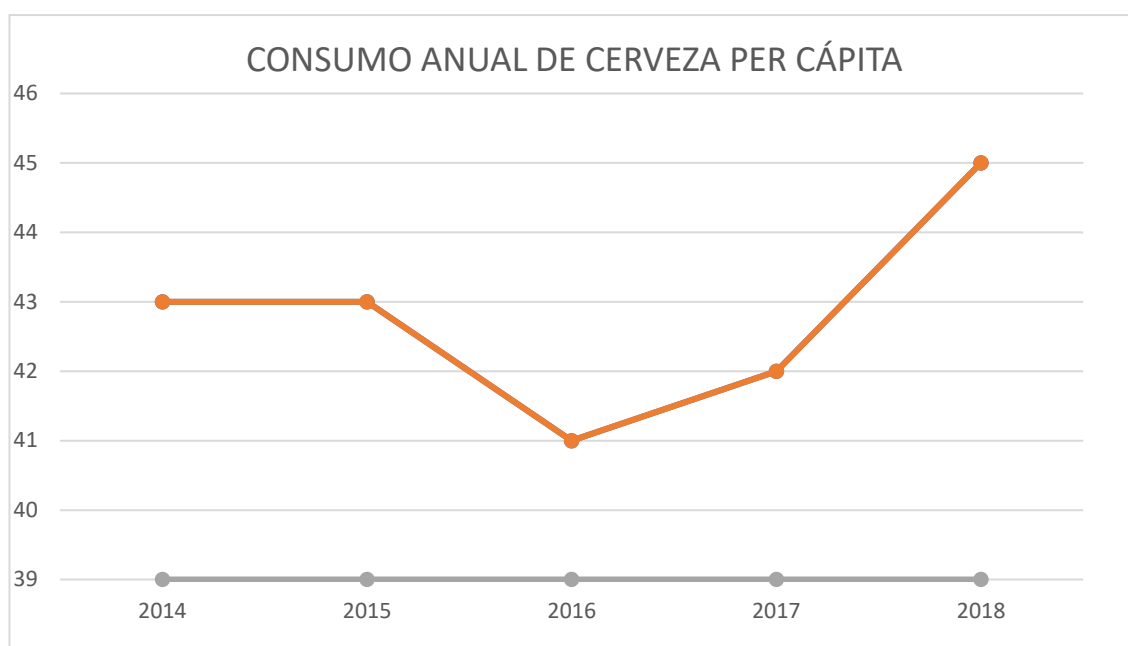
Fuente: elaboración propia con datos de “WHO Global Information System on Alcohol and Health (GISAH) / World Health Organization”

La cerveza, representa el 60% del consumo de bebidas alcohólicas siendo la más popular en la población local⁶. El consumo anual de la misma en la actualidad es de 45 litros per cápita⁷.

⁶ <https://www.infobae.com/sociedad/2017/05/18/argentina-el-pais-con-mayor-consumo-de-alcohol-de-america-latina/>

⁷ <https://www.claves.com.ar/sector/20-cerveza>

En el siguiente gráfico se puede ver la evolución del consumo de cerveza expresado en litros per cápita en Argentina durante los últimos 5 años.



Fuente: elaboración propia⁸.

A partir de una encuesta realizada por cerveceros argentinos en 2017, sobre 1000 personas, se obtuvo que:

- 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 amigos⁹.

Todo esto revela la preferencia del público argentino por la cerveza sobre el resto de bebidas alcohólicas, ya que es una bebida para disfrutar con amigos durante todo el año, especialmente en verano por su carácter refrescante.

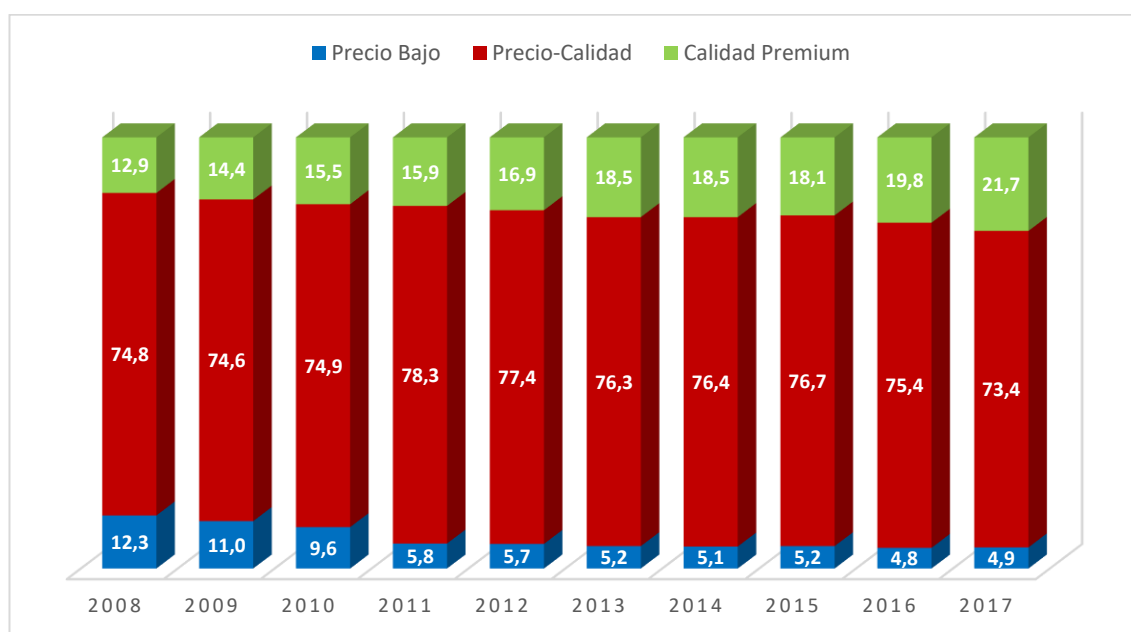
A su vez, estudios de Nielsen, revelan que los consumidores argentinos están dispuestos a pagar un mayor precio por un producto que consideran “premium”, siempre y cuando la calidad sea superior a los demás productos y contenga materia prima amigable

