vinetur

El sector cervecero argentino impulsa el Día de la Mujer Cervecera con una participación estimada del 30%

La primera edición homenajeará a Hildegarda de Bingen y a María Fernández Preisegger con catas, cursos y visitas

jueves 27 de agosto de 2026



El sector cervecero artesanal argentino celebrará el próximo 5 de septiembre la primera edición del Día de la Mujer Cervecera, una fecha impulsada por Colectiva de Cerveceras y Birreras de Argentina con el apoyo de la Cámara de Cerveceros Artesanales de Argentina (CCAA). Las tres entidades quieren que el primer sábado de

septiembre quede institucionalizado como una jornada fija para visibilizar y documentar el aporte de las mujeres al desarrollo de la cerveza artesanal del país y para mostrar su trabajo profesional dentro de la industria.

La propuesta también busca favorecer la entrada de nuevas generaciones de mujeres en la actividad y avanzar hacia un sector más inclusivo y representativo, según plantean las organizaciones promotoras. La iniciativa pone el foco no solo en la producción, sino también en la investigación, la formación, la comunicación, la gestión y la participación en espacios técnicos como los paneles de cata.

La elección de la fecha incluye un doble homenaje. Por un lado, a Hildegarda de Bingen (1098-1179), abadesa, científica y naturalista, a quien se reconoce por haber documentado las propiedades y los beneficios del uso del lúpulo en la elaboración de cerveza. Por otro, a María Fernández Preisegger, conocida como “La Galle”, cervecera argentina, docente, ambientalista y biotecnóloga, que fue una de las primeras profesionales del país en desarrollar un proyecto de cerveza inclusiva sin TACC en su cervecería Ninka.

Rulo Bustillo, vicepresidente de la CCAA, afirma que la iniciativa pretende reconocer el papel histórico de las mujeres en la producción cervecera y hacer visible el trabajo que realizan en la actualidad. A su juicio, la nueva jornada debe servir como “una herramienta de sensibilización y difusión” mediante actividades educativas, culturales y comunitarias orientadas a reconocer a las mujeres como protagonistas del sector.

Sobre la presencia femenina en la actividad, la cámara precisa que todavía no existen datos oficiales, aunque sitúa en torno al 30% la participación de mujeres en tareas ligadas a la industria cervecera. Esa estimación incluye trabajo en plantas, producción, laboratorio, comunicación, enseñanza y paneles de cata. Las entidades promotoras añaden que esos niveles serían parecidos o incluso más bajos en otros países de Latinoamérica.

El arranque práctico de la propuesta tuvo lugar el 28 de julio con una cocción colaborativa en la fábrica de Madre Tierra, en La Plata. La cervecería está dirigida por Rocío Lezcano, socióloga y cervecera, copropietaria del proyecto y autora del libro “Mujeres Cerveceras en Argentina”. Según explican las impulsoras, esa investigación

sociológica sobre la presencia femenina en el rubro también dio pie a la idea de institucionalizar la fecha. La jornada fue abierta y reunió a mujeres referentes del sector.

Para esa elaboración se eligió una Grisette, una cerveza histórica originaria de la región minera de Henao, en la frontera entre Bélgica y Francia. Las organizaciones promotoras explican que su nombre se asocia a la piedra gris de la zona o a los vestidos grises de las servidoras de las tabernas. Era una bebida pensada para la reposición rápida de los mineros y se caracteriza por una graduación baja, de entre 3,0% y 5,0%, color dorado pálido y, con frecuencia, un aspecto turbio por el uso de trigo. También presenta cuerpo ligero, final muy seco, alta carbonatación y notas herbales, rústicas o cítricas.

Esa cerveza se presentará durante la jornada del próximo 5 de septiembre y se venderá en distintos puntos de Argentina en formato de latas y barriles, con el objetivo de dar difusión a la nueva conmemoración en bares y espacios cerveceros.

Lezcano sostiene que la presencia de las mujeres en la cerveza artesanal debe asumirse con normalidad en todos los niveles, desde la producción y el laboratorio hasta la dirección, la comercialización y la toma de decisiones. También defiende que la capacitación y las redes de apoyo son básicas para que más mujeres puedan profesionalizarse, acceder a nuevos espacios y encontrar referentes dentro de un sector históricamente masculinizado. En su valoración, la equidad exige más formación y financiación, acceso a puestos técnicos y de decisión, condiciones laborales adecuadas y reconocimiento de las mujeres como productoras, técnicas, empresarias, investigadoras y responsables de proyectos.

La agenda prevista para esta primera edición incluirá actividades lideradas por mujeres para hacer visible su trabajo en el sector cervecero actual. Entre las propuestas previstas figuran cocciones, degustaciones, catas, presentaciones de cerveza, cursos y visitas a fábricas.

La puesta en marcha de esta fecha coincide con un momento en el que la cerveza artesanal argentina mantiene una estructura muy fragmentada. En un relevamiento reciente elaborado a partir de una muestra de cervecerías de todo el país, la CCAA describe un sector dominado por pequeños emprendimientos y con una fuerte

concentración geográfica en Buenos Aires.

Ese informe indica que 7 de cada 10 cervecerías tienen una capacidad instalada de menos de 10.000 litros al mes. Solo el 3% trabaja en una escala superior a 100.000 litros mensuales, un nivel que la cámara sitúa cerca de la semiindustria. La CCAA sostiene que esa fragmentación permite flexibilidad y adaptación, aunque reduce las economías de escala.

Los modelos de negocio también muestran una estructura diversa. El 42% de las cervecerías relevadas opera como fábrica pura, dedicada solo a la producción. El 27% combina producción con tap room, el 21% integra bares propios y el 10% utiliza formatos alternativos, entre ellos operaciones de fasón, con producción tercerizada, y eventos esporádicos.

La distribución sigue muy apoyada en la venta directa. El 75% de las cervecerías no trabaja con distribuidores y comercializa sus productos directamente al consumidor final. A eso se añade otra señal del tamaño medio de las empresas del sector: el 74% opera con siete personas o menos, incluidos los socios.

La antigüedad de los proyectos confirma además el perfil reciente de buena parte del mapa cervecero argentino. La CCAA señala que el 50% central de las cervecerías abrió entre 2013 y 2018, de modo que gran parte de la industria tiene menos de 13 años. Solo el 19% ha ampliado su oferta a otras bebidas.

En cuanto a estilos, la Blonde/Golden/Pilsen aparece entre las tres cervezas más vendidas en el 90% de las firmas consultadas. Después figuran la American IPA, con 64%; la APA/Session IPA, con 48%; y la Honey, con 38%, según el relevamiento de la cámara.