



GRADO EN COMERCIO

TRABAJO FIN DE GRADO

**“ESTUDIO DE VIABILIDAD DE UNA
CERVECERÍA ARTESANA: CERVECERÍA
NOMAR”**

LUCÍA RODRÍGUEZ PORRO

**FACULTAD DE COMERCIO
VALLADOLID, JULIO 2019**



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

GRADO EN COMERCIO

CURSO ACADÉMICO 2018-2019

TRABAJO FIN DE GRADO

**“ESTUDIO DE VIABILIDAD DE UNA
CERVECERÍA ARTESANA:
CERVECERÍA NOMAR”**

Trabajo presentado por: Lucía Rodríguez Porro

Firma:

Tutor: Amor Cumbreño Barreales

Firma:

FACULTAD DE COMERCIO

Valladolid, Julio 2019

INDICE.

1.	Resumen / Abstract	1
2	Introducción.....	2
3	Objetivos.	2
4	Marco teórico.....	3
4.1.	Su historia.....	3
4.2	Definición y diferencias con la cerveza convencional.	6
4.3.	Ingredientes de la cerveza.	7
4.4	Proceso de fabricación.....	13
5	Promotores.....	14
6	Origen y descripción de la idea.....	14
7	Análisis del mercado.....	15
7.1.	Análisis PESTEL.....	15
7.1.1	Factores Políticos-legales.	16
7.1.2	Factores económicos.....	16
7.1.3	Factores Sociales.....	19
7.1.4.	Factores tecnológicos.....	21
7.1.5.	Factores ecológicos y ambientales.....	21
7.2.	Análisis interno.....	23
7.2.1	Consumo de cerveza.	24
7.2.2	Ventas de la cerveza artesana.....	26
7.2.3.	Producción del sector.	27
7.2.4	Comercio Exterior.....	28
7.2.5.	Aportación de la cerveza a la economía nacional.....	29
7.2.6	Apuesta por la materia prima nacional.....	30
7.2.7.	Sostenibilidad y calidad empresarial.	31
7.2.8.	Conclusiones sobre el sector de la cerveza.....	31

8	Oportunidad de negocio.	32
8.1	Análisis de oportunidad.....	32
8.2	Misión.....	33
8.3.	Visión.	33
8.4	Valores.....	33
8.5.	Las cinco fuerzas de Porter.	33
8.5.1.	Poder de negociación con los clientes.....	34
8.5.2.	Poder de negociación con los proveedores.	34
8.5.3.	Barreras de entrada.	34
8.5.4.	Barreras de salida.	35
8.5.5.	Rivalidad entre los competidores.....	35
8.6.	Análisis Dafo.....	36
9	Plan de operaciones.	37
9.1.	Procesos de compra.	37
9.2.	Proveedores.	37
9.3.	Servicio de Postventa.	38
9.4.	Métodos de control.	38
10	Plan de Marketing.....	39
10.1.	Encuesta.	39
10.2.	Análisis de la competencia.....	42
10.3.	Clientes.	43
10.4.	Marketing Operativo.....	44
10.4.1.	Producto.....	44
10.4.2.	Precio.	45
10.4.3.	Puntos de venta.....	45
10.4.4.	Promoción y publicidad.	46
11	Política de cobro a clientes.	47

12	Plan de producción.....	47
13	Política de pago a proveedores.....	47
14	Ubicación e infraestructura.....	48
14.1	Localización y justificación.....	48
14.2	Maquinaria e instalaciones.....	48
15	Organización y recursos humanos.....	49
15.1	Organigrama.....	49
15.2	Perfiles empresariales.....	50
15.3	Retribuciones.....	51
15.4	Reclutamiento.....	51
16	Aspectos formales. Legislación a tener en cuenta.....	52
16.1	Forma jurídica.....	52
16.2	Tramites de constitución de la empresa.....	53
17	Calendario de puesta en marcha.....	55
18	. Análisis Financiero.....	56
18.1	Previsión de ventas.....	56
18.2	Política de inversiones.....	57
18.3	Política de financiación.....	59
18.4	Pérdidas y ganancias provisionales.....	60
18.5	Presupuesto de tesorería.....	61
18.6	Balance previsional.....	62
19	Estudio de ratios y Análisis de viabilidad.....	63
20	Plan de contingencias.....	65
21	Conclusiones.....	66
22	Propuestas de mejora y trabajo futuras.....	66
23	Bibliografía.....	68

INDICE FIGURAS.

Figura 1: Clasificación del agua.....	9
Figura 2: Indicadores Nacionales de crecimiento.....	17
Figura 3: Reparto del gasto medio por hogar.....	17
Figura 4: Gasto medio por hogar Español.....	18
Figura 5: Desempleo en España.....	18
Figura 6: Evolución de la población Española.....	19
Figura 7: Llegada de turistas a España.....	20
Figura 8: Llegada de turistas internacionales según país.....	21
Figura 9: Precipitación acumulada.....	22
Figura 10: Mercado orgánico mundial.....	23
Figura 11: Gasto en el mercado ecológico.....	23
Figura 12: Evolución del la consumo de la cerveza.....	24
Figura 13: Ventas de cerveza por tipo de envase.....	26
Figura 14: Venta de cerveza por trimestre.....	27
Figura 15: Producción de cerveza en Europa.....	28
Figura 16: Evolución de las exportaciones de cerveza.....	29
Figura 17: Contribución de la cerveza al empleo.....	30
Figura 18: Producción de cerveza artesana.....	32
Figura 19: Análisis Dafo.....	36
Figura 20: Respuestas a la pregunta sexo en la encuesta.....	39
Figura 21: Respuesta a la pregunta edad en la encuesta.....	39
Figura 22: Respuesta respecto al consumo en la encuesta.....	39
Figura 23: Respuesta sobre el factor de consumo de cerveza en la encuesta.....	40
Figura 24: Respuesta sobre tipo de cerveza que consume en la encuesta.....	40
Figura 25: Respuesta sobre el tipo de cerveza que prefiere en la encuesta.....	41
Figura 26: Respuesta sobre preferencia en el etiquetado en la encuesta.....	41

Figura 27: Respuesta sobre formato preferido en la encuesta.....	41
Figura 28: Respuesta sobre si prueba o no diferentes cervezas.....	42
Figura 29: Organigrama de empresa.....	50
Figura 30: Bases de cotización.....	51
Figura 31: Tramites generales de constitución.....	53
Figura 32: Tramites para la contratación de trabajadores.....	54
Figura 33: Puesta en marcha del proyecto.....	55
Figura 34: Producción de litros al mes según tipo de cerveza.....	56
Figura 35: Ventas estimadas.....	56
Figura 36: Maquinaria.....	57
Figura 37: Inversión en activos.....	58
Figura 38: Resumen financiación.....	59
Figura 39: Pérdidas y ganancias.....	60
Figura 40: Presupuesto de tesorería.....	61
Figura 41: Balance previsional.....	62
Figura 42: Análisis de ratios.....	63
Figura 43: Tasa Interna de Retorno.....	64

1. Resumen / Abstract

Este trabajo consiste en el estudio de la viabilidad de una fábrica de cerveza artesanal que se implantará en un pueblo de Extremadura, Acebo. Se procederá al estudio de distintas áreas como Marketing, Recursos Humanos, Instalaciones, etc. Además del análisis de la competencia y del mercado para finalmente realizar el estudio económico financiero que determine la viabilidad económica del proyecto.

This work consists in the study of the viability of a craft brewery that will be implanted in a village in Extremadura, Acebo. We will proceed to the study of different areas such as Marketing, Human Resources, Facilities, etc. In addition to the analysis of the competition and the market to finally perform the financial economic study that determines the economic viability of the project.

Palabras Clave / Key-Words

Plan de viabilidad, Cerveza artesanal, plan de marketing, plan económico.

Feasibility plan, craft beer, marketing plan, economic plan.

2 Introducción.

La elaboración de este trabajo de fin grado va consistir en la realización de un plan económico sobre una microcervecería artesanal situada en un pequeño pueblo de Extremadura. En él se abordarán diferentes puntos como por ejemplo el análisis del entorno, la competencia o la viabilidad del proyecto.

La idea surge de la unión de varios factores, en primer lugar la pasión por la cerveza artesana, que hoy en día se encuentra en auge en este país, no solo por los propios españoles sino también por muchos turistas que se animan a probarla. También el poder llevar a un pequeño pueblo como es Acebo, que tan solo cuenta con unos 700 habitantes, un nuevo negocio que permita crear nuevos empleos e intentar que el pueblo crezca.

Para poder entender de mejor manera el desarrollo de este plan económico se va a realizar inicialmente un marco teórico donde se van a desarrollar términos como el de la cerveza artesanal y cerveza industrial además de cuáles son sus diferencias. La historia de la cerveza, sus ingredientes y cuáles son sus procesos de producción.

Después se llevará a cabo un análisis de macro-entorno para poder conocer las principales variables económicas fuera del alcance de la empresa y cuál es su situación.

Además se llevará a cabo un resumen del análisis de la cerveza en España realizado por la asociación Española de cerveceros junto con el ministerio de agricultura, pesca y alimentación. Así se podrá conocer la situación del sector de la cerveza en España, la producción, el consumo etc.

Una vez desarrollado todo lo mencionado anteriormente se procederá a inicial el desarrollo del plan de negocio, la descripción de la idea, los objetivos etc. Así hasta llegar al plan de viabilidad donde se estudiará si será rentable o no.

3 Objetivos.

Los objetivos que deseo conseguir a través de este trabajo de fin de grado son:

-Describir de manera detallada las diferencias que existen entre la cerveza artesanal y la cerveza industrial.

-Resumir la historia de la cerveza, cuales son los ingredientes necesarios para su elaboración y como se fabrica.

-Dar a conocer de manera detallada la actividad que se va a llevar a cabo en esta empresa y los objetivos que se desean conseguir.

-Conocer la competencia y el entorno en el que se va a desarrollar la actividad de manera minuciosa.

-Realizar una descripción de los promotores.

-Determinar el número de puestos de trabajo, en que van a consistir y cuál va a ser su salario.

-Realizar el plan financiero de la empresa para determinar si es viable o no.

4 Marco teórico

Como este trabajo va a tratar sobre la elaboración de una fábrica de cerveza artesana es fundamental para poder entender su desarrollo conocer su historia, como llegó a España y cuál es su situación actualmente, además de que es exactamente y las diferencias que existen con la cerveza convencional. También es importante conocer con mayor detalle los ingredientes necesarios para elaborar esta cerveza incluyendo las clases y los procesos que se van a utilizar.

4.1. Su historia.

Se cuenta que los primeros signos demuestran que la aparición de la cerveza artesana proviene de Mesopotamia hace 5.000 años, se cuenta que el arte de prepararla era tarea de la mujer que elaboraba pan de cebada especiado y lo dejaba fermentar en tinajas.

En torno al año 3.000 comienza a producirse tanto en Egipto como en Europa. Los egipcios perfeccionaron la receta y atribuían su creación a la Diosa Osiris. Era uno de los principales alimentos de su dieta e incluso en la época de faraones adquirió tal importancia que se fabricaba a nivel industrial. La importancia era tal que la cebada se utilizaba de moneda de cambio y los graneros únicamente estaban destinados a llenarse de este cereal, pero era tan cara que se dice que el cereal más utilizado para su elaboración era la espelta.

Más tarde los romanos tomaron de Grecia su afición por el vino. La cerveza la consideraban algo vulgar común entre los pueblos Bárbaros con los que estaban en guerra, por lo tanto tras la conquista romana el vino se extendió por el norte de Italia, Sur de Francia, y la Península Ibérica, así que la cerveza quedó desplazada al norte Europeo. En ese momento había una gran influencia de las tribus germánicas. En el siglo V tras las invasiones de tribus germánicas en el imperio Romano la cerveza vuelve a adquirir importancia.

Tras la instalación del Imperio de Carlomagno la cerveza adquirió nuevamente gran importancia sobre todo en las regiones septentrionales de Europa donde contaban con mejores condiciones para la plantación de cebada además se fue creando un nuevo orden cristiano que fomentaba los mercados y los gremios por lo que la producción de cerveza se realizaba mayoritariamente en estos monasterios. En un primer momento la cerveza la producían para su propio consumo, el de peregrinos y pobres. Más tarde se permitió su venta y empezó a comercializarse. En ese momento el consumo de cerveza por los monjes era muy elevado, se cree que era porque para su elaboración se utilizaba agua que previamente había sido hervida por lo que no poseía conaminantes, además de la gran variedad de nutrientes que contiene servía para completar la falta de alimentos. También se utilizaba con fines terapéuticos.

Hacia el año 800 comenzó a utilizarse el Lúpulo en los monasterios Alemanes ya que conseguía que la vida del producto fuera más duradera y el sabor mucho más personal ya que el Lúpulo dotaba a la cerveza de un amargor que contrastaba con el sabor dulce de la malta. Antes de la aparición del lúpulo para dotar a la cerveza de ese amargor y ampliar su duración se utilizaba el grutrecht que estaba formado a base de plantas y especias, como los cerveceros estaban obligados a comprar estas hierbas la expansión del lúpulo en Europa fue más bien lenta ya que cuando estas descubrieron que el lúpulo dotaba a la cerveza de las mismas propiedades que el grutrecht en algunos lugares se prohibió su uso. Como excusa se usó el hecho de que el lúpulo alteraba la receta original de la cerveza y por lo tanto el sabor no era el mismo pero la realidad era que las autoridades no querían perder las ganancias del impuesto que existía sobre el grutrecht.

En el siglo XIV los monasterios fueron perdiendo importancia en cuanto a la fabricación de cerveza por causas políticas. Al perder importancia el impuesto sobre el

grutrecht lo hizo también y las autoridades decidieron establecer directamente el impuesto sobre la cerveza y así no habría manera de eludir ese impuesto, sin embargo los monasterios que en ese momento eran los mayores productores estaban vinculados a las parroquias locales por lo que estaban exento y eso no le interesaba nada a las autoridades ya que estaban perdiendo dinero así que lo que hicieron los gobiernos fue favorecer la privatización de la fabricación de cerveza para proteger sus ingresos fiscales. Por lo que el fin de la Edad Media marca el fin del monopolio de la producción de la cerveza en los monasterios además en ese momento solo se consumía cerveza en las festividades religiosas ya que era gratis puesto que el nivel de vida de los ciudadanos no permitía su consumo de manera habitual.

Tras lo mencionado anteriormente comenzaron a crearse numerosos negocios de cerveza lo que llevó a una mayor regularización mediante la creación de nuevos impuestos y también mediante el control del proceso productivo. Evidentemente la competencia en este sector cada vez era mayor por lo que la calidad de la cerveza mejoró.

En el siglo XVI comenzaron a utilizarse las técnicas de baja fermentación que hasta el momento no se conocían, donde se usaban temperaturas de entre 2 y 10 °C esto supuso un gran avance para la cerveza que nuevamente fue alcanzado por los monjes. A mediados de siglo los monjes de Baviera comenzaron a almacenar sus cervezas en bodegas subterráneas donde la temperatura era bastante baja hasta en la época de calor pudiendo alargar los periodos de fabricación. Además el frío hacía que la levadura descendiese al fondo de las barricas, donde se almacenaba la cerveza, siendo el proceso de fermentación mucho más lento y permitiendo así que la vida del producto fuese mucho más prolongada. El resultado era una cerveza de tonalidad clara que fue convirtiéndose en la favorita en el sur de Alemania, así nació la conocida cerveza Lager. Tal fue su triunfo que Albrecht V en Baviera en 1553 estableció que únicamente podía llevarse a cabo su elaboración entre el día de San Miguel y el día de San Jorge ya que entre estos se encontraban los días más fríos del año.

Durante el siglo XIX surgieron numerosos avances tecnológicos que permitieron la mejora de la cerveza. Hasta entonces la cerveza únicamente se consumía donde se fabricaba tenía muy poco alcance, pero entonces apareció el ferrocarril produciéndose un gran avance en la producción de la cerveza ya que ahora era posible transportarla a los lugares más remotos. También surgió la energía de

vapor y esto permitió una mayor productividad permitiendo la fabricación a gran escala además de la reducción de los costes de transporte, pero sin duda el mayor avance fue la aparición de la refrigeración industrial, utilizada por primera vez en una cervecera de Múnich, esto permitía que se pudiese fabricar cerveza durante todo el año sin depender del clima.

En 1.942 el maestro cervecero Josef Groll en la ciudad de Pilsen creó un nuevo tipo de cerveza que revolucionó la industria y que fue la cerveza Pilsen. Este utilizó la levadura de baja fermentación de Baviera mezclada con maltas pálidas y poco tostadas dando como resultado una cerveza dorada frente a las cervezas turbias y oscuras que se consumían en la época además tenía un contenido de alcohol más bajo y un sabor mucho más suave. Esto hizo que el poder servir la cerveza en copas de cristal pudiendo observar su color dorado unido a la aparición de la refrigeración que permitía servirla a una baja temperatura la convirtiese a lo largo de los años es una de las bebidas favoritas de las épocas calurosa empezando a apreciar su color, su sabor y su aroma y popularizándose cada vez más por toda Europa. Hubo otro gran descubrimiento por parte de Louis Pasteur que descubrió que la levadura estaba formada por células vivas y que estas eran las responsables del proceso de fermentación y así surgió la Pasteurización que aunque en un principio fue utilizada en vino más tarde también se llevó a cabo con la cerveza.

Acabó descubriendo que si un líquido se calentaba por encima de 60 °C se eliminarían todas esas bacterias y que si posteriormente se procedía a su cierre hermético se evitaría que volvieran a salir.

La llegada de la cerveza a España está relacionada con las mejoras tecnológicas que surgieron en el siglo XIX que permitieron el transporte de esta con facilidad, sin embargo, la temperatura de la península favorecía la plantación de vid más que de cerveza. Es en el siglo XX cuando la cerveza empieza a alcanzar gran importancia en España con la llegada de turistas nórdicos que poco a poco fueron asentando la costumbre de consumir esta bebida. Hoy en día las micocervecías artesanales se encuentran en pleno crecimiento pues la gente está empezando a disfrutar de esta bebida de verdad y priorizar su color, olor y aroma.

4.2 Definición y diferencias con la cerveza convencional.

La cerveza artesanal es elaborada por un maestro cervecero, el cual mediante la mezcla de los ingredientes tradicionales, agua, lúpulo, malta y levadura pretende

alcanzar una textura y sabores únicos. En su fabricación no se utiliza ningún aditivo químico. Además se realiza en pequeñas fábricas donde aunque muchos de los procesos no son manuales requieren del control y la experiencia del maestro cervecero que elige el proceso que va utilizar y la maquinaria, pudiendo adaptarse al gusto de los clientes y consiguiendo un resultado personal, sin embargo, la cerveza industrial se produce en grandes fábricas y el nivel de producción es muy alto lo que hace que la calidad de los ingredientes y el proceso de fabricación no sean tan elevados como en la artesana.