⁸ <https://pulsocervezero.com/consumo-cerveza-argentina-cayo-41-litros-per-capita-2016/>

⁹ <http://www.cervecerosargentinos.org/static/pdfs/DatosConsumo.pdf>

con el medio ambiente. Además de factores racionales, influyen factores emocionales, los consumidores acceden a productos premium porque los hace sentir bien y con mejor imagen de sí mismos¹⁰.

Como tendencia en los últimos años, las cervezas premium lograron afianzarse cada vez más en el mercado, dato que revela la preferencia del consumidor de un producto de calidad por sobre el precio. En el siguiente gráfico elaborado por cerveceros argentinos para el informe anual del año 2017, podemos ver como en los últimos años se da la preferencia del consumidor por productos de mayor calidad por sobre el precio.



Fuente: cervecerosargentinos.org

Un estudio sobre el posicionamiento de las cervezas industriales, realizado por “mercadodata.com” revela que el público rosarino en el período 2018, aumentó la demanda de las marcas “Imperial” y “Patagonia”¹¹, ambas ofrecen una cerveza industrial de calidad que las variedades promedio y con un sabor similar al de la cerveza artesanal, demostrando el favoritismo del consumidor por un producto de calidad sobre el precio.

En la siguiente tabla, se pueden ver las variaciones en el posicionamiento de las marcas en el mercado rosarino, de acuerdo con el consumo en el período 2018 comparándose con el período 2017, resaltando la variación del consumo de las marcas Patagonia e Imperial.

¹⁰ <https://www.nielsen.com/ar/es/insights/news/2017/productos-premium-una-categoria-con-potencial-en-Argentina.html>

¹¹ <http://www.mercadodata.com/down/MD-Cervezas%20i%202018.pdf>

Evolución del posicionamiento		
Ranking		Marca
2018	2017	
1°	1°	Quilmes
2°	2°	Brahma
3°	3°	Stella Artois
4°	8°	Patagonia
5°	9°	Imperial
6°	5°	Corona
7°	7°	Isenbeck
8°	4°	Heineken
9°	6°	Iguana
10°	-	Santa Fe

Fuente: mercadodata.com

Tamaño

En Argentina se estima que la producción anual de cerveza artesanal a nivel nacional fue aproximadamente de 28,6 millones de litros en el período de 2018¹².

Rosario cuenta con de más de 100 bares, lo que proporciona un amplio número de lugares donde se ofrecer el producto además de una infinidad de kioscos, mini-markets y más de 20 almacenes y locales para celífacos.

El mercado a ingresar es de 2 millones de litros anuales, según estimaciones de consumo de cerveza artesanal en Rosario¹³, dato que no pudo ser verificado ya que no se pudo constatar con otra fuente. Con estos datos podemos definir como cuota de mercado a alcanzar en el inicio de la producción de 1,5% del volumen anual de ventas. El volumen de ventas de Laster se estima en 30 mil litros anuales. Se estima un crecimiento anual de las ventas del 20% según las estipulaciones de la empresa.

Mercado loc.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tam. merc. \$	136.000.000	163.200.000	195.840.000	235.008.000	282.009.600
Tam. vol.	2.000.000	2.400.000	2.880.000	3.456.000	4.147.200
Cuota est. %	1,50%	1,80%	2,16%	2,59%	3,11%
Vol. a vender	30.000	35.100	41.067	48.048	56.216

¹² <https://www.claves.com.ar/sector/20-cerveza>

¹³ http://www.impulsonegocios.com/contenidos/2017/12/20/Editorial_46467.php

Clientes

Los clientes a los que se encuentra direccionado el producto son los bares y cervecerías de la ciudad de Rosario, como así también los kioscos, mini-markets y demás locales que se encuentren dispuestos a ofrecer cerveza libre de gluten y los tipos convencionales de cerveza elaborados por Laster.

