



GRADO EN COMERCIO

TRABAJO FIN DE GRADO

ACTITUDES DE LOS CONSUMIDORES BELGAS Y EUROPEOS ANTE LOS PRODUCTOS ARTESANALES ESPAÑOLAS: EL CASO DE LA CERVEZA ARTESANAL.

LUIS MIGUEL CANO CRIADO

**FACULTAD DE COMERCIO VALLADOLID,
24 de junio del 2019**



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID GRADO EN COMERCIO

CURSO ACADÉMICO 2018-2019

TRABAJO FIN DE GRADO

**ACTITUDES DE LOS CONSUMIDORES BELGAS Y EUROPEOS ANTE LOS
PRODUCTOS ARTESANALES ESPAÑOLES: EL CASO DE LA CERVEZA
ARTESANAL.**

Trabajo presentado por: Luis Miguel Cano Criado

Firma:

Tutor: Francisco Javier Gómez González

Firma:

FACULTAD DE COMERCIO

Valladolid 24 de junio del 2019

Resumen

En el siguiente documento se analiza el sector de la cerveza artesanal, empezando en un marco mundial, llegando a nivel europeo y finalizando en un ámbito nacional y regional. Además, se habla del consumidor europeo, centrándonos en los belgas, en cómo ven nuestra cerveza artesanal y si es conocida por ellos. También, con la colaboración de unas cervecerías se ha realizado una serie de degustaciones para saber su agrado de aceptación en Bélgica. Por tanto, podremos saber si es necesario una mayor visibilidad de las cervezas artesanales españolas por Europa y cuáles son los gustos que prefieren los consumidores.

Se han utilizado diferentes tipos de estudio, por un lado, un estudio cualitativo, realizando una serie de entrevistas a cervecerías españolas y belgas, y por otro lado, un estudio cuantitativo con la realización de unos cuestionarios. Los cuestionarios fueron distribuidos por Europa a diferentes tipos de consumidores con la ayuda de una asociación de estudiantes europeos (AEGEE). Estos fueron realizados en tres idiomas (español, inglés y francés) y otro cuestionario dirigido a las cervecerías belgas en francés. Además hemos usado métodos estadísticos para llegar a unas conclusiones sobre los consumidores, dándonos datos muy significativos.

Los diferentes resultados obtenidos han sido muy satisfactorios, siendo de gran ayuda para las empresas, ya que de esta forma van a conocer mejor a su consumidor, sabiendo sus preferencias y de esta forma van a poder acercarse más a ellos.

Abstract

In the following research deals with craft beer, starting in a global context -arriving at a European level- and ending at the national and regional levels. In addition, it studies the European consumer, focusing on the Belgians, how they see our craft beer and if it is known by them. Also, with the collaboration of some breweries, there have been a series of tastings to know their liking and acceptance in Belgium. Therefore, it can be know if it is necessary to have a greater vision of Spanish craft beers in Europe and what are the preferences of consumers.

Different types of analysis have been used, on the one hand a qualitative study, conducting a series of interviews to Spanish and Belgian breweries and on the other hand, a quantitative study with the completion of some questionnaires. The questionnaires were distributed in Europe to different types of consumers with the help of an association of European students (AEGEE). These were carried out in three languages (Spanish, English and French) apart from another questionnaire addressed to Belgian breweries in French. There have also used statistical methods to reach conclusions about consumers, providing significant data.

The different results obtained have been very satisfactory, being of great help for the companies, since in this way they will know better their consumer, knowing their preferences. Thus, they will be able to get closer to them.

Índice de contenido

Índice de ilustraciones	3
Índice de tablas	4
Agradecimientos	5
Introducción.....	7
Capítulo 1: Análisis del sector de la cerveza artesanal en España	9
1.1 Concepto de cerveza artesanal.....	9
1.2 Ingredientes de la cerveza artesanal	9
1.3 Tipos de cervezas artesanales.....	10
1.4 Dinámica: historia	11
1.5 Estructura: características: distribución territorial de la producción y el consumo.....	13
1.6 Quién exporta.....	15
1.7 Normativa: leyes y legislación	15
1.8 Prospectiva: comportamiento de la moda, futuro, retos, obstáculos, opiniones de expertos	17
1.9 Reflexión sobre las necesidades de internacionalización.....	19
Capítulo 2: Cerveza y consumo de cerveza en Bélgica.....	21
2.1 La tradición cervecera Belga.....	21
2.2 ¿Qué es la cerveza artesanal belga?	22
2.3 Consolidación de la industria cervecera belga en el siglo XX.....	23
2.4 Cerveceros de cervezas artesanales.....	24
2.5 Cambios en el consumo.....	26
2.6 El comercio de la cerveza artesanal belga.....	28
2.7 El consumidor de cerveza belga.....	29
2.8 Normativa belga y europea	30
2.10 Cervezas belgas colaboradoras en el estudio	30
Capítulo 3: Propuesta y Metodología de investigación	33
3.1 Objetivos de la investigación	33
3.2 Métodos y técnicas de investigación	33
3.3 Entrevistas.....	35
Entrevista Cervecería Milana Bonita	35
Entrevista Cervecería Casasola	40
3.4 Cuestionarios.....	45
Cuestionario Cerveceria L'Achouffe y Cerveceria Belgium Peak Beer	45
Cuestionario general	46
Capítulo 4: Resultados.....	47

Conclusión	68
Referencias	69
Anexo 1: Cuestionario general	71
Anexo 2: Gráficas ¿por qué consumes cerveza artesanal?	79
Anexo 3: Gráficas ¿por qué elegir una cerveza u otra?	84
Anexo 4: Gráficas ¿qué influye más en el momento de la compra?	87
Anexo 5: Gráficas ¿qué atributos de las etiquetas te llaman más la atención?	90
Anexo 6: Gráficas ¿qué tipos de sabores te gustan más en las cervezas?	93
Anexo 7: Gráficas, valoración de la cerveza artesanal según unos varemos	97

Índice de ilustraciones

Ilustración 1. Mapa distribución en España de las microcervecías según la web Birrapedia	14
Ilustración 2. Mapa de la distribución en Castilla y León de las microcevecías según la web Birrapedia	15
Ilustración 3 Número de cervecías en Bélgica, 1900-2016	23
Ilustración 4 Número de entradas y salidas en la industria cervecera belga desde 1980	24
Ilustración 5 Número de cervecías desde 1980	25
Ilustración 6: Consumo de cerveza per cápita, 1970 – 2015.....	27
Ilustración 7: Producción, consumo y exportación de cerveza en Bélgica (en millones de litros), 1960 - 2015	28

Índice de tablas

Tabla 1. Comparativa cerveza industrial y cerveza artesanal	9
Tabla 2. Cuadro comparativo de mercados prioritarios para el sector español de la cerveza artesanal	20
Tabla 3. Clasificación de todas las cervezas producidas en Bélgica en 2015 según el tipo de fermentación.	26
Tabla 4. Evolución del consumo de cerveza por tipo de cerveza preferido en Bélgica (% del total)	27

Agradecimientos

Me gustaría agradecer a varias personas o entidades su ayuda y apoyo durante la preparación de mi trabajo fin de grado. En primer lugar, a mi tutor don Francisco Javier Gómez por su ayuda, asesoramiento y ánimos en todo momento. A las empresas que han colaborado, en este caso Cerveza Milana Bonita y Cerveza Casasola, pudiéndolas entrevistar y ofreciéndome productos para su degustación en el estudio realizado en Bélgica. También, a las empresas que en Bélgica me acogieron para dicha degustación, Cervecería Achouffe, Cervecería Belgium Beer Peak y a la Cervecería Val-Dieu que aunque finalmente no puso recibirme, hizo lo posible para ello. Además, al grupo de artesanos cerveceros que en todo momento que les he preguntado dudas, han intentado resolvérmelas. Y por supuesto a la asociación AEGEE-Europe, sin la cual no podría haber llegado a gente tan diversa y de diferentes partes de Europa para la realización de mi cuestionario, con lo cual de mi investigación. Y para finalizar a mi madre, que en todo momento me ha apoyado y soportado en las buenas y en las malas.

Introducción

El presente trabajo está centrado en qué actitudes presentan los consumidores europeos, pero más concretamente los belgas, ante un producto artesanal español, en este caso con la cerveza artesanal.

Debido a la gran importancia y relevancia que tiene la cerveza artesanal en Bélgica, a la falta de investigaciones que existen sobre esta cerveza (García Barber, 2014) y a cómo está creciendo este sector en España, he decidido investigar y centrarme en este tipo de cerveza tras haber estado durante un año viviendo, debido a mis estudios, rodeado de gran variedad de cervezas artesanales y haberme aficionado, terminando por parecerme un mundo muy interesante para seguir conociéndolo y aprendiendo. Un mundo que siempre nos va a sorprender con nuevas innovaciones y creaciones.

“En nuestros días el uso de la cerveza está muy generalizado, particularmente en Inglaterra, Bélgica, Holanda, Alemania y el norte de Francia. En España también ha aumentado muchísimo el consumo de cerveza” (Aragó, 1871). Es cierto que la mayoría de la población bebe cerveza industrial, que es una cerveza más barata y más fácil de encontrar, pero la cerveza artesanal tiene también su público, quizás más restringido pero que cada vez va siendo mayor y va teniendo gran importancia. (Innofood, 2017). Muchos países europeos son conocidos por su tradición cervecera, donde la cerveza artesanal es cada vez más bebida por los consumidores debido a que buscan algo más que una simple cerveza, buscan sabores, olores, la diferencia.

El incremento del consumo de cerveza artesanal debido a una moda en España es relativamente nuevo, si bien, es cierto que al principio no fue fácil introducirla, pero rápidamente se encontró ese nicho de mercado en el que se fueron introduciendo muchas más empresas y su evolución sigue aumentando a pasos agigantados. Una vez que se establezca dejará de ser moda para ser un hábito.

“La cerveza ha venido a ser de un consumo tan grande como el vino, con una corta diferencia, y si sigue propagándose de esta manera, no será de admitir el que llegue un día en que le sustituya, sino en su totalidad, al menos en la mayor parte”. (Martínez, 1848). “...el uso de la cerveza es tan universal y ha cundido tanto su propagación que la vemos generalizar hasta en los países más ricos de producción vinícola, España e Italia...”. (Balius, 1895) Por el contrario, también había versiones opuestas. “España, en donde la vid es abundante en la mayor parte de las provincias y en donde el vino puede obtenerse a precios muy ínfimos, la cerveza será siempre no más

que utilizada como bebida de recreo, o por mejor decir, como un refresco durante el tiempo de calor”. (Ronquillo, 1853)

Este trabajo tiene una gran relevancia para el Grado de Comercio ya que se investigan unos mercados con un producto que está en potencia. Además, estudiamos el comportamiento de los consumidores de estos mercados y toda la relevancia económica que esto supone. También damos publicidad de una marca específica, sabiendo exponer sus virtudes para que sean apreciadas por el consumidor europeo. Se aplican técnicas de estudio como son los cuestionarios y entrevistas para conseguir los datos necesarios de la investigación, esto hecho en varios idiomas. Asimismo, tratamos datos estadísticos y los interpretamos para llegar a una conclusión.

Encontramos pocos trabajos o estudios parecidos, siendo los siguientes:

- Deloitte, escrito por Erick Calvillo, Socio Líder de la Industria del consumo. Realiza un estudio sobre la cerveza artesanal, centrándose en México.
- Javier García Carrillo, en su proyecto final de carrera en ingeniería electrónica, realiza un plan de empresa sobre la cerveza artesanal con el Departamento de Organización de Empresa a fecha de octubre del 2016 en la Escola Tècnica Superior d'Enginyeria de Telecomunicació de Barcelona.
- IBFR, Revista Global de Negocios, Vol.5, No 1, 2017, pp.17-23, escrito por Cristóbal Fernández Robin, Diego Yáñez Martínez, Paulina Santander Astorga, Jorge Cea Valencia, Ricardo Mery Medel de la Universidad Técnica Federico Santa María realizan un estudio para determinar los atributos más importantes cuando se consume una cerveza artesanal.
- Beatriz Albán Cabaco, Julia M. Núñez Tabales, Sandra M^a Sánchez Cañizares de la Universidad de Córdoba, Regional and Sectoral Economic Studies, Vol. 15-2, 2015. Hablan del sector cervecero artesanal español y sus posibilidades de internacionalización.

Capítulo 1: Análisis del sector de la cerveza artesanal en España

En este capítulo vamos a centrarnos en todo lo referido al territorio español, además de la definición de cerveza, su normativa y otros aspectos relacionados.

1.1 Concepto de cerveza artesanal

El concepto de cerveza artesanal es difícil de precisar, debido a que no existe una definición exacta y oficial. Es una cerveza que no ha sido sometida a un proceso de pasteurización a la hora de su elaboración, exige unas condiciones ambientales idóneas para el mantenimiento y unas materias primas óptimas para conseguir una buena calidad. Su elaboración suele realizarse de manera manual dirigido por un maestro cervecero. Siendo en microcervecerías dónde se lleva a cabo su fabricación. (Albán Cabano, Núñez Tabales, & Sánchez Cañizares, 2015)

Tabla 1. Comparativa cerveza industrial y cerveza artesanal

CERVEZA INDUSTRIAL	CERVEZA ARTESANAL
Adición de otros cereales	Materias primas de calidad
Poco lúpulo	Fermentación más lenta
Fermentación más rígida	Filtrado natural
Filtrado químico	Sin aditivos químicos
Gas carbónico añadido	Gas generado naturalmente
Contiene aditivos químicos	Propiedades organolépticas cuidadas
Pasteurización y consecuente pérdida de propiedades	Amplia variedad e innovación

Fuente: Vera Rey, 2016.

1.2 Ingredientes de la cerveza artesanal

La cerveza consta de cuatro ingredientes principales como son:

- **El agua:** es el componente mayoritario de la cerveza. Para la calidad de la cerveza tiene una gran influencia debido a su contenido en sales. El agua debe ser microbiológicamente pura, transparente e incolora, libre de sabores y olores y con una apropiada composición mineral.

- **La malta:** Es el ingrediente básico para la producción de la cerveza, conocido como el corazón de la cerveza, proporciona carbohidratos y azúcares necesarios para el proceso de fermentación, al igual que sabores y colores que caracterizan la cerveza.
- **La flor de lúpulo:** es quién se encarga del aroma y amargor que lo caracteriza al igual que sirve como poderoso conservante natural. Gracias a ella podemos encontrar esa espuma característica de la cerveza al igual que su mantenimiento.
- **La levadura:** es quién transforma en alcohol el azúcar que existe en el mosto de la cerveza.

Estos ingredientes junto a especias, hierbas y frutas darán unos sabores y aromas únicos que harán a esta cerveza especial. (Vera Rey, 2016)

1.3 Tipos de cervezas artesanales

En cuanto a los tipos de cervezas artesanales podemos encontrarnos con cinco tipos principales. (Huxley, 2006), (Esquire, 2017)

Cervezas Ale

Estas cervezas utilizan levaduras de fermentación alta, es decir que la levadura se deposita en la parte alta de la cuba, pudiendo ser claras u oscuras, al igual que con un bajo o alto grado de alcohol. Dependiendo de la cantidad o tipo de malta, lúpulo y maduración que se utilicen en su preparación serán más o menos amargas.

Cervezas Lager

Estas cervezas utilizan un tipo de fermentación más baja, es decir que la levadura se deposita en la parte baja de la cuba. Dependiendo del tiempo de maduración podemos encontrar diferentes grados de alcohol, para una leve se emplean de 2 a 6 meses y para una más fuerte se emplea un número mayor de meses. Este tipo de cervezas eran conservadas en barricas en cuevas frías o heladas para su buena conservación, ya que corrían riesgo en verano de que a causa del calor se estropearan.

Podemos encontrar otros tipos de lager dependiendo de la maduración y de la mezcla de malta y lúpulos como son: Munich, Viena, Pilsen, Dortmund, Bock y Doppelbock.

Cervezas de trigo

Esta cerveza es elaborada a base de la fermentación de trigo y cebada. También son llamadas cervezas blancas por su color, su sabor es ácido pero refrescante y espumosa.

Este tipo de cervezas son muy populares en Alemania y Bélgica.

Cervezas Stout y Porter

Cervezas de tonalidad oscura. Tienen una gran diferencia en cuanto a la densidad del alcohol, las Porter tienen un sabor más dulce y unos grados menos de alcohol. Al contrario, las tipo Stout son más fuertes, su tonalidad es más oscura, su sabor más amargo con toques a chocolate y café, debido a su elaboración con malta de cebada tostada.

Cervezas Lambic

Estas cervezas poseen una fermentación espontánea, contiene un sabor ácido y a la vez algo amargo a causa del envejecimiento de los lúpulos. Se disfrutan en temporada de calor, o debido a los bajos grados de alcohol, cuando quieres beber poco.

Son cervezas elaboradas en la zona de Bruselas.

1.4 Dinámica: historia

Para saber el origen de la cerveza artesanal, debemos remontarnos a finales de la década de los 70. En esta generación las pequeñas cervecías se enfocaban en la producción tradicional de cerveza de fermentación alta (tipo ale), las cuales serían renombradas microcervecías. (Calvillo, 2017)

Este término “microcervecía”, cierto es que se utilizaba para describir el tamaño de las cervecías, pero fue cambiando hasta pasar a adquirir una actitud y un enfoque de la producción de la cerveza, adaptabilidad y atención al consumidor. En la década de los 80, este concepto llegó a Estados Unidos refiriéndose a las cervecías productoras de menos de 15.000 litros de cerveza al año.

La cerveza artesanal a nivel global, basa su producción en la Ley de la Pureza Alemana, que, de acuerdo con la Brewers Association, dice que para que una cerveza sea considerada como artesanal, debe estar compuesta únicamente por agua, malta de cebada, lúpulo y levadura. También, debe tener, por cervecía, una producción total menor a 7 millones de barriles al año, ser independiente y no formar parte de una empresa transnacional. (Op. Cit. 2017) La Brewers Association (BA) es la asociación de fabricantes de cerveza artesana con más miembros en Norteamérica, por lo tanto, la más

grande de Estados Unidos. Esta define como debe ser una cervecería artesanal para ser considerada como tal. (Brewer Association, 2014)

Actualmente, las microcervecerías prefieren ofrecen un producto que compita por su calidad y diversidad y no por sus precios bajos y publicidad como es en el caso de la cerveza industrial. (Calvillo, 2017)

Centrándonos en el panorama mundial, la demanda de cerveza artesanal va a producir que haya una tasa de crecimiento anual del 19,9 % debido a su creciente demanda, su variedad de estilos y sabores y la aparición en nuevos mercados, según un reporte de Grand View Research Inc. dónde estima que en 2025 el tamaño del mercado mundial será valuado en 502,9\$ mil millones de dólares, habiendo sido en el 2015 de 85\$ mil millones de dólares.

Los países principales dónde más se produce esta bebida son Australia, Bélgica, Alemania, Estados Unidos y Nueva Zelanda, todos ellos generan el 65 % de la producción total, tanto en valor como en volumen.

Los gobiernos de países como Australia, Nueva Zelanda, Bélgica, México, China y Reino Unido promueven la producción de cerveza artesanal y la creación de cervecerías debido al aumento de consumidores, y al crecimiento de cerveceros en el mercado global. Todo esto generando un aumento en el empleo.

Al igual que aumenta la demanda por el consumo de cerveza artesanal, aumenta la demanda de productos como la cebada, trigo, levadura, azúcar y lúpulo. Esto es el resultado de, según Alltech, compañía líder global en la industria de la salud y la nutrición animal y una de las 10 más importantes en salud animal mundial, la existencia de 10 mil cervecerías artesanales en todo el mundo, dónde el 86% se encuentra en Estados Unidos y Europa. (Calvillo, 2017)

En España, el fenómeno de la cerveza artesanal no llegó con fuerza hasta finales del siglo XXI. Nos encontramos con dos motivos principales, el primero es la cultura del vino, muy arraigada con la cultura mediterránea y bebida más conocida en la península, al igual que en países cercanos como Francia, Italia o Grecia. El segundo es la fuerza de las empresas productoras y distribuidoras.

El libre acceso a la información y el turismo ha producido un gran interés por la gastronomía entre las clases medias, especialmente en los urbanitas nacidos a partir de los años 80. Esto, junto al *slow food* (comida lenta), movimiento que combina placer y conocimiento, ha generado que vuelva la cerveza como bebida gastronómicamente de calidad.