Por lo tanto estamos hablando de algo nuevo cada vez, es decir, el proceso es tan personal que se pueden conseguir sabores diferentes y únicos en cada elaboración realizando diferentes combinaciones de los ingredientes incluso se pueden incorporar frutas o especias para conseguir un sabor aún más especial. Además las cervezas artesanales suelen ser lo más representativas posibles del lugar al que pertenecen, es decir, el maestro cervecero intenta utilizar todo lo que sea posible los ingredientes de la zona contribuyendo a la economía del lugar y al medio ambiente.

Los lotes que se fabrican son menores, además de por la capacidad de producción de la fábrica que es menor, también porque al no utilizar aditivos químicos como hemos mencionado anteriormente la vida del producto es menor, esto puede parecer algo negativo pero si se piensa al final estás disfrutando de un producto que prácticamente acaba de ser elaborado. En cambio puede que la cerveza convencional tenga un periodo de vida más largo pero en su elaboración sí que intervienen químicos por ejemplo a la hora del filtrado lo que consigue destruir los residuos pero también otros ingredientes como las levaduras y las proteínas dando como resultado una cerveza mucho más plana en sabor.

Sí que es verdad que en cuanto al precio la cerveza industrial es mucho más económica, pero porque justo ese es su objetivo minimizar costes para obtener los beneficios más altos. Sin embargo las cervecerías artesanas aún que también persigue esa obtención de beneficios lo hace ofreciendo un producto de calidad con los mejores ingredientes de la zona y con pasión.

4.3. Ingredientes de la cerveza.

Es fundamental para poder entender en qué consiste la cerveza artesana conocer al detalle los diferentes ingredientes de los que está compuesta.

Agua, es un elemento esencial a la hora de elaborar la cerveza ya que una gran parte de esta es agua. En muchas ocasiones no se tiene en cuenta este importante elemento cometiendo el error de pensar que simplemente se trata de hidrógeno y oxígeno cuando el agua está formada por una gran variedad de minerales que varía en función de la procedencia de esta. Estos minerales son esenciales para alcanzar los diferentes sabores, aromas y texturas. Calcio, sulfatos y cloruros son los que más interesarían en este caso. Algunas de las cervezas más conocidas hoy en día están muy relacionadas con la calidad del agua de su zona por ello nunca modificarán su lugar de elaboración, ya que el resultado final podría verse alterado, entre ellas está la Pilsen. También es importante controlar la cantidad de agua que se va utilizar a la hora de su elaboración algo que parece sencillo pero que es importante cuidar con gran detalle.

De la importancia de este elemento surge la necesidad de instalar las cerveceras cerca de algún manantial, río o lago de donde poder abastecerse de agua, por ello las verdaderas cervezas artesanas se fabrican solo en su lugar de origen puesto que el uso de un agua diferente para su elaboración puede suponer un gran cambio en el resultado final de esta teniendo que usar la química para intentar conseguir el mismo resultado eliminando minerales añadiendo los que consideran necesarios. Aquí se puede observar una de las grandes diferencias que se mencionaba entre la cerveza artesanal y la industrial, la cerveza artesanal se va a fabricar respetando el tipo de agua que va a utilizar para su elaboración siendo en la mayoría de los casos de su lugar de fabricación, en cambio la cerveza industrial va a utilizar esos elementos químicos para conseguir los minerales que necesitan no respetando la naturaleza del agua.

Es fundamental conocer la dureza del agua esto es la cantidad de minerales que contiene, el agua dura es la que mayor cantidad de minerales contiene principalmente de calcio y magnesio. Esto lo podemos observar en la Figura 1. Esta dureza del agua está relacionada con el tipo de terreno por el que circula esta agua por eso es tan importante su procedencia. La clasificación es de agua blanda, moderadamente dura, dura y muy dura, la cantidad de estos minerales no determina si el agua es potable o no ya que estos no son perjudiciales para la salud.

Concentración de CaCO ₃ /mg/L	TIPO
0-60	Blandas
61-120	Moderadamente duras
121-180	Duras
180	Muy duras

Figura 1: Clasificación del agua por la OMS según su grado de CaCO₃.

Para la elaboración de cervezas más suaves como puede ser la Pilsen se utiliza agua más blanda con menor contenido en calcio, en cambio para las cervezas más negras se utiliza agua más dura.

Lúpulo, se trata de otro ingrediente fundamental una planta que da a la cerveza ese sabor amargo y ese aroma tan suyo. Como ya se mencionó anteriormente la cerveza antiguamente no era elaborada con lúpulo sino con “Gruit”, pero es a partir de 1960 cuando en Europa comienza a extenderse la utilización de esta planta. Antes de empezar a utilizarse para la elaboración de esta bebida se usó como medicamento tenía efectos sedantes y antisépticos, como conservante, producto de belleza o incluso los romanos llegaron a utilizarlo en la comida como sazonador en alguno de sus platos. A día de hoy también se sabe que el lúpulo es un estimulante del apetito por lo que aquellos que consumen cerveza suelen percibir esta sensación. A partir de esta ley el lúpulo se consideró como un ingrediente obligatorio a la hora de la elaboración de la cerveza en Alemania. Este otorga a la cerveza propiedades de conservación alargando la vida del producto, además de su sabor amargo y aroma como se ha mencionado anteriormente.

El lúpulo se trata de una planta de tallos trepadores o enredadera que forma parte de las cannabáceas, para la elaboración de la cerveza se utilizan las flores femeninas sin polinizar denominadas conos. Su textura es similar a la del papel además tienen forma de hoja. Por lo mencionado anteriormente las plantas masculinas y femeninas se plantan por separado ya que las masculinas podría polinizar las flores entonces producirían semillas y ya no podrían ser utilizadas para la elaboración de la cerveza.

Existe una gran variedad de clases de lúpulo los más utilizados son en flor, en pallet o en extracto. El lúpulo en flor consiste en el mencionado anteriormente el uso directamente de los conos secos y comprimidos. El tipo pallet es el más usado entre los cerveceros y consiste en él lúpulo rallado se comprimen y se les da forma. En el extracto de lúpulo usando calor se obtienen los aceites esenciales de este. También tenemos el lúpulo fresco el cual por ahora es el menos utilizado y consiste en añadirles a la cerveza sin haberles realizado ningún proceso y poco después de haber sido recolectados.

También podemos hablar de clases de lúpulo en cuanto lo que afectan al amargor o al aroma de la cerveza. Por un lado están los lúpulos nobles que dotan a la cerveza de un amargor suave y un aroma floral por lo que son más utilizados en las cervezas tipo lager. Por otro lado están los lúpulos ingleses que dotan a la cerveza de un sabor tirando a hierba o césped. También están los lúpulos americanos que tienen sabores más cítricos, especiados o afrutados. A parte de todas estas clases que evidentemente son fundamentales a la hora de dotar de sabor y aroma a la cerveza es esencial tener en cuenta su uso en el proceso de fabricación incorporándolos antes o después al proceso de elaboración la mayoría se añaden a la cuba de hervido pero no tiene porque ser así puede hacerse antes o después.

En España el cultivo de lúpulo se da desde las primeras décadas del siglo XX concentrándose mayoritariamente en la provincia de León en Carrizo de la Rivera una localidad que cuenta con tan solo unos 2500 habitantes, principalmente se cultivan las variedades “superamargas” que son actualmente las preferidas por los consumidores. León cuenta con las condiciones meteorológicas perfectas para este tipo de cultivo que requiere de lluvia durante todo el año y apenas necesita sol.

Los que realmente disfrutan de la cerveza las prefieren fuertes y con personalidad, es decir, lupulizadas y amargas aunque se cometa el error de pensar que la gran mayoría las prefiere suaves eso es algo que están intentando las grandes industrias cerveceras fabricando cervezas sin carácter.

Malta, la malta es el elemento fundamental para la elaboración de la cerveza, el cereal que más se utiliza para este proceso es la cebada pero también se pueden utilizar muchos otros como el trigo, el centeno o la avena también se ha llegado a utilizar maíz o arroz pero el resultado no ha sido muy aceptado por los grandes bebedores de cerveza. La cerveza es un fermentado por lo que el proceso consiste en

que los microorganismos conviertan los azúcares y almidones en alcohol y dióxido de carbono y por ello es importante que los cereales suelten el azúcar. Para llevar a cabo el malteado de un cereal se debe dejar este a remojo con agua y una vez que empieza a germinar hay un momento en el que se debe secar rápidamente el cereal para cortar ese proceso de germinación. Así lo que se consigue es que cree unas enzimas que convierten el almidón en azúcar. El paso siguiente es deshidratarla y posteriormente tostarla. Como es evidente existen diversas maneras de realizar este proceso que afectarán al resultado final. Si se tuesta poco el color de la cerveza será más claro y cuanto más se tueste más oscuro será llegando incluso a poder parecerse al café, pero también es importante saber que cuanto más tostada esta una malta menos capacidad tiene para fermentar por lo que es muy común que a la hora de elaborar una cerveza se utilicen diversas maltas unas para conseguir que la cerveza fermente y una vez que se ha logrado esto se incorpora la otra al proceso para otorgarle determinado sabor y aroma.

En el proceso del malteado también podemos observar otra de las grandes diferencias entre la cerveza industrial y la cerveza artesana y es que en muchas ocasiones las cervezas industriales utilizan cereales sin maltear para abaratar costes incluso también es común que utilicen directamente azúcar.

Como se ha mencionado anteriormente aunque se utilicen diversas variedades de cereales para la elaboración de la cerveza el más utilizado es la cebada que se trata de una planta de la familia de las gramíneas que soporta muy bien el frío por lo que es muy común en países como Rusia, Escocia, Estado Unidos o Australia. Argentina es el segundo productor a nivel mundial. También en existen maltas de primavera y verano en España con el clima la más utilizada es la de primavera. Es importante saber que no todas las maltas se pueden utilizar para la elaboración de la cerveza. La cebada que se utilice para elaborar cerveza tiene que tener un grano gordo, con forma redondeada y un color amarillo claro, también debe absorber bien el agua y germinar de manera rápida.

Levadura, otro ingrediente fundamental de la cerveza, ya que es el encargado de convertir el dulce y lupulado mosto en cerveza durante el proceso de fermentación. Es fundamental para el maestro cervecero conocer la levadura, sus diferentes propiedades y sus formas de funcionar para saberla tratar ya que esta es la que le da en gran parte el sabor y el aroma, al fin y al cabo es la que finalmente crea la cerveza.

La levadura fue un ingrediente desconocido hasta que en el siglo XIX Luis Pasteur la descubrió. Gracias a eso hoy en día se conoce tanto sobre la fermentación y las cepas de levadura se cultivan en masa por todas partes. Se cultivan levaduras que ya se conocen por lo cual ya se sabe cuál va a ser el resultado si el maestro cervecero emplea una levadura diferente estaría creando una cerveza diferente.

Como ya se ha mencionado anteriormente para poder hacer un buen uso de este ingrediente es muy importante conocer sus funciones, por ello ahora se va a explicar el proceso de fermentación el cual se encuentra dividido en tres fases:

La primera de todas es la *fase de adaptación o latencia* se produce en el momento en el que la levadura entra en contacto con el mosto y puede durar hasta veinticuatro horas. En esta primera fase la levadura va creando las enzimas necesarias para adaptarse a ese nuevo ambiente. Se produce un proceso de gemación que suele ser más eficaz si se cuenta con la presencia de oxígeno, por ello el mosto es aireado cuando se traspasa al fermentador. Una vez que este oxígeno se ha terminado la levadura comienza un proceso de fermentación anaeróbica.

La segunda fase es llamada *atenuación* esta suele durar entre tres y diez días y es el momento en el que la levadura pasa a convertir los azúcares en CO₂ y alcohol y también se crea una capa de espuma resultado de esta levadura y los restos del lúpulo. El azúcar empieza a disminuir y el alcohol a aumentar hasta que la levadura se asienta.

La tercera y última fase es la llamada *acondicionamiento*, una vez que la levadura ha terminado el proceso de conversión del azúcar aún va a quedar levadura que se va a dedicar a convertir azúcares más complejos y a absorber compuestos no deseados. Después de haberse producido todo esto la levadura se va a convertir en grumos que van a ir a parar al fondo del fermentador. La duración de esta fase no está determinada sino que va a depender del tipo de cerveza que se desee obtener pudiendo durar semanas o incluso meses.

En cuanto a los tipos de levadura tenemos que mencionar principalmente dos por un lado la levadura ale y por otro la lager. La levadura ale es de alta fermentación y actúa en temperaturas altas de entre 18 y 25 grados y en este caso su fermentación es rápida y tarda días dando como resultado un sabor más intenso y afrutado por otro lado tenemos el tipo lager que es de baja fermentación y actúa en temperaturas

mucho más bajas entre los 8 y los 15 grados en este caso su fomentación es lenta durando semanas y el sabor mucho más ligero

4.4 Proceso de fabricación.

Como ya se ha mencionado al principio el primer paso del proceso de fabricación es el *malteado* que consiste en extraer de la cebada u otros cereales los azúcares que más tarde se convertirán el alcohol.

El segundo paso es el *macerado* cuyo objetivo es extraer el azúcar de los cereales mezclándolo y moliéndolo con agua la cual debe estar a una temperatura adecuada pues es el 90 por ciento de la composición y es fundamental para obtener el resultado final deseado.

Es siguiente paso es el de *cocción* y como su nombre indica se trata de que el agua cueza, es decir, se aumenta su temperatura para que hierva y conseguir así eliminar cualquier microorganismo que haya podido aparecer. En este momento es en el que se incorpora el lúpulo a la mezcla y la duración va a depender del tipo de cerveza que se desee obtener.

Ahora es el momento de la *fermentación* se incorpora la levadura para convertir los azúcares en alcohol. Como ya se mencionó anteriormente según el tipo de cerveza que se desee obtener se va a utilizar un tipo de fermentación u otra, si se desea obtener una cerveza más suave se va a utilizar una fermentación baja en cambio si se desea como resultado una cerveza más fuerte se utilizara una fermentación alta.

El penúltimo paso es el de *maduración* que consiste en dejar reposar durante un tiempo el líquido que se ha obtenido y así de esta manera conseguir que los sabores y los aromas buscados se asienten obteniendo por fin el resultado final.

Y el último paso como es de esperar se trata del *embotellado* que se debe realizar en los formatos deseados para después ponerlo en manos de los distribuidores y por fin hacérselo llegar a quienes van a ser los que realmente van a disfrutar de esta compleja bebida los consumidores finales.

5 Promotores.

Los principales promotores de este negocio van a ser a su vez los socios capitalistas y propios trabajadores de la empresa aunque se contara con más personal.

Por un lado una graduada en comercio con gran experiencia en el sector que finalmente se ha decidido por emprender y se encargará de toda la estrategia de marketing y publicidad relacionada con la empresa.

Por otra parte un graduado en administración y dirección de empresa que llevará a cabo toda la parte de recursos humanos y administración.

6 Origen y descripción de la idea.

Como ya se ha mencionado anteriormente la idea consiste en la creación de una cervecería artesanal, esto surge de la necesidad por parte de los promotores de emprender en algo que realmente los apasione, por ello una cervecería ya que se trata de uno de sus grandes hobbies en el que invierten gran parte de su tiempo de ocio. La ubicación elegida es resultado de su lugar de origen en el que cuentan con familia y numerosos conocidos además de ser una zona con grandes cualidades para la implantación de este tipo de negocio.

La idea es crear una pequeña fábrica de cerveza artesanal donde las materias primas sean obtenidas en un 90% en la propia zona donde esta se encuentra situada y de esta manera que esto sirva de atrayente para la gente del pueblo y los alrededores. Además se pretenden llevar a cabo visitas guiadas por la fábrica donde poder conocer de primera mano la elaboración del producto, la maquinaria que es necesaria, y demás, es decir, todo lo relacionado con la elaboración de la cerveza hasta llegar al producto final. Poder catar el producto y que los propios clientes den su opinión sobre este para así poder mejorar, además de hacerles partícipes y así obtener un trato más cercano y personal.

Evidentemente la cerveza se podrá comprar en la propia fábrica donde se podrá adquirir a un precio mucho más bajo, por otro lado, se podrán realizar comprar a través de la pagina web llegando así a todo el territorio nacional. En futuro cuando el producto este más asentado y se haga con un nombre se pretende abrir un taproom en la propia fábrica donde poder tener un momento de relax disfrutando de las

cervezas y además hacerse un hueco en las cartas de los diferentes restaurantes de la zona.

7 Análisis del mercado.

7.1. Análisis PESTEL.

Es fundamental para el correcto funcionamiento de una empresa conocer al detalle el macro-entorno del que forma parte ya que se trata de aspectos externos sobre los que la empresa no posee ningún control pero que son fundamentales para cualquier decisión estratégica que se desee llevar a cabo. Afectando a la aparición de nuevos competidores, subidas de la inflación, nuevas leyes que sean fundamentales para el negocio, inestabilidades políticas etc.

Una buena forma para realizar este análisis es utilizar el método PESTEL que se trata de una herramienta de marketing que va a estudiar y desarrollar los elementos más importantes del macro-entorno. Es importante realizar este análisis de manera previa al desarrollo del proyecto para conocer los elementos que influirán en el.

-P., factor político, aquellas situaciones en las que se encuentre el panorama político que puedan afectar a la empresa. Desigualdad existente, modificaciones en tratados comerciales y muchos más.

-E., factor económico, situaciones económicas que sean importantes frente al negocio como los niveles de pobreza, el desarrollo económico etc.

-S., factores sociales, cultura, religión, clases sociales, las desigualdades existentes en cuestión de género... es muy importante conocer la sociedad en la que se va a instalar un negocio.

-T., factores tecnológicos, lógicamente es necesario conocer las posibilidades tecnológicas de las que se dispone, la maquinaria a la que se tendrá acceso y más.

-E., factores ecológicos o ambientales, es muy importante conocer por ejemplo los efectos del cambio climático en el entorno en el que vas a desarrollar un negocio, las posibilidades de que se dé una catástrofe natural o los niveles de contaminación, además de conocer las leyes en cuanto a la utilización de recursos naturales.

-L., factores legales, lógicamente cada lugar tiene una serie de leyes y normas que es fundamental cumplir por ello a la hora de establecer un negocio hay que conocerlas y respetarlas al detalle.

7.1.1 Factores Políticos-legales.

En este caso la cerveza artesana se trata de un producto que pertenece al sector de la alimentación por lo que existen diversas leyes que regulan su producción desde la fabricación, al envasado y etiquetado.