Competidores

Los competidores indirectos de la organización son las grandes fábricas de cerveza industrial ya instaladas en el mercado y con un altísimo porcentaje de participación en el mismo. En nuestro país hay dos grandes grupos con la capacidad de formar el precio del producto:

- AB InBev: este grupo, de origen belga, posee la participación del 25% del mercado mundial de cerveza. En nuestro país comercializa las marcas: Quilmes, Brahma, Stella Artois, Budweiser y Patagonia entre otras.
- CCU: Compañía de Cervecerías Unidas es un grupo de origen chileno, en Argentina comercializa: Heineken, Miller, Isenbeck, Schneider, Grolsch, Santa Fe e Imperial, entre otras marcas comerciales.

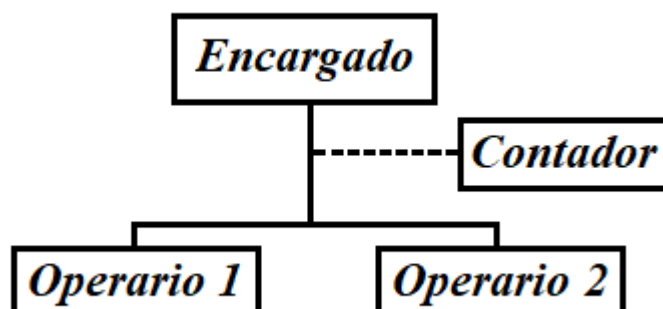
Los competidores directos de Laster son las fábricas de cerveza artesanal instaladas como “Peñón del águila” y “Antares” que atienden el mismo público que esta empresa. También existen microcervecerías en la ciudad, pero ninguna tiene una marca establecida en el mercado. Para esto, Laster recurrirá a estrategias publicitarias para darse a conocer, imponerse en mercado y posicionarse en la mente del consumidor.

Capital humano y organización:

La empresa cuenta con un organigrama vertical, compuesto en primer lugar por el propietario que a su vez asumirá el papel de encargado dentro de la organización, dedicándose a la venta de los productos y de poner a disposición las materias primas necesarias para la fabricación. El nivel inferior se compone por dos operarios dedicados completamente a la elaboración de cerveza, limpieza del laboratorio y envasado del producto. La empresa cuenta además con un contador externo que:

- Se encarga de efectuar el plan de negocios de la empresa.
- Define el encuadre jurídico y realiza la inscripción ante el RPC.

- Da de alta a la empresa en los impuestos correspondientes.
- Brinda la asesoría necesaria.



Aspectos legales

El contador se ocupará de determinar el tipo societario más conveniente para la inscripción de la sociedad, tomando en cuenta los impuestos y todos los costos que acarrea cada tipo. A su vez también se encargará de la liquidación de los sueldos correspondientes a cada empleado, de definir el convenio de trabajo a utilizar para cada uno basado en las funciones que desarrollan; de la realización del análisis del proyecto, determinación de los costos de producción; brindará asesoría en materia financiera, como definir las políticas de financiación para que resulte de la forma más conveniente para maximizar la utilidad del proyecto.

En su rol, el contador, procederá a redactar el contrato constitutivo y su inscripción ante el Registro Público de Comercio y la Inspección General de Personas Jurídicas. Una vez realizado dicho trámite, podrá acceder con el CUIT del representante legal de la sociedad a la página de AFIP para solicitar el alta de la actividad, dar de alta los impuestos correspondientes. También, procederá a registrar la empresa como PyME, una vez registrada recibirá el certificado MiPyME que otorga algunos beneficios como:

- ✓ Pago diferido del IVA.
- ✓ Planes de pago.
- ✓ Reducción de retenciones.
- ✓ Beneficios para capital emprendedor.
- ✓ Elimina el impuesto a la ganancia mínima presunta.
- ✓ Financiación especial para microempresas¹⁴.

¹⁴ <https://pymes.afip.gob.ar/estiloAFIP/PYMES/default.asp>

Los requisitos¹⁵ para acceder a certificado son: tener CUIT, clave fiscal de nivel 2, estar dentro del régimen general y estar adherido a tramites a distancia (TAD), requisitos muy fáciles de cumplir para Laster.

La empresa se constituirá como sociedad por acciones simplificada (S.A.S.), este es un nuevo tipo societario que se puede constituir de manera simple, rápida, ahorrando costos y haciendo menos tramites¹⁶. Esta forma societaria permite la protección del capital personal de los socios, siendo responsables solamente por el capital suscrito, evitando cualquier tipo de riesgos en el capital personal del propietario ante cualquier inconveniente que pudiera surgir.