La cerveza artesanal opta por hacerse con un tercio del mercado en España, por lo que ya no se trata de algo puntual a nivel empresarial. Muchos consumidores se han dado cuenta de la gran variedad de matices que pueden encontrar en la cerveza artesanal y del número de cerveceros que quieren conseguir que esta tradición gastronómica europea no se pierda. (Albán Cabano, Núñez Tabales, & Sánchez Cañizares, 2015),

El perfil del cervecero artesanal en España está formado por jóvenes emprendedores que de hecho viajan más al extranjero y conocen mejor las marcas foráneas valorando las innovaciones. También puede estar formado por extranjeros procedentes de países con cultura cervecera. Hay varios niveles de cerveceros, desde personas que lo crean para su simple degustación junto con amigos o familiares, a personas que viven de ello, que han creado la elaboración artesanal en su actividad profesional principal. (Op. Cit 2015)

Castilla y León es una zona donde existe una gran producción de cervezas artesanales que sigue en aumento. Según Destino Castilla y León, el primer medio digital independiente especializado en turismo, gastronomía y vino en Castilla y León, encontramos una gran variedad de oferta y tipos de cerveza. (Lera Rodriguez, 2013)

1.5 Estructura: características: distribución territorial de la producción y el consumo.

Según un artículo de El Mundo, desde su inicio, el número de microcervecerías ha ido en aumento cerrando el año 2015 con un número total de 361, no habiendo datos posteriores a este año. Aunque uno de los expertos consultados para el presente trabajo, Alfonso Perdomo-Spinola Molero, creador y fundador de la cervecería Casasola nos cuenta en su entrevista que actualmente hay unas 500 en el territorio español. Siguiendo con la información del artículo, la comunidad autónoma que lidera este ranking es Cataluña dónde cuenta con un total de 76 microcervecerías, seguida por Andalucía con 56 y Castilla y León con 39. (Constans, 2016)

1.5.1 Tipo de distribución y consumo

Microcervecería en España. 962 empresas.

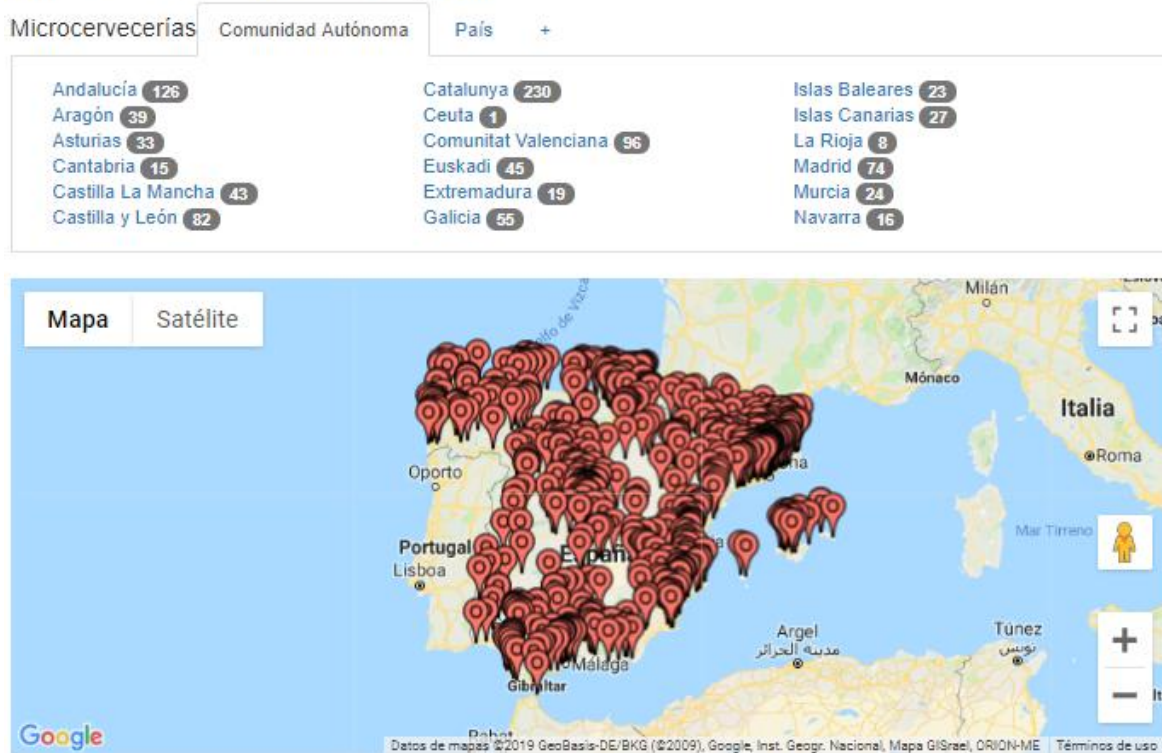


Ilustración 1. Mapa distribución en España de las microcervecerías
Fuente: (Birrapedia, 2019)

En este mapa podemos encontrar una distribución de todas las microcervecerías existentes en España según la página “Birrapedia”, estos datos, que datan del 2019, no son totalmente significativos ya que no es una página oficial sino una web que se dedica a la venta online de cervezas artesanales. Cómo en los últimos datos oficiales del 2015, se puede observar que Cataluña sigue liderando en número, seguido por Andalucía y en tercer puesto Comunidad Valenciana, ocupando Castilla y León el cuarto lugar.

Podemos apreciar el gran crecimiento de este tipo de cerveza, aunque es necesario señalar que aunque muchas aguantaran, otras desaparecerán y otras seguirán apareciendo debido a la innovación de los maestros artesanos.

Microcervecería en Castilla y León - España. 82 empresas.

Microcervecerías Comunidad Autónoma País +



Ilustración 2. Mapa de la distribución en Castilla y León de las microcervecerías

Fuente: (Birrapedia, 2019)

En este otro mapa, también perteneciente a la página web “Birrapedia”, podemos encontrar las microcervecerías existentes en Castilla y León, exactamente 82, aunque como anteriormente hemos nombrado, no es un dato totalmente fiable.

1.6 Quién exporta

En relación al volumen de empresas exportadoras, no se cuenta con datos precisos sobre este aspecto, pero según uno de los expertos consultados para el presente trabajo, Marcos Gómez de Pablo, cofundador, socio y responsable de administración de la cervecería Milana Bonita, en la entrevista realizada, comentó que piensa que dos de las cervezas artesanas que seguramente exporten más sean Cibeles y La Virgen debido a que han sido compradas por Heineken y AB InBev respectivamente.

Según nuestro otro experto consultado, Alfonso Perdomo-Spinola Molero, creador y fundador de la cervecería Casasola, afirma lo dicho anteriormente y que muchas exportan pero no sabría decirnos cuáles.

1.7 Normativa: leyes y legislación

Es necesario que la legislación alimentaria se actualice paralelamente a la evolución de la industria.

Antes de la última actualización, la normativa existente en España se recogía en el “Real Decreto 53/1995, de 20 de enero, por el que se aprueba la Reglamentación técnico-sanitaria para la elaboración, circulación y comercio de la cerveza y de la malta

líquida, y por la Orden de 15 de octubre de 1985, por la que se aprueban los métodos oficiales de análisis de cerveza”.

Posteriormente, se plantea en España una revisión de la legislación que regule la producción de la cerveza, centrándose en “revisar las definiciones sobre las materias primas, los productos y los métodos de fabricación”.

La legislación debe ser flexible e ir acorde con la situación de España y Europa, por lo tanto se procede a:

- “Actualizar la normativa actual sobre elaboración y comercialización de cervezas y bebidas de malta.
- Mejorar la competitividad del sector nacional de la cerveza y las bebidas de malta.
- Proporcionar una información adecuada al consumidor, facilitando su derecho a la elección de la compra.
- Simplificar el actual marco regulatorio unificando legislación sobre cerveza y bebidas de malta desde el punto de vista de la calidad alimentaria”. (Ferrer Villar, 2015),

Además, la revisión legislativa propuesta se centra en “dar cobertura al desarrollo de innovaciones tecnológicas, la evolución de los mercados y la modificación de las expectativas de los consumidores”, es decir, a “la ampliación de la gama de productos que tienen por principal ingrediente a la cerveza”. Esta propuesta contribuye a los siguientes aspectos:

- “Mejorar la seguridad jurídica.
- Garantizar la leal competencia entre las industrias.
- Mejorar la competitividad.
- Proporcionar una información adecuada al consumidor en la elección de compra”. (Ferrer Villar, 2015)

También encontramos dos conceptos presentados en la propuesta legislativa, como son la “clara” y la “fabricación artesana”.

- Clara: “Mezcla de cualquier tipo de cerveza con gaseosa, o con bebida refrescante aromatizada o bebida refrescante de zumos de frutas con carácter organoléptico exclusivamente de cítricos, en la que el porcentaje

de cerveza sea superior al 50 % o su graduación alcohólica sea superior a 0,5 por 100 en volumen”. (BOE, 2016) (Ferrer Villar, 2015)

- Fabricación artesana: “Elaboración conforme a lo establecido en la presente norma de calidad, mediante un proceso que se desarrolla de forma completa en la misma instalación y en el que la intervención personal constituye el factor predominante. Bajo la dirección de un maestro cervecero o artesano con experiencia demostrable y primando en su fabricación el factor humano sobre el mecánico, se obtiene un resultado final individualizado, que no se produce en grandes series, siempre y cuando se cumpla la legislación que le sea aplicable en materia de artesanía”. (BOE, 2016) (Ferrer Villar, 2015)

Todo esto queda reflejado en el “Real Decreto 678/2016, de 16 de diciembre, por el que se aprueba la norma de calidad de la cerveza y de las bebidas de malta”. (BOE, 2016)

Esta nueva normativa supone un avance para la cerveza, ya que tiene un interés global que todos los Estados miembros se planteen la armonización legislativa, debido a que estamos hablando de un producto consumido en toda la Unión Europea. Una normativa común haría todo más sencillo cuando se decide producir y comercializar en el ámbito comunitario.

1.8 Prospectiva: comportamiento de la moda, futuro, retos, obstáculos, opiniones de expertos

“Existen pocos estudios econométricos que analicen los cambios en el consumo global sobre esta bebida a lo largo del tiempo”. (Colen & Swinnen, 2011)

“Aseguran que es difícil predecir el futuro de las cervecerías a pequeña escala aparecidas en las últimas décadas. Aunque ha aumentado el segmento de cerveza artesanal, este tipo de cerveceras debe hacer frente al desafío de mantener su flexibilidad y la imagen de pequeños cerveceros tradicionales”. (Tremblay & Tremblay, 2005)

La gran pregunta es ¿La cerveza artesanal es una moda?

Aquellas personas que pueden permitirse pagar el precio de estas cervezas, un precio más elevado que la industrial, afirman que la variedad y el sabor de este tipo de cervezas son mucho mejor que la industrial, el resto coinciden con que el sabor es mejor pero con un precio elevado.

Tras unas encuestas realizadas por Deloitte, según el consumidor, el sabor, con un 29 %, es la principal razón por la cual se consumen las cervezas artesanales, seguido y relacionado con la calidad con un 18,5 %. Otros, un 14 %, opinan que es por la búsqueda de algo diferente y un 10 % la eligen por la naturalidad del producto. No obstante cada vez es mayor el número de personas, un 6%, que piensa que la cerveza artesanal es una moda. (Redacción, 2017)

Y de aquí nos viene otra pregunta, ¿cuál va a ser el futuro de la cerveza artesanal?

Según un informe elaborado por la empresa holandesa Royal DSM, dónde se encuestan a miles de consumidores de diferentes países, tales como, Estados Unidos, Italia, Bélgica, Francia, Reino Unido, Países Bajos y España, y que recoge tendencias y opiniones sobre el futuro de este sector. (Díaz, 2018).

- Se puede decir que el consumo de cerveza artesana ha aumentado y lo seguirá haciendo con relación a años anteriores.
- El número de consumidores menores de 30 años está aumentando, siendo estos los que marcarán el futuro de la tendencia de consumo de la cerveza artesanal.
- Actualmente la sostenibilidad está a la orden del día, más valorada que nunca por las futuras generaciones para la conservación del planeta y la producción de la cerveza artesanal es más sostenible cumpliendo lo que estas generaciones quieren.
- La mayor calidad y gran sabor sitúa a la cerveza artesanal por encima de cualquier competidor, valorando estas dos virtudes por encima del precio.
- Además debemos tener en cuenta la gran variedad existente de marcas y sabores a probar, los cuales siguen creciendo ya que los maestros cerveceros siguen innovando y descubriendo constantemente nuevos sabores. La filosofía del cervecero artesano dice así: “innovar para crear valor y consolidar la cultura cervecera”. (Díaz, 2018)

En cuanto a retos u obstáculos que se pueden encontrar, se puede ver que el más significativo es el precio que estamos dispuestos a pagar, porque siendo cierto que se valoran otros aspectos, un gran número de personas siguen pensando que el precio es alto.

¿Qué opinan los expertos sobre todo esto?

Según nos comentó uno de nuestros expertos consultados para el presente estudio, Marcos Gómez de Pablo, la cerveza artesanal es una moda que se queda, pero que deja de ser moda cuando se hace estable. Hablando de los porcentajes de EEUU frente a Europa se puede apreciar que sólo podemos crecer. En EEUU hay un 15% de venta artesana frente al total de cerveza consumida en el país. Europa está frente al 7 u 8% y en España hasta hace poco no llegábamos al 1%. Por lo que se puede ver que en el resto el mundo el consumo de cerveza artesana está establecido y es constante y en España tardará pero llegará poco a poco.

Según otro de nuestros expertos consultados para el presente estudio, Alfonso Perdomo-Spinola Molero, creador y fundador de la cervecería Casasola, nos cuenta en la entrevista que hace unos años todos pensaban que ojalá no fuese una moda y ahora al ver la actitud del público, las acciones que hacen los grandes y cómo va creciendo el mercado con respecto a las cervezas, hace ver que no es una moda y que son una realidad. Cree que la cerveza artesana va a ir a más y conoce estudios que hablan de las nuevas generaciones que suelen demandar un producto más del lado artesano que el industrial. Por lo tanto, dentro de unos años se tendrán unas cuotas de mercado más altas según estos estudios.

1.9 Reflexión sobre las necesidades de internacionalización

Debido al gran aumento del consumo, en general en el mundo, de la cerveza artesanal hace crecer la idea de internacionalización, de la necesidad de exportar el producto para que se dé a conocer en otras partes. Hay mercados que ya son conocidos por su tradición cervecera y otros que están emergiendo, el dónde ir es una decisión importante.

Encontramos mercados donde actualmente se pueden encontrar un mayor número de posibilidades para la cerveza artesanal española como son Estados Unidos, Italia, los países nórdicos, China o el sudeste asiático. O mercados con tradición cervecera como Alemania, Reino Unido, Francia u otros países europeos. (Albán Cabano, Núñez Tabales, & Sánchez Cañizares, 2015)

Tabla 2. Cuadro comparativo de mercados prioritarios para el sector español de la cerveza artesanal

	EE.UU	ITALIA	CHINA
Entorno físico y económico	<p>PIB per cápita alto</p> <p>Población elevada</p>	<p>Recuperación económica</p> <p>Zona Euro (€)</p>	<p>Crecimiento densidad de población</p> <p>Diferenciación medio urbano y rural</p> <p>Economía emergente</p>
Acceso al mercado y barreras	<p>Trámites burocráticos rigurosos</p> <p>Controles sanitarios exigentes</p> <p>II.EE. reducidos para microcervecías</p>	<p>Comercio intraeuropeo</p>	<p>Importancia adaptación producto</p> <p>Cuotas importación</p> <p>Plan de control estatal importaciones y licencias</p>
Proximidad/lejanía física	<p>Lejanía</p> <p>Mayores costes logísticos</p> <p>Canales distribución y transporte especializados desarrollados</p>	<p>Cercanía</p> <p>Costes de porte menores</p>	<p>Lejanía</p> <p>Transporte refrigerado</p> <p>Mayores costes logísticos</p>
Entorno político social	<p>Estabilidad política</p> <p>Desarrollo infraestructuras</p> <p>Prioridades en política internacional</p>	<p>Marco Político UE</p>	<p>Alto grado intervención Estado</p> <p>Diferencias gustos interregionales</p> <p>Alta clase media</p>
Tradición artesanal	<p>Alta</p>	<p>Media</p>	<p>Baja</p>
Preferencias consumidores	<p>Curiosidad productos nuevos, exóticos</p> <p>Primacía calidad sobre precio</p> <p>Preferencia consumo en hostelería</p> <p>Selección producto según época del año</p> <p>Preferencia productos artesanales</p>	<p>Similitudes consumidores</p> <p>Interés creciente por innovación y variedad</p> <p>Mayor exigencia de calidad</p> <p>Consumo en cervecías</p>	<p>Alto consumo de cerveza (1º mundo)</p> <p>Gustos productos occidentales</p> <p>Preferencias graduaciones bajas y cervezas claras</p> <p>Apreciación variedad de estilos</p> <p>Preferencias precios bajos</p>

Fuente: Albán; Núñez; Sánchez, 2015.

En mi caso, voy a elegir Bélgica, un país con un mercado tradicional cervecero como es el belga, con respecto a un mercado cervecero artesanal emergente pero de alta calidad ya demostrada internacionalmente y con una proyección a futuro enorme.

Actitudes de los consumidores belgas y europeos ante los productos artesanales españoles: el caso de la cerveza artesanal.
Cano Criado, Luis Miguel

Capítulo 2: Cerveza y consumo de cerveza en Bélgica.

En este capítulo se va a tratar toda la información referida al mercado belga: cuándo empezó, cómo se fue desarrollando, los cambios en su consumo, aspectos referidos al consumidor y a la normativa. Además, nombraremos algunas cervezas colaboradoras en el proyecto con una breve explicación de ellas.

2.1 La tradición cervecera Belga

La elaboración de cerveza artesanal en Bélgica es una tradición que data de hace mucho tiempo en la historia. Fueron los monjes en la Edad Media los primeros en elaborarla debido a que el agua no era muy potable y enfermaba a la gente. Por esta razón bebían la cerveza con unos niveles bajos de alcohol, debido a que su proceso de elaboración mataba la mayoría de los gérmenes que el agua contenía. Además fueron los monjes quienes empezaron a condimentar la cerveza con una mezcla de hierbas llamadas gruit o con lúpulos que actuaban como un conservante eficaz.

Fue en Lieja dónde por primera vez se permitió la producción de cerveza en las casas en el año 974. Todo ciudadano podía producir su propia cerveza y vender aquello que le sobrara. Se dice que para ver la calidad de esta usaban “el sistema de cerveza en el banco” que consistía en derramar cerveza en un banco y sentarse encima, trascurrido un tiempo si al levantarte tu ropa quedaba pegada, se consideraba que era de buena calidad. (Messenger, 2018)

Las abadías se empiezan a equipar con herramientas de elaboración, evolucionando así los métodos de producción. En cuanto a los cerveceros, empiezan a organizarse en gremios, siendo en Brujas a partir de 1303 y en Lieja en 1357.

La gran tradición de la cerveza belga y su reconocimiento se deben mayormente a los cerveceros belgas y a su constante cambio en la elaboración de las cervezas. (Messenger, 2018)

2.1.1 Cervezas Abadía

Como se ha dicho anteriormente, los monjes en sus monasterios elaboraban la cerveza, siglos más tarde, tras la Revolución Francesa, esta actividad cervecera desapareció de las abadías. En el siglo XIX, se reanuda en algunas de las abadías belgas.

No todas las cervezas de abadía en Bélgica se relacionan con una comunidad existente. Varias están dedicadas a ruinas, iglesias, santuarios o santos. Las fábricas de cerveza que han realizado un acuerdo comercial con las abadías deben dejar claro en las

etiquetas de las botellas “cerveza reconocida en la abadía belga”. Implicando que la abadía realmente existe o ha existido, recibiendo una parte de las ganancias de la venta de esas cervezas y teniendo un derecho sobre el control de la publicidad. (Bierebel, s/f)

2.1.2 Cervezas trapenses

Este tipo de cervezas llevan la reputación de cerveza belga en una escena internacional. Para que en la etiqueta aparezca “Producto autentico trapense” deben seguir tres criterios: (Bierebel, s/f)

- Las cervezas trapenses deben producirse en una abadía cisterciense. Debido a la imagen, tradición y creencia, se piensa que aún los monjes son los responsables de su elaboración. No obstante, la producción de cerveza suele ser llevada a cabo por laicos dentro de la abadía, debido a la profesionalización en el campo, pero siendo los monjes quienes mantienen el control de la gestión y de la dirección estratégica de la cervecería.
- Una parte de las ganancias generadas a causa de las ventas de cerveza trapense deberán ir destinados a la Abadía, por ejemplo para el mantenimiento de la infraestructura.
- Además, los beneficios conseguidos deberán ser utilizados en obras con carácter social.