Existen una serie de normas de calidad de la cerveza y bebidas de malta básicas para la calidad de la elaboración y comercialización de esta. En ellas se tratan determinadas definiciones relacionadas con los productos y los procesos de fabricación, diferentes prácticas prohibidas relacionadas con la elaboración, manipulación y venta, determinadas características que deben poseer los productos ya terminados, la información alimentaria que se le debe ofrecer al consumidor, características que se deben tener en cuenta a la hora de despachar la cerveza en barril o en otros grandes formatos, métodos de análisis que se deben utilizar etc. Todo ello está reflejado en el BOE.

También existe una normativa referente:

- A la venta y publicidad de bebidas alcohólicas a menores.
- Normativa sobre el etiquetado de la cerveza.
- Existen impuestos que gravan el alcohol y las bebidas alcohólicas.
- Normativas medioambientales.
- Normativas relativas a la seguridad e higiene.

7.1.2 Factores económicos.

Conocer los cambios económicos es fundamental a la hora de implantar un nuevo negocio ya que tienen una gran influencia en el desarrollo de este. Se necesita una estabilidad económica para que un negocio funcione por ello es fundamental conocer cómo se encuentran ciertos indicadores del entorno.

7.1.2.1 Producto interior bruto.

Este nos indica el valor monetario de los bienes y los servicios demandados y consumidos por el país. En los últimos años España se ha recuperado económicamente hablando. En 2018 este crecimiento fue resultado principalmente del sector de la construcción y del aumento del gasto público, sin embargo, para los próximos años se cree que se producirá una desaceleración de este crecimiento debido a diversos factores entre ellos la inestabilidad política. Otros datos a tener en cuenta son por un lado la tasa de desempleo que aunque ha disminuido se sigue

encontrando en niveles muy elevados sin contar con el problema del bajo nivel de población activa.

Indicadores de crecimiento	2016	2017	2018 (e)	2019 (e)	2020 (e)
PIB (miles de millones de USD)	1.237,77	1.313,95e	1.437,05	1.474,12	1.550,65
PIB (crecimiento anual en %, precio constante)	3,2	3,0e	2,7	2,2	1,9
PIB per cápita (USD)	26.677	28.359e	31.060	31.906	33.611
Saldo de la hacienda pública (en % del PIB)	-2,9	-2,6	-2,7	-2,8	-2,8
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	99,0	98,4	97,2	95,8	94,7
Tasa de inflación (%)	-0,2	2,0	1,8	1,8	1,9
Tasa de paro (% de la población activa)	19,6	17,2	15,6	14,7	14,3
Balanza de transacciones corrientes (miles de millones de USD)	23,77	24,74	16,58	17,28	20,43
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	1,9	1,9	1,2	1,2	1,3

Fuente: IMF – World Economic Outlook Database, October 2018

Figura 2: Indicadores Nacionales de crecimiento. Fuente: IMF – World Economic Outlook Database.

Como se puede observar en la Figura 2 el producto interior bruto creció en España en 2018 un 2,5% y aunque el crecimiento es algo menor al que se ha dado en otros años anteriores deja ver que mantiene el ritmo de crecimiento.

7.1.2.2. Gasto medio por hogar.

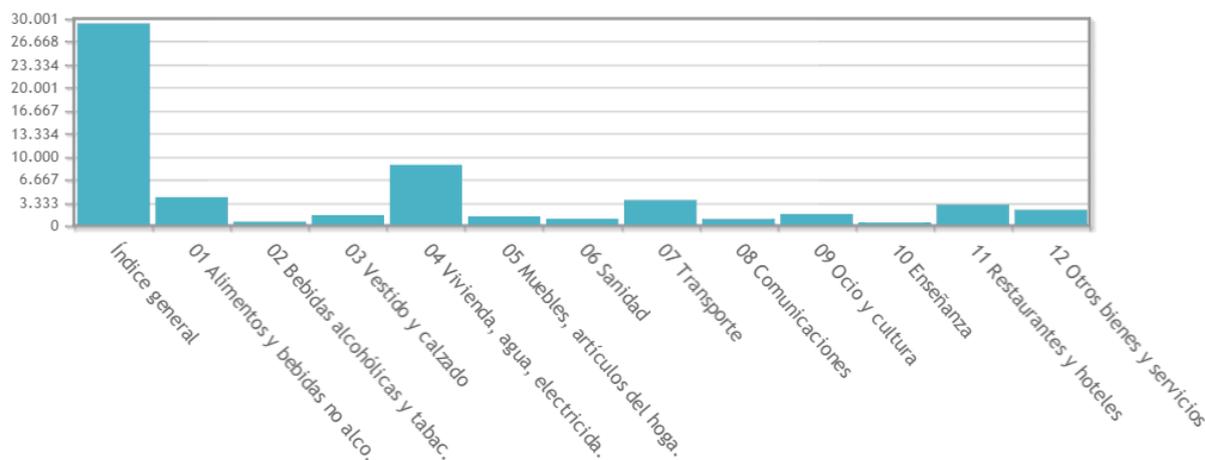


Figura 3: Reparto del gasto medio por hogar. Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

En la Figura 3 obtenida del Instituto Nacional de Estadística se puede observar la evolución del gasto medio por hogar a lo largo de los años desde el 2006 hasta el 2017.

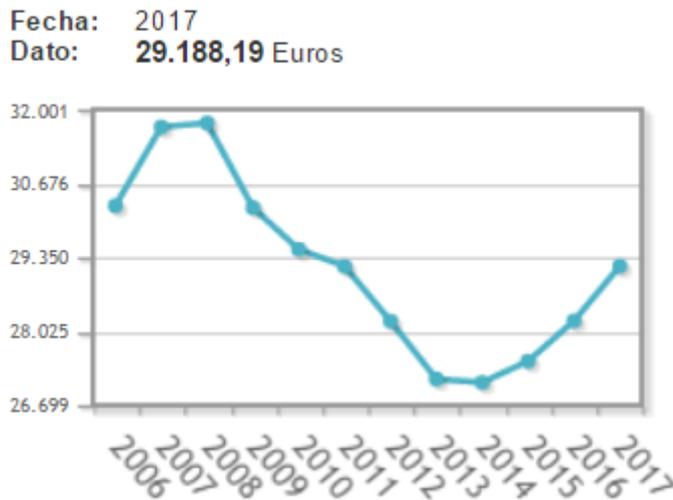


Figura 4: Gasto medio por hogar de los Españoles. Instituto Nacional de Estadística 2017.

En la Figura 4 también obtenida del Instituto Nacional de estadística se puede observar el gasto medio por hogar de los españoles pero esta vez desglosado en los diferentes productos y servicios en los que se divide este gasto.

7.1.2.3. Tasa de desempleo.

Este porcentaje explica el número de personas que se encuentran en desempleo en función de la población activa.

España: Paro		
	2018	2017
Tasa de desempleo	14,4%	16,5%
Desempleo hombres	12,7%	14,9%
Desempleo mujeres	16,2%	18,3%
Desempleo menores de 25	33,4%	37,1%
Diferencia desempleo hombres/mujeres	3,5%	3,4%
Desempleo hombres menores de 25 años	33,0%	37,7%
Desempleo mujeres menores de 25	33,9%	36,3%
Paro mayores de 24 años	13,0%	15,1%
Paro hombres mayores de 24 años	11,3%	13,3%
Paro mujeres mayores de 24 años	15,0%	17,0%

Figura 5: Desempleo en España. Fuente: Datosmacro.com 2018.

Como se puede observar en la Figura 5 se ha producido un leve descenso del porcentaje del paro de 2017 a 2018 aún así sigue siendo muy elevada.

7.1.3 Factores Sociales.

7.1.3.1 Población.

España cuenta con una superficie de 505.935Km² y con una población de 46.733.038 millones de habitantes según el instituto nacional de estadística.

En la tabla obtenida del instituto nacional de estadística que aparece más abajo se puede observar la evolución de la población a lo largo de estos últimos años. De la cifra mencionada anteriormente 22.914.086 millones pertenecen a hombres, 23.818.952 corresponde al número de mujeres y el resto 4.663.726 millones serían extranjeros.

Según el INE el número de nacimientos seguirá en descenso los próximos años, sin embargo, se estima que en el 2013 podría comenzar a aumentar debido a las generaciones de la segunda mitad de los 90 que se encontrarían en edad de fecundar. También es interesante saber que aunque la esperanza de vida sea mayor el número de muertes seguirá creciendo por el envejecimiento de la población, por ello, y debido al descenso de la natalidad el crecimiento vegetativo seguirá siendo negativo durante los próximos años.

Total Nacional. Todas las edades. Total. Población. Número.

Fecha: 2018S2
Dato: 46.733.038 Personas (Provisional)
Notas:

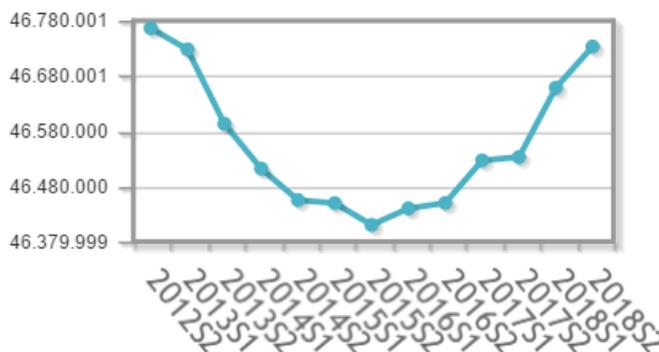


Figura 6: Evolución de la población Española. Fuente: Instituto Nacional de Estadística 2018.

En la Figura 6 se puede observar el total de población en España a lo largo de los últimos años.

7.1.3.2 Turismo.

Llegada de turistas internacionales por meses
Variación anual. Porcentaje

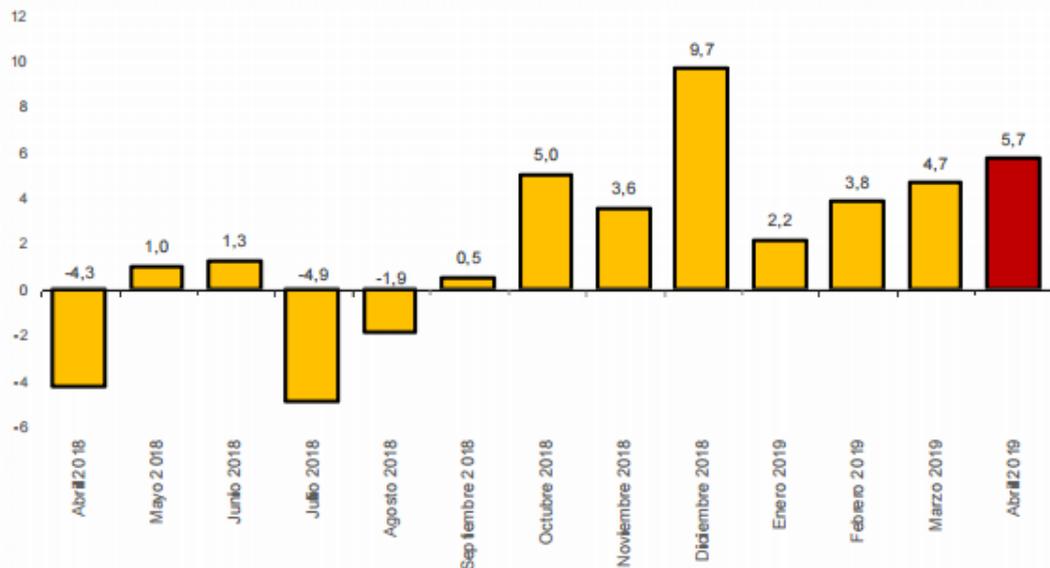


Figura 7: Llegada de turistas a España. Fuente: Instituto Nacional de Estadística 2019.

En Abril de 2019 España ha recibido la visita de 7,2 millones de turistas internacionales un 5,7 por ciento más que en Abril de 2018. Hay que tener en cuenta que la Semana Santa este año ha caído en Abril y el año pasado en Marzo por lo que sería necesario analizar los meses de manera bilateral, y aún así el crecimiento porcentual de un año a otro ha sido bastante elevado.

En los primeros meses del 2019 el turismo ha aumentado en España un 4,4% rozando los 21,4 millones.

Llegada de turistas(*) internacionales según país de residencia

Abril 2019	Datos mensuales		Datos acumulados	
	Valor	Variación	Valor	Variación
	absoluto	anual	absoluto	anual
TOTAL	7.169.675	5,7	21.392.487	4,4
Alemania	1.081.555	17,9	2.958.989	6,5
Bélgica	244.403	-2,0	667.535	1,1
Francia	1.021.083	-5,5	2.707.093	-2,0
Irlanda	174.095	5,6	478.628	6,5
Italia	383.480	10,5	1.213.629	8,1
Países Bajos	295.081	-9,2	837.994	-5,3
Portugal	233.622	16,2	706.089	15,6
Reino Unido	1.471.888	3,5	4.273.447	0,1
Suiza	177.135	0,1	458.632	-1,1
Rusia	82.527	12,2	271.265	10,5
Países nórdicos	451.972	-2,4	1.718.518	-5,3
Resto de Europa	526.818	18,7	1.716.356	16,3
Estados Unidos	256.110	10,6	785.137	17,5
Resto de América	297.289	12,5	1.024.705	9,0
Resto del mundo	472.617	12,9	1.574.470	16,7

(*): No incluye viajeros en tránsito ni visitantes de un solo día sin pernoctación (excursionistas).

Figura 8: Llegada de turistas internacionales según país. Fuente: Instituto Nacional de Estadística 2019.

7.1.4. Factores tecnológicos.

Como es evidente la tecnología es fundamental en cualquiera de los aspectos de la vida, permite la mejora en el desarrollo de diferentes proyectos algunos no serían posibles sin esta. La cerveza cada vez se realiza de manera más industrial importando más el fabricarla en grandes cantidades que el darla sabor y autenticidad, por ello es necesaria la tecnología y además del maestro cervecero que incluso a veces no es ni necesario se requieren químicos, ingenieros etc.

Uno de los principales problemas de la cerveza es la oxidación, pero ahora existen fermentadores isobáricos que evitan que la cerveza entre en contacto con aire y así evitar su oxidación.

Además ahora se pueden controlar los procesos de la producción a través de diferentes procesos informáticos permitiendo medir o incluso regular estos procesos.

7.1.5. Factores ecológicos y ambientales.

7.1.5.1. Sequía.

Al tratarse de una empresa de fabricación de cerveza artesana donde muchas de las materias primas van a ser cultivadas y obtenidas de la zona donde se va a llevar a cabo la actividad es importante tener en cuenta los diferentes cambios

ambientales que pueden afectar ya que esto podría producir efectos en el precio de las cosechas.

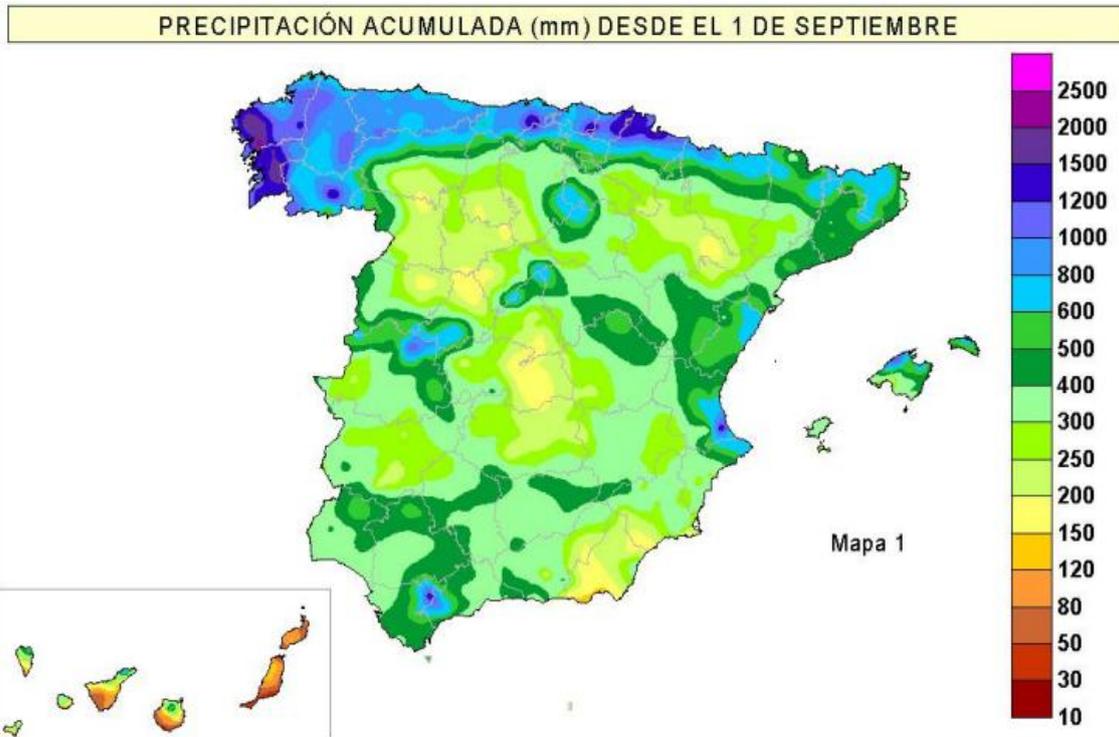


Figura 9: Precipitación acumulada. Fuente: (AEMET)

En la Figura 9 se puede observar como su nombre indica la precipitación acumulada en mm desde el 1 de Septiembre.

7.1.5.2. Productos ecológicos.

Por primera vez en la historia España ha entrado en el mercado ecológico a nivel mundial tanto por volumen de mercado interior, 2.686 millones de euros así como por el ratio de crecimiento que es un 13%.



Figura 10: Mercado orgánico mundial. Fuente: Eco-logica 2016l.

En la Figura 10 se puede observar que aunque España se encuentra en la posición número diez ya está dentro del ranking del mercado orgánico mundial.

GASTO EN EL MERCADO INTERIOR (millones de euros)					
AÑO	Productos Eco ▽/△ Anual		Productos Conv. ▽/△ Anual		% Productos Eco/ Productos Convenc.
2012	998	3,4%	100.678	-1,3%	0,99%
2013	1.018	2,0%	101.250	0,6%	1,01%
2014	1.203	18,2%	98.052	-3,2%	1,23%
2015	1.498	24,5%	99.037	1,0%	1,51%
2016	1.686	12,5%	99.730	0,7%	1,69%

Figura 11: Gasto en el mercado ecológico. Fuente: Eco-logical 2016.

En la Figura 11 podemos observar que en España en los últimos años el gasto en productos ecológicos se ha incrementado un 13% aproximadamente por lo que la tendencia de crecimiento es clara.

7.2. Análisis interno.

A continuación se va a llevar a cabo un resumen del análisis del sector económico de la cerveza en España según lo establecido por la Asociación Española de cerveceros junto con el Ministerio de agricultura, pesca y alimentación.

