vinetur

La industria cervecera sostiene 71.402 empleos en Chile, uno de cada 130 trabajadores

El sector equivale al 1,46% del PIB, con la mayor parte del empleo en comercio y hostelería

jueves 12 de noviembre de 2026



La Asociación de Productores de Cerveza de Chile (ACECHI) presentó este miércoles, 11 de noviembre, en Santiago, un estudio de Euromonitor International que atribuye a la industria cervecera 71.402 empleos en el país y un peso equivalente al 1,46% del PIB. La entidad dio a conocer esas cifras durante la primera edición de los Premios Chile País Cervecero, celebrada en el Teatro Mori Bellavista.

El informe sitúa el valor del mercado cervecero chileno en 4,97 billones de pesos chilenos en 2025. ACECHI resume ese alcance con otra referencia: uno de cada 130 trabajadores del país depende de forma directa, indirecta o inducida de esta actividad.

La mayor parte del empleo ligado a la cerveza se concentra fuera de las fábricas. De los 71.402 puestos de trabajo, 5.933 corresponden a empleo directo en cervecerías, productores y envasadores; 6.963 son empleos indirectos vinculados a insumos y envases, y 58.506 se generan en el comercio, bares y restaurantes. El estudio añade que por cada empleo directo en una cervecería se mantienen otros 11 en el resto de la cadena.

Euromonitor también cifra en unas 400 las cervecerías repartidas por Chile y les atribuye el 43,2% del empleo directo del sector. Para ACECHI, ese dato refleja una actividad extendida en distintas zonas del país y con presencia tanto en la producción como en la hostelería y la distribución.

En consumo, Chile registró 53 litros per cápita en 2025. Entre los países comparados por el estudio, junto a Argentina, Colombia y Perú, el mercado chileno aparece como el segundo mayor consumidor por habitante, solo por detrás de Colombia. El informe añade otro dato de precio: Chile presenta la mayor disposición a pagar del grupo, con una media de 4,87 dólares por litro.

El segmento premium concentra el 69% del valor del mercado, de acuerdo con Euromonitor. El trabajo también atribuye un papel central a bares y restaurantes: aunque reúnen el 19,8% de los litros consumidos, generan el 50,5% del valor económico de la industria. Esa diferencia apunta a que el consumo fuera del hogar tiene mucho más peso en la facturación que en el volumen total.

Andrés Toro, director ejecutivo de ACECHI, señaló durante el acto que la cerveza “es un motor de empleo y de encuentro” y vinculó la creación de estos premios al propósito de reconocer a quienes participan en esa cadena. La ceremonia estuvo conducida por el periodista Rodrigo Guendelman y terminó con un encuentro entre asistentes en Bar de Patio.

En la entrega de galardones, Cerveza Cuello Negro recibió el premio a mejor packaging. El Honesto Mike, en Providencia, fue reconocido como mejor bar cervecero, mientras que el Festival Cervecero Independiente, de ACI Chile, obtuvo el premio a mejor evento cervecero. La serie Fraction, de Cervecería Jester, fue elegida mejor lanzamiento del año.

La organización concedió además el premio a la trayectoria a Cervecería Kunstmann y distinguió a Asbjorn Gerlach como embajador de la cultura cervecera. ACECHI informó de que los ganadores fueron elegidos por un jurado base formado por representantes del gremio y de empresas proveedoras, entre ellos Bárbara Wolff, presidenta de la asociación, y Andrés Pérez, presidente de ACI, junto a ejecutivos de Maltexco, GE Corp, Cristalerías Chile, Vidrala, Navarro y Cía., Insumos Prost y Lúpulos Hueimen.

A ese jurado se sumaron especialistas por categoría. Nickole Pizarro participó en mejor packaging; José Luis Merino en mejor bar cervecero; Alexis Rodríguez y Alejandro Pavez en mejor lanzamiento del año; Daniel Trivelli en mejor evento cervecero; Paula Silva en el premio a la trayectoria, y José Antonio Alcalde en embajador de la cultura cervecera.

El estudio presentado por ACECHI abarca el periodo 2023-2025 e incluye previsiones hasta 2030. Además del tamaño del mercado en volumen y valor, analiza consumo, empleo directo, indirecto e inducido, aportación equivalente al PIB e impuestos como el IVA y el ILA, con una comparación regional entre Chile, Argentina, Colombia y Perú.