2.2 ¿Qué es la cerveza artesanal belga?

De la misma forma que ocurre en otros países, los belgas tampoco tienen claro cómo definir cerveza artesanal. Estos lo denominan como “artesanía real”, refiriéndose a el conjunto de un cervecero pequeño, con una propiedad independiente y con una receta tradicional e innovadora. Algunas de las cervezas belgas cumplen estos criterios y muchas cervecerías nuevas elaboran sus cervezas con este tipo de receta tradicional.

Pero, muchas cervezas belgas ya no se ajustan tanto a estos criterios, debido a su popularidad y a su crecimiento, han sido adquiridas por empresas más grandes. Estas grandes empresas han mejorado la distribución y producción de estas cervezas artesanales gracias a su poder. Por lo que sugieren una clasificación llamada “ex craft” o “ex cervezas artesanales”, refiriéndose a esas cervezas que empezaron siendo artesanales y fueron adquiridas por grandes empresas.

Dos ejemplos son la cerveza blanca Hoegaarden y la cerveza Tripel Karmeliet, adquiridas por AB InBev.

Existen otros casos de cervezas belgas y Abadía que no cumplen los criterios por su crecimiento en la producción y que ya no son realizadas por monjes sino por grandes cerveceros comerciales, aunque, hay casos donde la elaboración de la cerveza se rige bajo contrato con los monasterios. Como por ejemplo la cerveza Grimbergen y Affligem. (Poelmans & Swinnen, 2017)

2.3 Consolidación de la industria cervecera belga en el siglo XX

Cómo en otros países la consolidación de la industria cervecera belga fue a principios del siglo XX. Tras las dos guerras mundiales que interrumpieron tanto el consumo como la producción en el período 1900-1990, las cervecerías artesanales se fusionaron, unas adquirieron a otras, se arruinaron o dejaron de producir. En la siguiente figura podemos ver cómo va disminuyendo el número de cervecerías en Bélgica, desde las 3223 en 1900 hasta 113 en el año 2000.

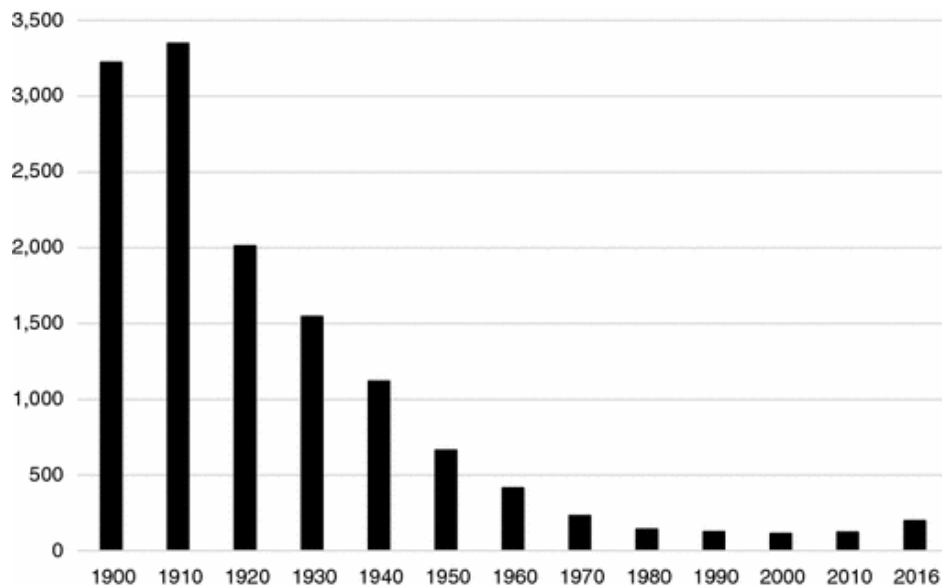


Ilustración 3 Número de cervecerías en Bélgica, 1900-2016

Fuente: (Poelmans & Swinnen, 2017)

Varias son las razones de esta consolidación. La primera fue el avance tecnológico, como la automatización del proceso de producción, elaboración y fermentación de la cerveza, la mayor rapidez en el embalaje, la mejor distribución por las redes de carreteras mejoradas. La segunda fue el aumento de los costos fijos para las cervezas de alta fermentación ya que necesitaban un enfriamiento artificial durante la fermentación y durante el tiempo de maduración. Junto a esto, durante las dos guerras mundiales se confiscaron equipos y hubo una escasez de capital, todo esto provocó que muchas pequeñas empresas salieran del mercado o se fusionaran a otras más grandes.

La tercera razón fue la difusión de publicidad a gran escala, pudiendo ser las cervecías más grandes las que podían permitirse afrontar los pagos de esta. (Poelmans & Swinnen, 2017)

2.4 Cerveceros de cervezas artesanales

En la década de 1980 aparecen nuevas cervecías y en la década de 1990 se incrementó este número de entradas.

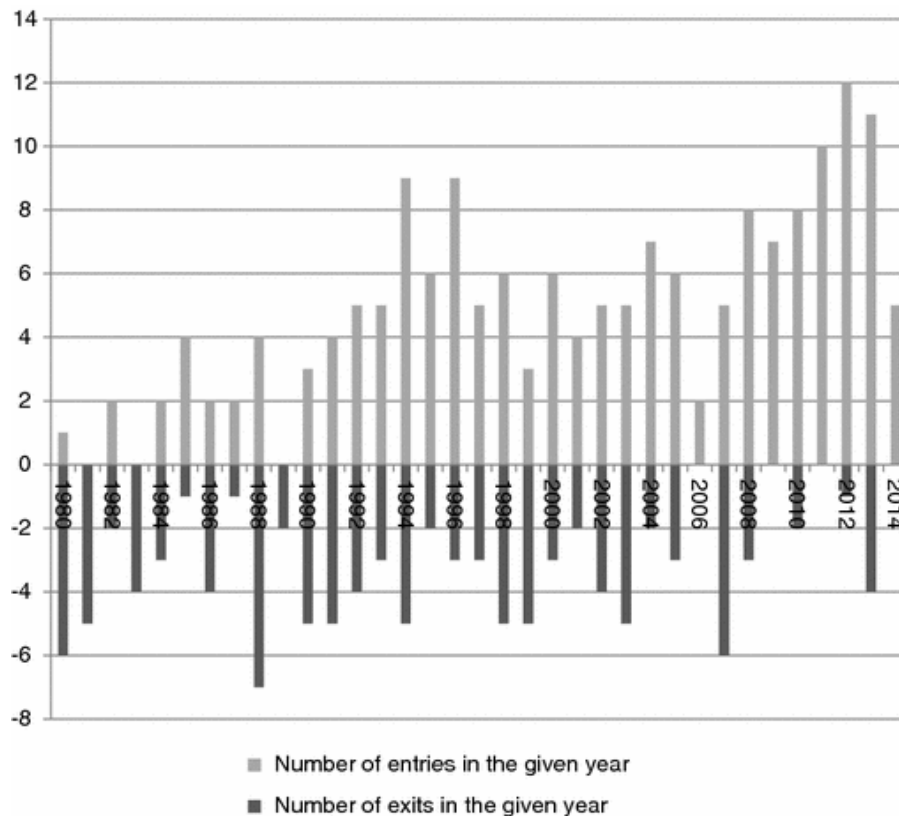


Ilustración 4 Número de entradas y salidas en la industria cervecera belga desde 1980
Fuente: (Poelmans & Swinnen, 2017)

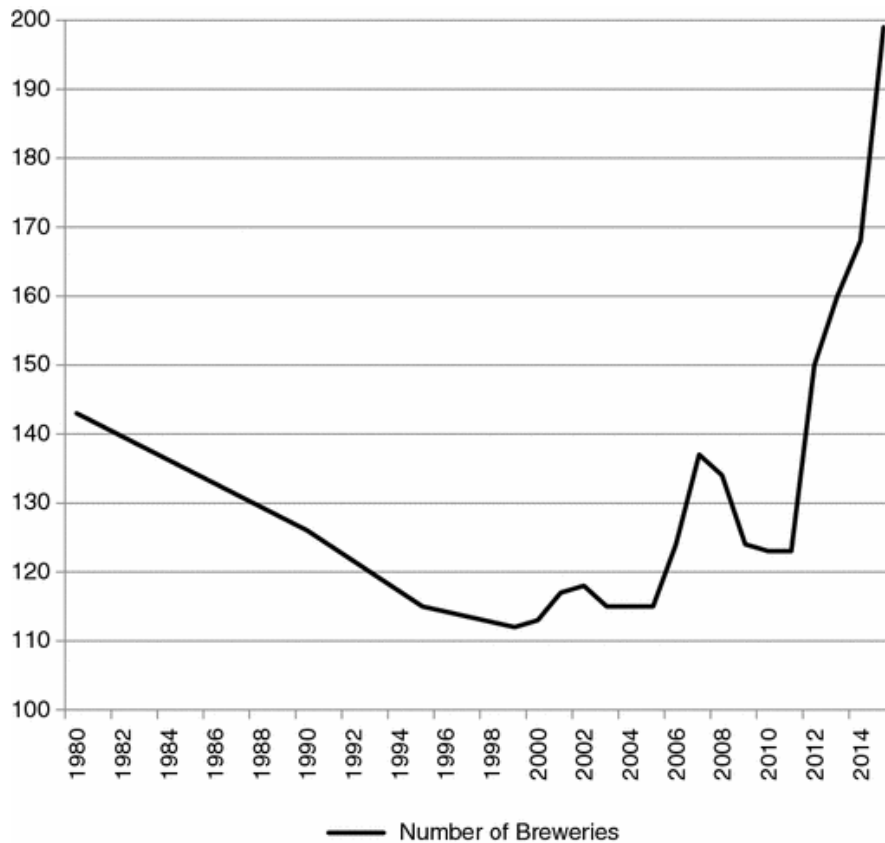


Ilustración 5 Número de cervecerías desde 1980

Fuente: (Poelmans & Swinnen, 2017)

Continúa la disminución de cerveceros en la década de 1980, saliendo más cervecerías del mercado que las que está entrando. Además, hay una gran parte de cervecerías que empiezan y acaban en los años 90. A partir del año 2000, encontramos fábricas de cerveza que comienzan a estancarse aumentando solamente de 113 en el 2000 a 123 en el 2010. A partir del 2010, nos encontramos con un “boom” de nuevas fábricas, con alrededor de 200 en 2015.

Tanto las cervecerías existentes como las nuevas, han lanzado novedosas cervezas artesanales, con mayor o menos éxito. Las ya existentes aprovechan sus infraestructuras para su elaboración y las nuevas utilizan la parte no usada por cervecerías para su uso bajo contrato, estrategia usada para poder superar sus limitaciones en infraestructura y capital. Aunque, es cierto que estas limitaciones están disminuyendo debido al desarrollo de la tecnología de elaboración de cerveza a pequeña escala y las nuevas cerveceras han conseguido obtener financiación.

Como sabemos, las grandes compañías cerveceras absorben a algunas de las pequeñas, debido a esto el número oficial de cervecerías registradas se ven reducidas. Hoy en día, Bélgica es caracterizada por tener pocas cervecerías grandes (un 5 %) y muchas cervecerías artesanales a pequeña escala (un 95 %). Estas cervecerías

pequeñas producen un gran número de diferentes variedades de cerveza, aunque representan menos del 10 % de la producción total de cerveza.

Queda documentado que en 2015 existían más de 1600 cervezas belgas. De las cuales el 95 % era cerveza artesanal. A continuación la tabla presenta una clasificación de estas según su fermentación y porcentaje de alcohol. El 83 % fue elaborada por fermentación máxima, el 9 % por fermentación espontánea, el 6 % con la fermentación inferior y el 2 % con la fermentación mixta. El 63 % de las cervezas contienen un nivel de alcohol por encima del 6 %. (Poelmans & Swinnen, 2017)

Tabla 3. Clasificación de todas las cervezas producidas en Bélgica en 2015 según el tipo de fermentación.

	Naturaleza de la fermentación				Subtotal (%)
	Pils	Arte			
Porcentaje de alcohol (%)	Fermentación inferior (%)	Fermentación superior (%)	Fermentación espontánea (%)	Fermentación mixta (%)	
1 – 3	0.6	0.3	0.5	0	1.4
3.1 – 6	4.6	22.0	7.5	1.0	35.1
6.1 – 8	0.4	36.4	0.8	1.0	38.6
>8	0.4	24.5	0	0	24.9
Total parcial	6.0	83.2	8.8	2.0	100

Fuente: Swinnen, Johan, 2017

2.5 Cambios en el consumo

El aumento de la cerveza artesanal empezó en un periodo en el que la cerveza belga en su conjunto estaba disminuyendo, en términos de volumen. A mediados de la década de los años 1970, cae el consumo de cerveza per cápita en Bélgica en hasta un 50 % entre 1970 y 2015, sumándole a esto el crecimiento limitado de la población conlleva un mercado de la cerveza cada vez más pequeño.

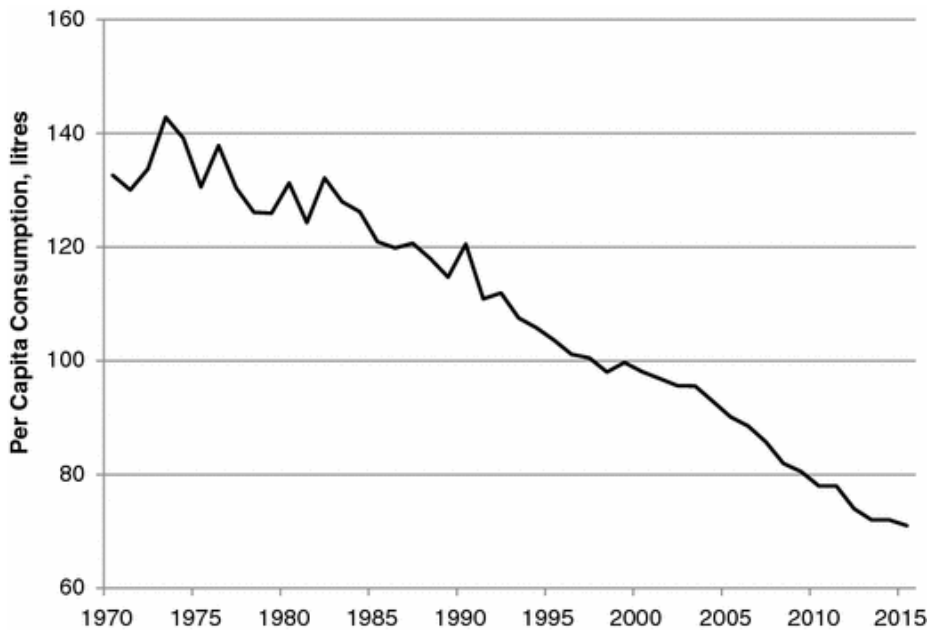


Ilustración 6: Consumo de cerveza per cápita, 1970 – 2015

Fuente: (Poelmans & Swinnen, 2017)

Esta caída, según los estudios, puede haberse producido debido a una menor tolerancia al uso del alcohol, un cambio en los consumidores al preferir refrescos o agua embotellada en los años 80 y debido al cambio de “economización” a “premiumización”, es decir, de consumir gran volumen de productos a bajo precio, a consumir menos pero con precios más altos y mejores.

En 1975, la cerveza lager representaba el 80 % del consumo, la cerveza baja en alcohol un 10 % y por tanto la cerveza artesanal el otro 10 %. Desde este momento, en tan solo 5 años, la cerveza artesanal paso de ese 10 % al 17 % en 1980, creciendo en los siguientes años hasta llegar al 26 % en el 2000. Haciendo que la cerveza pils disminuya hasta un 71 % en este año 2000.

Los resultados de una encuesta realizada por la Asociación Belga de Cerveceros confirman que la cerveza pils sigue cayendo hasta llegar al 31 % en el 2016, como se puede observar en la tabla.

Tabla 4. Evolución del consumo de cerveza por tipo de cerveza preferido en Bélgica (% del total)

	Cerveza Lager (“Pils”)	Trapense	Abadía	Cerveza regional	Cerveza rubia fuerte	Otros tipos de cerveza
2005	52	5	9	6	7	21
2011	38.4	12.9	14.7	8.8	13.5	11.7
2016	30.8	12.4	13.9	15	14.2	13.7

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de (Poelmans & Swinnen, 2017)

Además, se puede observar el aumento de las cervezas trapenses y abadía, lo que es de vital importancia para el crecimiento de las cervezas artesanales. Aunque mayoritariamente, el crecimiento de las cervezas regionales fue el principal motivo del aumento de cervezas artesanales ya que las trapenses y las abadía se estancaron, quizás debido a que son cervezas artesanales “antiguas”. (Poelmans & Swinnen, 2017)

2.6 El comercio de la cerveza artesanal belga

El aumento de exportaciones contrarrestó el descenso del consumo de la cerveza en Bélgica. En 1960 las exportaciones de cerveza estaban alrededor al cero, en cambio, entre 1990 y 2000 hubo una gran crecida, siendo en 2005 cuando las exportaciones superaron al propio consumo del país. Se pasó en 1960 de exportar un 2 % de la producción total belga, a en 2015 un 66 % de la producción.

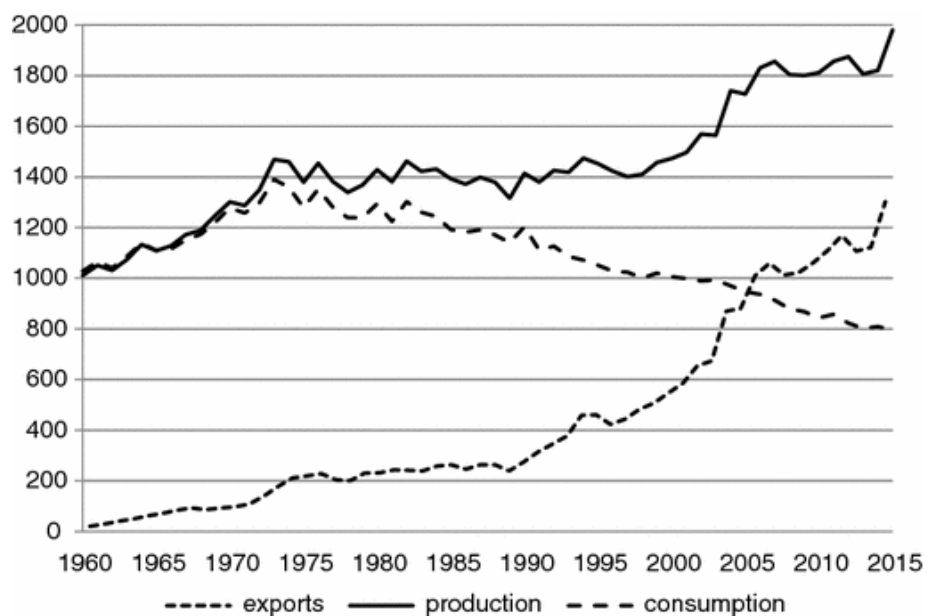


Ilustración 7: Producción, consumo y exportación de cerveza en Bélgica (en millones de litros), 1960 – 2015

Fuente: (Poelmans & Swinnen, 2017)

Encontramos una gran variedad de cervezas artesanales belgas en diferentes bares del mundo. Además, grandes multinacionales como AB InBev expande las cervezas artesanales, que son ahora propiedad de su empresa, como las conocidas Hoegaarden y Leffe entre otras, a través de su red de distribución global. Asimismo, ciertos cerveceros artesanales belgas desvelan que una gran parte de su producción es destinada a la exportación.

Los cerveceros belgas tanto pequeños como grandes, son competidores dentro del ámbito nacional, pero es cierto que a nivel internacional se han fortalecido mutuamente a la hora de exportar. La diversidad y la historia artesana de la cerveza belga han conseguido que apareciera una nueva clase de bebedores por todo el mundo que prefieran lo artesano a lo tradicional. Además, muchos de estos pequeños cerveceros se han favorecido de las estrategias de las grandes cerveceras al no poder lanzar ellos mismos sus campañas de marketing. Dos de las grandes son, la ya mencionada, AB InBev y Duvel Moortgat.