7.2.1 Consumo de cerveza.

En los últimos años el consumo de cerveza ha ido adquiriendo gran importancia hasta el punto de no ser considerado una simple moda sino que ha conseguido hacerse un hueco siendo un sector importante para la económica del país. Se han llegado a alcanzar en torno a 40 millones de hectolitros lo cual es resultado fundamentalmente del alto número de turistas que visitan el país, pero también es resultado de un clima favorable que favorece el cultivo de las principales materias primas, por no hablar de la mejora económica que se ha ido dando desde el 2012.

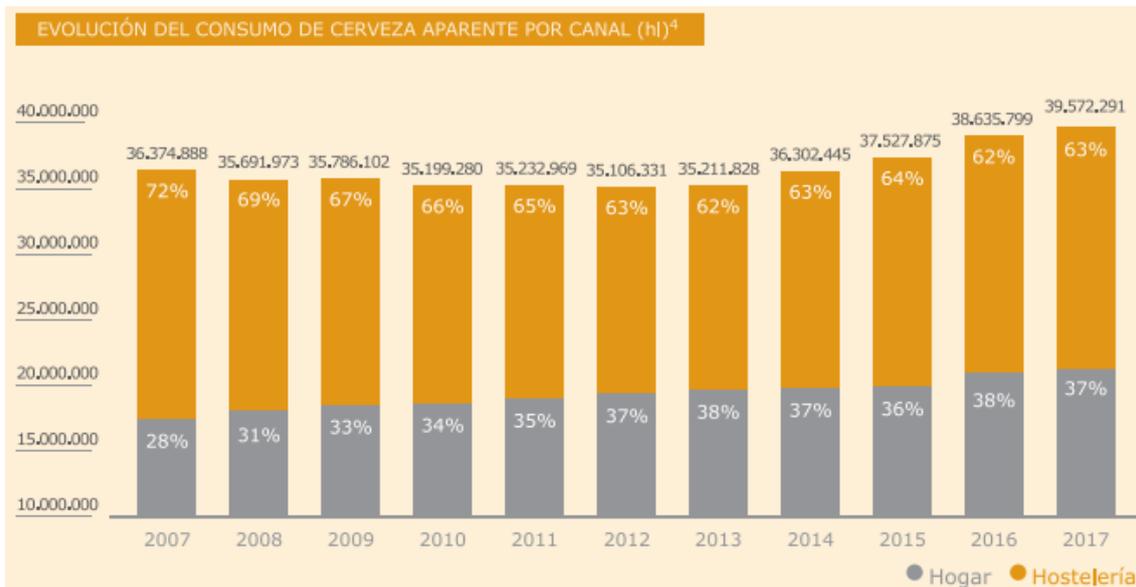


Figura 12: Evolución del la consumo de la cerveza. Fuente: Cerveceros de España y Min. De Agricultura 2017.

En la Figura 12 se puede observar que la mayor parte del consumo de cerveza en España proviene del sector hostelero aunque el consumo en el hogar continuo aumentando progresivamente. Cabe destacar que la cerveza es una de las bebidas más consumidas por lo Españoles en hostelería durante todo el año pero destacando el verano ya que es típico consumirla fría. La mayor parte de este consumo se va a dar en momentos de ocio, compartiendo momentos con familia, amigos, compañeros etc. Aunque también existe un porcentaje de personas que prefiere consumirla en solitario como momento de desconexión. En un primer momento la cerveza se consumía acompañada de tapas, algo que es típico en la hostelería de este país de hecho la cerveza invita a eso a ser consumida en combinación con algún alimento, sin embargo, es cada vez más común que se vaya incorporando en las cenas o comidas.

También es importante destacar que la cerveza en sus inicios era consumida principalmente por hombres, pero ha día de hoy cada vez son más mujeres las que la consumen de manera habitual y la cifra no deja de aumentar.

El consumo de cerveza forma parte de un gran porcentaje de los ingresos totales obtenidos por la hostelería lo que se puede entender como que muchos de los empleos que se han ido generando en los últimos tiempos en este sector están estrechamente relacionados con el gran aumento del consumo de esta bebida.

Otro dato importante a conocer a la hora de hablar del consumo de la cerveza es e turismo, España es uno de los países más visitados de la Unión Europea y de todos eso visitantes al menos el 98% consume cerveza durante su visita por ello que en los últimos años haya coincidido por un lado el crecimiento del turismo en España y por otro el crecimiento del consumo de cerveza. Es interesante señalar que la mayor parte de estos turistas provienen de países que ya poseen una gran cultura cervecera como pueden ser Reino Unido o Alemania.

España posee un gran número de establecimientos de hostelería repartidos por las diferentes comunidades con una gran fama por su buen trato y servicio, acompañado de la calidad de sus productos y de la posibilidad de disfrutar de numerosas terrazas ya que el clima es muy favorable todo esto acompañado de la existencia de una gran relación calidad precio es uno de los principales atractivos de la gran cantidad de turistas que además pueden disfrutar de la cerveza en estas grandes condiciones.

España es líder en el consumo de cerveza sin alcohol dentro de la Unión Europea y cada vez cuenta con más variedades bajas en graduación alcohólica o sin esta ya que los consumidores de cerveza sin alcohol suelen serlo a su vez de cerveza con dependiendo de la situación y se consume tanto en los propios hogares como en hostelería. De todo esto podemos destacar que los Españoles lo que buscan es disfrutar de una buena cerveza fría con sabores y aromas innovadores valorando sus propiedades y no su graduación alcohólica.

La Organización Mundial de la Salud promueve el consumo de bebidas con bajo nivel de graduación alcohólica con el fin de reducir el consumo de otras con mayor graduación. Al final la cerveza artesana se trata de un producto natural en el que se emplea materias primas de la zona y donde su fabricación consiste en la fermentación de los cereales y aunque en algunas cervezas de carácter industrial se

empleen algunos productos químicos siempre se tendrá la opción de la cerveza artesana.

7.2.2 Ventas de la cerveza artesana.

Como se ha mencionado anteriormente el consumo de cerveza en España ha aumentado durante los últimos años llegando a comercializar aproximadamente 38 millones de hectolitros y relacionando este crecimiento con el aumento del turismo en el país.

La hostelería en estos momentos es la manera preferida de los españoles y turistas de consumir esta bebida produciéndose un gran incremento durante los últimos años. En hostelería son consumidos en torno a 20 millones de hectolitros del total. Y aunque las ventas de cerveza en el hogar están muy por debajo también han aumentado considerablemente.



Figura 13: Ventas de cerveza por tipo de envase. Fuente: Cerveceros de España y Min. De Agricultura 2017.

En la Figura 13 podemos observar la preferencia por parte de los Españoles en cuanto a los envases a la hora de consumir cerveza. Se ha producido un aumento en el consumo cerveza en barril y botella reutilizable, teniendo en cuenta la necesidad que existe a día de hoy de cuidar el medioambiente el embase más fomentado coincidiendo con el más utilizado es el de botella de vidrio ya que son los más propensos a posteriormente ser reutilizados y como se puede observar en la imagen representa el 40 %.

Las zonas de España donde más consumo de cerveza se da son Andalucía, Extremadura, Ceuta y Melilla situándose esta última como líder ya que la acompaña un clima que favorece estos resultados. También hay que destacar el centro de

España y las Islas Baleares donde el turismo juega un gran papel en el aumento de consumo de cerveza.

A través de la Figura 14 que aparece a continuación se puede confirmar lo mencionado anteriormente, por una parte que el consumo de cerveza se da principalmente en momentos de ocio acompañado de familia, amigos etc. y también que el turismo es una de las causas fundamentales que han provocado el aumento de consumo de cerveza en los últimos años. La imagen nos muestra las ventas de cerveza por trimestre encontrándose en primer lugar los meses más calurosos Julio, Agosto y Septiembre seguidos del segundo trimestre meses que también permiten disfrutar de un buen clima.

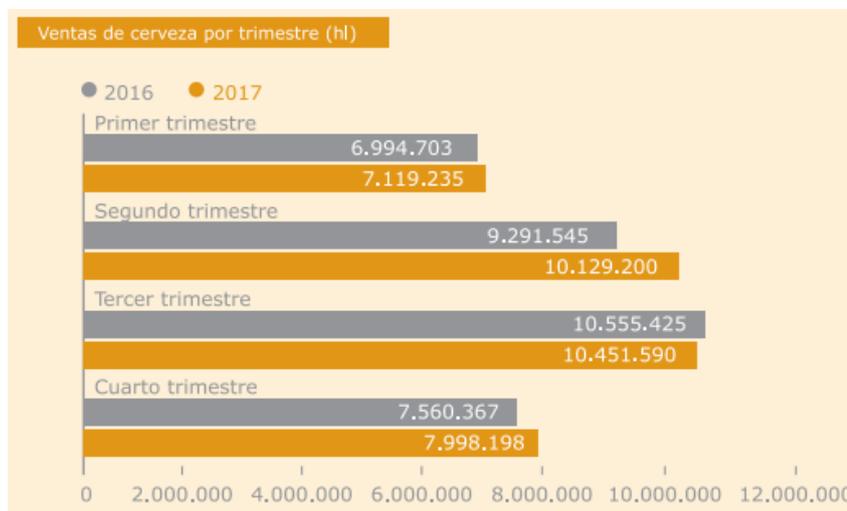


Figura 14: Venta de cerveza por trimestre. Fuente: Cerveceros de España y Min. De Agricultura 2017.

7.2.3. Producción del sector.

Como indica la Figura 15 España ahora mismo ocupa el cuarto lugar en cuanto a producción de cerveza en la Unión Europea por detrás de países como Alemania o Reino Unido donde esta cultura está mucho más implantada.

Si hablamos a nivel mundial España se encontraría en el lugar número once ocupando China la primera posición y EEUU la segunda.

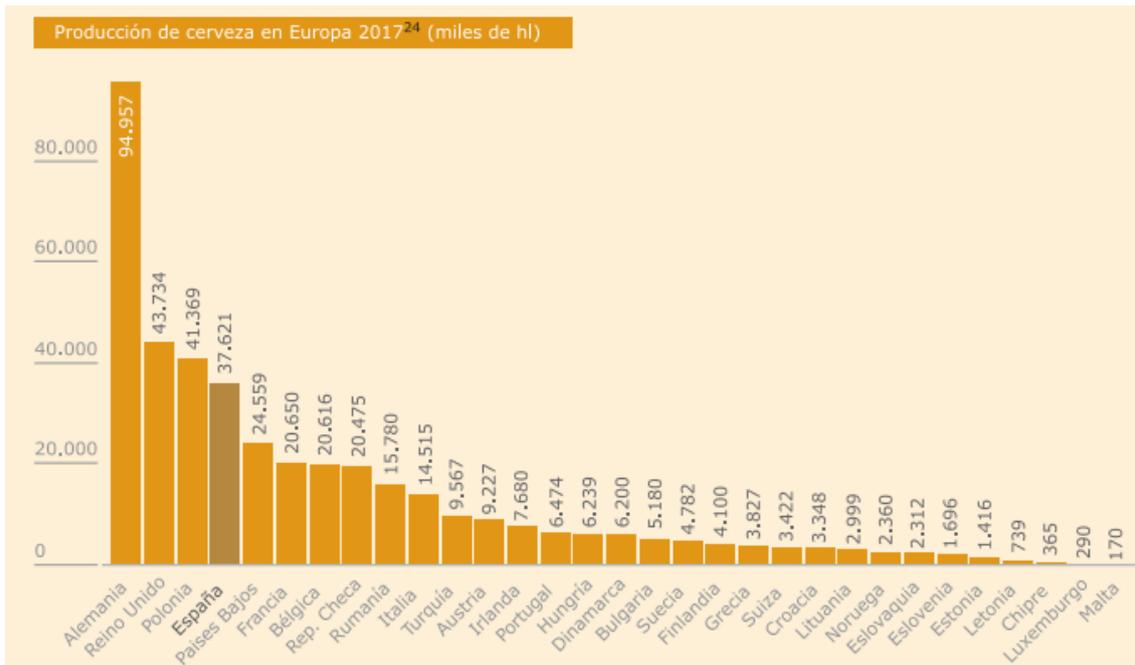


Figura 15: Producción de cerveza en Europa. Fuente: Cerveceros de España y Min. De Agricultura 2017.

El resultado de esta buena posición en el mercado también va unido a la aparición de numerosas cerveceras siendo en 2017 de unas 521 aumentándose considerablemente el número de un año a otro. El aumento del número de cerveceras ha conseguido que se produzca un gran incremento de la cultura cervecera en el país siendo necesarias cada vez más variedades con sabores y aromas innovadores ya que el paladar de los consumidores se vuelve cada vez más exigente.

7.2.4 Comercio Exterior.

Como resultado del gran aumento de las cerveceras en España y de la cultura de esta cada vez se alcanzan cervezas de mayor calidad y variedad con sabores y aromas nuevos, esto ha contribuido a que se haya producido en la última década un gran aumento de las exportaciones de la misma lo que también influye a que el sector de la cerveza en España goce de una buena imagen en el exterior.

Los principales países de destino de la cerveza Española son Portugal, China y Reino Unido entre otros. Cabe destacar China donde sienten una gran admiración por los productos de procedencia Española como el aceite de oliva, el jamón o el vino además de la cerveza evidentemente.

También es importante destacar que Reino Unido el segundo país Europeo productor de cerveza y con una gran cultura de esta es uno de los países a los que más exporta cerveza España además de ser uno de los que más genera en los datos de turismo, esto no hace más que reafirmar lo ya mencionado anteriormente que España cuenta con una gran fama en cuanto al sector de la cerveza se refiere sobre todo resultado de la gran calidad precio con la que cuenta.



Figura 16: Evolución de las exportaciones de cerveza. Fuente: Cerveceros de España y Min. De Agricultura.

En la Figura 16 se puede observar la evolución de las exportaciones en España a lo largo de los últimos años.

7.2.5. Aportación de la cerveza a la economía nacional.

Como ya se ha mencionado anteriormente el sector de la cerveza sea encuentra en pleno auge en este país y se encuentra muy unido al sector hostelero ya que es donde más cerveza se consume y hoy en día ha generado en torno a 344.000 puesto de trabajo en ese mismo sector.

España se encuentra en segundo lugar en la Unión Europea después de Alemania respecto a la creación de empleo gracias al sector cervecero.

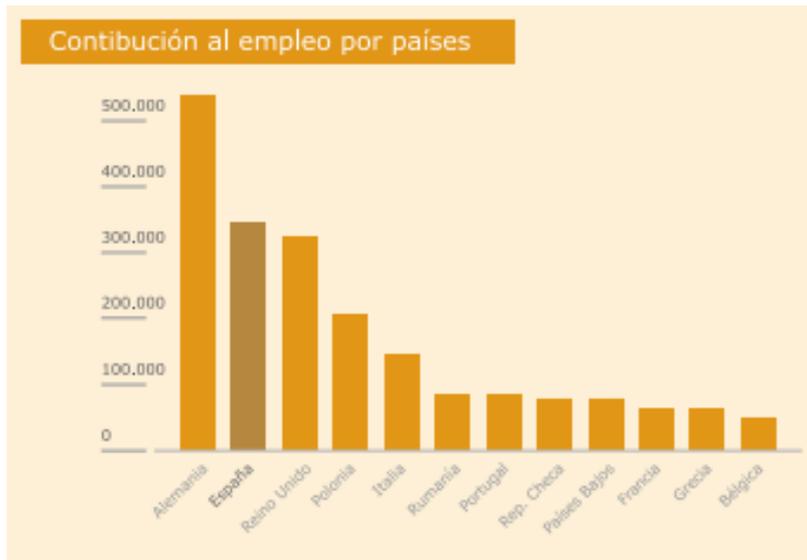


Figura 17: Contribución de la cerveza al empleo. Fuente: Cerveceros de España y Min. De Agricultura 2017.

Teniendo en cuenta los datos que aparecen en la Figura 17 también cabe destacar que el sector cervecero es uno de los que más aporta al estado sabiendo que la mayor parte de los ingresos proceden de la hostelería que realiza una gran aportación mediante las cotizaciones a la Seguridad Social derivadas del empleo generado.

También hay que saber que se obtuvieron alrededor de 340 millones procedentes de los impuestos especiales de la cerveza a las que también están sujetas las variedades sin alcohol.

El sector de la cerveza está unido estrechamente a la hostelería y el turismo siendo el responsable de gran parte de sus ingresos. Es una de las bebidas más consumidas junto con el café y el vino en los diferentes establecimientos y por esto para evitar un gran impacto en el sector los nuevos impuestos a aplicar en las bebidas con contenido alcohólico no lo hacen en la cerveza.

7.2.6 Apuesta por la materia prima nacional.

La cerveza es un producto elaborado con materias primas naturales procedentes de la agricultura y en el caso de la cerveza Española el 90% de los ingredientes provienen del país destacando el caso del lúpulo y la malta que es cultivada al 100 por 100 en España. Se encuentra en la sexta posición respecto a la producción de lúpulo en Europa y en la novena posición a nivel mundial. En cuanto a

la malta también hay que destacar que se cuenta con un gran número de hectáreas para la producción de cebada cervecera que posteriormente es seleccionada para la malta. De esto podemos concretar que el sector cervecero también le da al sector agrícola un gran apoyo.

7.2.7. Sostenibilidad y calidad empresarial.

El sector cervecero está muy comprometido con el medio ambiente y por ello por ejemplo respecto a los envases se produjo una recuperación del 84% algo superior al del año anterior lo que significa que continúa mejorando por ello el envase más utilizado es el de vidrio porque es el que mayor tendencia tiene a la recuperación. También es importante saber que el agua es una de los ingredientes fundamentales de la cerveza y se ha mejorado las emisiones de agua residual reduciéndose un 1%. También se han reducido las emisiones de CO₂ y el consumo de energía.

7.2.8. Conclusiones sobre el sector de la cerveza.

De todo esto podemos destacar que el sector cervecero está muy asentado en España y cuenta con cada vez más consumidores por lo que sigue encontrado en crecimiento. Además uno de los fuertes para este sector es el turismo ya que la mayor parte de turistas consume cerveza.

Hay que destacar la unión que existe entre el sector cervecero y la hostelería, aunque también se consume en los hogares continua siendo menos medida, del sector cervecero provienen una gran parte de las ganancias de la hostelería ayudando a generar empleo.

También hay que tener en cuenta que muchos de los turistas que visitan el país provienen de países con una gran cultura cervecera lo que nos indica que España en cuanto a cerveza posee una gran fama en el exterior. Otro indicador de esa gran fama son las exportaciones, Reino Unido uno de los países con más cultura cervecera y que más produce importa grandes cantidades de cerveza Española.