Ventajas de las SAS:

- Es un tipo societario adecuado para pequeñas y medianas empresas.
- La responsabilidad de los socios está limitada a las acciones que suscriban.
- Puede crearse como sociedad unipersonal.
- Publicación automática en el Boletín Oficial.
- Se puede constituir con un estatuto modelo, ahorrando tiempo y dinero.
- Bajos requerimientos de capital social.
- Valor del trámite de inscripción más bajo que en las S.A. y S.R.L.
- Al realizar la inscripción automáticamente se obtiene la C.U.I.T. de la S.A.S.
- No es necesaria la sindicatura.
- Solicitud de alta de impuestos y solicitar la factura A en línea.
- Facilidad para abrir una cuenta corriente bancaria.

Desventajas:

- Tributación del impuesto a las ganancias del 30%.
- No tiene beneficios impositivos.
- Las sociedades controlantes del art. 299 de la ley 19550 no podrán constituir sociedades controladas como S.A.S.
- Escasa regulación acorde a este tipo societario que da lugar a confusiones en determinadas cuestiones¹⁷.

¹⁵ <https://pymes.afip.gob.ar/estiloAFIP/pymes/ayuda/requisitos.asp>

¹⁶ <https://www.argentina.gob.ar/sas>

¹⁷ <http://www.elderecho.com.ar/includes/pdf/diarios/2017/09/29092017.pdf>

Libros exigidos: se les exige llevar libros de inventario y balances; de IVA; diario; actas; de registro de acciones¹⁸.

Decidimos optar por este tipo de sociedad, debido a que otorga protección del capital personal del propietario ante cualquier eventualidad. Se constituye como S.A.S. y no como S.R.L. o S.A. porque para la constitución de éstas se requiere un número de 2 o mas socios y este proyecto cuenta con un solo propietario.

Aspecto ambiental

Laster es una empresa comprometida con el cuidado del ambiente. El proceso productivo de la cerveza genera gran cantidad de residuos orgánicos los cuales serán recogidos por la empresa “CleanCity” dos veces en la semana, quienes darán a dichos residuos un tratamiento adecuado cumpliendo así con el requerimiento de la municipalidad de Rosario para el desarrollo de esta actividad.

ESTRATEGIA COMERCIAL

Estrategia general

La estrategia para dar a conocer el producto será a través de publicidad en redes sociales, principalmente en Instagram, pero también en Facebook. Además, ofrecerá promociones en bares que comercialicen Cerveza Laster, como “Happy-Hour” en horario extendido, para afianzar la marca.

Estrategias de publicidad

Como estrategia publicitaria, se instalarán puestos de ventas en la fiesta de la cerveza que se realiza en pichincha y en la fiesta del “Paseo Pellegrini”, permitiendo que los consumidores puedan visualizar la marca y los celíacos no se queden afuera de esta fiesta que año tras año convoca a más jóvenes. En dichas fiestas, también, se regalarán 400 litros del producto para que la gente se acerque a los puestos de Laster y puedan degustar el producto en todas sus variedades.

¹⁸ <http://www.blasco.com.ar/2017/12/05/sas-vs-srl-24-hs/>

Además, para ir imponiendo la marca, regalarán un total de 350 vasos pinta estampados con el logo de la “L” dorada a los locales que comercialicen los productos para que el cliente identifique el logo.

También la marca comercializará el producto en botellas de 500ml. con una etiqueta atractiva que permita que un mayor número de consumidores y potenciales consumidores conozcan la marca. Esta línea de producto se decide incorporar como estrategia publicitaria y no por la rentabilidad que aportan.

El logo de la marca es una letra “L” dorada, con una corona, simbolizando el objetivo de la empresa de liderar el mercado.

En marketing, el color es una característica muy utilizada para captar la atención del cliente. Los colores permiten:

- Mostrar el producto más atractivo.
- Crear estímulos de venta, es decir que es imprescindible para atraer la atención del consumidor.
- Darle al producto personalidad propia, diferenciándolo de la competencia.
- Posicionar la marca dentro de las escalas de valores y segmentación por clases socioeconómicas¹⁹.

El color dorado se relaciona con alegría, felicidad, el verano o el sol. En el logo, este color, quiere transmitir felicidad y calidez. Es conveniente la utilización de este para anunciar productos de ocio y novedades. El bordó, suele asociarse con la aventura, la energía, el vigor o la pasión. Por último, el color negro, transmite valores como tradición, seriedad, elegancia y misterio.

Es muy importante para que el emprendimiento pueda lograr los objetivos de ventas en el corto y largo plazo que se realicen inversiones en publicidad y en estrategias de comercialización.

¹⁹ http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/opencd/archivos/4666_open.pdf



Estrategia de precio

La estrategia de precios de Laster consiste en ofrecer sus productos a un precio menor que el de la competencia, permitiendo así que las cervecerías puedan llevar a cabo promociones propuestas por la marca, manteniendo su margen de ganancias.