Podemos decir que no solamente las multinacionales belgas han sido las encargadas de propagar las cervezas belgas por el mundo, sino también las multinacionales extranjeras, como la danesa Carlsberg y la holandesa Heineken que han conseguido la propiedad de Grimbergen y Affligem respectivamente, ofreciendo estas cervezas artesanales a sus clientes a nivel mundial. (Poelmans & Swinnen, 2017)

2.7 El consumidor de cerveza belga

¿Cómo es el consumidor belga según nuestros expertos consultados para el presente trabajo?

Por un lado, según el experto de la Cervecería Achouffe, Dominique Denis, el consumidor belga tiene el hábito de beber cerveza, que a nivel histórico bebe cerveza desde hace mucho tiempo y no mucho vino. Diferenciando Francia, España e Italia con esto, ya que estas dos últimas están arraigadas al vino. Los consumidores belgas acompañan sus platos con cerveza, por lo tanto pueden beber tanto una cerveza más suave, como una más fuerte o afrutadas, están preparados para cualquier tipo de cerveza.

Muchas personas en Bélgica beben cerveza, la diferencia va a depender del dinero que esa persona tenga. Pone su ejemplo, un hombre de 50-55 años va a beber una cerveza mejor, como una trapense, más fuerte, más perfumada. Por el contrario, su hijo por ejemplo que tiene 20 años va a beber 3-4 cervezas Pils. También los jóvenes entre 20-25 años van a beber cervezas más afrutadas, con sabores a cereza, manzana, etc.

Por otro lado, según el experto de la Cervecería Belgium Peak Beer, Victor Ernst, el consumidor belga cada vez bebe menos pils, y lo cambia por cervezas más especiales y artesanales. Cada vez son más las micro cervecerías que aparecen y existen tiendas especiales dónde dejan entrar a estas nuevas o a cervezas que vienen de fuera. Nos cuenta que Francia empieza a tener una mayor afición por la cerveza por lo que

comienzan a fabricar la suya propia. Y no solo en el norte, ya que está al lado de Bélgica, sino por toda Francia.

2.8 Normativa belga y europea

Tras la consulta a nuestro experto de la Cervecería Achouffe, Dominique Denis, la normativa es igual tanto para cerveza artesanal como para la cerveza industrial, al igual que para las grandes y pequeñas cervecerías. A la hora de realizar un control por mediación del Ministerio de la Agricultura o de la Salud se responde a la misma ley, y se deben dar los mismos datos: cuánto es el nivel de alcohol, el número de lote de las cervezas, la fecha límite en la cual se debe consumir la cerveza. En el caso de las exportaciones europeas se deben pagar las tasas, la TVA (el IVA), al igual que todos los documentos necesarios con el tema de la logística. Si exportas fuera de Europa hay que añadirle todos los documentos necesarios para aduanas o aquellos que sean requeridos, pero no hay diferencia entre grandes y pequeñas, industriales o artesanales.

Al igual, el experto de la Cervecería Belgium Peak Beer, Victor Ernst, opina que la normativa entre la cerveza industrial y la artesanal no tienen diferencia ninguna. Piensa que cada vez son más estrictas, dice que todos los ingredientes deben estar en las botellas por ley. Nos cuenta que la información debe estar escrita en los tres idiomas del país, que debe figurar el lote, las fechas de consumo, los iconos de reciclaje, etc. Remarca que deben aparecer los ingredientes para saber si de verdad lleva lo que dice llevar.

2.10 Cervezas belgas colaboradoras en el estudio

A continuación se habla de aquellas cervecerías belgas que han participado en el proyecto, apareciendo en los próximos capítulos cómo han colaborado y los resultados obtenidos.

- **Val-Dieu**

La abadía cisterciense “Notre Dame du Val-Dieu” se fundó en 1216 por monjes en Hocht. Esta abadía fue la única abadía belga que sobrevivió a la Revolución Francesa.

Hoy en día siguen creando cervezas inspiradas en las recetas originales de los monjes. Las cervezas de Val-Dieu no tienen ningún añadido de hierbas, ni especias y son elaboradas con el antiguo método de infusión.

Dos son los secretos de esta cerveza, su agua y su levadura. El agua proviene de una presa, fuente natural de muy buena calidad. Por otra parte, la levadura, es conservada en la abadía y como toda cerveza artesanal, está compuesta de hongos

microscópicos beneficiosos para el cuerpo humano. Además, esta levadura contiene vitaminas, minerales y es un gran antioxidante.

El proceso de elaboración es de 6 a 8 semanas, consiguiendo un alto nivel de alcohol y complejos aromas de cerveza.

En cuanto a su gama encontramos la Blonde, la Brune, la triple, la Grand Cru, la Noël y a Cuvée 800. (Cervecería Val-Dieu, s/f)

- **L' Achouffe**

La fábrica de cerveza Achouffe se crea en 1970 en la Vallée des Fées (el Valle de las Hadas). Pierre Gobron y Chris Bauweraerts, cuñados, decidieron crear su cerveza en el garaje. Tras la compra de la granja dónde habían estado fabricando a lo largo de 4 años, ambos cuñados se involucraron en su empresa a tiempo completo en 1986.

En 1992, la producción aumentó de 3.400 hectolitros a 5.000 hectolitros por año. Se dedicaban a producir botellas de 75 cl y barriles de 20l. Las botellas de 33 cl no llegaron hasta mayo del 2009.

Las diferentes cervezas que tienen son La Chouffe, Mc Chouffe, Houblon Chouffe, Chouffe de Cereza, Chouffe Soleil, N'ice Chouffe, Chouffe Bok y Château d'ychouffe (rosé brut). (Cervecería Achouffe, s/f)

- **Belgium Peak Beer**

Es en 2016 cuando un grupo de viejos amigos comienzan con este proyecto. Al principio les faltaba solamente dónde situarse, decidiendo ser en una localización muy rural, les Hautes Fagnes. La cervecería está situada en el punto más alto de Bélgica a 694 metros de altitud.

Debido a su localización tienen buenas reservas de agua y aporta una buena experiencia a aquellos que les visitan pudiendo disfrutar de la naturaleza que les rodea.

Podemos diferenciar sus cervezas, teniendo La Blonde, La Brune, La Triple, La Myrtille y La Winter. (Cervecería Peak Beer, s/f)

Capítulo 3: Propuesta y Metodología de investigación

3.1 Objetivos de la investigación

Los objetivos de la investigación son, por un lado, conocer la opinión de nuestros expertos belgas sobre la cerveza artesanal española, qué opinan de ella, cómo podría verse en Bélgica, más concretamente refiriéndonos a la Cerveza Milana Bonita. Además, gracias al cuestionario, también podemos saber la opinión sobre la cerveza artesanal española desde el punto de vista de diferentes personas a nivel europeo, con este mismo fin, averiguar si fuera establecida una cerveza artesanal española en sus países, si los consumidores estarían dispuestos a degustar este tipo de cerveza.

Y por otro lado, también gracias al cuestionario distribuido por Europa, podemos averiguar el volumen de consumidores de cerveza artesanal, cuáles son los gustos o en que se basa un consumidor a la hora de elegir qué cerveza artesanal va a beber.

3.2 Métodos y técnicas de investigación

Dada la naturaleza del estudio se realiza una investigación usando fuentes de datos primarios. En primer lugar, se realiza una fase exploratoria de tipo cualitativa, que ha consistido en realizar una serie de entrevistas a cerveceros artesanales españoles, más concretamente a cerveceros de la zona de Valladolid, y también a cerveceros artesanales belgas de la zona de Liège (Lieja), llevadas a cabo entre marzo y abril de 2019.

Por un lado, entrevistando a los cerveceros españoles se ha querido saber más sobre la forma en la que trabajan, la situación actual del sector en el país, su opinión sobre la normativa, si existe mucha competencia tanto entre microcervecerías como con las grandes empresas, qué piensan del futuro de la cerveza, los cambios del consumidor y aspectos relacionados con la exportación.

Por otro lado, entrevistando a los cerveceros belgas, hemos conseguido saber su opinión al degustar alguna cerveza española y después de la complementación de un pequeño cuestionario, si se asemejan a las belgas, si los consumidores belgas estarían dispuestos a degustarlas y comprarlas y la visión que se tiene de la cerveza artesanal española.

Con toda esta información se pasa a confeccionar un instrumento de medición a utilizar en una segunda fase de tipo cuantitativo. En este caso vamos a usar un cuestionario que consta de varias secciones. Antes de nada, se debe comentar que está realizado en 3 idiomas ya que ha sido distribuido a personas de toda Europa para así conseguir unos mejores resultados de diferentes culturas.

El cuestionario se ha dividido en 31 secciones ya que consta de 3 idiomas. La primera sección es simplemente para elegir en cuál de ellos se prefiere realizar. Dependiendo la elección se redirige a la sección correspondiente del idioma. A partir de aquí son 10 secciones de cada uno.

En la sección 2 se explica en qué consiste el proyecto y lo que se pretende conseguir. En la sección 3, son datos de la persona como, género, edad, procedencia, actividad laboral y si beben o no cerveza. Simplemente para saber datos de las personas y poder segmentar después los resultados y en el caso de que no sea un segmento positivo para mi estudio, poder reconocerlo. En la sección 4, nos muestra la frecuencia en la que se bebe la cerveza y los lugares donde la obtiene o la bebe. En la sección 5 ya nos adentramos más en las razones por las que se consume la cerveza artesanal, si es por probar cosas nuevas y si eso satisface, si es por diversión, moda, influencia de otras personas, por el afán de consumir cosas naturales, del entorno, por pensamientos de mejor sabor o más saludable. En la sección 6, vamos más allá y queremos saber por qué elige una cerveza y no otra, si es por el diseño, la marca, el sabor, la variedad o el precio de ella. En la sección 7, averiguamos qué influye más cuando la vas a comprar: la publicidad, la presentación, las recomendaciones o el gusto personal. En la sección 8, queremos saber información de las etiquetas para saber si llaman la atención. Puede ser su forma, color, las letras o el diseño en general. En la sección 9, introducimos los sabores que pueden atraer o más gustan a los consumidores: cítricos, especiados, dulces, ácidos, afrutados. En la sección 10, llegamos a la parte de cerveza artesanal española, dónde preguntamos si la han visto vender en su país, si la han probado y si repetirían o la probarían. Y en la sección 11 y última, se pide valorar las cervezas españolas según su sabor, aroma, precio, envase. Además, preguntamos si conocen a 2 de nuestras colaboradoras, si les gustaría probarlas y una opinión o visión general de la cerveza artesanal española.

Todo el proceso de realización del cuestionario y distribución del mismo, se efectúa durante los meses de abril y mayo del 2019. Se consiguieron 227 respuestas. Tras esto se procede a realizar un análisis para conseguir los resultados.

3.3 Entrevistas

Se decide ir en persona a las cervecerías para realizar las entrevistas de una forma más fluida y así de primera mano conocer a los maestros cerveceros.

Entrevista Cervecería Milana Bonita



La entrevista empezó agradeciendo a Marcos Gómez de Pablo, cofundador, socio y responsable de administración su colaboración por participar en el proyecto y explicándole más detalladamente en qué consistía el mismo. Después dimos paso a las preguntas.

Las primeras preguntas fueron un poco la creación de un clima cercano, interesándome por su empresa y en la persona.

1. Cuéntame la historia de Milana, cómo nace, cómo crece.

Milana bonita nace de una afición, nace en el seno de los amigos del hermano de Marcos, ellos eran cerveceros, creaban su cerveza en casa, como la cantidad de personas que hay actualmente, los conocidos “homebrewer”. Y fue raíz de estar todos saturados en sus trabajos habituales, con aquellos que desempeñaban en el momento y también debido a la oportunidad que ofrecía el mercado, su hermano Ismael empezó a dedicarle más tiempo a la cerveza formándose y aprendiendo de una forma más seria. Vio que era viable y decidió presentárselo a los amigos y familiares, también debido al gran desembolso que había que invertir en el inicio. La idea gustó y decidieron apoyar el proyecto unas 14 personas en un inicio, más exactamente fueron 2 familias las que se unieron y el julio del 2012 tras tentarse unos a otros que nunca lo harían, se inauguró la fábrica.

En los inicios, estuvieron en Cataluña, vieron que esta comunidad lleva años de ventaja en el mundo de la cerveza artesana en comparación a otros territorios españoles. Por 2010-2011, Cataluña eran un poco pioneros. Allí aprendieron la diferencia de hacerlo en casa a empezar a hacerlo a nivel de fábrica.

Empezaron en el mercado con 3 variedades, Milana Bonita, Milana Tostada y Milana trigo y actualmente hacen unas 15 variedades propias y otras 30 o 40 para otras personas. Ahora mismo, la fábrica ya no sólo realiza milana sino que también es productora de otras marcas que no tiene fábrica propia, cuyo nombre que reciben es nómadas, y van allí a fabricar, como Moustache, Castreña, Goda, Lupulord y otras más.

2. ¿Cuál es vuestra identidad?

El mundo de la cerveza es muy difícil, no sabe cómo explicar dónde están situados, pero cuando nacieron fue con mucha personalidad, con una cerveza amarga. Provenían de hacer este tipo de cerveza, la bebían y les gustaba, por lo tanto era una decisión que tuvieron que tomar, fabricar cerveza comercial o amarga y decidieron hacer aquello que les gustaba. No necesitaban vender a todos los sitios y decidieron ser fieles a ellos. Por lo que este fue su inicio, pero vieron que el mercado era un mercado de “modas”, de “extravagancias”, de “pelotazos” por lo tuvieron que adaptarse a lo que los bares especializados y la clientela quería, unas cervezas más agresivas, IPA’s, Doble IPA’s, pero siguiendo también con su mercado general y sacando alguna edición especial para estar presentes y conquistar ese mercado más especializado.

Pero algo que si les identifica es su acercamiento a la cultura, han patrocinado el cine homo de Valladolid, han realizado semanas del cine en Montemayor, conciertos, desde un inicio el festival del Milanito, cuya evolución ha sido enorme, ya que estando situados en un pueblo de 900 habitantes han conseguido atraer a 15000 personas.

3. ¿Alguna otra información que quieras añadir de la fábrica?

Actualmente están en plena campaña de internacionalización, están presentes en Rusia, Francia, en breves en el Reino Unido. Además, están en plena fase de ampliación de la capacidad del obrador como de la capacidad de fermentación. Van a pasar de 500 a 1000 litros en obrador y van a comprar más fermentadores.

Tras esto, seguí con información sobre el sector.

4. ¿Cuál es la situación del sector según vosotros? ¿Qué retos hay?

El sector de la cerveza es un sector súper complicado, la Asociación de Cerveceros de Valladolid arrancó con 8 integrantes y ahora mismo son 3, dado que algunas de las marcas históricas que había, como Loca Juana, han ido desapareciendo. Y es un sector que el consumidor de cerveza artesana básicamente quiere variedad, quiere probar cada día que va al bar una cerveza diferente por lo que es complicado crear una dinámica o rotación constante en ningún mercado.

El reto actual es el tema de la exportación, este año quieren dar un salto a nivel importante de facturación.

5. ¿Qué opinas de la normativa actual? ¿La vez regulada o piensas que falta algo?

La legislación, gracias a la fuerza que están haciendo las asociaciones de cerveceros artesanos a nivel nacional, está empezando a haber modificaciones muy concretas y escasas pero empezándose a reconocer este campo.

Es cierto que a nivel de impuestos especiales y de muchos ámbitos no hay diferenciación entre una cerveza industrial y una artesana y son empresas totalmente diferentes, con productos y procesos diferentes. Marcos ve absurdo medir de la misma forma unos y otros. Nos pone el ejemplo de que el Real Decreto es el mismo para Mahou que para ellos mismos.

6. ¿Qué opináis de que las grandes empresas de cervecerías industriales estén sacando su propia “cerveza artesanal”? ¿Pensáis que es bueno, que os puede afectar de forma negativa?

Marcos duda sobre la creación de estas cervezas artesanas, pero, en el fondo, le gusta ver que estas grandes empresas estar reorientando toda su publicidad a algo que ellos venden, hasta ahora el consumo de cerveza industrial es competencia de refrescos, “si tienes sed te bebes una cerveza industrial y te calma la sed”, el mundo de la cerveza artesanal viene a cubrir un sitio que no existía en España, las llamadas cervezas de mesa, aquellas que huelen y saben a cosas.

En este momento, casi todos los anuncios están centrados en el olor, el color, la malta. Menciona, que algo estarán haciendo bien las artesanales para que las grandes estén orientando su publicidad hacia ello.

Pero sí que es cierto, que si estas grandes logran realizar cerveza artesanal con la eficiencia y eficacia que tienen sus fábricas, automáticamente las pequeñas estarían fuera del mercado. Hoy por hoy, Marcos piensa que no son capaces si no es comprando una fábrica de cerveza artesana, porque hacer este tipo de cerveza a gran escala, lo primero no les saldría rentable.

7. ¿Qué pensáis sobre lo que se dice de la cerveza artesanal que es una moda? ¿Qué va a pasar en el futuro?

Piensa que es una moda que se queda, pero que deja de ser moda cuando se hace estable. Hablando de los porcentajes de EEUU frente a Europa se puede apreciar que sólo podemos crecer. En EEUU hay un 15% de venta artesana frente al total de

Actitudes de los consumidores belgas y europeos ante los productos artesanales españoles: el caso de la cerveza artesanal.

Cano Criado, Luis Miguel

cerveza consumida en el país. Europa está frente al 7 u 8% y en España hasta hace poco no llegábamos al 1%. Por lo que se puede ver que en el resto el mundo el consumo de cerveza artesana está establecido y es constante y en España tardará pero llegará poco a poco.

8. ¿Habéis notado algún cambio en el consumidor desde que empezasteis hasta ahora?

Sí, nos cuenta que en una cervecería dónde venden sus cervezas, los clientes dan su feedback y el consumidor cada vez es más especializado, incluso el perfil, la edad media va bajando. Antes eran unos pocos entre 30 y 40 años los que bebían este tipo de cervezas y ahora se puede apreciar como gente más joven quieren gastarse su dinero en buena cerveza y cada vez hay más gente que sabe más.

9. ¿Qué opinas del consumidor general de la cerveza artesanal?

El término general son personas entre 30, 40 y 50 años de clase media, que tienen su dinero para pagar este tipo de cervezas más caras. Normalmente, gente que ha viajado por Europa y otros lugares que conocen el mundo ya que existe más fuera de España. Personas que buscan algo más especializado.

10. ¿Tenéis algún otro proyecto futuro?

Las empresas pequeñas, tienen sus dificultades, cubrir gastos con los beneficios es difícil. Por lo tanto, llegar al punto muerto de una forma estable y sin sufrir cuesta. Han llegado a un punto en el que tienen que transformarse, estar a la última en tecnología para poder seguir estando en el mercado.

Milana cada año crece, ahora mismo, casi va a duplicar la facturación pero para poder seguir así deber adaptarse, estar pendiente del mercado.

En la última parte de la entrevista, le preguntamos sobre los temas relacionados con la exportación.

11. ¿Dónde exportáis o habéis exportado? Y ¿Qué papel cumple la exportación en las cervezas artesanales?

Han estado muchos años en Panamá, pero ahora están en Rusia y Francia. En Londres están con el inicio, también van a empezar en Hong Kong este mismo año.

En España venden a nivel nacional.

El papel que cumple la exportación debería ser la estabilización de una empresa, siendo las empresas grandes las que exportan un 50-70%.

12. ¿Cuáles piensas que son las dificultades al exportar o vender en otros países europeos?

Depende mucho del país, por ejemplo en Bélgica la calidad y la variedad que ya tienen en el país autóctono. Pero por el contrario te beneficia la cultura de cerveza que tienen.

13. ¿Sabrías decirme aquí en España quién exporta fuera?

No sabría decirme, hay cervezas artesanas más grandes como Cibeles o La Virgen, ambas compradas, una por Heineken y la otra por AB InBev, el mayor grupo de cerveza a nivel mundial. Seguramente sean dos cervezas que venden tanto dentro como fuera pero no me sabe decir cuánto ni quiénes.

14. ¿Piensas que he elegido bien en centrarme en el mercado belga? o ¿quizás debería haberme centrado en otros países dónde la cerveza artesana española está más reconocida?