Todos los indicadores apuntan que el sector cervecero en España continua en crecimiento, además ha día de hoy se valoran mucho los productos naturales y no hay que olvidar que la cerveza artesana es un producto natural que se elabora con materias primas cuyo origen son el 90% Españolas.

8 Oportunidad de negocio.

8.1 Análisis de oportunidad.

El sector de la cerveza artesana ha conseguido hacerse un hueco en España, aumentando considerablemente el número de microcervecerías si en 2010 se contaba con unas 50 fábricas de este tipo ahora se podría decir que se han alcanzado las 500 según el Beer Statics 2018 Edition y en estos datos no están incluidos aquellos crveceros que utilizan las instalaciones de otros cerveceros para fabricar sus cervezas ni de aquellos que solicitan a una fábrica la elaboración de una cerveza para después ellos solo tener que poner la marca.

Siempre se ha especulado sobre que el consumo de cerveza artesana de trataba de una moda que pronto pasaría pero el considerable aumento del consumo de este tipo de cervezas como el aumento del número de fábricas que se dedicas a su elaboración solo puede indicar como se ha mencionado anteriormente que finalmente la cerveza artesana ha conseguido hacerse un hueco en este país.



Fuente: Cerveceros de España y Min. de Agricultura. EL PAÍS

Figura 18: Producción de cerveza artesana. Fuente: Cerveceros de España y Min. De Agricultura 2017.

Según todo estos datos que aparecen en la Figura 18 invertir en una fábrica de cerveza artesana hoy en día sería una buena oportunidad de negocio siempre teniendo en cuenta que la competencia es cada vez mayor y sabiendo que lo que se

busca es atraer los paladares más exigente que al final buscan sabores y aromas diferentes.

8.2 Misión.

Ser una cervecería de gran prestigio, reconocida por la gran calidad de su cerveza en la que destaca la utilización de ingredientes naturales provenientes principalmente de la zona además de por el cuidado del embotellado con un gran atractivo para las consumidores. Cervezas innovadoras creadas al detalle y teniendo muy en cuenta los gustos y necesidades de los clientes. Tratar a los clientes desde la cercanía y no solo a los finales sino también a los distribuidores e intermediarios para que conozcan el producto y lo sepan vender.

8.3. Visión.

Llegar a ser una cervecería conocida por el mundo con su propia marca que además de distribuir a un gran número de tiendas especializadas y restaurantes de gran calidad consiga atraer turismo al pequeño pueblo donde está establecida con el objetivo principal de conocer al detalle la cerveza, como se elabora y sus instalaciones.

8.4 Valores.

El valor principal es el de calidad e innovación, conocer la zona y los recursos para poder aprovecharlos al máximo a la hora de la elaboración creando cervezas con sabores y aromas diferentes siempre teniendo en cuenta el gusto de nuestros clientes algo que se va a conseguir a través de otro de los grandes valores la cercanía con este permitir que el cliente pruebe, opine y de sugerencias para saber de primera mano que es lo que más destacan y lo que menos del sabor y el aroma de nuestras cervezas.

Otro valor fundamental es la pasión que los trabajadores sientan el proyecto, la empresa, y los objetivos de esta como suyos.

8.5. Las cinco fuerzas de Porter.

Michael Porter economista de Harvard Business School creó el análisis de las cinco fuerzas de Porter a través del cual se puede llegar a conocer la rentabilidad de un determinado sector.

8.5.1. Poder de negociación con los clientes.

En un primer momento los principales clientes de cervezas Nomar van a ser los habitantes del pequeño pueblo donde se va a implantar la fábrica, estos clientes no cuentan con numerosas opciones en este sector ya que es la única fábrica que se encuentra en el pueblo y los alrededores. Su opción sería recurrir a elementos sustitutivos como el vino o la cerveza industrial pero al fin y al cabo no es el mismo resultado. Al tratarse de una fábrica de cerveza artesanal lo que se pretende es atraer a personas que precisamente prefieran la cerveza a el vino, tratándose esta de un producto único con mucha personalidad y con pocas similitudes con la cerveza industrial por ello esta no es tanto una amenaza ya que la calidad de cervezas Normar es mucho más alta y los que realmente saben diferenciar un buen aroma y sabor no tendrán duda.

8.5.2. Poder de negociación con los proveedores.

En el caso de cervezas Nomar no hay una gran necesidad de negociar con los proveedores pues la intención es plantar la cebada y obtener agua del propio manantial del pueblo, aún así si que habría que negociar respecto al lúpulo y las botellas.

Algo en lo que no se va a negociar es en la calidad de las materias primas ya que son fundamentales para la elaboración de una buena cerveza de calidad. Al tratarse de una pequeña fábrica el volumen de producción es muy reducido así que el nivel de negociación será alto debido a que no supone de una gran involucración por parte de los proveedores.

8.5.3. Barreras de entrada.

Al tratarse de una cerveza de tipo artesanal cuyos ingredientes son naturales y su elaboración personal, los precios que se van a establecer son algo más elevados que los de las cervezas industriales obteniendo así un margen que permitirá poder entrar en el mercado sin una gran inversión.

Además el lugar de localización no cuenta con nada parecido a lo que va ofrecer cervezas Nomar teniendo los clientes la posibilidad de acudir ellos mismos a la propia fabrica obteniendo así un precio más reducido, por lo que en un primer momento la distribución no va a ser un problema ya que se pretende vender a la gente de los alrededores e ir haciéndose un nombre para poder ir ampliando la red de

distribución a bares y restaurantes cercanos pero eso una vez que se haya obtenido un producto conocido y deseado por los clientes.

Algo negativo que puede hacer que muchos clientes sean reacios a cervezas Nomar puede ser la falta de experiencia, pero la calidad de la cerveza junto con una buena estrategia de marketing además de la capacidad de probar el producto acabará por convencerlos.

8.5.4. Barreras de salida.

Como ya se ha mencionado anteriormente la localización de cervezas Nomar es un pequeño pueblo de Extremadura donde no existe ningún negocio similar. El claro sustituto sería el vino a la cerveza de tipo industrial pero esto no tiene nada que ver con lo que ofrece cervezas Nomar. Los clientes que se pretende atraer y mantener son aquellos que buscan beber cerveza de calidad con un sabor y un aroma con personalidad algo que la cerveza industrial no puede ofrecer y evidentemente el vino tampoco pues aunque pueda ser considerado un sustitutivo no tiene nada que ver.

8.5.5. Rivalidad entre los competidores.

En el sector de la cerveza artesana existen muchas fabricas de este tipo y cada vez más ya que es un mercado en pleno crecimiento que cada vez cuenta con más seguidores de ahí el elegir como localización un pequeño pueblo de Extremadura comunidad donde si hay cultura de la cerveza artesana, pero en dicho pueblo y alrededores no existe ninguna fábrica de este tipo, aun así habrá que llevar a cabo una buena estrategia de marketing para atraer no solo a los clientes del propio pueblo sino también de los alrededores.

Además al contar con una fábrica y un gran maestro cervecero se pretende crear con ayuda de los propios clientes una cerveza con aroma, sabor, personalidad que sea única. Teniendo en cuenta que con lo mencionado anteriormente el trato con el cliente va a ser muy estrecho y personal al tratarse de un pequeño pueblo donde todos se conocen.

Por ello la intensidad de la competencia sería media ya que aunque en España existe una gran cantidad de empresas de este tipo por ahora en el ámbito en el que se va a trabajar no hay una gran competencia como tal.

8.6. Análisis Dafo.

Mediante este análisis se va a tratar de estudiar las diferentes características con las que cuenta la empresa y el mercado del que forma parte analizando las oportunidades con las que se cuenta y los recursos que se poseen viendo si estos están siendo bien aprovechados para cubrir esas oportunidades o no, es decir, va a determinar si las ventajas competitivas con las que cuenta la empresa están siendo bien empleadas. Este análisis se encuentra dividido por un lado por el análisis interno donde se van a estudiar las fortalezas y debilidades de la empresa, en primer lugar las fortalezas son aquellos elementos positivos e internos con los que cuenta la empresa las debilidades son también factores internos pero este caso serían los negativos, por otro lado se va a realizar un análisis externo donde se estudiarían las oportunidades y amenazas de la empresa dentro de su sector.

<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Nivel de producción más bajo que las fábricas de cerveza industrial. -Recursos económicos limitados. -Reciente incorporación al sector. -Falta de conocimiento del producto y la marca en el mercado. -Escaso poder de distribución. 	<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Sector en pleno crecimiento. -Atención y cercanía al cliente. -Única fábrica en los alrededores. -Producto innovador fabricado con ingredientes de la zona. -Trabajadores formados y cercanos al cliente. -Maestro cervecero con gran experiencia.
<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Existencia de un gran número de competidores. -Existencia de grandes fábricas industriales con mayor capacidad de producción. 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Existencia de un gran número de consumidores de cerveza artesana. -Utilización de ingredientes ecológicos en auge. -Elevado precio del vino.

Figura 19: Análisis Dafo. Fuente: Propia.

9 Plan de operaciones.

9.1. Procesos de compra.

El objetivo del proceso de compra de cerveza Nomar es evitar las grandes acumulaciones de stock innecesario, es decir, intentar contar con el stock justo para que no pase grandes temporadas almacenado sin ser usado. Siempre contando con una cierta cantidad para emergencias.

Contando con proveedores que suministren de manera rápida, con máximo de 48 horas se consigue evitar lo mencionado anteriormente grandes acumulaciones de producto que pase largos periodos sin ser usado y además esto permite que en caso de encargos se pueda iniciar la producción con mucha más rapidez. Y también permite que se reduzca la necesidad en cuanto a espacio de almacenamiento ya que la materia prima se solicita con uno o dos días de antelación para ya ser usada sin necesidad de tener grandes cantidades almacenadas.

Esto también es importante si hablamos de la compra de alguna materia prima especial para la elaboración de una determinada cerveza, o para alguna prueba si se diera el caso de que dicha materia prima no cumple con la calidad o el resultado esperado o la cerveza que se ha elaborado no tiene el éxito que se pensaba, de esta manera se reducen las pérdidas ya que se cuenta con las materias primas necesarias para el lote determinado y no se va a recibir más hasta que sea necesario, en el caso de tener toda esa materia prima almacenada en grandes cantidades las pérdidas serían muchos mayores.

9.2. Proveedores.

En cuanto a los proveedores aunque el objetivo de cervezas Nomar es cultivar y utilizar las máximas materias primas propias en un primer momento será necesario contar con una serie de proveedores que suministren dichas materias hasta asegurarse de que los cultivos están estabilizados y que el resultado de estos cumple con las calidades esperadas. Lo más importante es el resultado de la cerveza por ello hay que asegurarse que desde un primer momento se cumple con la calidad que se quiere obtener después se podrán hacer las modificaciones necesarias.

Los proveedores serán nacionales aunque el coste sea algo más elevado permitirá realizar un trato mucho más personal y cercano con ellos y además conocer

mejor el producto. También facilitará los envíos permitiendo conseguir lo que ya se ha dicho, envíos rápidos de en torno a 48 horas.

9.3. Servicio de Postventa.

Cervezas Nomar se va a poder disfrutar principalmente en la propia fábrica pudiendo comprar el producto a un precio más barato, también se contará con una página web donde se realizaran envíos nacionales cuyo objetivo es que la entrega se realice como máximo 48 horas después, para dichos envíos se contara con una empresa que se contratara específicamente para cumplir con ese servicio.

Además de la venta de la cerveza en la propia fábrica también se llevara a cabo visitas donde se explicara que es la cerveza artesanal, en que se diferencia de la industrial, cuáles son sus materias primas y su proceso de elaboración. Todo esto evidentemente viendo parte de todo ese proceso, las instalaciones, la maquinaria empleada y la cata de los productos que se estén elaborando en ese momento permitiéndose hacer sugerencias para mejorar el negocio.

Más adelante cuando la cerveza ya se haya hecho con un público y este comenzando a ser reconocida lo que se pretende es incluir en las instalaciones de la fábrica un taproom, es decir, un bar donde se sirven las cervezas de la fábrica pudiendo disfrutar de un espacio de relax para beber la cerveza.

9.4. Métodos de control.

A la hora de tener una cervecería no de vas a elaborar un producto que va a ser consumido por diferentes personas es fundamental contar con una buena rutina de limpieza, esto además de evitar la aparición de bacterias va a hacer que la maquinaria este bien cuidada y dure mucho más tiempo.

Evidentemente después de cada elaboración hay que llevar a cabo una limpieza mecánica profunda, sin tener en cuenta si se ha elaborado más o menos siempre debe ser profunda. También hay que saber que en función del agua que se va a utilizar los residuos de cal van a ser más o menos intensos por ellos se recomienda realizar una limpieza ácida.

Algo fundamental es mantener limpio el proceso de embotellado tanto como las botellas que se van a emplear. El proceso de elaboración de la cerveza se realiza para los demás para que una gran cantidad de personas puedan disfrutar de él, por ello es muy importante la limpieza y evitar contaminaciones.

10 Plan de Marketing.

10.1. Encuesta.

Se ha llevado a cabo una encuesta entre 108 personas para conocer los gustos y la posible aceptación de una nueva cerveza artesanal.

SEXO	
MASCULINO	65
FEMENINO	43

Figura 20: Respuestas a la pregunta sexo en la encuesta. Fuente: Elaboración propia.

El 62% de los que respondieron a la encuesta fueron hombres, lo que muestra algo que ya se sabía que los hombres consumen más cerveza que las mujeres, sin embargo, la diferencia no es tanta cada vez son más las mujeres que se animan a Consumirla.

EDAD	
MENOR DE 25	33
25-45	40
45-65	35
MAYOR DE 65	1

Figura 21: Respuesta a la pregunta edad en la encuesta. Fuente: Elaboración propia.

Lo que nos indican estos datos es que la cerveza se consume a cualquier edad, cualquiera puede introducirse en el gran mundo de la cerveza. Aunque si es cierto que las personas que ya son más mayores tienen sus costumbres y sus bebidas favoritas ya más arraigadas y cuesta más cambiarles esos hábitos.

CONSUME CERVEZA HABITUALMENTE	
SI	84
NO	24

Figura 22: Respuesta respecto al consumo en la encuesta. Fuente: Elaboración propia.

Algo que ya se conoce es que la mayoría de la gente consume cerveza de manera habitual ya bien sea solo en casa o acompañado con amigos y familia.

FACTOR POR EL QUE CONSUME CERVEZA	
SABOR	77
DINERO	15
DISEÑO	1
MARCA	11
ORIGEN	4

Figura 23: Respuesta sobre el factor por el que consumo cerveza en la encuesta. Fuente: Elaboración propia.

Evidentemente a la hora de consumir cerveza la mayoría prioriza el sabor por ello la cerveza artesana gana cada vez más adeptos porque su sabor es mucho más intenso, aunque también hay gente que tiene muy en cuenta el dinero que paga por ello es importante encontrar el equilibrio entre calidad y precio.

CERVEZA QUE CONSUME	
INDUSTRIAL	80
ARTESANAL	28

Figura 24: Respuesta sobre tipo de cerveza que consume en la encuesta. Fuente: Elaboración propia.

Aunque la cerveza artesanal se encuentra en pleno crecimiento es imposible negar que la cerveza industrial es más barata y más fácil de encontrar en cualquier establecimiento, sin embargo la mayoría de los que respondieron a la encuesta también seleccionaron el sabor como principal factor a valorar a la hora de consumir cerveza por lo que probablemente muchos de ellos ni siquiera haya probado la cerveza artesana así que es muy importante que el mercado continúa creciendo haciendo que cada vez sea más sencillo encontrar diferentes posibilidades de cerveza artesanal en los diferentes bares y restaurantes.

PREFIERE CERVEZA	
RUBIA	98
NEGRA	10

Figura 25: Respuesta sobre el tipo de cerveza que prefiere en la encuesta.
Fuente: Elaboración propia.

La cerveza negra también tiene muchos adeptos pero sí que es verdad que a la hora de elegir la cerveza rubia es la más consumida, al final al ser una cerveza más suave se puede combinar con muchísimos alimentos.

EN EL ETIQUETADO PREFIERE	
LETRAS	91
COLORES	15
AMBAS	2

Figura 26: Respuesta sobre preferencia en el etiquetado en la encuesta.
Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al etiquetado lo que más le llama la atención a la gente es la mezcla entre las letras y los colores, pero principalmente le dan más importancia a la combinación de los colores. Las etiquetas de las cervezas artesanas suelen ser muy llamativas siendo esta una de las maneras de captar la atención de los clientes además de que muchos de los consumidores se dedican a coleccionar muchas de las botellas de estas.

FORMATO PREFERIDO	
33CL	80
75CL	27
25CL	1

Figura 27: Respuesta sobre formato preferido en la encuesta. Fuente: elaboración propia.

El formato preferido es el más común 33CL aunque el de 75CL también es bastante utilizado cuando se quiere cerveza para compartir en comidas, cenas etc.

PRUEBAS DIFERENTES CERVEZAS	
SI	94
NO	14

Figura 28: Respuesta sobre si prueba o no diferentes cervezas. Fuente: Elaboración propia.

La mayoría de la gente suele probar cervezas diferentes lo que indica que el lanzamiento de nuevas cervezas podría tener éxito, pero también deja entender que la gente se acaba cansando en su mayoría de consumir siempre las mismas cervezas y que les gusta cambiar, arriesgarse y probar sabores nuevos. Una pequeña parte indica que una vez ha encontrado una cerveza que le gusta prefiere no arriesgar y consumir la misma.

10.2. Análisis de la competencia.

Ahora se va a llevar a cabo un análisis de las diferentes cervezas artesanales que se comercializan por la zona, para conocer el precio, los sabores, tamaños etc. de la competencia y también realizar una comparación con cervezas Nomar.

Blomberg Blanca

- Ubicación: Plasencia, Cáceres.
- Número de variedades: 5.
- Precio botella 33cl: 2,5 euros.

Cerex

- Ubicación: Zarza de Granadilla, Cáceres.
- Número de variedades: 5.
- Precio botella 33cl: 2,70 euros.

Sevebrau

- Ubicación: Villanueva de la serena, Badajoz.
- Número de variedades: 7.
- Precio botella 33cl: 3 euros.

Ballut

- Ubicación: Pol. Industrial El Nevero, Badajoz.
- Número de variedades: 4.
- Precio botella 33cl: 2,40 euros.

Jara

- Ubicación: Villanueva del Fresno, Badajoz.
- Número de variedades: 3.
- Precio botella 33cl: 2,75 euros.

Se han seleccionado algunas de las cervezas artesanales que se pueden encontrar en la Comunidad de Extremadura, entre ellas algunas son más conocidas y otras continúan intentando hacerse un hueco en el mercado.

El número de variedades oscila entre 4 y 5 evidentemente cervezas Nomar en un principio únicamente producirán una única cerveza y según vaya ganando clientes irá aumentando su variedad.

