

La cerveza representa el 1,8% del PIB vasco, según La Salve

La cerveza es la bebida alcohólica con mayor impacto en la economía

ALIMARKET ALIMENTACIÓN | 12/11/2018 Cervezas



Gangoti, han presentado un estudio sobre el sector cervecero vasco. En esta exhaustiva radiografía han participado **2.064 consumidores** de cerveza habituales que han respondido acerca de sus gustos, tendencias y su opinión respecto al consumo en relación a la economía o sobre la marca bilbaína 'La Salve'.

Entre las conclusiones se destaca que la cerveza es la bebida con contenido alcohólico con mayor impacto en la economía. El sector de **la cerveza representa actualmente el 1,8% del PIB, según datos de 2017**, muy lejos del 0,52% que suponía en 2008. Hasta la vuelta de La Salve al mercado, Euskadi carecía de una empresa cervecera que arañara un porcentaje significativo de ventas del mercado. El incremento sostenido en ventas de La Salve, la extensión geográfica y el modelo de competitividad permite a la economía vasca ser de nuevo partícipe de este mercado en auge, señalan en un comunicado.

Tal y como se extrae del estudio, el consumo de cerveza está fuertemente unido a las relaciones sociales, ya que **el 73,48% de los consumidores lo hace en los bares**, el lugar cervecero por antonomasia, y el 63,51% declara hacerlo con amigos. Además, cuatro de cada cinco encuestados (79,3%) declara consumir cerveza con frecuencia (diariamente o varias veces a la semana); y la cerveza, con un 28,41%, aparece como la **segunda bebida preferida por los consumidores para acompañar las comidas** por detrás del agua (43,94%), superando ampliamente al vino (12,5%) y a los refrescos (2,5%). Respecto a la época del año, el 51,39% confiesa consumir más cerveza en verano, aunque el 41,29%, un porcentaje relevante, bebe la misma cantidad de cerveza a lo largo de todo el año. Esto arroja una pista importante acerca del auge del sector cervecero.

El consumidor busca diferencia y calidad

Los participantes del estudio, un 64,02% de hombres y un 31,06% de mujeres de diferentes lugares de Euskadi, emitieron también su opinión acerca de cuestiones relacionadas con la evolución de la economía y su incidencia en el consumo. De esta forma, **el 54,67% declaró gastar lo mismo que el año pasado en cerveza** y el 29,80% consideró que actualmente gasta más. Respecto a los hábitos en las salidas de ocio, el 37,37% gasta más en comida; el 43,31% más en bebida y un 6,19%, más en espectáculos. Esto demuestra el reto al que se enfrenta la industria alimentaria: adaptarse a las tendencias de un consumidor cada vez más exigente y más preocupado por su salud y bienestar; que invierte cada vez más en este sector y que busca diferencia y calidad.

De hecho, cuando los encuestados fueron preguntados acerca de lo que más tenían en cuenta a la hora de elegir una cerveza en concreto, las respuestas no dejan lugar a dudas: **un 56,69% elige en base a la calidad. Le sigue un 24,12% que elige su marca favorita**; un 9,47% valora que proceda de su entorno y un 13,89%, que la receta sea diferente. Un 8,84% elige en base al precio; y, por último, un 6,94% basa su elección en que se trate de una marca conocida. También fueron preguntados además por lo que más valoran a la hora de elegir una cerveza. Los términos con mayor representación fueron **“la variedad”, “el sabor”, “la calidad”, “el precio”, “la diferencia” y “que sea artesana”**. Sobre qué les sugiere La Salve y qué palabras utilizarían para definir la cerveza bilbaína, las más reiteradas fueron “de Bilbao”, “diferente”, “local”, “histórica” o “sabor”.