No conoce Bélgica ni su consumidor, de lo poco que conoce de las cervezas belgas, no es el estilo que más se pueda asimilar al de Milana. Sus cervezas son más similares a las americanas, inglesas. Pero debido al consumo de cerveza artesanal de Bélgica de todo tipo y de todos los estilos lo hace un mercado atractivo.

15. ¿Qué conoces sobre la normativa belga o europea?

La normativa que les afecta como fábrica es la de impuestos especiales, pero ni siquiera eso. Cuando el vende a un país, se rige por los incoterms, su responsabilidad acaba cuando lo cargo en el camión, por lo tanto a partir de ahí la normativa lo cumple el país de destino.

Por ejemplo, sí que es cierto que ahora cuando les ha tocado ir a Londres, han tenido que hacer todo el papeleo de aduanas. En Panamá estuvieron un año con toda la documentación, con análisis de cerveza, con documentación para el Ministerio de Sanidad, etc. Pero para la Unión Europea no hace falta, solamente el documento de acompañamiento de la cerveza.

Entrevista Cervecería Casasola



La entrevista empezó agradeciendo a Alfonso Perdomo-Spinola Molero, creador y fundador, su colaboración por participar en el proyecto. Estuvimos hablando un poco y después dimos paso a las preguntas.

Las primeras preguntas fueron un poco la creación de un clima cercano, interesándome por su empresa y en la persona.

1. Cuéntame la historia de Casasola, cómo nace, cómo crece.

Alfonso nos cuenta que junto con su familia fundaron Casasola. En el año 2010 fue cuando se fundó y en el 2011 cuando abrieron la primera fábrica de cerveza artesana de Castilla y León. La idea apareció a raíz de su trabajo anterior, él tenía una productora a la cual contrataban con sus medios audiovisuales para cubrir y hacer reportajes y documentales. En uno de estos trabajos les enviaron a Italia dónde descubrió la cerveza artesana. Automáticamente al ver esa cerveza artesana, entendió que Casasola era el lugar idóneo, siendo esta una propiedad cerealista con larga tradición agrícola, dónde el agua de allí es de manantial, tienen cereal, tienen todos los elementos posibles para crear una excelente cerveza artesanal. Por lo tanto, vendió su parte de la productora y pudo iniciar sus estudios en cervecería. Esto fue en 2006, y en el 2009 cuando volvió convenció a su familia para el proyecto. Actualmente, Alfonso es el gerente de la fábrica.

Su evolución está llena de contrastes, en 2011 empezaron a vender la cerveza de su fábrica, empezaron con una botella de 75cl de borgoña, se atreve a decir que fue el primero en Castilla y León, incluso en toda España en embotellar en ese formato de botella, ahora mismo la gran mayoría embotella de esta forma. Los cuatro primeros años vendían solamente este tipo. Cuando ellos empezaron en el mercado, casi nadie había oído hablar de cerveza artesanal, fueron la empresa 12 de toda España, y era algo muy nuevo. Se encontró con gente muy interesada pero también con gente sin ninguna idea que no quería escuchar, aun así, poco a poco fueron colocando su producción incluso entrando en grandes superficies como El Corte Inglés, en los gourmet de España, yendo muy bien los primeros años hasta que llegó el “boom”, dónde salieron muchas empresas similares por toda España. Cree que actualmente hay unas 500 empresas en el territorio

Actitudes de los consumidores belgas y europeos ante los productos artesanales españoles: el caso de la cerveza artesanal.

Cano Criado, Luis Miguel

nacional, por lo que empieza a haber mucha más competencia y deciden cambiar de formato añadiendo botellas de 33cl y barriles de 30L. Hubo un descenso en las ventas significativo por su parte, me comentaba que es un sector difícil y se debe tener un colchón para aguantar, y ellos es lo que hicieron desde ese momento hasta el día de hoy, luchando y aguantando, posicionando su marca hasta llegado el punto que actualmente están viendo la luz.

2. ¿Cuál es vuestra identidad?

Son agrocervecedores, intentan aprovechar su tradición agrícola y sus recursos agrícolas para la producción de sus cervezas, utilizan el agua de manantial que tiene Casasola, ya que tienen sus propios manantiales utilizan algunos cereales, no todos, como el trigo y avena, pero la cebada no porque no tienen maltería. También les diferencia el entorno, están en un convento del siglo XIX benedictino y están en una finca de 1000 hectáreas a 4 kilómetros de la Plaza Mayor de Valladolid por lo que se consideran que está en la ciudad y no apartada, siendo un punto diferenciador importante frente a otras.

3. ¿Alguna otra información que quieras añadir de la fábrica?

Uno de sus objetivos es tener su propia micromaltería para maltear su cebada y tener su propia malta de cebada. Sobre el lúpulo, tienen un planteamiento de un cultivo de media hectárea para la próxima campaña, este año no les ha dado tiempo, que junto a este combinarán otros tipos de lúpulos para producir sus cervezas.

Tras esto, seguí con información sobre el sector.

4. ¿Cuál es la situación del sector según vosotros? ¿Qué retos hay?

Considera que el sector está viviendo un buen momento, un momento de oportunidad, un momento que haciendo bien las cosas sin prisas y con ganas, se puede llegar a ver la luz al final del camino. Cada vez hay más gente que se interesa sobre la cerveza artesana, crea más expectación, incluso los clientes de la hostelería se empieza a interesar y no como antes que les cerraban las puertas, ahora son ellos quién les llama porque “su vecino” ya vende este tipo de cerveza.

Sobre retos, nos comenta que el mayor que hay es vender, es un negocio de volumen, empiezan a ver “números negros” cuando llegan a una cantidad de ventas y saliendo de esa frontera su reto en vender y posicionarse como una gran cervecera con calidad. La competencia está presente pero, de la misma manera que puede esto ponerse en tu contra, puede ayudar. Si todos los hacen bien, mejor les va a ir a todos.

5. ¿Qué opinas de la normativa actual? ¿La vez regulada o piensas que falta algo?

Cree que no hay legislación con respecto a ellos, la cerveza es cerveza, la hagas de una forma o de otra. Algo que a Alfonso le gustaría que cambiase es que los impuestos especiales fueran más bajos para un cierto volumen o incluso eliminarlos hasta llegar a cierta cantidad. También que el sello artesano se diferencie por calidad y recursos naturales.

Otra cosa que remarca, es sobre la fecha de caducidad y fecha recomendada de consumo al igual que el vino, la cerveza artesana no la tiene, ellos fabrican ciertas cervezas que no caducan y se conservan bien a lo largo de los años e incluso mejoran, pero están obligados a poner una fecha de caducidad. Con ciertos estilos y legislando bien cuáles son, Alfonso eliminaría el tener que poner esa fecha.

6. ¿Qué papel cumple la Asociación de Cerveceros?

Ellos pertenecen a esta y la fundaron. La Asociación de Cerveceros de Valladolid protege el gremio ante la ley y la administración y ante el público. Además, desarrolla acciones comerciales como una feria al año u otro tipo de eventos. Del mismo modo, nuestro experto pertenece a la Asociación de Cerveceros de España, es la asociación centenaria y de hecho la consejera delegada de Casasola está sentada en la junta directiva de esta asociación junto a otro artesano y representan a todos los artesanos de España. Esta sí que defiende todo el gremio a nivel nacional y en Europa ya que pertenecen a Cerveceros de Europa.

7. ¿Qué opináis de que las grandes empresas de cervecerías industriales estén sacando su propia “cerveza artesanal”? ¿Pensáis que es bueno, que os puede afectar de forma negativa?

Personalmente, opina que es bueno, primero demuestra que son una realidad, que no es una moda ni es algo que haya salido y vaya a desaparecer. El hecho que grandes empresas saquen sus tipos de cerveza, más Premium o especiales le produce una alegría y cree que como comunicación de sus productos es fantástica. No cree que pongan ese nombre y luego no se asemejen a lo que en realidad son, aunque depende de los casos. Nos afirma que algunas de estas grandes empresas tienen microplantas donde producen esa cerveza Premium o artesana del mismo modo que cualquier otra microcervecería y añadiendo su gran conocimiento. Y luego hay otros ejemplos que quieren engañar a los consumidores poniéndole un nombre pero que en realidad el producto que contiene o es el que muestra.

8. ¿Qué pensáis sobre lo que se dice de la cerveza artesanal que es una moda?
¿Qué va a pasar en el futuro?

Hace unos años todos pensaban que ojalá no fuese una moda y ahora al ver la actitud del público, las acciones que hacen los grandes y cómo va creciendo el mercado con respecto a las cervezas, hace ver que no es una moda y que son una realidad. Cree que la cerveza artesana va a ir a más y conoce estudios que hablan de las nuevas generaciones que suelen demandar un producto más del lado artesano que el industrial. Por lo tanto, dentro de unos años se tendrán unas cuotas de mercado más altas según estos estudios.

9. ¿Habéis notado algún cambio en el consumidor desde que empezasteis hasta ahora?

El consumidor final ha pasado de ser una persona que no entendía nada, a ser expertos y entendidos de la cerveza artesanal. Han evolucionado, empezó siendo un consumidor muy "friki", es decir, una personas que sabe mucho sobre cerveza, que le gusta probarla y que seguramente la fabricara en su casa, llegando al punto de ir a las ferias y preguntarles cosas a los maestros artesanos para ver si ellos sabían más que ellos. Pero casa vez hay más público, quizás no tan experto o experimentado en el ámbito de la cerveza artesana pero que sí está demandándola y hay personas que van a un estilo y otras personas a otro estilo, lo que hace un abanico muy grande. También es un público de todas las edades, gente de 18 años a gente más anciana.

10. ¿Tenéis algún proyecto futuro?

Actualmente les ha entrado un cliente muy fuerte que les introduce en la gran distribución, colocando la cerveza fundamentalmente en Madrid-Valladolid. Su proyecto a futuro es llegar a toda la península ibérica y al extranjero.

En la última parte de la entrevista, le preguntamos sobre los temas relacionados con la exportación.

11. ¿Dónde exportáis o habéis exportado? Y ¿Qué papel cumple la exportación en las cervezas artesanales?

Es algo muy importante, un buen importador puede llevar mucho volumen fuera y con continuidad y más importadores llegas a más lugares multiplicando las ventas. Al consumidor europeo le gusta probar cervezas de todos los lugares y es una gran oportunidad.

Han vendido a México, EEUU, Cánada, Suecia, Alemania, Italia, Francia y Gran Bretaña. Estando muy contentos pero necesitan una gran inversión para seguir produciendo y atenderlos de una mejor manera. Siguen teniendo demanda de alguno de estos lugares pero por el momento no lo priorizan, aunque es algo que quieren hacer.

12. ¿Cuáles piensas que son las dificultades al exportar o vender en otros países europeos?

Fuera de la Unión Europea es el tema de aranceles, aduanas y todo el papeleo junto a una inversión, y depende el país, unos son más difíciles que otros. En Europa es más fácil, son acciones intracomunitarias por lo que van exentas del IVA y llevan unas ventajas fiscales muy buenas para todo cervecero europeo.

13. ¿Sabrías decirme aquí en España quién exporta más fuera?

No sabe decirme, cree que todas las grandes y sabe que exportan muchas pero no quiénes o las que más.

14. ¿Piensas que he elegido bien en centrarme en el mercado belga? ¿o quizás debería haberme centrado en otros países dónde la cerveza artesana española está más reconocida?

El mercado belga le parece una gran elección ya que tiene una gran cultura y son grandes productores y conocedores de la cerveza. Le parece interesante el ver cómo actúa y cómo se desarrolla una cerveza en Bélgica o qué opinión puede tener un belga de nuestras cervezas porque, como se ha dicho antes, te lo puede estar comentando alguien con todo ese conocimiento.



15. ¿Qué conoces sobre la normativa belga o europea?

Lo anteriormente contado, hay una serie de papeleos y requisitos, en la Unión Europea es más sencillo pero fuera de ella, ya es necesaria una cierta documentación, pero, lo más importante es proteger tu marca y tu producto, teniendo cuidado con qué país quieres hacer negocios.

3.4 Cuestionarios

Cuestionario Cerveceria L'Achouffe y Cerveceria Belgium Peak Beer

El cuestionario entregado a las dos empresas belgas contaba con seis hojas como la imagen que a continuación se muestra, cada hoja para cada una de las 6 cervezas utilizadas en la degustación. En el cuestionario vemos como aparece el nombre de la cerveza para que no haya ningún error a la hora de saber los resultados. Las preguntas eran de distinta índole, puntuación de 0 a 10 si les había gustado, que pensaban del sabor y cual encontraban. Si había alguna cerveza a la cual les recordara. Su opinión del etiquetado. Si veían atractiva la cerveza para poderla vender en Bélgica y algún consejo. Tanto el cuestionario como la degustación y entrevista se realizaron en francés.

Nom: Milana Bonita

Lieu: Montemayor de Piñilla (Valladolid, Espagne)

Bière 1: Milana Trigo

1. A quel point avez-vous aimé la bière ? (0 étant pas du tout et 10 beaucoup)
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
2. Que pensez-vous de la saveur?
3. Quelles nuances de la saveur et d'odeur trouvez-vous ?
4. Y a-t-il une bière dont vous vous souvenez?
Laquelle?
5. Que pensez-vous de la présentation et de l'étiquetage?
6. Pensez-vous que cela se vendrait bien en Belgique ? Quel niveau d'attractivité pensez-vous que cette bière pourrait avoir pour le consommateur belge, étant 0 le minimum et 10 le maximum
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Pourquoi?
7. Quelques conseils

Cuestionario general

Este cuestionario fue realizado a través de un google form y enviado mediante diferentes plataformas, redes sociales como el facebook, por correo electrónico y vía Whatsapp para de esta forma llegar al número máximo de personas. Gracias a la asociación de estudiantes AEGEE, pude llegar a un gran número de personas a nivel Europeo, con lo cual he podido conseguir opiniones muy diversas para unos mejores resultados. El cuestionario ha sido respondido por 227 personas. A continuación se puede ver dicho cuestionario en el link y los métodos usados en las respuestas dónde encontramos: respuesta corta, selección múltiple, casillas de verificación y párrafo. Además podemos observar algunos pantallazos en los diferentes idiomas y en anexo 1 aparecerá completo.

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScnqLmeWFKX2yUzNONPIv067NB18WzmCXviOkQap98ZT2u2iQ/viewform?usp=sf_link

Encuesta sobre cerveza artesanal.
Survey about craft beer. Sondage sur
bière artisanale.

*Obligatorio

¿En que idioma lo quieres hacer? In which language do you prefer to do it? Dans quelle langue voulez-vous le faire? *

- Español
- English
- Français

SIGUIENTE

Survey about craft beer

My name is Luis Miguel Cano and I am student of Business at the University of Valladolid (Spain). I am finishing my studies, for what I am doing my final thesis whose topic is "The attitudes of Belgian and European consumers regarding a Spanish artisan product: The case of craft beer" Therefore, I would be really thankful if you could fill in the following survey, which would help me a lot to finish my research.

The objective of this survey is to learn about the consumption of craft beer in Europe and, in detail, Spanish craft beer.

Thank you !

ATRÁS

SIGUIENTE

Why do you drink craft beer?

Because I like to try new things *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Least likely Most likely

For fun *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Least likely Most likely

To be trendy *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Least likely Most likely

Because of friends or family influences *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

À quelle fréquence buvez-vous de la bière artisanale? *

- Plusieurs fois par semaine
- Une fois par semaine
- Une fois par mois
- Moins d'une fois par mois

Où achetez-vous de la bière artisanale fréquemment? *

- Bars et restaurants
- Directement au producteur
- Les supermarchés
- Magasins d'alimentation
- Magasins spécialisés

D'où proviennent les bières que vous buvez? *

- Belgique

Capítulo 4: Resultados

Resultados de los expertos



En primer lugar vamos a analizar los resultados a las encuestas realizadas a nuestros expertos belgas sobre la degustación de 6 tipos de cervezas diferentes de nuestros colaboradores Cerveza Milana Bonita. Voy a proceder de la

siguiente manera, lo primero será comentar los resultados individuales de ambas empresas y después ir a un punto general.

Según la Cervecería Achouffe, a la primera cerveza en degustar, Milana Trigo, se le dio una puntuación media de 5,5 sobre 10, con referencia a cuánto les gustó al probarla. Les pareció que tenía un sabor agradable y refrescante. No les recordaba a ninguna cerveza que hubieran degustado. La etiqueta les gustó, aunque aparece mucha información en ella, representa bien que es una cerveza artesanal. Si hablamos de su atractivo potencial hacia el consumidor belga, no estaban seguros de que se vendiera, quizás falta algo de originalidad y mejorar algún defecto.

La segunda cerveza, Shipa, le dieron un 6 sobre 10 de media en cuánto si les gustó al probarla. Encontraron un sabor amargo, a especias y algo seco, aunque le falta un poco de espuma. Matiz a caramelo muy ligeramente y amargo de nuevo. Encontraron un parecido con la IPA Americana. Concerniente a la etiqueta, les gusta el colorido de ella pero da a entender que se inspira en fruta pero luego no aparece eso en la cerveza. En cuanto a la atractividad, de media tiene un 4, diciendo que es una cerveza para personas “geeks”.

La tercera cerveza, Braggot, encontramos diferentes opiniones, a uno le ha gustado y a otro no, la media nos da un 4,5 sobre 10. El sabor lo encuentran original y agradable a la hora de mezclar miel y malta. Pero les recuerda el sabor a un medicamento y un olor muy floral. No les recuerda a ninguna cerveza. La etiqueta representa bien el producto que se está bebiendo. Y a la hora de si se vendería en Bélgica, volvemos a tener diferencias, hay pocas cervezas de este tipo por lo que podría ser interesante pero también está la otra parte que no lo ve claro y piensa que es para personas “geeks”. Uno de ellos nos da un consejo, menos miel y pasteurizarla.

La cuarta cerveza, Tritordeum, no gustó mucho, recibió una media de 3 sobre 10. Sólo sacaban el sabor a cereal, añadieron que faltaba ser más amargo y que le faltaba mucha espuma. No les recordaba a ninguna cerveza conocida. La etiqueta la definieron como muy simple. No la recomiendan para los belgas, por lo que no se vendería bien. No terminan de ver que sea una Weisenbier (Cerveza blanca)

La quinta cerveza, Hop Time, fue la que más les gustó teniendo una puntuación media de 7,5 sobre 10. Con relación al sabor pensaron que estaba bien equilibrado, buena amargura. Los toques afrutados les sorprendieron positivamente. Uno de



ellos no encontró ninguna cerveza que se le asemejara, y otro nos comentaba que a una IPA Americana. La etiqueta gustó mucho también, lo valoraban como lujoso y con clase, buen grafismo y colores bien. La ven atractiva en Bélgica, está bien equilibrada para ser doble IPA y algo rara, por lo que les podría gustar a los consumidores belgas.

La sexta y última cerveza, Milk in Black, también gustó recibiendo una media de 6 sobre 10. El sabor no lo notan muy fuerte, puede gustar a personas que normalmente no beben este tipo de cerveza. Notaron el café y el cacao pero no los toques a vainilla. Cervezas a las cuales se puede asemejar a una Stout o Porter. La etiqueta correcta, muestra lo que bebes. Hay pocas cervezas de este tipo en Bélgica y pocos amantes de este estilo pero está bien hecha, podría gustar a esas personas que la beban.



Según la Cervecería Belgium Peak Beer, la primera cerveza les gustó, puntuándola con un 6,67 sobre 10. El sabor les pareció bueno pero le falta un poco de profundidad. Encontraron los sabores del cereal y de la malta. La asemejan a una

cerveza rubia de Namur. En cuanto a la etiqueta les pareció interesante pero quizás difícil de leer aunque el estilo escritura a mano era atractivo. En Bélgica sí que se podría vender pero habría competencia con otras cervezas belgas, le dan de media un 6 al nivel de atractivo que un belga podría ver en ella. Como consejos, poner menos información en la etiqueta y quizás alguna especia, pero que es buena.

La segunda cerveza, Shipa, hubo un poco de todo a la opinión del gusto, teniendo una media de 5,33 sobre 10. Se sentía bien el dry hopping pero le falta más espuma. Sienten el cereal pero no la fruta. La asemejan a la cerveza Bestiale o a una suya Peak. La etiqueta les parece original pero muy cargada. La media de atractividad que dan es un 4, no la ven una mala cerveza pero mejorable. No encuentran nada de sabor afrutado. Como consejo, menor inyección de lúpulo antes de embotellarla.