En cuanto al precio en general ninguna baja de los 2,5 ni llega a pasar de los 3, esto hablando de venta online si se hiciera un análisis de la venta en bares y restaurantes el precio sería más elevado, pero por ahora cervezas Nomar no se va a comercializar en este tipo de establecimientos por lo que dicho análisis se realizará llegado el momento.

10.3. Clientes.

Los productos de cervezas Nomar van dirigidos a todas las personas mayores de 18 años, es decir, con capacidad legal para consumir este producto. En cualquier negocio es fundamental conocer los gustos y necesidades de los clientes para adaptar los productos a estas, por ello mediante la realización de catas se dará la posibilidad a los clientes de conocer el producto desde dentro pudiendo dar su opinión sobre este para así poder adaptarlo al gusto de la mayoría. También es importante llevar a cabo una buena publicidad que consiga hacer que los clientes potenciales se interesen por el producto.

Cervezas Nomar es para todas aquellas personas que estén dispuestas a consumir una cerveza de calidad con un aroma y un sabor que no van a encontrar en

otras cervezas que están al alcance en cualquier supermercado. Esta dirigida para todos aquellos que quieran probar una cerveza producida de manera ecológica sin la utilización de ningún tipo de químico en su elaboración y con productos que son obtenidos principalmente de su lugar de origen haciéndola más propia de la tierra en la que se fabrica.

10.4. Marketing Operativo.

10.4.1. Producto.

Cerveza Nomar pone a disposición de sus clientes una serie de cervezas artesanales de gran calidad. Con sabores y aromas únicos con fuerte personalidad. Elaboradas con productos naturales obtenidos en su mayor parte del lugar de origen.

Aunque de primeras solo se fabricara una única cerveza rubia ya se tiene en mente otras recetas para llevar a cabo otro tipo de elaboraciones.

Cerveza rubia

Como ya se ha visto anteriormente en los resultados de la encuesta la cerveza rubia es la que más se prefiere entre los consumidores, esto es resultado de que esta cerveza tiene un sabor más suave por lo que es más fácil de probar entre aquellos que aun no están muy adentrados en el mundo de la cerveza artesanal y es más fácil que termine por gustarles.

Cerveza rubia de melocotón

Este tipo de cerveza va a ser similar a la mencionada anteriormente, se trata de una cerveza suave fácil de beber incluso para los que no están acostumbrados al consumo de cerveza artesanal que generalmente tienen un sabor más fuerte. En este caso se le va a incorporar un puré natural de melocotón dándole a la cerveza un leve sabor afrutado muy agradable.

Cerveza tostada

Se llevará a cabo una variedad de cerveza tostada. Su color surge del empleo de maltas más tostadas que le dan a la cerveza un color más fuerte. Este tipo de cervezas suelen tener un sabor más potente por lo que estará más destinada a aquellos que ya disfrutan de la cerveza artesanal como una de sus bebidas preferidas.

Más adelante cuando ya se cuente con un número de clientes considerable y se conozca de primera mano sus preferencias se intentará incorporar algún tipo de cerveza negra. Este tipo de cervezas tienen un mayor grado de alcohol y son más potentes por lo que primero es importante conocer si se contará con un público dispuesto a consumir este tipo de cervezas.

10.4.2. Precio.

Como se observó anteriormente en el análisis de la competencia los precios de las cervezas artesanales de la zona oscilan entre 2 y 2,5 euros.

Además de los precios de la competencia a la hora de fijar los precios es muy importante conocer los costes fijos con los que cuenta la empresa y los objetivos marcados en cuanto a rentabilidad.

Cervezas Nomar va intentar hacerse un hueco en el mercado mediante una política de precios bajos teniendo en cuenta que un primer momento la forma de llegar a los productos será a través de la propia fábrica reduciéndose así en costes de distribución.

El precio de cervezas Nomar será de 1,9 euros en la propia fábrica si se deseara obtener a través de la página web su precio sería de 2,1 euros. También se llevarán a cabo promociones en un primer momento de lotes de cerveza pudiéndose abaratar costes según la cantidad adquirida.

10.4.3. Puntos de venta.

Inicialmente se contará con dos puntos de venta.

Ventas en fábrica

Los diferentes clientes podrán acceder a las propias instalaciones para adquirir el producto. El horario de apertura de la fábrica será de mañana de 9:00 a 15:00 horas. En caso de grandes encargos podrá establecerse una cita en cualquier horario.

También se podrán realizar visitas guiadas bajo reserva con un mínimo de cinco participantes y un máximo de diez. En función del número de visitantes se podrá ser más flexible con estas visitas pudiendo llegar a realizarse en horario de tarde si fuera necesario.

Ventas en web

Se podrán realizar compras de cualquiera de los productos en un pack mínimo de seis unidades. Los gastos de envío serán gratuitos a partir de 30 euros de compra y llegarán solo a zonas de la península en un plazo máximo de 48 horas. Con el tiempo se pretende aumentar los envíos al resto de puntos de España.

10.4.4. Promoción y publicidad.

Cervezas Nomar es una empresa completamente nueva por lo que es muy importante que se dé a conocer, para ello se van a realizar una serie de acciones.

Redes Sociales

Hoy en día es fundamental hacerse un hueco en las redes sociales para darse a conocer. No solo se van a utilizar para promocionar la cerveza como tal sino para mantener a los clientes informados de todas las actividades que se vayan a realizar o en las que se vaya a participar, como ferias, concursos etc.

Además se llevarán a cabo una serie de concursos donde se podrán ganar lotes de cerveza para así aumentar el número de seguidores en las redes sociales y poder llegar a más gente.

También se llevarán a cabo colaboraciones con influencers con el objetivo ya mencionado anteriormente de aumentar el número de seguidores para darse a conocer.

Página Web

Se llevará a cabo una página web sencilla pero llamativa, es decir, una página de pocos comandos que sea fácil de utilizar por todo tipo de personas incluso aquellas que no estén acostumbradas a utilizar las nuevas tecnologías. A través de la página web se podrá acceder a las redes sociales, conocer la historia de la empresa y comprar los productos de manera fácil.

Inauguración

Una de las primeras acciones de comunicación que se van a realizar para dar a conocer el producto es la propia inauguración donde se podrá probar el producto, hablar con el maestro cervecero sobre curiosidades, también se realizarán concursos pudiendo ganar lotes de producto, descuentos y más.

Boca a boca

Nuestra principal acción en el propio pueblo será el boca a boca en tres los propios vecinos esperando que se animen a probar la cerveza y conocer las instalaciones de la fábrica.

11 Política de cobro a clientes.

La política de cobros a clientes se mantendrá a cero. Los cobros se podrán realizar o bien mediante pago con tarjeta a través de los datafonos de los que se dispondrá, o bien mediante dinero en efectivo esto en caso de comprar directamente a la fábrica. A la hora de comprar en la página web el pago se realizará evidentemente mediante tarjeta. Esto mantendrá la cuenta de clientes a cero ya que ambas formas de pago son recibidas de manera directa por la empresa.

12 Plan de producción.

En el caso de cervezas Nomar hay que tener en cuenta que se van a elaborar tres tipos diferentes de cerveza mensualmente. Esto hace que haya que organizar la producción de manera que no se mezclen los procesos de elaboración.

En primer lugar se llevará a cabo la elaboración de la cerveza rubia. Posteriormente la cerveza rubia de melocotón y por último la cerveza tostada. Para cada elaboración se invertirá una franja semanal; Dejando una cuarta semana mensualmente sin producción para la limpieza y esterilización de toda la maquinaria. El embotellado y empaquetado se realizará dos semanas después de la producción de cada receta una vez finalizado el proceso de fermentación.

13 Política de pago a proveedores.

La empresa cuenta con una filosofía de no aplazamiento realizando todos los pagos de manera inmediata. En este momento la producción de la empresa no es muy grande por lo que la necesidad de materias primas es muy reducida y por ahora puede permitirse el pago de estas al contado sin dejar nada a deber.

14 Ubicación e infraestructura.

14.1 Localización y justificación.

La empresa se va a denominar Cervezas Nomar S.L.

Se va a localizar en un pequeño pueblo de Extremadura al norte de Cáceres, situado en la Sierra de Gata, llamado Acebo. Este pueblo cuenta con aproximadamente 600 habitantes está rodeado de naturaleza y posee abundante agua y tierra fértil.

En relación con las posibilidades que ofrece la localidad donde se va a llevar a cabo el proyecto el ayuntamiento de Acebo junto con la diputación de Cáceres ofrece la posibilidad de beneficiarse del proyecto “vivir y trabajar “con el que resultado de un terrible incendio hace unos años ofrecen tierras en usufructo para nuevos trabajadores dispuestos a empadronarse en el pueblo con la finalidad de aumentar la población.

Además es importante saber que se trata de un pueblo muy turístico que cuenta con unas piscinas naturales que consiguen que los vecinos de alrededor decidan visitar y conocer el pueblo algo muy positivo para la fábrica ya que muchas de estas personas pueden aprovechar para visitarla también.

14.2. Maquinaria e instalaciones.

Para llevar a cabo la actividad va a ser necesaria en primer lugar una nave donde poder desarrollar toda esta actividad. Esta nave como ya se ha mencionado va a estar ubicada en Acebo un pequeño pueblo de Extremadura.

Respecto a la maquinaria necesaria para la elaboración de la cerveza se va a contar con un molino de malta para como su nombre indica moler la malta, una máquina de cocción para realizar el proceso que su propio nombre indica, otra máquina de maceración y filtrado. También serán necesarios tres tanques de fermentación y maduración donde fermentarán y reposarán las tres recetas hasta que estén elaboradas completamente.

Se contará con una máquina de embotellado y empaquetado además de un sistema de limpieza con el que se realizará la limpieza y esterilización de la maquinaria después de cada uso y también un sistema de refrigerado para mantener el agua en la temperatura necesaria y que la cerveza no se caliente ya que se estropearía.

Será necesario también todo el mobiliario para poder realizar las labores de oficina y gerencia en la que se contará con equipos informáticos y de oficina.

15 Organización y recursos humanos.

15.1. Organigrama.

En un primer momento no hará falta demasiado personal para el desarrollo de las principales actividades. Lo más importante es la obtención de una cerveza única y de gran calidad. Los puestos con los que se va a contar son:

- Gerente.
- Maestro cervecero.
- Director de marketing y publicidad.

En este tipo de negocio es fundamental contar con un gran maestro cervecero que tenga cierta experiencia en el sector ya que de él va a depender el resultado del producto principal. Debe estar atento a la elaboración el producto, que las temperaturas sean las correctas y que la limpieza sea la adecuada.

También es muy importante realizar una buena estrategia de marketing y publicidad ya que se trata de una empresa nueva que no es conocida en el mercado y para que funcione y consiga arraigarse es esencial llegar a los clientes, atraélos y fidelizarlos. Es necesario contar un gran movimiento en las redes sociales, ya que ha día de hoy es una de las mejores maneras de darse a conocer sobre todo entre el público más joven. Para esto se va a contar con una persona para dedicarse fundamentalmente a esto.

Evidentemente todo esto no sería posible sin alguien que controlase todo lo que sucede y cuando sucede, por ello, también es necesaria la figura de un gerente que controle al resto de empleados, desde si realizan de manera comprometida y correcta sus labores, hasta cuándo deben realizar dichas tareas. El gerente también será el encargado de llevar a cabo las visitas guiadas por la fábrica con ayuda en muchos casos del maestro cervecero. Será el que trate principalmente con los clientes.

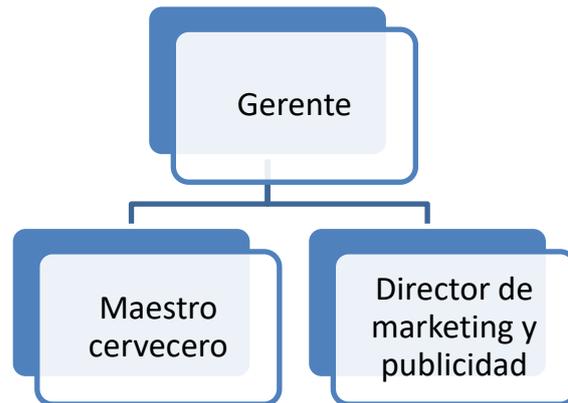


Figura 29: Organigrama de empresa. Fuente: Elaboración propia.

15.2. Perfiles empresariales.

Puesto: Gerente.

Requisitos: Persona de entre 25 y 30 años, proactiva con capacidad de cooperación y gran capacidad de aprendizaje. Con experiencia de al menos dos años en un puesto similar. Con conocimientos en Microsoft office nivel alto y conocimientos altos de contabilidad. Se requerirá nivel elevado de inglés y se valorarán otros idiomas.

Horario: lunes a sábado. De 9:00 a 15:30.

Salario: 2.000 euros mensuales.

Puesto: Maestro cervecero.

Requisitos: Persona mayor de 30 años, dinámica, cooperativa con capacidad para trabajar en equipo y liderar. Con experiencia en el sector de la cerveza de al menos 5 años. Con conocimiento sobre la elaboración de la cerveza y el uso de las maquinarias necesarias. Con ganas de probar e innovar. Se requerirá nivel de inglés alto.

Horario: lunes a viernes. De 8:00 a 15:30.

Salario: 1.500 euros mensuales.

Puesto: Director de marketing y publicidad.

Requisitos: Persona de entre 35 y 30 años, con actitud, ganas de aprender, cooperativa, con capacidad para trabajar en equipo y que sea muy dinámica. Sin necesidad de experiencia, con ganas de aprender y trabajar. Con conocimiento sobre marketing y publicidad, técnicas innovadoras y gran manejo en las redes sociales. Se requerirá nivel de inglés alto y se valorarán otros idiomas.

Horario: lunes a sábado. De 9:00 a 15:30.

Salario: 1.900 euros mensuales.

15.3 Retribuciones.

A la hora de determinar el salario de los trabajadores es fundamental conocer las bases de cotización mínimas según la categoría profesional, como aparece en la Figura 30, entre otras muchas variables, aunque evidentemente la cantidad final la determina la empresa se debe tener en cuenta esas variables, de ahí los salarios indicados anteriormente.

BASES DE COTIZACIÓN CONTINGENCIAS COMUNES			
Grupo de Cotización	Categorías Profesionales	Bases mínimas euros/mes	Bases máximas euros /me
1	Ingenieros y Licenciados. Personal de alta dirección no incluido en el artículo 1.3.c) del Estatuto de los Trabajadores	1.466,40	4.070,10
2	Ingenieros Técnicos, Peritos y Ayudantes Titulados	1.215,90	4.070,10
3	Jefes Administrativos y de Taller	1.057,80	4.070,10
4	Ayudantes no Titulados	1.050,00	4.070,10
5	Oficiales Administrativos	1.050,00	4.070,10
6	Subalternos	1.050,00	4.070,10
7	Auxiliares Administrativos	1.050,00	4.070,10
		Bases mínimas euros/día	Bases máximas euros /día
8	Oficiales de primera y segunda	35,00	135,67
9	Oficiales de tercera y Especialistas	35,00	135,67
10	Peones	35,00	135,67
11	Trabajadores menores de dieciocho años, cualquiera que sea su categoría profesional	35,00	135,67

Figura 30: Bases de cotización. Fuente: Seguridad Social.

También habrá que tener en cuenta otra serie de variables como el desempleo, la formación profesional etc.

15.4. Reclutamiento.

Ahora se va a explicar brevemente cual es el proceso de selección a seguir por la empresa para las nuevas incorporaciones a la plantilla.

En primer lugar para ponerse en contacto con los posibles candidatos se realizará un informe detallado con las características del trabajo y los requisitos con los que debe contar el trabajador. Este informe se publicará en diferentes webs de búsqueda de empleo.

El segundo paso será la preselección. En función de los currículos recibidos se llevara a cabo un estudio de estos seleccionando los que aparentemente se asemejen más a las condiciones buscadas.

Estos últimos tendrán que presentarse en las oficinas de la fábrica para que les sea realizada una entrevista personal donde tendrán que desenvolverse de manera dinámica. Además de hablar sobre su formación profesional y su experiencia se les realizara diversas preguntas, entre ellas, porque creen que son las personas correctas para ocupar ese puesto de trabajo. Parte de la entrevista se realizará en inglés para comprobar que el nivel que se posee es el requerido.

El tipo de contrato que se realizará será indefinido, evidentemente se contará con un periodo de prueba considerable para saber si dichos perfiles son validos. Se pretende contratar a gente que se sienta parte de la empresa, por ello se requiere de personas que estén dispuestas a cambiar su lugar de residencia y que tengan miras a quedarse a largo plazo.

16 Aspectos formales. Legislación a tener en cuenta.

16.1 Forma jurídica.

La forma jurídica elegida para esta empresa será una sociedad de responsabilidad limitada ya que el número de socios es mínimo uno, en este caso dos. Además la aportación mínima es de 3005,06 euros cuyo desembolso debe realizarse de manera total. Como su nombre indica la responsabilidad es limitada por lo que se reduce al capital aportado por los socios. Es la forma que más se asemeja a las necesidades de la empresa.

16.2 Tramites de constitución de la empresa.

Trámite	Descripción	Organismo
<u>Alta en el Censo de empresarios, profesionales y retenedores</u>	Declaración censal de comienzo, modificación o cese de actividad que han de presentar a efectos fiscales los empresarios individuales, los profesionales y las sociedades.	Agencia Tributaria (AEAT)
<u>Impuesto sobre Actividades Económicas</u>	Es un tributo derivado del ejercicio de actividades empresariales, profesionales o artísticas.	Agencia Tributaria (AEAT)
<u>Alta en el régimen especial de trabajadores autónomos (RETA)</u>	Régimen que regula la cotización a la Seguridad Social de los trabajadores autónomos (empresarios individuales), comuneros y los socios y administradores de algunas sociedades	Tesorería General de la Seguridad Social
<u>Alta de los socios y administradores en los regímenes de la Seguridad Social</u>	El alta en el régimen de la Seguridad Social que corresponda en cada caso, estará condicionado al tipo de sociedad y/o a la participación en el capital social.	Tesorería General de la Seguridad Social
<u>Obtención y legalización del libro de Visitas</u>	No se impone a las empresas, adquirir o diligenciar cualquier clase de libro para anotar las actuaciones de la Inspección de Trabajo.	Inspección Provincial de Trabajo
<u>Legalización del Libro de actas, del Libro registro de socios, del Libro-registro de acciones nominativas y del Libro registro de contratos entre el socio único y la sociedad</u>	La legislación actual obliga a las sociedades mercantiles a llevar unos libros-registro (de actas, de socios o de acciones) y a realizar anualmente su presentación en el Registro Mercantil Provincial.	Registro Mercantil Provincial
<u>Legalización del Libro Diario y del Libro de Inventarios y Cuentas Anuales</u>	Todos los empresarios que lleven su contabilidad según las disposiciones del Código de Comercio deberán elaborar los siguientes documentos contables: un Libro Diario y un Libro de Inventarios y Cuentas Anuales.	Registro Mercantil Provincial
<u>Obtención de un certificado electrónico</u>	El certificado electrónico posibilita firmar documentos electrónicos e identificar inequívocamente al propietario de la firma.	Autoridades de certificación

Figura 31: Tramites generales de constitución. Fuente: Portal Pyme.