También analizamos la forma más adecuada de financiación, permitiendo que un mayor número de bares se decidan a elegir Cerveza Laster como la preferida para sus canillas, debido a la financiación y a la rentabilidad que permite el producto.

Estrategia de distribución

La distribución será efectuada a través de un transporte de terceros a cargo del cliente, lo que permite adecuar los gastos de transporte al número de ventas sin tener que asumir mayores costos fijos por un mayor número de empleados y los gastos que un medio de transporte propio generaría. El transporte se encarga de entregar las botellas y los barriles y retornarlos a la fábrica para que puedan ser recargados y volver a iniciar así el proceso.

CAPÍTULO III
ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

Inversión inicial

Detallamos a continuación, los elementos necesarios para el montaje del laboratorio, inscripción de la sociedad y demás materiales necesarios para el desarrollo de la actividad, clasificados por: equipos, instalaciones y otros gastos. Los valores detallados en la inversión inicial son estimativos en base a los presupuestos solicitados a los diferentes proveedores de los distintos elementos.

INVERSION INICIAL			
EQUIPOS	IMPORTE	CANTIDAD	TOTAL
Equipo cervecero completo	\$271.487,60	1	\$271.487,60
Tanques 200L	\$566,12	30	\$16.983,47
Filtro de agua	\$1.727,27	2	\$3.454,55
Hidrolavadora	\$2.305,79	1	\$2.305,79
Arts. Laboratorio	\$3.553,72	1	\$3.553,72
Tapadora de botellas	\$2.726,45	2	\$5.452,89
Barriles 50L.	\$6.280,99	5	\$31.404,96
Moedor de malta	\$4.619,83	2	\$9.239,67
TOTAL			\$343.882,64

INSTALACIONES	IMPORTE	CANTIDAD	TOTAL
Gastos alquiler deposito	\$27.232,80	1	\$27.232,80
Gasista	\$3.420,00	1	\$3.420,00
Plomero	\$2.000,00	1	\$2.000,00
Electricista	\$2.400,00	1	\$2.400,00
TOTAL			\$35.052,80

OTROS COSTOS	IMPORTE	CANTIDAD	TOTAL
Análisis del proyecto	\$17.945,00	1	\$17.945,00
Inscripción de la sociedad	\$23.535,00	1	\$23.535,00
Habilitación del local	\$1.298,00	1	\$1.298,00
Capacitación de empleados	\$2.300,00	2	\$4.600,00
TOTAL			\$47.378,00

Costos variables

Los costos variables anuales se componen por los egresos directamente relacionados con las cantidades producidas en el período de un año. Detallando los costos por litro, costos por barriles y los costos variables totales.

COSTO VARIABLE BARRILES				
PRODUCTO	C. por litro	C. por barril	CANTIDAD	TOTAL
Irish Red	\$27,96	\$ 1.398	108	\$150.976,86
Golden	\$23,68	\$ 1.184	144	\$170.483,39
IPA	\$27,33	\$ 1.367	156	\$213.195,94
Laster Free	\$20,08	\$ 1.004	174	\$174.706,88
TOTAL				\$709.363,06

A continuación, se detalla el costo del producto en botellas de 500ml. En la primera columna se establece el precio de 500ml. de cerveza y a este costo se le suma el valor del envase más etiqueta y tapa.

COSTO VARIABLE BOTELLAS				
PRODUCTO	C. por litro	C. envase	CANTIDAD	TOTAL
Irish Red	\$14,12	\$ 15,50	200	\$5.923,83
Golden	\$11,96	\$ 15,50	200	\$5.491,50
IPA	\$13,80	\$ 15,50	500	\$14.651,54
Laster Free	\$10,14	\$ 15,50	900	\$23.076,93
TOTAL				\$49.143,79

Dentro de los costos variables, se incluyó el porcentaje de desperdicio estimado para cada litro de producto. El porcentaje de desperdicio en la elaboración de cada barril es del 5% lo que nos arroja un resultado de desperdicio de 2,5 litros, este desperdicio se produce en la etapa de fermentación, en el traspaso de la mercadería de los barriles del almacén a los barriles para el despacho a clientes. En cambio, en la elaboración de productos embotellados el desperdicio es del 6%, el 5% se produce en la etapa de fermentación como en el caso de los barriles y el 1% restante se produce en el envasado del producto en las botellas de 500ml.

En el siguiente cuadro podemos ver el porcentaje de desperdicio del producto y el incremento en el costo variable generado.

DESPERDICIOS		
PRODUCTO	D. por litro	TOTAL
Irish Red barril	5%	\$ 1,33
Irish Red botella	6%	\$ 0,80
Golden barril	5%	\$ 1,13
Golden botella	6%	\$ 0,68
IPA barril	5%	\$ 1,30
IPA botella	6%	\$ 0,78
Laster F. barril	5%	\$ 0,96
Laster F. botella	6%	\$ 0,57

En este cuadro, podemos ver otros costos variables incurridos durante la producción.