La tercera cerveza, Braggot, no ha gustado mucho con una media de 3,33 sobre 10. Le sacan un gusto a medicamento, con toque a miel pero no mucho. Sabor especial con varios aromas. No hay nada parecido que ellos conozcan. La etiqueta bien, representando lo que se va a beber. No se vendería en Bélgica, le ven poca atractividad 2,33 sobre 10. Uno de ellos nos da un consejo sobre el aroma, no es el correcto.

La cuarta cerveza, Tritordeum, no les ha gustado nada puntuándola con un 1 sobre 10. No les gusta el sabor y le falta espuma. La etiqueta muy simple y no les gusta la escritura del nombre. No le ven nada de atractividad, 0,33 sobre 10, ni que se pueda vender en Bélgica. El consejo es dejar de fabricarla o trabajar más en ella.

La quinta cerveza, Hop Time, no les disgusta, le dan de media un 5,5 sobre 10. El sabor les parece correcto con toques afrutados, mejor si



creara más espuma. No sabían decir ninguna cerveza parecida. La etiqueta colorida y bonita, un poco difícil de leer. Atractividad media con un 4 sobre 10, con lo que quizás podría gustar a algún consumidor.

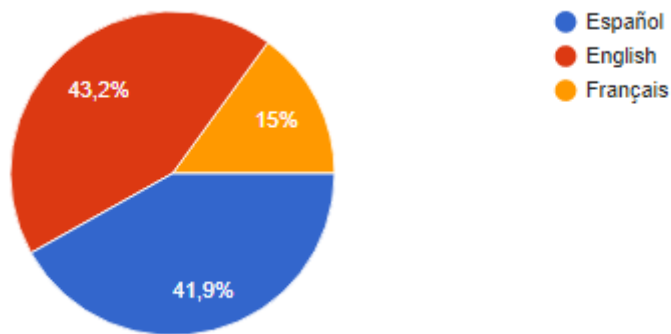
La sexta cerveza, Milk in Black, puntuada con un 5 sobre 10, la definían como especial pero buena, con toques a café y caramelo. No les recordaba a ninguna cerveza. La etiqueta muy bien pero no representa una cerveza al aparecer la leche, aun así les pareció agradable. Por su originalidad piensan que podría gustar en Bélgica.

Por lo tanto, podemos sacar las siguientes conclusiones sobre si estas cervezas tendrían una buena acogida en Bélgica y la opinión recibidas sobre ellas, Milana trigo podría tener alguna posibilidad al ser una cerveza algo más común y no muy fuerte. Ha recibido buenos comentarios y el sabor no ha disgustado. La Shipa, no queda muy claro si tendría buen recibimiento por el consumidor belga. Alguna cosa a mejorar que podría hacer positiva esta posibilidad de acogida, pero en este momento no aconsejan del todo

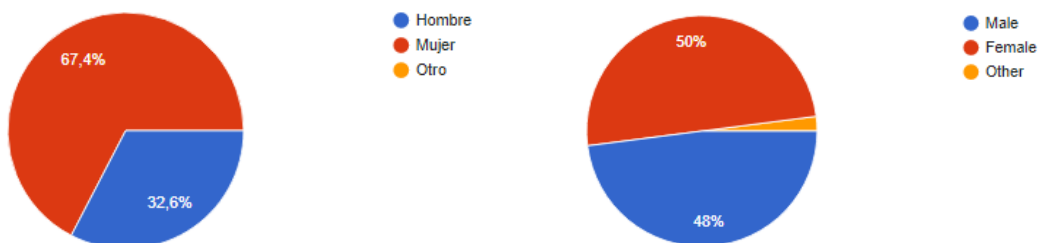
su éxito en Bélgica. Braggot no les ha disgustado pero no creen que tenga un triunfo entre los consumidores belgas. Tritordeum es la que menos ha gustado con diferencia. Tampoco la recomiendan, es más, aconsejan transformarla para que mejore o que no se fabrique más. Hop Time sí que podría verse entre las cervezas que degustan los consumidores belgas debido a su amargura y originalidad. Black in Milk, también podría tener alguna posibilidad de ser acogida en Bélgica, al igual que la anterior tiene originalidad, aunque el porcentaje de personas que les gusta este tipo sea menor.

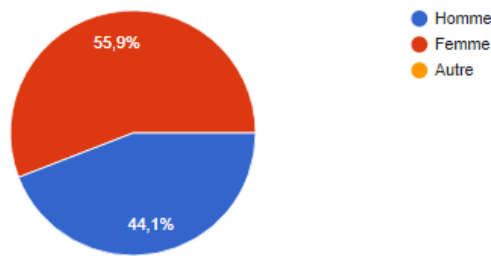
Resultados de la encuesta a consumidores europeos

Como anteriormente se ha comentado, el cuestionario se ha realizado en tres idiomas, español, inglés y francés. La mayoría han sido respondidas en inglés con un 43,2 % con 98 respuestas, seguido del español con un 41,9 % con 95 respuestas y en francés con un 15 % con 34 respuestas.



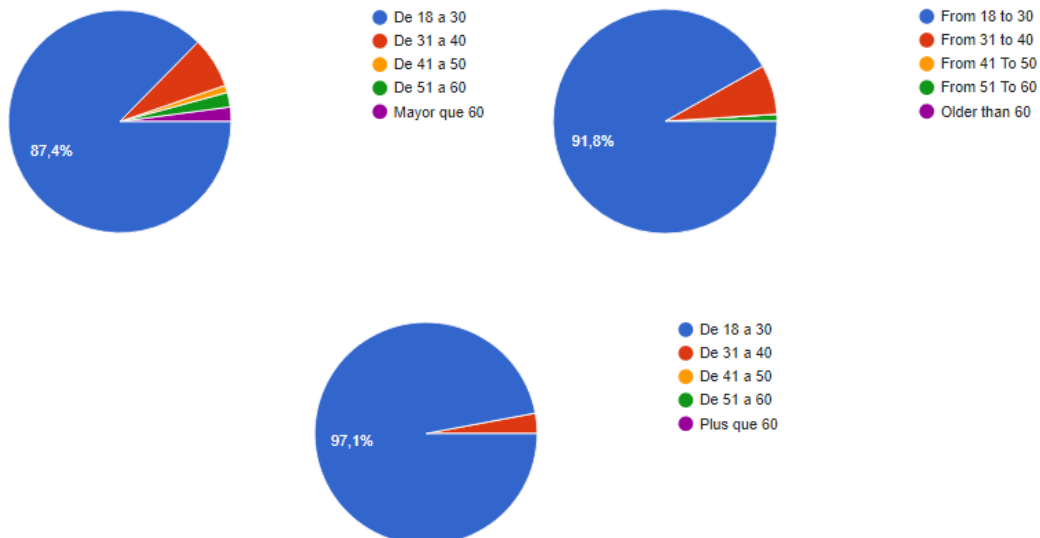
En cuanto al género, de la opción que han elegido el español la mayoría han sido mujeres con un 67,4 % y los hombres con un 32,6 %. Aquellas respuestas elegidas en inglés tenemos un 50% mujeres un 48% hombres y un 2 % otros. Y en las respuestas en francés de nuevo las mujeres con un porcentaje mayor 55,9 % y hombres con un 44,1 %.





Por lo tanto en general si hayamos los porcentajes de todas las respuestas a nivel europeo obtenemos, a través de una media ponderada, que la mayoría de las respuestas han sido de mujeres con un 59,28 %, seguido de los hombres con un 42,23 % y otros con un 2 %.

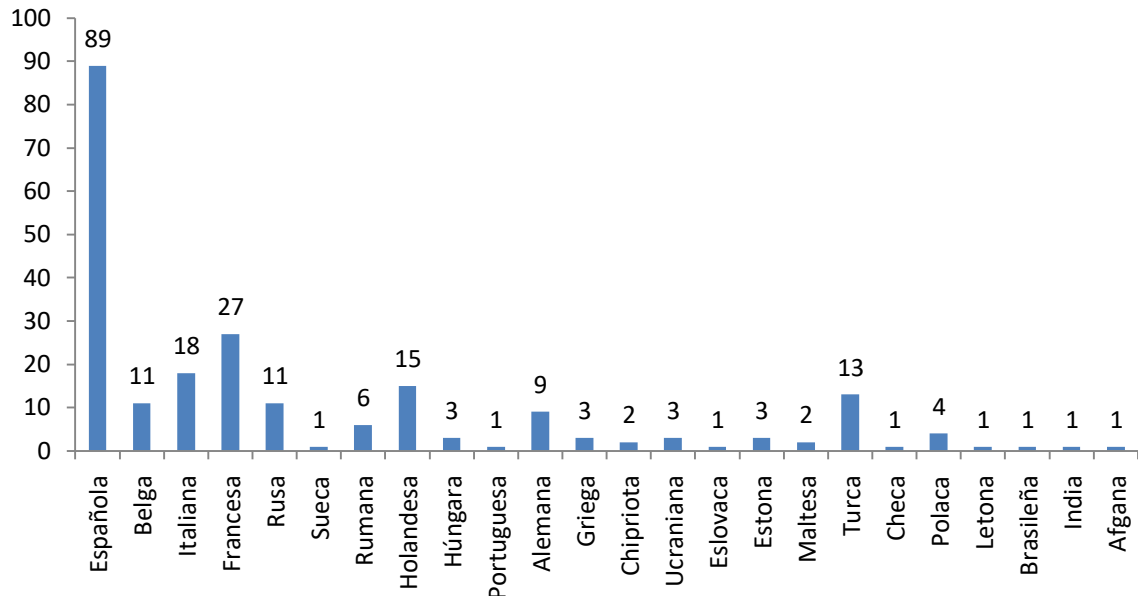
La edad de los encuestados en español tiene una mayoría más joven encontrando un 87,4 % de las respuestas entre los 18 a los 30 años, un 7,4 % entre los 31 a los 40 años, un 1,1 % entre los 41 a los 50 años y un 2,1 % tanto de 51 a los 60 años como mayores de 60 años. En inglés, también hay una mayoría de 18 a 30 años con un 91,8%, un 7,1 % de los 31 a los 40 años y un 1 % de los 51 a los 60 años, no obteniendo ninguna respuesta entre los otros intervalos. En francés, al igual que las anteriores la mayoría están entre los 18 a los 30 años con un 97,1 % y un 2,9 % entre los 31 a los 40 años.



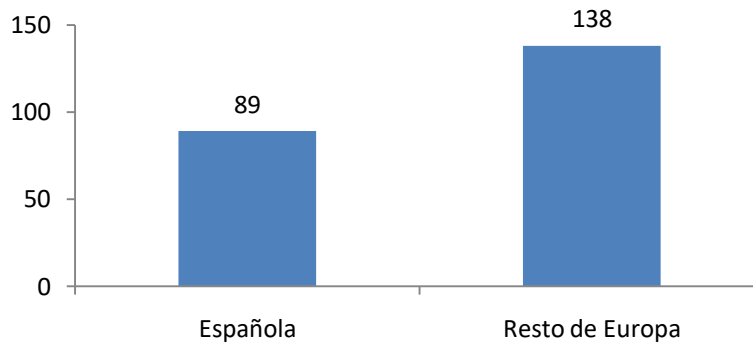
En general, si hayamos los porcentajes de todos los encuestados, a través de una media ponderada, obtenemos que de los 18 a los 30 años hay un 90,88 % de respuestas, de los 31 a los 40 años un 6,96 %, de los 41 a los 50 años un 1,1 %, de los 51 a los 60 años un 1,73 % y mayores de 60 años un 2,1 %.

En cuanto a la nacionalidad, nos encontramos con una gran variedad. Siendo la española la que mayor número de respuestas se han recibido. Aunque si comparamos el número de respuestas españolas con el resto de Europa, hemos recibido un mayor número de respuestas europeas.

Nacionalidades

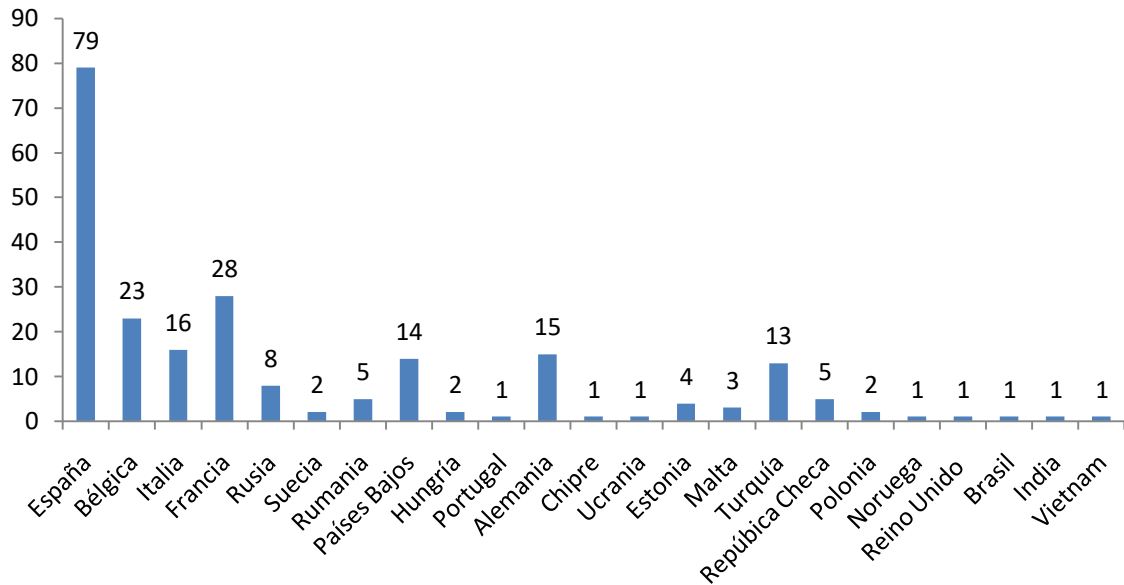


Nacionalidades

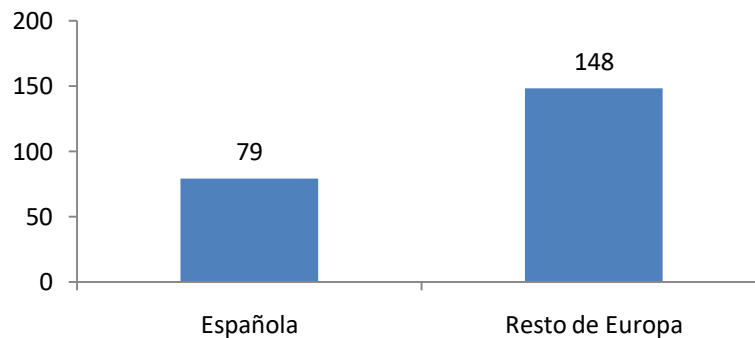


Si hablamos del lugar de residencia vamos a comprobar cómo las nacionalidades antes comentadas no van a coincidir. A la hora de comprobar el estudio, es más interesante saber dónde viven los encuestados ya que es dónde van a consumir las cervezas. Sigue siendo el número de residentes en España el más alto pero podemos comprobar cómo el número de personas residentes en Bélgica y Alemania aumenta, entre otras.

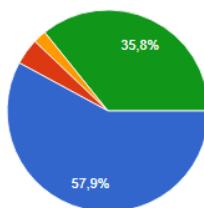
Lugar de residencia



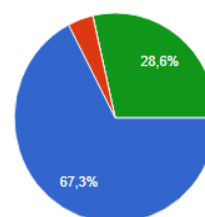
Lugar de residencia



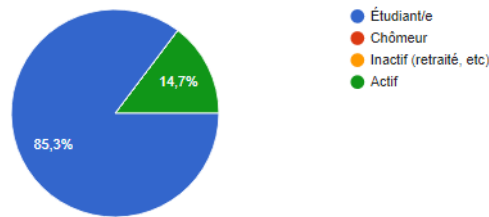
Si hablamos de la actividad laboral de las respuestas en español, la mayoría son estudiantes con un 57,9 %, seguido de las personas activas con un 35,8 %, los parados 4,2 % y no activos 2,1 %. En inglés, es aún mayor el porcentaje de estudiantes con un 67,3 %, los activos un 28,6 % los parados un 4,1 %. En francés, un 85,3 % de las respuestas son de estudiantes y un 14,7 % son de personas activas.



- Estudiante
- Parado/a
- No activo (Pensionista, etc)
- Activo

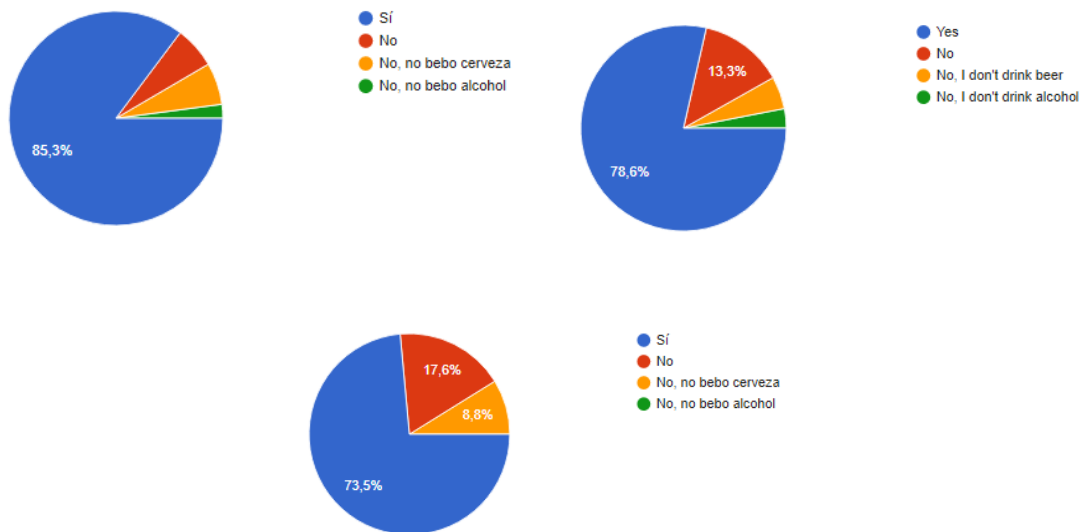


- Student
- Unemployed
- Non-working (retiree, etc)
- Labour force



Si se hallan los porcentajes de todos los encuestados, a través de una media ponderada, obtenemos que el 67,33 % son estudiantes, el 31,22 % son activos, el 4,15 % son parados y el 2.1 % son no activos.

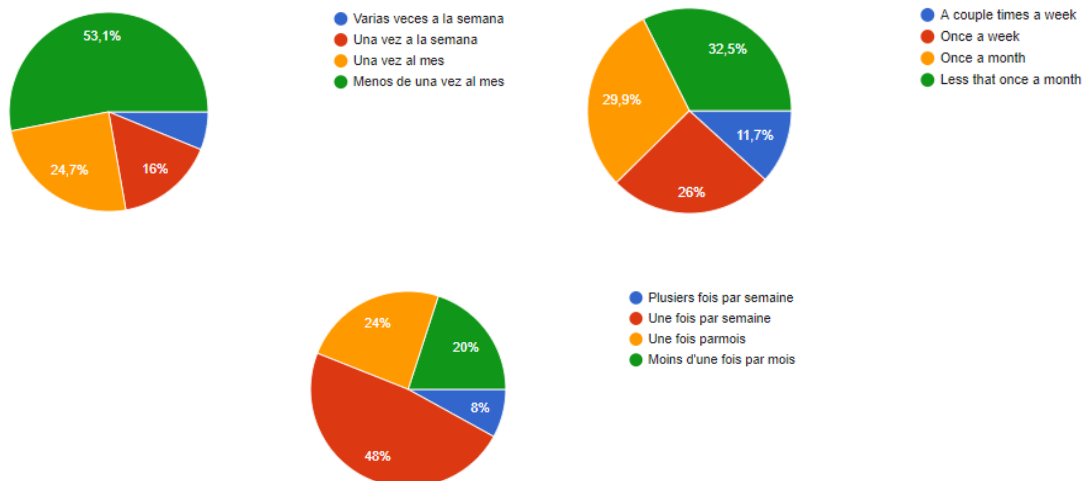
No todo el mundo ha probado una cerveza artesanal alguna vez, en las respuestas en español el 85,3 % las ha probado, el resto no, donde podemos distinguir un 6,3 % que no las ha probado, un 6,3 % que no bebe cerveza y un 2,1 % que no bebe alcohol. En las respuestas en inglés, un 78,6 % han probado la cerveza artesanal, un 13,3 % no las ha probado, un 5,1 % no bebe cerveza y un 3,1 % no bebe alcohol. En las respuestas en francés, un 73,5 % si las han probado, un 17,6 % no las han probado y un 8,8 % no bebe cerveza.