En la Figura 31 se puede observar los trámites generales que debe realizar todo tipo de empresa para poder poner en marcha su actividad además de a qué organismo debe acudir para poder llevarlo a cabo.

También hay que tener en cuenta que si se van a contratar trabajadores como en este caso se tendrán que realizar otra serie de registros como los que aparecerán en la siguiente tabla.

Trámite	Descripción	Organismo
Inscripción de la empresa	La inscripción es el acto administrativo por el que la Tesorería General de la Seguridad Social asigna al empresario un número para su identificación y control de sus obligaciones (código de cuenta de cotización).	Tesorería General de la Seguridad Social
Afiliación de trabajadores	Acto administrativo por el que la Tesorería General de la Seguridad Social reconoce a las personas físicas su inclusión por primera vez en el Sistema de Seguridad Social	Tesorería General de la Seguridad Social
Alta de los trabajadores en el Régimen de la Seguridad Social	Todo empresario que contrate a trabajadores deberá comunicar el alta en el Régimen de la Seguridad Social que corresponda.	Tesorería General de la Seguridad Social
Alta de los contratos de trabajo	Este trámite consiste en realizar la legalización o alta de los contratos de trabajo de los trabajadores por cuenta ajena.	Servicio Público de Empleo Estatal
Comunicación de apertura del centro de trabajo	Constituida la Sociedad o decidida por el empresario la iniciación de su actividad, se deberá proceder a la comunicación de apertura del centro de trabajo, a efectos del control de las condiciones de Seguridad y Salud Laboral.	Consejería de Trabajo de la CCAA
Obtención del calendario laboral	Las empresas deben exponer en cada centro de trabajo el calendario laboral, que deberá estar en lugar visible.	Inspección Provincial de Trabajo

Figura 32: Tramites para la contratación de trabajadores. Fuente: Portal Pyme.

17 Calendario de puesta en marcha.

AÑO	1			2			3			4		
	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
Trimestres	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
Desarrollo del proyecto												
Estudio de mercado												
compra de la nave												
Compra de materiales												
Montaje												
Compra de productos												
Puesta en marcha												

Figura 33: Puesta en marcha del proyecto. Fuente: Elaboración propia.

Para que el proyecto funcione de manera correcta se debe conocer el calendario de puesta en marcha, es decir, saber cómo y cuándo se va a ir desarrollando las diferentes actividades.

En primer lugar hay que dedicar un tiempo a conocer el proyecto que se quiere llevar a cabo en que va a consistir como se va a realizar etc.

Realizar un estudio de mercado para conocer hacía donde y hacía quien dirigir la actividad y si esta va a ser acogida. A su vez se va a ir buscando una nave donde poder llevar a cabo el desarrollo de la actividad para proceder a su compra además de las maquinarias necesarias, mobiliario, equipos informáticos, material de oficina y todo lo necesario.

Posteriormente se procederá al montaje dentro de la nave ya comprada de todo lo mencionado anteriormente. Esto se realizará a la vez que la compra de materias primas para en cuanto se haya finalizado el proceso de montaje poder proceder a la elaboración del los diferentes productos.

18 . Análisis Financiero

18.1. Previsión de ventas.

En este caso se cuenta con tres tipos de cervezas diferentes, pero evidentemente no todas se van a vender igual. Según el resultado obtenido en la encuesta la cerveza que más se consume es la rubia por lo que se fabricará una mayor proporción de este tipo de cerveza, en cambio la negra fue seleccionada por un porcentaje muy bajo de personas por lo que se fabricará más adelante en caso de que se cuente con un grupo de clientes interesados.

Se van a fabricar 2.000 litros de cerveza mensualmente repartidos entre los diferentes tipos.

TIPO DE CERVEZA	PRODUCCIÓN EN LITROS AL MES
CERVEZA RUBIA	1.000
CERVEZA RUBIA MELOCOTON	500
CERVEZA TOSTADA	500

Figura 34: Producción de litros al mes según tipo de cerveza.

Ahora hay que tener en cuenta que las formas de venta con las que va a contar cervezas Nomar son dos y el precio para ambas va a ser el mismo con el objetivo de intentar afianzar clientes no solo en Acebo sino en toda España.

Una vez ya conocidos todos estos datos se podrá llevar a cabo la previsión de ventas en la que hay que tener en cuenta que la mayor parte de los compradores serán los propios vecinos del pueblo y los alrededores pues que se trata de una marca aun no conocida y es más difícil que de entre todas las posibilidades de las que se dispone de manera online obtén en gran parte por cervezas Nomar, sin embargo para eso se va a trabajar en una buena estrategia de marketing y publicidad.

VENTAS	Total	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Octubre	NOV	Diciemb
Unidades	70.909	3.609	4.000	4.600	6.000	6.500	6.800	7.000	7.500	6.500	6.400	6.000	6.000
Venta Bruta	148.709	7.579	8.400	9.660	12.600	13.650	14.280	14.700	15.750	13.650	13.240	12.600	12.600
Menos Venta	-1.487	-76	-84	-97	-126	-137	-143	-147	-158	-137	-132	-126	-126
Venta Neta	147.222	7.503	8.316	9.563	12.474	13.514	14.137	14.553	15.593	13.514	13.108	12.474	12.474
M. Bruto	117.777	6.002	6.653	7.651	9.979	10.811	11.310	11.642	12.474	10.811	10.486	9.979	9.979
Menos venta	1,00%												
Margen Bruto	80,00%												

Figura 35: Ventas estimadas. Elaboración propia.

En la figura 35 se pueden observar las ventas estimadas para el primer año. Lo primero que hay que tener en cuenta es que se van a fabricar 2.000 litros al mes entre los tres tipos de cerveza lo que supone un total de 24.000 litros al año de los cuales se calcula perder unos 600 durante el embotellado, la fabricación etc. Por lo que en todo el año se fabricarán 70.909 en formato de 33cl.

Los primeros meses del año las ventas serán más bajas debido a que la fábrica acabará de ponerse en funcionamiento y será muy conocida, sin embargo estas ventas irán aumentando sumándole a esto la llegada del calor. Cuando termina el calor las ventas vuelven a descender pero ya no alcanzan las cifras iniciales puesto que ya será una marca más conocida y consolidada en el mercado.

El precio de venta será de 2,1 euros tanto en fábrica como online. Hay que tener en cuenta que el porcentaje de devoluciones se estima en un 1% y que el margen bruto de las ventas es del 80%.

18.2. Política de inversiones.

En cualquier empresa es inevitable realizar una inversión inicial en este caso al tratarse de una fábrica de cerveza será necesario invertir en la maquinaria, la nave donde poder desarrollar toda la actividad además de la licencia necesaria para su construcción.

MAQUINARIA	PRECIO
MOLINO DE MALTA	1.000
MACERACIÓN, COCCIÓN, FILTRADO	70.000
TANQUE DE FERMENTACIÓN Y MADURACIÓN.	22.000
MAQUINARIA ENVASE	25.000
SISTEMA DE LIMPIEZA	22.000
REFRIGERADO	6.000

Figura 36: Maquinaria. Fuente: Elaboración propia.

El coste total de la maquinaria será de 146.000 euros. Toda la maquinaria adquirida será de segunda mano con el objetivo de abaratar costes. Si en un futuro la

empresa comienza a funcionar y obtener beneficios se podría cambiar por una nueva de más capacidad.

También hay que invertir en una nave industrial donde poder establecer la maquinaria y llevar a cabo la elaboración de la cerveza. La ubicación de esta nave como ya se ha mencionado será en el pueblo de Acebo, Extremadura que busca atraer a nuevos trabajadores por lo que ofrece precios muy económicos. El precio de la nave será de 50.000 euros y ya cuenta con diferentes instalaciones como la eléctrica.

Será necesario invertir en mobiliario para poder implantar la oficina y la recepción lo que se calcula que tendrá un coste de unos 5.100 euros. Por otro lado para estas oficinas serán necesarios una serie de ordenadores lo cual supondrá un coste de 2.500 euros.

Habrá que invertir también en realizar el diseño web ya que a través de esta página se obtendrán parte de los ingresos y es fundamental que sea atractiva y fácil de utilizar para los clientes su coste será de 1.500 euros.

Además de la inversión en la página web también será necesario adquirir los diferentes programas informáticos con los que se va a proceder a gestionar todo el negocio lo que tendrá un coste de 150 euros.

Inversión en activos	Precio
Maquinaria	146.000
Nave	50.000
Mobiliario	5.100
Equipos Informáticos	2.500
Web y diseño	1.500
software	150
Tesorería	29.500
TOTAL	234.750

Figura 37: Inversión en activos. Fuente: Elaboración propia.

Será necesario también cubrir los gastos de establecimiento, el stock inicial para comenzar con la producción y un fondo de tesorería destinado a posibles emergencias en total esto supondrá 29.500 euros.

Con el tiempo los bienes que se han ido adquiriendo pierden valor, por ello es importante hacer una partida de amortización para ir restando este valor cada año, la amortización se realizará de manera lineal.

18.3. Política de financiación.

En la creación de una nueva empresa es imprescindible llevar a cabo una inversión inicial para poder hacer frente a aquello que es necesario para iniciar la actividad como la compra de la nave, de la maquinaria etc.

En este caso los socios van a realizar una aportación total de 150.000 euros a partes iguales, es decir, 75.000 euros cada uno.

También se solicitará un préstamo a corto plazo de 24.750 euros a dos años con un interés del 4% que se pagará de manera mensual y cuyos gastos de concesión son de 3.000 euros además esta se realizará en el mes de Enero.

Además se solicitará una póliza de crédito por un valor de 30.000 euros esta tendrá un coste anual de 200 euros y un interés del 7% la concesión será en Julio.

Se va a contar con una subvención no exigible de 30.000 euros que se abonará en el mes de Enero. Esta subvención está destinada para empresas nuevas para hacer frente al coste de la maquinaria por lo que su cuantía no puede ser empleada en otra cosa.

Cervezas NOMAR 2- Plan de Financiación 2020 2024			
Financiación total	Total	234.750	
1- Capital		150.000	63,90% financiación propia
2- Subvenciones		30.000	12,78% financ. con subvenciones
3- Préstamos		54.750	23,32% financiación ajena

Figura 38: Resumen financiación. Elaboración propia.

En la figura 38 se puede observar el porcentaje de financiación propia o ajena que posee la empresa. Cabe destacar que la partida de préstamos se divide en un préstamo a corto plazo de 24.750 euros y una línea de crédito de 30.000 euros.

18.4 Pérdidas y ganancias provisionales.

Cervezas NOMAR		1- Pérdidas y ganancias pre' 2020 2024									
Ingresos	2020	%	2021	%	2022	%	2023	%	2024	%	
Venta neta total	147.222	100,0%	161.944	100,0%	178.138	100,0%	201.296	100,0%	231.491	100,0%	
TOTAL ingresos netos	147.222		161.944		178.138		201.296		231.491		
Coste de las ventas	2020	%	2021	%	2022	%	2023	%	2024	%	
Consumo	29.444	20,0%	32.389	20,0%	35.628	20,0%	40.259	20,0%	46.298	20,0%	
Otros costes de venta	4.300	2,9%	1.836	1,1%	1.873	1,1%	1.910	0,9%	1.948	0,8%	
Salarios Pers. Prod/serv	23.940	16,3%	24.419	15,1%	24.907	14,0%	25.405	12,6%	25.913	11,2%	
Coste de las ventas	57.684	39,2%	58.644	36,2%	62.408	35,0%	67.575	33,6%	74.160	32,0%	
Margen Bruto	89.537	60,8%	103.300	63,8%	115.731	65,0%	133.722	66,4%	157.331	68,0%	
Gastos Operativos	2020	%	2021	%	2022	%	2023	%	2024	%	
Marketing y ventas	33.804	23,0%	34.142	21,1%	34.483	19,4%	34.828	17,3%	35.177	15,2%	
Salarios ventas y mark.	30.324	20,6%	30.627	18,9%	30.934	17,4%	31.243	15,5%	31.555	13,6%	
Publicidad y promoción	3.060	2,1%	3.091	1,9%	3.122	1,8%	3.153	1,6%	3.184	1,4%	
Otros mark. y ventas	420	0,3%	424	0,3%	428	0,2%	433	0,2%	437	0,2%	
Administración y gen.	57.901	39,3%	40.651	25,1%	41.106	23,1%	41.567	20,6%	42.034	18,2%	
Salarios administración	42.720	29,0%	32.239	19,9%	32.562	18,3%	32.887	16,3%	33.216	14,3%	
Seguros	4.800	3,3%	4.896	3,0%	4.994	2,8%	5.094	2,5%	5.196	2,2%	
Otros servicios	7.500	5,1%	606	0,4%	612	0,3%	618	0,3%	624	0,3%	
Suministros	1.981	1,3%	2.001	1,2%	2.021	1,1%	2.041	1,0%	2.061	0,9%	
Material Oficina	900	0,6%	909	0,6%	918	0,5%	927	0,5%	937	0,4%	
Total Gastos Operativos	91.705	62,3%	74.793	46,2%	75.590	42,4%	76.396	38,0%	77.211	33,4%	
E.B.I.T.D.A.	-2.168	-1,5%	28.507	17,6%	40.141	22,5%	57.326	28,5%	80.120	34,6%	
Amortizaciones	20.836	14,2%	20.997	13,0%	20.997	11,8%	20.997	10,4%	20.997	9,1%	
Gastos Financieros	8.388	5,7%	5.361	3,3%	5.572	3,1%	6.267	3,1%	7.173	3,1%	
RESULTADO	2020	%	2021	%	2022	%	2023	%	2024	%	
Beneficio Bruto	-31.391	-21,3%	2.149	1,3%	13.572	7,6%	30.062	14,9%	51.951	22,4%	
Beneficio NETO	-31.391	-21,3%	2.149	1,3%	13.572	7,6%	30.062	14,9%	51.951	22,4%	

Figura 39: Pérdidas y ganancias. Elaboración propia.

La cuenta de pérdidas y ganancias nos permite conocer los ingresos y los gastos dando lugar al resultado del ejercicio permitiendo conocer si se han obtenido pérdidas o beneficios. Es fundamental que una empresa conozca sus ingresos y sus gastos para saber de dónde obtiene los beneficios y de donde los pierde y evidentemente la diferencia entre ambos para así saber si sale rentable continuar con la actividad aunque entra dentro de lo normal que los primeros años se obtengan perdidos o los beneficios sean muy bajos.

Aquí podemos observar que cervezas Nomar obtiene pérdidas en su primer año, pero sin embargo en el segundo aunque los beneficios son muy bajos ya no son pérdidas y la empresa comienza a funcionar. En el tercer año se produce un aumento

considerable de los beneficios repartiéndose ya en el tercer y cuarto año dividendos entre los socios.

18.5. Presupuesto de tesorería

Cervezas NOMAR!- Presupuesto de Tesorería							2020 2024			
COBROS	2020	%	2021	%	2022	%	2023	%	2024	%
Cobros por ventas	147.222	41,8%	161.944	100,0%	178.138	100,0%	201.296	100,0%	231.491	100,0%
Otros cobros	204.750	58,2%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Socios	150.000	42,6%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Préstamos	24.750	7,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Subvenciones	30.000	8,5%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Total cobros	351.972		161.944	-54,0%	178.138	10,0%	201.296	13,0%	231.491	15,0%
PAGOS	2020	%	2021	%	2022	%	2023	%	2024	%
Pagos operativos	121.933	35,6%	131.458	74,3%	136.067	95,2%	141.780	87,8%	148.917	83,9%
Salarios e incentivos	63.504	18,5%	64.630	36,6%	65.457	45,8%	66.296	41,1%	67.147	37,8%
Compras	25.955	7,6%	31.737	17,9%	35.063	24,5%	39.452	24,4%	45.246	25,5%
Gastos prod/servicio	1.650	0,5%	1.833	1,0%	1.870	1,3%	1.907	1,2%	1.945	1,1%
Publicidad y promoción	2.550	0,7%	3.086	1,7%	3.116	2,2%	3.148	2,0%	3.179	1,8%
Otros marketing	350	0,1%	424	0,2%	428	0,3%	432	0,3%	436	0,2%
Seguros	4.800	1,4%	4.896	2,8%	4.994	3,5%	5.094	3,2%	5.196	2,9%
Otros servicios	500	0,1%	605	0,3%	611	0,4%	617	0,4%	623	0,4%
Suministros	1.981	0,6%	2.001	1,1%	2.021	1,4%	2.041	1,3%	2.061	1,2%
Material Oficina	825	0,2%	908	0,5%	917	0,6%	927	0,6%	936	0,5%
Liq. costes salariales	19.818	5,8%	21.340	12,1%	21.589	15,1%	21.866	13,5%	22.147	12,5%
Otros pagos	220.664	64,4%	45.359	25,7%	6.907	4,8%	19.618	12,2%	28.542	16,1%
Amortización préstamos	12.128	3,5%	12.622	7,1%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Gastos financieros	8.388	2,4%	5.361	3,0%	5.572	3,9%	6.267	3,9%	7.173	4,0%
Compra activos	179.192	52,3%	26.058	14,7%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
Retenciones salariales	1.184	0,3%	1.317	0,7%	1.334	0,9%	1.351	0,8%	1.369	0,8%
Anteriores (preparación)	19.772	5,8%								
Total pagos	342.597		176.817	-48,4%	142.973	-19,1%	161.398	12,9%	177.458	10,0%
SALDOS	2020	%	2021	%	2022	%	2023	%	2024	%
Saldo neto anual	9.375		-14.873	-258,6%	35.165	-336,4%	39.898	13,5%	54.032	35,4%
Saldo neto acumulado	9.375		-5.498	-158,6%	29.667	-639,6%	69.565	134,5%	123.598	77,7%

Figura 40: Presupuesto de tesorería. Elaboración propia.

El presupuesto de tesorería es una herramienta fundamental a la hora de mantener el control de una empresa nos permite conocer los pagos y cobros, es decir, el dinero con el que cuenta la caja y del que disponemos.

Permite saber si es posible la continuidad de una empresa o no, es decir, si se cuenta con dinero suficiente para hacer frente a los pagos.

Para solventar los problemas en tesorería se contará con una línea de crédito.