OTROS COSTOS VARIABLES			
DETALLE	C. mensual	CANTIDAD	TOTAL
Gas	\$3.000,00	12	\$36.000,00
DREI	\$1.189,84	12	\$14.278,12
Ingresos Brutos	\$7.839,38	12	\$94.072,50
TOTAL			\$144.350,62

Derecho de Registro e Inspección: es una tasa aplicada por el municipio por la habilitación, control de las actividades comerciales, preservación de la salubridad,

seguridad e higiene, entre otras cuestiones. La base imponible es el neto de ventas, que al multiplicarla por el 6,83% se determina el monto del gravamen a ingresar.

Ingresos Brutos: corresponde según dice la ley por el ejercicio habitual en el territorio o en la jurisdicción de la Provincia de Santa Fe del comercio, industria, profesión, oficio, negocio, locaciones de bienes, obras o servicios o de cualquier otra actividad a título oneroso cualquiera sea la naturaleza del sujeto que la preste y el lugar donde se realice, se pagará un impuesto²⁰. Para esta actividad corresponde una alícuota del 4,5%. El monto a ingresar se calcula según el neto de ventas por la alícuota.

Costos fijos

Los costos fijos se componen por las erogaciones que no dependen de la cantidad de unidades producidas. Se incurre en los mismos independientemente de la producción. Los mismos se detallan para el período de un año.

COSTOS FIJOS ANUALES			
GASTO	IMPORTE	MESES	TOTAL
Alquiler	\$11.000,00	12	\$132.000,00
Luz	\$950,00	12	\$11.400,00
Consumo de agua	\$1.200,00	12	\$14.400,00
TGI	\$700,00	12	\$8.400,00
Teléfono e internet	\$800,00	12	\$9.600,00
Productos de limpieza	\$500,00	12	\$6.000,00
Gasto en operarios	\$48.252,58	12	\$579.030,96
Gasto encargado	\$29.904,69	12	\$358.856,28
Servicio de recolección CleanCity	\$3.500,00	12	\$42.000,00
Servicios mensuales contador	\$5.800,00	12	\$69.600,00
TOTAL			\$1.231.287,24

²⁰https://www.santafe.gov.ar/index.php/web/content/download/213216/1105413/file/Impuesto%20sobre%20los%20Ingresos%20Brutos%20_T%C3%ADtulo%20Segundo_%20_Art.%20174%20a%20219_.pdf

En este cuadro, podemos ver los costos relacionados con la publicidad.

OTROS COSTOS			
GASTO	IMPORTE	UNIDADES	TOTAL
Publicidad	\$27,29	800u	\$21.833,43
Vasos estampados	\$62,81	350	\$21.983,47
TOTAL			\$43.816,90

Ventas

Se detallan los precios de ventas, el número de unidades que se espera vender de cada producto y los ingresos generados por producto en base a las expectativas que se tiene sobre el proyecto para el primer año de funcionamiento, distribuidos en ventas por barriles y ventas por botellas.

VENTA ANUAL BOTELLAS			
PRODUCTO	P. por botella.	CANTIDAD	TOTAL
Irish Red	\$ 45	200	\$9.000,00
Golden	\$ 45	200	\$9.000,00
IPA	\$ 50	500	\$25.000,00
Laster Free	\$ 55	900	\$49.500,00
TOTAL			\$92.500,00

VENTA ANUAL BARRILES				
PRODUCTO	P. por litro	P. por barril	CANTIDAD	TOTAL
Irish Red	\$ 60	\$ 3.000	108	\$324.000,00
Golden	\$ 60	\$ 3.000	144	\$432.000,00
IPA	\$ 70	\$ 3.500	156	\$546.000,00
Laster Free	\$ 80	\$ 4.000	174	\$696.000,00
TOTAL				\$1.998.000,00

Flujo de fondos

El flujo de fondos es una herramienta que nos permite realizar una proyección de las utilidades o pérdidas futuras de la empresa mediante el análisis de ingresos y egresos estimados para un año. Sirve para determinar la viabilidad del proyecto mediante el

análisis del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) para tomar decisiones minimizando el margen de error.