Si se hallan los porcentajes en general de todos los encuestados, a través de una media ponderada, obtenemos que el 80,87 % si han probado la cerveza artesanal, el 12,65 % no la ha probado, el 6,41 % no bebe cerveza y el 2,7 % no bebe alcohol.

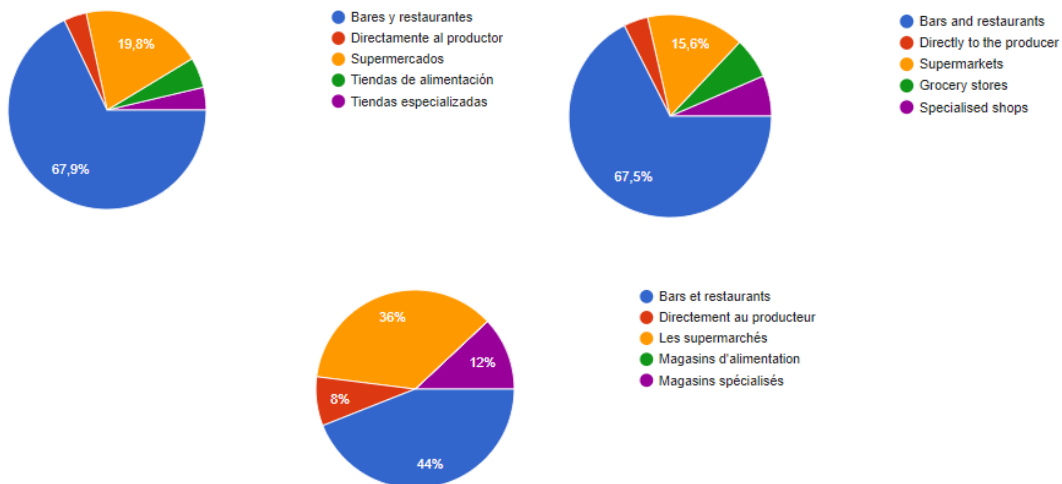
Un dato importante es saber con qué frecuencia se bebe la cerveza artesanal. Estos datos son tomados de una muestra más pequeña, solamente de aquellas personas que contestaron que sí bebían cerveza, en el caso de respuestas en español son 81, en el de ingles 77 y en el del francés 25. Según las respuestas en español un 53,1 % beben

menos de una vez al mes, un 24,7 % una vez al mes, un 16 % una vez a la semana y un 6,2 % varias veces a la semana. Según las respuestas en inglés un 32,5 % menos de una vez al mes, un 29,9 % una vez al mes, un 26 % una vez a la semana y un 11,7 % varias veces a la semana. Según las respuestas en francés un 20 % menos de una vez al mes, un 24 % una vez al mes, un 48 % una vez a la semana y un 8 % varias veces a la semana.



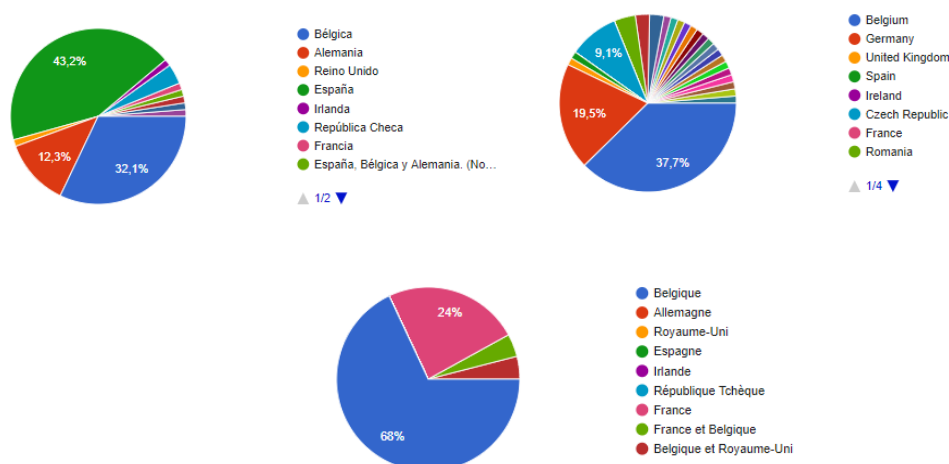
Si se hallan los porcentajes de todos los encuestados, a través de una media ponderada, obtenemos que el 43,78 % beben cerveza artesanal menos de una vez al mes, el 27,06 % una vez al mes, el 28,98 % una vez a la semana y el 9,52 % varias veces a la semana.

Las cervezas artesanales las podemos encontrar y consumir en diferentes lugares. Según las respuestas en español la gran mayoría lo consume en bares y restaurantes con un 67,9 % seguido de supermercados con 19,8 %, un 3,7 % lo adquieren directamente del productor, un 4,9 % en tiendas de alimentación y un 3,7 % en tiendas especializadas. En las respuestas en inglés también la mayoría lo consume en bares y restaurantes con un 67,5 %, un 15,6 % en supermercados, un 3,9 % directamente del productor, un 6,5 % en tiendas de alimentación y en tiendas especializadas. En las respuestas en francés igualmente son los bares y restaurantes los que obtienen un mayor porcentaje con un 44 %, los supermercados un 36 %, directamente del consumidor un 8 % y en tiendas especializadas un 12 %.



Podemos ver cómo se consume en lugares dónde las venden como son los bares y restaurantes, aunque en los supermercados también se venden para después su consumo. Los porcentajes que obtenemos, a través de una media ponderada, de todos los encuestados que beben cerveza artesanal son un 65,5 % lo adquieren en bares y restaurantes, un 22,38 % en supermercados, un 4,85 % directamente del productor, un 5,78 % en tiendas de alimentación y un 7,24 % en tiendas especializadas.

De dónde provienen la cervezas que consumen nuestros encuestados, cierto es que aquellos que lo han rellenado en español, la mayoría provendrán de España y lo rellenado en francés una gran parte serán de Francia, pero podemos apreciar fácilmente que si lo analizamos en general, la mayoría provienen de Bélgica, seguido de Alemania y República Checa, tres lugares dónde la tradición cerveza es más grande y dónde hay mayor número de cervezas artesanales. Con un 42,83 %, un 16,62 % y un 7,48 % respectivamente.



Como podemos ver en los gráficos del anexo 2, si analizamos por qué se consume la cerveza artesanal, la mayoría de nuestros encuestados han respondido con una mayor puntuación porque les agrada probar cosas nuevas o porque tiene mejor sabor. También han recibido bastantes puntos porque les gusta probar productos naturales y alguno por influencia de amigos y familia. Además la gran mayoría coinciden en que no lo hacen por seguir una moda.

Pero ¿por qué elegimos una cerveza u otra? Observamos en los gráficos del anexo 3 que según nuestros consumidores el sabor es el factor principal a la hora de elegir seguido del precio. La variedad también la ven importante, sin embargo el diseño es en lo que menos se fijan al escoger la cerveza.

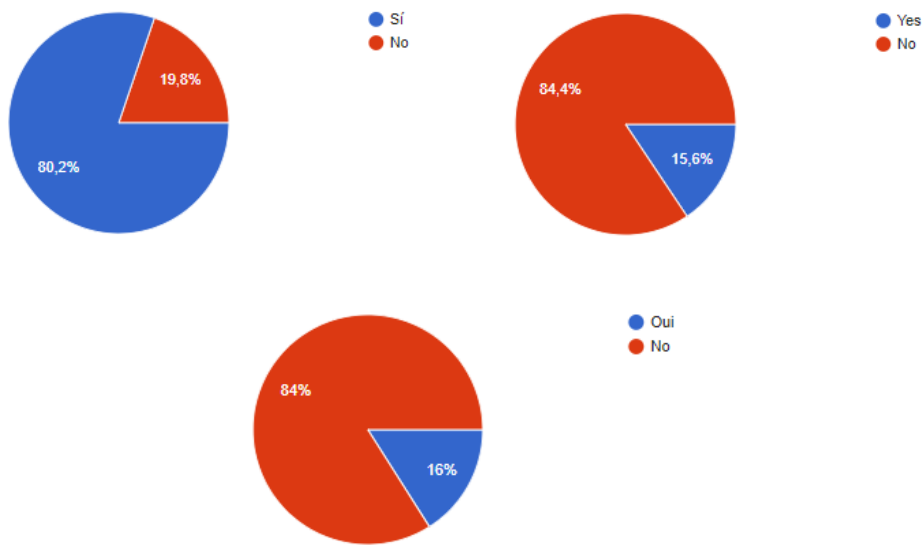
Ya tenemos el por qué se consumen, el por qué la eliges, pero, ¿qué es lo que te influye a que compres una cerveza artesanal? Apreciamos en los gráficos del anexo 4 que sin duda alguna, los encuestados lo relacionan a las recomendaciones de otras personas y al gusto personal, nada tiene que ver con la publicidad que se le dé o a la presentación del producto. Los productos artesanales son más peculiares y con una buena recomendación vas a lo seguro, a que te guste.

Si hablamos un poco del etiquetado de las cervezas sobre qué nos llama más la atención de ellas, en el anexo 5 se puede observar en las gráficas cómo es el diseño en general lo mayor puntuado y no por separado la forma que tenga, los colores que se le otorguen o las letras que se usen a la hora de escribir el nombre, los ingredientes y todos los datos necesarios. Si descuidamos una de estas partes la etiqueta ya no llamará la atención, por ello la importancia del conjunto de todas ellas.

Según nos cuentan los gráficos del anexo 6, se puede apreciar que sabor o sabores son los que más gustan. El afrutado es el que mayor puntuación ha recibido entre todos los encuestados. Muchas de las cervezas artesanales tienen este sabor lo que hace muy agradable su degustación. Otros sabores como dulces o cítricos también tienen una puntuación alta, los sabores dulces suelen ir de la mano con los afrutados y el toque cítrico lo encontramos también en una gran cantidad de cervezas. Sin embargo, el toque ácido o especiado no gustan tanto, aunque también hay a quien le gusta.

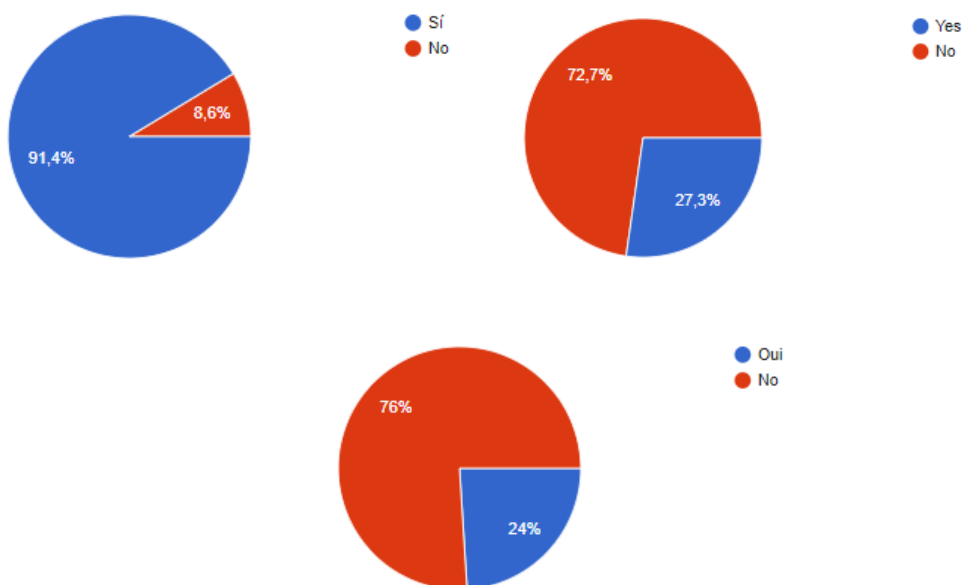
Ahora vamos a centrarnos más en la cerveza artesanal española, lo primero a saber es si han visto que se venda este tipo de cerveza en su país. Debemos separar los datos obtenidos de las respuestas en español del resto de respuestas dado que la gran mayoría son españoles y conocerán sus cervezas, aunque también resulta interesante saber si de verdad las conocen y si las han probado. En las respuestas en español, la mayoría han visto vender este tipo de cerveza, un 80,2 % frente al 19,8 % que no, en

cambio en las respuestas en inglés el 84,4 % no las ha visto frente al 15,6 % que sí y en francés el 84 % no las ha visto frente al 16 % que sí.



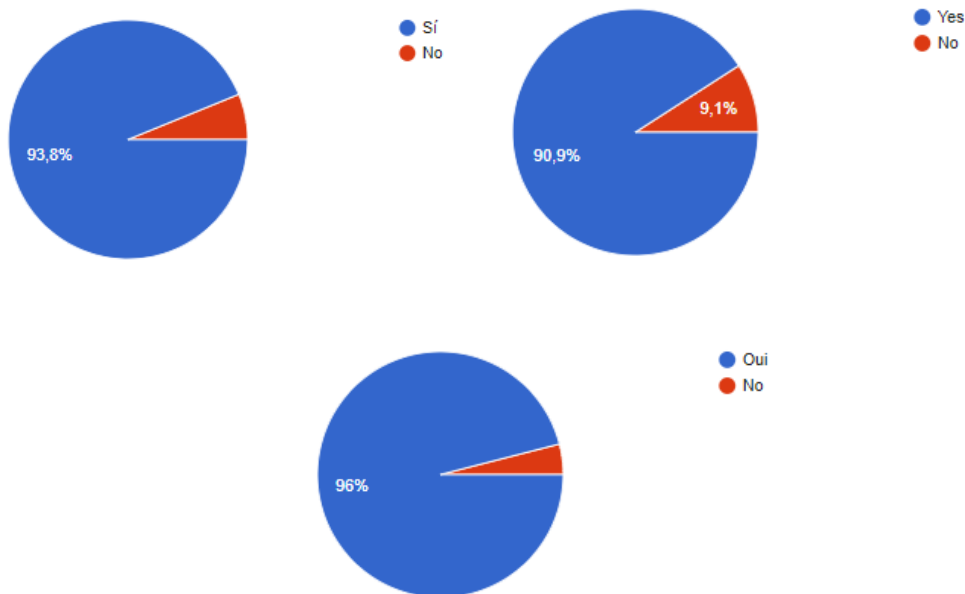
Si analizamos el resto de Europa sin la parte en español, obtenemos que el 84,3% nunca han visto vender cervezas artesanales españolas en sus países y que el 15,7 % si lo ha visto.

En cuanto si han probado las cervezas artesanales españolas, un 91,4 % de las personas que han respondido en español, sí las han probado frente a un 8,6 % que no. En las respuestas en inglés un 72,7 % no las ha probado, siendo un 27,3 % el que sí las han probado y en las respuestas en francés, un 76% no las ha probado y un 24 % sí.



Al igual que con lo anterior, analizamos la parte del resto de Europa sin contar las respuestas en español y obtenemos que el 73,53 % no ha probado una cerveza artesanal española frente al 26,57 % que sí la han probado.

Una vez que se ha degustado una cerveza artesanal española, toca saber si esto lo repetirían de nuevo o si no la has probado sí lo harían, dónde la mayoría han dicho que sí. En las encuestas en español, el 93,8 % repetiría o la probaría y el 6,2 % no. En las respuestas en inglés, el 90,9 % sí repetiría o la probaría y el 9,1 % no. Y en las respuestas en francés, el 96 % sí repetiría o la probaría y el 4 % no.

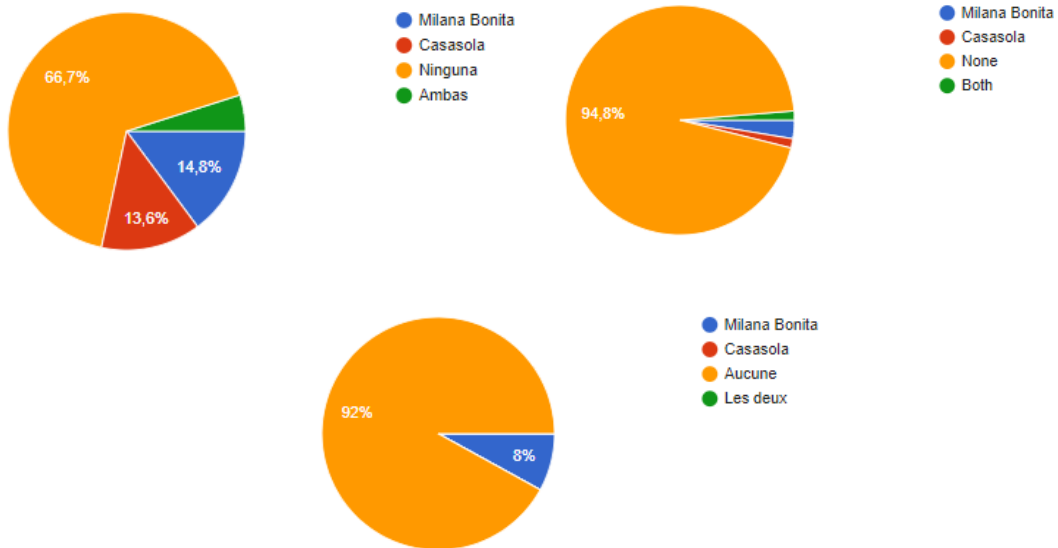


Por lo tanto un 92,9 % sí repetiría o probaría frente a un 7,1 % que no.

Según baremos se han valorado unos aspectos de la cerveza artesanal española. En las gráficas del anexo 7 podemos ver que el sabor obtiene una puntuación alta por lo que no encuentran que tenga un mal sabor. En cuanto al aroma, piensan que tienen muy olor al igual recibir una puntuación similar al sabor. El precio es lo que más puntuación obtiene, también depende de en qué país nos encontremos el precio puede variar. El envase recibe una puntuación buena al igual que lo anterior. Por lo que el aspecto de las cervezas artesanales españolas gustan en general a nivel europeo.

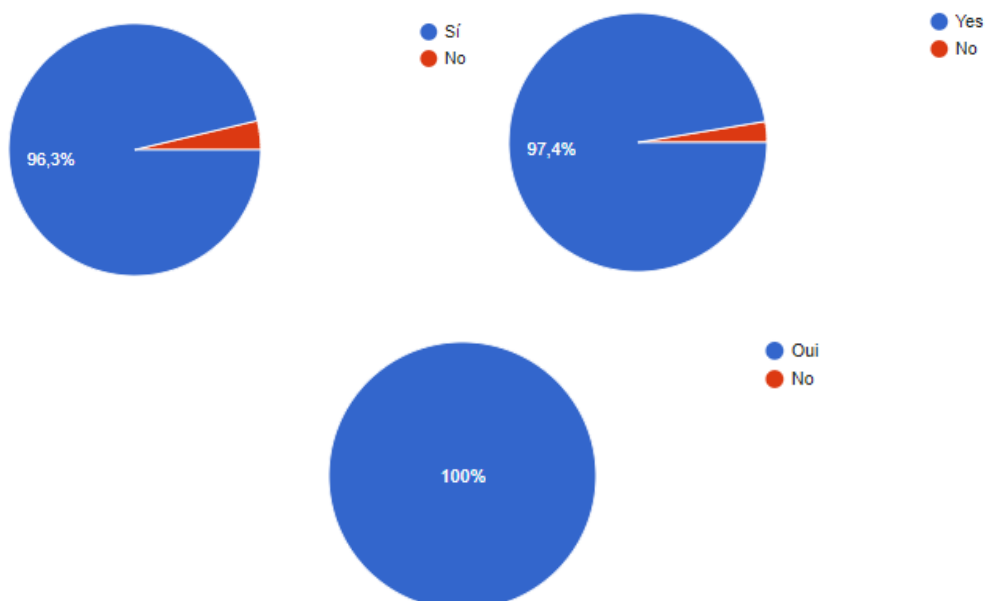
En la encuesta también se quería saber si las cervecerías colaboradoras se conocían o no. Según las respuestas en español un 14,8 % conoce la cerveza Milana Bonita, un 13,6 % conoce la cerveza Casasola, un 66,7 % no conoce ninguna y un 4,9 % conoce ambas marcas. Estas dos cervecerías son de una región en especial y por eso puede ser que no sean tan conocidas, pero son vendidas a nivel nacional e internacional alguna de ellas. Puede que gracias a esta encuesta los amantes de las cervezas decidan

buscarlas y probarlas. En las respuestas en inglés, solamente un 2,6 % conoce cerveza Milana Bonita, un 1,3 % cerveza Casasola, un 94,8 % no conoce ninguna y un 1,3 % conoce ambas. En las respuestas en francés, un 8 % conoce cerveza Milana Bonita, nadie conoce cerveza Casasola y el 92 % no conoce ninguna.