En el caso de cervezas Nomar se puede observar los pagos relacionados con las compras, el marketing, los seguros, el material de oficina etc. Esto permite llevar un mayor control de la empresa.

18.6. Balance previsional.

Cervezas NOMAR		3- Balances previsionales						2020		2024	
ACTIVO	2020	%	2021	%	2022	%	2023	%	2024	%	
NO CORRIENTE	184.414	94,2%	163.418	102,3%	142.421	81,9%	121.424	63,0%	100.428	44,5%	
Inmoviliz. INTANGIBLE	1.345	0,7%	1.015	0,6%	685	0,4%	355	0,2%	25	0,0%	
Inmovilizado MATERIAL	183.069	93,6%	162.403	101,6%	141.736	81,5%	121.069	62,8%	100.403	44,4%	
CORRIENTE	11.275	5,8%	-3.598	-2,3%	31.567	18,1%	71.465	37,0%	125.498	55,5%	
EXISTENCIAS	1.500	0,8%	1.500	0,9%	1.500	0,9%	1.500	0,8%	1.500	0,7%	
Total	195.690		159.820		173.988		192.890		225.926		
PATRIMONIO NETO	2020	%	2021	%	2022	%	2023	%	2024	%	
FONDOS PROPIOS	118.609	60,6%	120.758	75,6%	134.330	77,2%	152.392	79,0%	184.343	81,6%	
Capital	150.000	76,7%	150.000	93,9%	150.000	86,2%	150.000	77,8%	150.000	66,4%	
Reservas	0	0,0%	0	0,0%	2.149	1,2%	3.721	1,9%	13.783	6,1%	
Resultados	-31.391	-16,0%	-29.242	-18,3%	-17.819	-10,2%	-1.329	-0,7%	20.560	9,1%	
SUBVENCIONES	30.000	15,3%	30.000	18,8%	30.000	17,2%	30.000	15,6%	30.000	13,3%	
Total	148.609	75,9%	150.758	94,3%	164.330	94,4%	182.392	94,6%	214.343	94,9%	
PASIVO	2020	%	2021	%	2022	%	2023	%	2024	%	
NO CORRIENTE	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%	
CORRIENTE	47.081	24,1%	9.062	5,7%	9.658	5,6%	10.498	5,4%	11.583	5,1%	
DEUDAS a corto plazo	13.022	6,7%	400	0,3%	400	0,2%	400	0,2%	400	0,2%	
PROVEEDORES	31.953	16,3%	6.557	4,1%	7.132	4,1%	7.950	4,1%	9.013	4,0%	
OTRAS CUENTAS PAGAR	2.106	1,1%	2.105	1,3%	2.126	1,2%	2.148	1,1%	2.170	1,0%	
G.rentenciones personal	2.106	1,1%	2.105	1,3%	2.126	1,2%	2.148	1,1%	2.170	1,0%	
P. NETO Y PASIVO Total	195.690		159.820		173.988		192.890		225.926		
Fondo de Maniobra	2020	%	2021	%	2022	%	2023	%	2024	%	
FONDO DE MANIOBRA	-35.806		-12.660	-64,6%	21.909	-273,1%	60.968	178,3%	113.915	86,8%	

Figura 41: Balance previsional. Fuente: Elaboración propia.

19 Estudio de ratios y Análisis de viabilidad.

Cervezas NOMAR					
1- Rentabilidad	2020	2021	2022	2023	2024
R.O.A. - Return on Assets	-11,8%	4,7%	11,0%	18,8%	26,2%
R.O.E. - Return on Equity	-21,1%	1,4%	8,3%	16,5%	24,2%
2- Solvencia	2020	2021	2022	2023	2024
Capitalización	75,9%	94,3%	94,4%	94,6%	94,9%
3- Liquidez	2020	2021	2022	2023	2024
Liquidez	0,2	-0,4	3,3	6,8	10,8
Tesorería	0,2	-0,6	3,1	6,7	10,7
4- Fondo de maniobra	2020	2021	2022	2023	2024
Fondo maniobra	-35.806	-12.660	21.909	60.968	113.915
6- Gestión	2020	2021	2022	2023	2024
Rotación activo fijo	0,8	1,0	1,3	1,7	2,3
Rotación circulante	13,1	-45,0	5,6	2,8	1,8
Rotación stocks	98,1	108,0	118,8	134,2	154,3
Días pago proveedores	41,9	45,8	46,5	47,1	47,8

Figura 42: Análisis de ratios. Fuente: Elaboración propia.

Es muy importante analizar los ratios de rentabilidad sobre todo el R.O.A Y EL R.O.E. Ambos miden la rentabilidad de la empresa, el R.O.A la rentabilidad de los activos y el R.O.E este mide la rentabilidad de los socios en una empresa.

En el caso de cervezas Nomar aunque el primer año el resultado de estos es negativo entra dentro de lo normal siempre y cuando los resultados vayan siendo cada vez más favorecedores como si que es el caso ya que en los siguientes años el resultado es positivo y cada vez mayor.

Los ratios de solvencia van a indicar la capacidad de solvencia con la que se cuenta, es decir, si se puede hacer frente o no a los pagos. Por los resultados del ratio de capitalización se puede deducir que si que se puede hacer frente ya que es muy elevado.

Por otro lado tenemos los ratios de liquidez que ayudan a la empresa a encontrar una situación ajustada entre, rentabilidad, pagos de deudas etc. Se puede observar que los dos primeros años los resultado no son muy favorables ya que son negativos pero los años siguientes esto cambia.

El fondo de maniobra indica la cantidad de dinero que posee la empresa en un periodo largo para hacer frente a las deudas de corto. Aunque cervezas Nomar sus primeros años obtiene un resultado negativo es importante ver que cada año el resultado es más favorable lo que indica que va prosperando y que va contando con dinero para hacer frente a sus deudas.

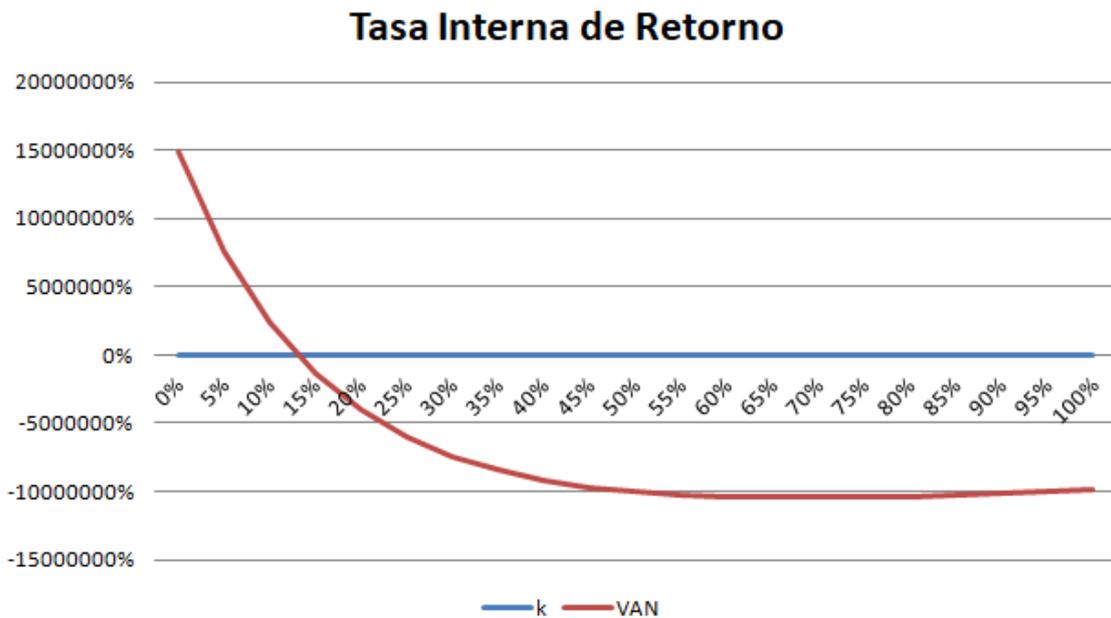


Figura 43: Análisis de la inversión. Fuente: Elaboración propia.

El TIR o Tasa Interna de Retorno indica la rentabilidad que se puede llegar a obtener de una inversión. Es el valor de la tasa de descuento donde el VAN o Valor Actual Neto es cero. En el caso de Cervezas Nomar como se puede observar en la figura 43 el TIR sería de un 13% lo cual no es una rentabilidad muy alta, pero se ha comprobado que el resultado cada año es mejor por lo que más adelante ese porcentaje aumentará.

Observando los datos obtenidos anteriormente se puede llegar a la conclusión de que Cervezas Nomar es un proyecto viable a largo plazo. Aunque los primeros años los resultados no son muy favorecedores hay que destacar que cada año los resultados van siendo mejores. Se trata de un proyecto con una inversión inicial muy elevada y es necesario que trascurren más de cinco años para obtener una rentabilidad más elevada.

20 Plan de contingencias.

El plan de contingencias sirve para prevenir y tomar medidas en caso de que se dé una situación fuera de lo normal, es decir, de emergencia. Se propone una serie de medidas que se han de llevar a cabo en caso de que se den estos sucesos.

Se pueden dar diferentes situaciones que afecten de manera sorpresiva a la empresa de manera negativa para las que hay que estar preparados para poder hacer frente entre estas puede estar:

- Una rotura de stock.
- Un crecimiento por debajo de lo estimado previamente.
- La falta de abastecimiento de un producto por parte de los proveedores.
- La existencia de un nuevo competidor en la zona.

La manera de hacer frente a estas situaciones va a consistir en por un lado lo referido a la rotura de stock, siempre se va a contar con una determinada cantidad de producto almacenada para que en caso de un pedido muy grande se cuente con materias primas necesarias para la elaboración. Además los proveedores con los que se va a negociar tienen que asegurar la entrega de producto en el menor tiempo posible con un máximo de 48 horas.

En cuanto al crecimiento por debajo de lo estimado se va a tratar de llevar a cabo una gran política de marketing para que esto no suceda.

Si se produce falta de abastecimiento de algún producto se podrá solicitar a cualquiera de los proveedores que abastecen los otros ya que una de las condiciones de contratación de los proveedores es que aunque de ese mismo solo se vaya a adquirir la malta debe tener también a su disposición el resto de materias primas necesarias para la elaboración de cerveza y en caso de que uno de los proveedores no pueda abastecer a la empresa se podrá solicitar a cualquiera de los otros.

En el caso de la aparición de un nuevo competidor en la zona se pretende a parte de llevar a cabo una gran estrategia de marketing para dar a conocer el producto y conseguir un nombre hacer partícipes a los clientes a la hora de opinar sobre las mejoras del negocio y también ofrecerles un producto de calidad, con buen sabor y aroma.

21 Conclusiones.

La cerveza artesanal es un mercado que se encuentra en pleno auge en este país. Aunque la cerveza industrial sigue teniendo ventaja son muchos los que comienzan a adentrarse en el mundo de la cerveza artesana. Se trata de un producto elaborado con materias primas naturales, únicamente agua, lúpulo, malta y levadura aunque para potenciar el sabor pueden incorporarse especias etc. En su elaboración no se utiliza ningún químico todo el proceso surge de manera natural.

Además España está ganando una gran importancia en este sector. Son muchos los turistas que vienen y consumen esta cerveza y muchos de ellos provienen de países con una gran cultura cervecera como Alemania o Reino Unido. Este último además es uno de los países a los que España más exporta cerveza siendo este uno de los grandes productores lo que indica que la cerveza de España tiene una gran calidad.

El maestro cervecero elabora la cerveza de manera única, cada cerveza es diferente y estas poseen un sabor y un aroma de gran intensidad algo que los grandes consumidores de cerveza valoran y que los pequeños cada vez comienzan a valorar más.

A la mayoría de la gente le gusta probar nuevas cervezas pocos son los que se mantienen fieles a una única marca. Generalmente se aburren y quieren probar sabores diferentes, por ello el lanzamiento de una nueva cerveza despertaría la curiosidad en muchos de ellos.

Cada vez son más las fábricas de cerveza artesanal en España y también el número de consumidores de esta por lo que es un buen momento para incorporar una más ya que es importante que estos nuevos consumidores posean cervezas de este tipo a su alcance para que cada vez sean más.

22 Propuestas de mejora y trabajo futuras.

La intención de cervezas Nomar es en un futuro comercializar también en restaurantes, hoteles etc. de prestigio además de en tiendas y ferias especializadas en la cerveza artesanal.

Se pretende conseguir establecer un servicio de taproom donde los clientes sobre todo los más fieles puedan disfrutar de su cerveza en un espacio tranquilo dentro de la propia fábrica.

Crear muchas más recetas y clases de cervezas de las cuales los clientes puedan probar y opinar hasta conseguir el resultado esperado por estos. De esta manera conseguir hacerles participes de la elaboración de las diferentes recetas.

Se quiere acabar consiguiendo una buena plantación de cebada de donde poder obtener la materia primera de la cerveza para que sea original de la zona y lo más natural posible. Y de esta manera conocer de primera mano el producto que se ofrece a los clientes.

23 Bibliografía

- AEMET. (s.f.). Recuperado el 17 de marzo de 2019
- Aftyka, R. ". (2018). *Pasión por la cerveza*. Grupo Editorial Argentina.
- Agencias. (10 de Octubre de 2018). *Rtve*. Recuperado el Junio de 2019, de <https://bit.ly/2yNBcm8>
- Aguasluna*. (s.f.). Recuperado el Abril de 2019, de <https://bit.ly/2xFo4iQ>
- Albert, S. (24 de Enero de 2013). *Verema*. Recuperado el Mayo de 2019, de <https://bit.ly/2JBjRb>
- Asociación de Cerveceros. (2017). Recuperado el Junio de 2019, de <https://bit.ly/2r1PPPo>
- Barrado, J. A. (2 de Septiembre de 2014). *Cervecería Independiente*. Recuperado el Abril de 2019, de <https://bit.ly/2XvXyml>
- Beer Statics. (Diciembre de 2018). Recuperado el Mayo de 2019, de <https://bit.ly/2F97Eo3>
- Calleja, J. (2 de Junio de 2019). *El País*. Recuperado el Junio de 2019, de <https://bit.ly/2wAt3B6>
- Cerveza Artesana*. (26 de Septiembre de 2014). Recuperado el Mayo de 2019, de <https://bit.ly/2JBjFD5>
- Cerveza y Salud. (s.f.). Recuperado el Marzo de 2019, de <https://bit.ly/2y4Sttl>
- Cerveza, S. (20 de Octubre de 2015). *Kensho Mediterranean*. Recuperado el Marzo de 2019, de <https://bit.ly/2S7JFKf>
- Cervezas Arriaca*. (Abril de 2015). Recuperado el Mayo de 2019, de <https://bit.ly/2XVbIC3>
- Cervezas Arriaca*. (24 de Septiembre de 2017). Recuperado el Abril de 2019, de <https://bit.ly/2G35E01>
- Cruz, J. A. (8 de Junio de 2018). *Empresa Actual*. Recuperado el Julio de 2019, de <https://bit.ly/2NljnQb>
- Curiosfera*. (s.f.). Recuperado el Abril de 2019, de <https://bit.ly/2rmGgL9>

Diputación de Cáceres. (2017). Recuperado el Junio de 2019, de <https://bit.ly/30IDo0r>

El Cerveciáfilo. (1 de Noviembre de 2011). Recuperado el Junio de 2019, de <https://bit.ly/2S62mOp>

Expansión. (2018). *Datos Macro*. Recuperado el Mayo de 2019, de <https://bit.ly/2XUEq62>

Expansión. (2018). *Datos Macro*. Recuperado el Junio de 2019

Expansión. (2019). *Datos Macro*. Recuperado el Junio de 2019, de <https://bit.ly/2DiqyZg>

Expansión. (2018). *Datos Macro*. Recuperado el Mayo de 2019, de <https://bit.ly/2Lvt7ME>

Finnanclick. (19 de Noviembre de 2017). Recuperado el Junio de 2019, de <https://bit.ly/2S3f2FO>

Galván, J. (22 de Mayo de 2019). *Quipu*. Recuperado el Junio de 2019, de <https://bit.ly/2Lbgq8V>

García, X. (2014). *La Cerveza en España orígenes e implantación de la industria cervecera*. Madrid: LID.

Gavira, J. M. (15 de Julio de 2014). *Triplénlace*. Recuperado el Abril de 2019, de <https://bit.ly/2JXIXyt>

Gobierno de España. (2019). Recuperado el Junio de 2019, de <https://bit.ly/2uSndKV>

González, M. (2017). *Principios de elaboración de las cervezas artesanales*. Carolina del Norte: Lulu Enterprises.

InooFood. (21 de Junio de 2017). Recuperado el Mayo de 2019, de <https://bit.ly/2XB5FOS>

Instituto Nacional de Estadística. (2019). Recuperado el Mayo de 2019, de <https://bit.ly/2PfzNeq>

Junta de Castilla y León. (s.f.). Recuperado el Abril de 2019, de <https://bit.ly/2XA7U9P>

Kindeland, C. G. (20 de Junio de 2018). *20 Minutos*. Recuperado el Junio de 2019, de <https://bit.ly/2S3YUDU>

La Maltería del Cervecerero. (17 de Diciembre de 2017). Recuperado el Junio de 2019, de <https://bit.ly/2xBCVer>

La Vanguardia. (31 de Enero de 2019). Recuperado el Mayo de 2019, de <https://bit.ly/30tRzRn>

Mondaré Cervecería Gastronómica. (s.f.). Recuperado el Mayo de 2019, de <https://bit.ly/2fIUrWd>

Naranjo, D. V. (3 de Enero de 2019). *Instalbeer*. Recuperado el Junio de 2019, de <https://bit.ly/2JoXkKq>

Parada, P. (10 de Enero de 2013). *25'5*. Recuperado el 2019 de Mayo, de <https://bit.ly/1kPDJTW>

Stevebraum. (2015). Recuperado el Junio de 2019, de <https://bit.ly/1kRUzSq>

Téllez, A. P. (15 de Septiembre de 2017). *Sur*. Recuperado el Abril de 2019, de <https://bit.ly/2XBObIq>

The Beer Times. (s.f.). Recuperado el Marzo de 2019, de <https://bit.ly/2PeWssE>

Torreblanca, F. (10 de Diciembre de 2014). Recuperado el Mayo de 2019, de <https://bit.ly/2puLbZb>

Tovar, M. (s.f.). *Cervexx1 Artesanal Mexicana*. Recuperado el Marzo de 2019, de <https://bit.ly/2Jx1MWi>

Trenza, A. (23 de Julio de 2018). *At Anatrenza*. Recuperado el Mayo de 2019, de <https://bit.ly/2MZcWXw>

Zamora, E. (s.f.). *Contabilidae*. Recuperado el Julio de 2019, de <https://bit.ly/2XAgbut>