FLUJO DE FONDOS

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas						
Ingresos por BARRILES		1.998.000,00	2.397.600,00	2.829.168,00	3.338.418,24	3.939.333,52
Ingresos por BOTELLAS		92.500,00	111.000,00	130.980,00	154.556,40	182.376,55
Total Ingreso por Ventas		2.090.500,00	2.397.600,00	2.829.168,00	3.338.418,24	3.939.333,52
Costos Variables						
Materia Prima e insumos BARRILES		709.363,06	851.235,67	1.004.458,09	1.185.260,55	1.398.607,45
Materia Prima e insumos BOTELLAS		49.143,79	58.972,55	69.587,61	82.113,38	96.893,79
Gas		36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00	36.000,00
DREI	6,83%	14.278,12	16.375,61	19.323,22	22.801,40	26.905,65
Ingresos Brutos	4,50%	94.072,50	107.892,00	127.312,56	150.228,82	177.270,01
Total Costos Variables		758.506,85	851.235,67	1.004.458,09	1.185.260,55	1.398.607,45
Utilidad Marginal		1.331.993,15	1.546.364,33	1.824.709,91	2.153.157,69	2.540.726,07
Costos Fijos						
Alquiler		132.000,00	132.000,00	132.000,00	132.000,00	132.000,00
Agua		14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00	14.400,00
Teléfono e internet		9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00	9.600,00
Luz		11.400,00	11.400,00	11.400,00	11.400,00	11.400,00
TGI		8.400,00	8.400,00	8.400,00	8.400,00	8.400,00
Productos de limpieza		6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Gastos en operarios		579.030,96	579.030,96	579.030,96	579.030,96	579.030,96
Gastos en encargado		358.856,28	358.856,28	358.856,28	358.856,28	358.856,28
Servicio de recolección CleanCity		42.000,00	42.000,00	42.000,00	42.000,00	42.000,00
Servicios contador		69.600,00	69.600,00	69.600,00	69.600,00	69.600,00
Total Costo Fijos		1.231.287,24	1.231.287,24	1.231.287,24	1.231.287,24	1.231.287,24
Otros Costos						
Publicidad		21.833,43	21.833,43	21.833,43	21.833,43	21.833,43
Vasos estampados		21.983,47	21.983,47			
Total Otros Costos	\$ -	43.816,90	43.816,90	21.833,43	21.833,43	21.833,43
Utilidad Antes de Imp. Gcia.	\$ -	56.889,01	271.260,19	571.589,24	900.037,02	1.287.605,40
Impuesto a las Gcia.	30,0%	17.066,70	81.378,06	171.476,77	270.011,11	386.281,62
Utilidad Despues de Imp. Gcia.	\$ 0,00	39.822,30	189.882,13	400.112,47	630.025,91	901.323,78
Inversion						
(*)A invertir	\$ 426.313	-	-	-	-	-
Total Inversión	\$ 426.313	-	-	-	-	-
Flujo de Fondos	\$ -426.313,44	39.822,30	189.882,13	400.112,47	630.025,91	901.323,78

Tasa de Descuento	54,01%
VAN	5.139,05
TIR	54,55%
Plazo de recupero de la inversión	2,50

Crecimiento 20% anual

Indicadores económico-financieros

Tasa de descuento

La tasa de descuento es el coste de capital que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro. Es muy utilizada a la hora de evaluar proyectos de inversión. Nos indica cuánto vale ahora el dinero de una fecha futura.

La tasa del 54,01%²¹ se determinó en base a la fijada por el Banco Nación al día 13 de junio de 2019 por la colocación de un monto similar por un año en plazo fijo electrónico.



Canal	Sucursal	Electrónico
Plazo	365 días	365 días
Capital	\$420.000	\$420.000
Intereses ganados	\$88.255,86	\$226.828,56
Monto total	\$508.255,86	\$646.828,56
TNA	21,01%	54,01%

Valor actual neto

El VAN es un criterio de inversión que permite conocer la viabilidad de un proyecto. Si el resultado de éste fuera mayor o igual a cero el proyecto es rentable.

En el caso de este proyecto el VAN arroja un resultado de \$5.139,05 por lo que se debería proceder con la inversión.

Tasa interna de retorno

Es la tasa de rentabilidad que ofrece un proyecto de inversión, es el porcentaje de rendimiento o pérdidas que se obtendrá por los fondos que no se retiren del proyecto. Permite medir la verdadera rentabilidad del proyecto, a mayor TIR mayor rentabilidad.

La tasa interna de retorno que arroja este proyecto es de 54,55%

Período de recupero de la inversión

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo requerido para recuperar la inversión inicial del proyecto.

El tiempo estimado para el recupero de la inversión realizada en este caso es de 2 año y 6 meses aproximadamente según las estimaciones.

²¹ <https://www.bna.com.ar/SimuladorPlazoFijo/SubInterna/PlazoFijo?subInterna=SimuladorPlazoFijo>

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el monto en dinero en que los ingresos igualan a los costos fijos más los costos variables. Determinando este valor definimos el monto mínimo de ventas a realizar durante el ejercicio. Si las ventas se ubican por debajo del punto de equilibrio, el ejercicio nos arrojará pérdidas.

En este caso, los ingresos anuales deben ser de \$2.177.961,61 para poder cubrir los costos fijos y variables anuales, según el volumen de ventas proyectado.

CONCLUSIÓN

La cerveza artesanal es aquella que contiene solo ingredientes naturales, no lleva aditivos ni conservantes, producida en una fábrica pequeña e independiente a partir de métodos tradicionales.

El mercado artesanal muestra un importante crecimiento sostenido en los últimos años, un sector con mucho potencial y grandes posibilidades de inversión.

Si bien en la ciudad son varios los emprendimientos, debido a las bajas barreras de ingreso al mercado y las escasas regulaciones, el mismo no se encuentra saturado ya que la demanda supera ampliamente a la oferta.

Laster pone su énfasis en la satisfacción del cliente, para lo cual ofrece un gran nivel de servicio, variedad de productos de alta calidad con el fin de garantizar el reconocimiento, diferenciación y posicionamiento de la marca. Para que esto resulte, es muy importante la realización de inversiones en promociones y publicidad, destinadas principalmente al público joven, que permitan lograr los resultados esperados en el período pactado.

Optamos por el tipo de S.A.S. por las facilidades que se dan para su constitución y la limitación en la responsabilidad de los socios ante alguna eventualidad.

Luego del análisis de factibilidad sobre la puesta en marcha de una fábrica de cerveza artesanal, podemos decir que el proyecto resulta rentable para su puesta en práctica dado a que el VAN resultó positivo permitiendo recuperar la inversión efectuada en un período de dos años y medio según las proyecciones realizadas. A su vez, la tasa TIR resultó mayor a la tasa de descuento establecida, lo que demuestra mayor rentabilidad de este proyecto de inversión.

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

Dei H. Daniel. (2006). La Tesis. 2e. Buenos Aires: Prometeo Libros.

Sabino, Carlos. (1998) Cómo hacer una tesis. Edición ampliada. Buenos Aires: Editorial Lumen Humitas.

Scavone, Graciela M. (2006). Cómo se escribe una tesis. Buenos Aires: La ley.

Sitios Web:

Informe de cerveceros argentinos año 2017:

<http://www.cervecerosargentinos.org/static/pdfs/DatosConsumo.pdf>

Cerveceros argentinos:

<http://www.cervecerosargentinos.org/la-cerveza>

<http://www.cervecerosargentinos.org/quienes-somos>

<http://www.cervecerosargentinos.org/mundo-cervezero/nota/3-la-cerveza-es-saludable/>

ANMAT – Bebidas fermentadas:

http://www.anmat.gov.ar/alimentos/codigoa/Capitulo_XIII.pdf

Municipalidad de Rosario:

<https://www.rosario.gob.ar/web/tramites/habilitacion-de-comercio-industria-o-empresa-de-servicio-0>

AFIP:

<https://pymes.afip.gob.ar/estiloAFIP/PYMES/default.asp>

<https://pymes.afip.gob.ar/estiloAFIP/pymes/ayuda/requisitos>

Gobierno Provincial:

https://www.santafe.gov.ar/index.php/web/content/download/213216/1105413/file/Impuesto%20sobre%20los%20Ingresos%20Brutos%20_T%C3%AADtulo%20Segundo_%20_Art.%20174%20a%20219_.pdf

Gobierno Nacional:

<https://www.argentina.gob.ar/sas>

Nielsen:

<https://www.nielsen.com/ar/es/insights/news/2017/productos-premium-una-categoria-con-potencial-en-Argentina.html>

Mercado Data:

<http://www.mercadodata.com/down/MD-Cervezas%20i%202018.pdf>

Estudio Blasco contadores:

<http://www.blasco.com.ar/2017/12/05/sas-vs-srl-24-hs/>

Universidad de Palermo:

http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/opencd/archivos/4666_open.pdf

Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Santa Fe:

<https://www.cpcesfe2.org.ar/wp-content/uploads/2019/04/Honorarios.pdf>

Compañía de Cervecerías Unidas:

<http://www.ccu.com.ar/nuestras-marcas/>

AB InBev:

https://www.ab-inbev.com/content/dam/universaltemplate/ab-inbev/News/Press%20kit/ABI_FS16_Argentina.pdf

Claves:

<https://www.claves.com.ar/sector/20-cerveza>

Diarios:

Grispo, J. Melloni, P. (2017, 29 de septiembre). Sociedades Anónimas Simplificadas. Ventajas y desventajas del nuevo tipo social.

<http://www.elderecho.com.ar/includes/pdf/diarios/2017/09/29092017.pdf>

Argentina, el país con mayor consumo de alcohol de América Latina. (2017, 18 de mayo).

<https://www.infobae.com/sociedad/2017/05/18/argentina-el-pais-con-mayor-consumo-de-alcohol-de-america-latina/>

Vizcarra, M. (2017, 20 de diciembre). En Rosario se venden 2 millones de litros de cerveza artesanal al año.

http://www.impulsonegocios.com/contenidos/2017/12/20/Editorial_46467.php

El consumo de cerveza en Argentina cayó a 41 litros per cápita en 2016. (2017, 12 de abril).

<https://pulsocervecero.com/consumo-cerveza-argentina-cayo-41-litros-per-capita-2016/>