Con estos resultados habría que mirar cómo es la publicidad para darla a conocer o que método se debe empezar a usar para que sea conocida en más mercados, sobre todo si se están vendiendo en esos lugares.

De no haberlo hecho según las respuestas en español un 96,3 % les gustaría probarlas o beberlas de nuevo y un 3,7 % no lo haría. Según las respuestas en inglés es el 97,4 % los que si la beberían y un 2,6 % los que no. Según las respuestas en francés el 100 % les gustaría probarlas.



La parte más importante de todo producto es que opina el consumidor o que visión tiene de ello, en este caso nuestros encuestados han dejado su opinión. Son muy diversas al haber sido varias las nacionalidades que han contestado. En las respuestas en español podemos apreciar como son personas que viven en España ya que sus comentarios son completamente diferentes al resto. Opinan que se debe sacar más partido a las cervezas artesanales españolas, hay una gran variedad pero no son conocidas, deben promocionarse más y tener una mayor visibilidad aunque remarcan que poco a poco se van extendiendo. Actualmente están compitiendo contra el vino entre los jóvenes que empiezan a beber más la cerveza. Afirman que son de mejor calidad que las industriales pero no llegan a ser como las belgas o las alemanas. Las cervezas industriales al darse cuenta de la expansión que están fabricando las artesanales, intentan sacar su gama vendiéndolas como tal, pero no son de la misma calidad. Es a través del boca a boca como más se conocen las cervezas artesanales que por su publicidad, cuando te dicen, prueba esta que está buena, lo harás. No suelen salir en medios de comunicación los anuncios de este tipo de cervezas, quizás sea porque no interesa a las grandes empresas... Lo que sí es cierto, es que se van haciendo un hueco y seguirán mejorando para llegar a ser como el resto de cervezas con reputación europea.

Las respuestas por parte del resto de encuestados son más una visión sobre las cervezas artesanales españolas, debido a que no han sido casi degustadas. Las ven como una buena cerveza, como todo producto español. No son tan conocidas pero existe una curiosidad por probarlas debido a su atractivo. Las ven afrutadas y refrescantes pero que deben seguir mejorando y sobre todo escuchar al consumidor para saber que quiere. Por último, creen que la cerveza artesanal española esta subestimada, se debe probar la cerveza para poder opinar y decir si es mejor o peor que una belga o una alemana. Las habrá peores pero también las habrá mejores.

Tras haber analizado todos los resultados con SPSS Statistics y realizando unos cruces de variables, el género no parece estar asociado a la preferencia por la cerveza artesanal, como demuestra los valores de la Chi cuadrado de las tablas que cruzan estas variables. Solo en cuanto al sabor podemos encontrar ajustes significativos entre sexo y preferencias, siendo mayor la preferencia de las mujeres por el sabor dulce y afrutado, aun cuando el Chi cuadrado expresa que este ajuste no es muy fuerte.

Tabla cruzada

		¿Has probado alguna cerveza artesanal española?			
		Sí	No	Total	
Género	Mujer	Recuento	56	48	104
		% dentro de Género	53,8%	46,2%	100,0%
	Hombre	Recuento	46	32	78
		% dentro de Género	59,0%	41,0%	100,0%
	Otros	Recuento	0	2	2
		% dentro de Género	0,0%	100,0%	100,0%
Total		Recuento	102	82	184
		% dentro de Género	55,4%	44,6%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	2,990 ^a	2	,224
Razón de verosimilitud	3,737	2	,154
N de casos válidos	184		

Informe

Género		Cítricos	Especiados	Dulces	Ácidos	Afrutados
Mujer	Media	5,51	4,66	6,03	4,55	7,09
	N	104	104	104	104	104
	Desviación estándar	2,562	2,594	2,638	2,429	2,543
Hombre	Media	5,82	5,72	5,37	5,50	6,04
	N	78	78	78	78	78
	Desviación estándar	2,705	2,412	2,624	2,607	2,520
Otros	Media	5,50	4,50	7,00	3,50	7,50
	N	2	2	2	2	2
	Desviación estándar	2,121	4,950	2,828	,707	2,121
Total	Media	5,64	5,11	5,76	4,94	6,65
	N	184	184	184	184	184
	Desviación estándar	2,612	2,578	2,642	2,535	2,571

Medidas de asociación

	Eta	Eta cuadrada
Cítricos * Género	,059	,003
Especiados * Género	,203	,041
Dulces * Género	,132	,017
Ácidos * Género	,195	,038
Afrutados * Género	,204	,042

Por el contrario, la nacionalidad sí está asociada a los diferentes baremos, como demuestra los valores de la Chi cuadrado de las tablas que cruzan estas variables. En cuanto al por qué beben la cerveza artesanal española, dependiendo el país nos salen unos resultados diferentes.

Informe

		Porque me agrada probar cosas nuevas	Por diversión	Por moda	Por influencia de amigos y familiares	Porque me gustan los productos artesanales y naturales	Porque me gusta consumir productos de mi entorno cercano	Porque creo que tiene mejor sabor	Porque creo que son más saludables
Países del Este	Media	8,00	5,70	2,41	3,11	6,33	5,78	8,19	4,59
	N	27	27	27	27	27	27	27	27
	Desviación estándar	1,819	2,569	2,258	2,806	2,,909	3,030	1,819	3,178
Países mediterráneos excepto España	Media	8,32	6,41	1,55	2,77	7,50	6,45	7,59	3,59
	N	22	22	22	22	22	22	22	22
	Desviación estándar	1,555	2,404	1,845	2,599	2,241	2,385	1,919	2,873
España	Media	8,36	6,64	2,76	5,00	7,07	6,47	6,97	4,67
	N	76	76	76	76	76	76	76	76
	Desviación estándar	1,494	2,342	2,550	2,747	2,235	2,745	2,221	2,941
Países de	Media	8,28	7,36	2,98	5,43	6,66	6,58	7,09	3,38

Centroeuropa	N	53	53	53	53	53	53	53	53
	Desviación estándar	1,524	1,962	2,500	2,446	2,752	2,811	2,506	2,,969
Países del Norte	Media	8,00	7,00	2,00	6,00	7,00	7,00	7,,00	4,00
	N	1	1	1	1	1	1	1	1
	Desviación estándar
Países no Europeos	Media	9,20	8,00	2,80	6,80	5,60	8,00	8,60	3,00
	N	5	5	5	5	5	5	5	5
	Desviación estándar	1,304	2,345	2,775	4,147	4,037	2,915	1,949	3,317
Total	Media	8,30	6,72	2,63	4,64	6,85	6,45	7,30	4,11
	N	184	184	184	184	184	184	184	184
		1,548	2,332	2,433	2,864	2,549	2,759	2,238	3,010

Medidas de asociación

	Eta	Eta cuadrada
Porque me agrada probar cosas nuevas * Nacionalidad	,125	,016
Por diversión * Nacionalidad	,247	,061
Por moda * Nacionalidad	,181	,033
Por influencia de amigos y familiares * Nacionalidad	,373	,139
Porque me gustan los productos artesanales y naturales * Nacionalidad	,158	,025
Porque me gusta consumir productos de mi entorno cercano * Nacionalidad	,135	,018
Porque creo que tiene mejor sabor * Nacionalidad	,214	,046
Porque creo que son más saludables * Nacionalidad	,207	,043

En cuanto al sabor, también encontramos resultados diferentes con relación a la nacionalidad.

Informe

		Cítricos	Especiados	Dulces	Ácidos	Afrutados
Países del Este	Media	5,78	3,96	5,33	4,63	6,19
	N	27	27	27	27	27
	Desviación estándar	2,172	2,710	2,828	2,857	3,000
Países mediterráneos excepto España	Media	5,18	5,77	6,95	4,36	7,32
	N	22	22	22	22	22
	Desviación estándar	2,719	2,562	2,663	2,536	2,950
España	Media	5,86	5,16	5,68	5,22	6,97
	N	76	76	76	76	76
	Desviación estándar	2,836	2,269	2,483	2,347	2,154
Países de Centroeuropa	Media	5,36	5,26	5,70	4,85	6,11
	N	53	53	53	53	53
	Desviación estándar	2,512	2,733	2,664	2,597	2,672
Países del Norte	Media	5,00	5,00	7,00	6,00	6,00
	N	1	1	1	1	1
	Desviación estándar
Países no Europeos	Media	6,80	6,00	4,40	5,60	7,00
	N	5	5	5	5	5
	Desviación estándar	2,168	3,937	3,209	3,362	2,915
Total	Media	5,64	5,11	5,76	4,94	6,65
	N	184	184	184	184	184
	Desviación estándar	2,612	2,578	2,642	2,535	2,571

Medidas de asociación

	Eta	Eta cuadrada
Cítricos * Nacionalidad	,127	,016
Especiados * Nacionalidad	,204	,042
Dulces * Nacionalidad	,193	,037
Ácidos * Nacionalidad	,130	,017
Afrutados * Nacionalidad	,182	,033

Podemos decir con toda esta información que la nacionalidad sí es significativa con el resto de baremos.

Si realizamos un análisis factorial obtendremos los resultados que a continuación podemos observar en la tabla, siendo 3 los factores que obtenemos o tipos de consumidores.

En el primero factor, se puede observar cómo las personas que prefieren tomar cerveza artesanal por moda o por influencia, son a la vez aquellas que se fijan más en diseño y marca, tanto en su forma, color, letras y en la publicidad o cómo se presenta el producto. Además, prefieren el sabor afrutado, justo coincidiendo con el gusto del género femenino. En el segundo factor, vemos que esas personas que prefieren tomar la cerveza artesanal, lo hacen porque prefieren los productos naturales y cercanos a su entorno, pensando que son mejores para la salud y con un buen sabor, eligiendo aquellas cervezas que tengan una variedad y a su vez con diferentes sabores. Y el tercer factor, muestra que aquellas personas que prefieren beber cerveza artesanal, lo hacen por diversión o por probar cosas nuevas, se fijan en el sabor y que tengan un gusto personal.

Matriz de componente rotado^a

	Componente		
	1	2	3
Porque me agrada probar cosas nuevas	-,072	,262	,573
Por diversión	,094	,076	,284
Por moda	,349	,134	-,441
Por influencia de amigos y familiares	,371	-,104	-,086
Porque me gustan los productos artesanales y naturales	-,060	,685	-,013
Porque me gusta consumir productos de mi entorno cercano	-,034	,657	,028

Porque creo que tiene mejor sabor	,092	,496	,122
Porque creo que son más saludables	,033	,490	-,290
Diseño	,674	,113	-,085
Marca	,583	,063	,043
Sabor	,014	,085	,732
Variedad	,075	,469	,391
Precio	,371	-,056	,219
Publicidad	,594	-,050	-,141
Presentación del producto	,735	,064	,146
Recomendaciones de otras personas	,289	-,191	,350
Gusto personal	,020	,071	,823
Forma	,515	,409	,046
Color	,698	,151	,150
Letras	,674	,233	,095
Diseño general	,700	,097	,115
Cítricos	,196	,386	,187
Especiados	,054	,537	-,035
Dulces	,301	,020	-,022
Ácidos	,043	,473	,136
Afrutados	,045	,381	,050

Conclusión

Se han obtenido varias conclusiones. Con respecto a las degustaciones de la marca Milana Bonita se ha llegado a la conclusión que hay una de las cervezas que ha tenido una mejor y mayor valoración media por parte de los expertos, como es Hop Time, siendo la más recomendada para su venta en Bélgica. Es cierto, que otras dos de las cervezas también han recibido buena valoración pudiendo ser también aceptadas, como son Milana Trigo y Milk in Black, las otras tres deben realizar adaptaciones al mercado belga.

Hay que destacar que hay una coincidencia entre la entrevista que se realizó a Milana Bonita y los comentarios por parte de los expertos belgas en el aspecto sobre que estas cervezas no se asemejan a las belgas sino más a las americanas, como bien se ha mencionado anteriormente.

Otras de las conclusiones a las que llegamos es con razón al conocimiento de la cerveza artesanal española. En España, claramente es conocida pero si hablamos de nuestras dos marcas colaboradoras, Milana Bonita y Casasola, no son tan conocidas por lo que se recomienda trabajar en darse a conocer, bien mediante una mejor publicidad, mediante algún intermediario o realizando algo que le dé una mayor visibilidad. En cuanto al resto de Europa, pocos son los conocedores de la cerveza artesanal española, los resultados son favorables ya que todos quieren probarla y la ven con buena calidad, pero se debe dar una mayor visión y mayor publicidad. Si mencionamos a los belgas, son bebedores de cerveza por lo que es muy interesante que si una empresa se gana este público, le será más fácil seguir con su expansión.

Y como última conclusión, en nuestro estudio, la nacionalidad es el factor que ha dado los datos más significativos, haciendo ver cómo hay diferentes tipos de consumidores y cómo existe una relación entre sus gustos y su forma de ser, coincidiendo, como se ha dicho anteriormente, en que cuando uno bebe cerveza artesanal por una razón, esta razón será diferente a la de otro consumidor, siendo las características de la cerveza diferentes entre estos.

Para concluir con nuestros colaboradores y con la cerveza artesana española en general, hay que implementar la publicidad y la visibilidad para que se dé a conocer por todo el territorio europeo.

Referencias

- Albán Cabano, B., Núñez Tabales, J., & Sánchez Cañizares, S. (2015). *El sector cervecero artesanal español y sus posibilidades*. Córdoba: Universidad de Córdoba.
- Aragó, B. (1871). *Tratado completo sobre el cultivo de la vid y elaboración de vinos de todas clases, adicionado con una guía práctica de la fabricación de las sidras y la cerveza*. Madrid: Librería Central de Mariano Escribano.
- Balius, J. (1895). *Fabricación de las cervezas y gaseosas consideradas como industria lucrativa*. Barcelona: Saurí y Sabater.
- Bierebel. (s/f). *Bierebel*. Obtenido de <http://www.bierebel.com/styles-de-bieres-belges/bieres-trappistes>. Bélgica
- Bierebel. (s/f). *Bierebel.com*. Obtenido de <http://www.bierebel.com/styles-de-bieres-belges/bieres-d-abbaye>. Bélgica
- Birrapedia. (2019). *Birrapedia*. Obtenido de https://birrapedia.com/cervecerias/de-castilla-y-leon-espana?cl_tipo=ar. España
- BOE. (17 de 12 de 2016). *BOE*. Obtenido de <https://www.boe.es/boe/dias/2016/12/17/pdfs/BOE-A-2016-11952.pdf>
- Brewer Association. (06 de 02 de 2014). *Cerveza Artesana*. Obtenido de <https://www.cervezartesana.es/blog/post/que-es-una-fabrica-artesana-segun-la-brewers-associatio.html>. Barcelona
- Calvillo, E. (2017). La cerveza artesanal. Una experiencia multisensorial. *Deloitte*. México
- Cervebel. (s/f). *Cervebel*. Obtenido de http://www.cervebel.es/cerveza_descubrimiento.htm. España
- Cervecería Achouffe. (s/f). *Brasserie d'Achouffe*. Obtenido de <https://chouffe.com/en/brewery-achouffe/>. Bélgica
- Cervecería Peak Beer. (s/f). *Belgium Peak Beer*. Obtenido de <http://peakbeer.be/>. Bélgica
- Cerveceria Val-Dieu. (s/f). *Brasserie de l'Abbaye du Val-Dieu*. Obtenido de <https://www.val-dieu.com/>. Bélgica
- Colen, L., & Swinnen, J. (2011). *Beer drinking nations: The determinants of global beer consumption*. Oxford: Oxford University Press.
- Constans, A. (05 de 02 de 2016). *ELMUNDO*. Obtenido de <https://www.elmundo.es/economia/2016/02/05/56aa63a4e2704ea0368b45d9.html>. España
- Díaz, P. (26 de 07 de 2018). *90 Varas*. Obtenido de
Actitudes de los consumidores belgas y europeos ante los productos artesanales españoles: el caso de la cerveza artesanal.
Cano Criado, Luis Miguel

<https://cerveza90varas.com/blog/tap-room/analizando-tendencias-sobre-el-futuro-de-la-cerveza-artesana>. Segovia

Esquire. (2017). El manual de tipos de cervezas artesanales. *Esquire*. España

Expansión. (s/f). *Datosmacro.com*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/paises/belgica>. España

Ferrer Villar, J. M. (14 de 07 de 2015). *Consumer*. Obtenido de <http://www.consumer.es/seguridad-alimentaria/normativa-legal/2015/07/14/222193.php>. España

García Barber, X. (2014). *La cerveza en España. Orígenes e implantación de la industria cervecera*. Barcelona: LID Editorial.

Huxley, S. (2006). *La cerveza... poesía líquida. Un manual para cervesiáfilos*. Ediciones Trea.

Innofood. (21 de 06 de 2017). *Innofood*. Obtenido de <https://www.innofood.es/cerveza-artesanal-en-espana/>. Granada

Lera Rodriguez, S. (20 de 11 de 2013). *Destino Castilla y León*. Obtenido de <https://destinocastillayleon.es/index/cervezas-artesanales-de-castilla-leon/>

Martínez, L. (1848). *Manual para la fabricación de vinos y modo de remediar sus alteraciones*. Madrid: Imprenta de Manuel Alvarez.

Messenger, N. (09 de 07 de 2018). *The Brew Society*. Obtenido de <https://www.brewsociety.fr/blog/histoire/histoire-de-la-biere-en-belgique>

Olalla Marañón, J. (2014). *La cerveza en España. Orígenes e implantación de la industria cervecera*. Madrid: LID Editorial.

Poelmans, E., & Swinnen, J. (2017). Belgium: Craft Beer Nation? University of Leuven, Belgium

Garavaglia, & J. Swinnen, *Economic Perspectives on Craft Beer* (pág. 494). Palgrave macmillan.

Redacción. (08 de 06 de 2017). *El Economista*. Obtenido de <https://www.elpymesario.mx/actualidad/cerveza-artesanal-industria-emprender>

Ronquillo, J. (1853). *Diccionario de Materia mercantil, industrial y agrícola*. Barcelona.

Tremblay, V., & Tremblay, C. (2005). *The U.S. brewing industry: Data and economic analysis*. Cambridge: MIT Press.

Vera Rey, M. A. (2016). *Desarrollo y formulación de cervezas artesanales*. Universidad de San Martín de Porres, Perú
http://www.usmp.edu.pe/vision2016/pdf/materiales/DESARROLLO_Y_FORMULACION_DE_CERVEZAS_ARTESANALES.pdf

Anexo 1: Cuestionario general

The image displays three sequential screenshots of a Google Form titled "Encuesta sobre cerveza artesanal. Survey about craft beer. Sondage sur bière artisanale." The form is presented in a white box with a purple header and footer, set against a light purple background.

First Screenshot: Shows the title and a question: "¿En que idioma lo quieres hacer? In which language do you prefer to do it? Dans quelle langue voulez-vous le faire? *". The question is marked as mandatory (*Obligatorio). Three radio button options are provided: Español, English, and Français. A "SIGUIENTE" button is visible at the bottom.

Second Screenshot: Shows the title and a section header "Encuesta sobre cerveza artesanal". The text of the survey is displayed: "Mi nombre es Luis Miguel Cano y soy estudiante de la Facultad de Comercio de Valladolid (España). Estoy finalizando mis estudios, por lo que me encuentro realizando el TFG cuyo tema es 'Las actitudes de los consumidores belgas y europeos ante un producto artesanal español: El caso de la cerveza artesanal'. Por ello os pido que rellenéis el siguiente cuestionario, lo cual me ayudaría mucho para poder acabar mi proyecto. El objetivo de este cuestionario es saber el nivel de consumo de cerveza artesanal en Europa y las actitudes que los europeos tienen ante la cerveza artesanal española. ¡¡Muchas gracias!!". At the bottom, there are "ATRÁS" and "SIGUIENTE" buttons.

Third Screenshot: Shows the title and a section header "Sección sin título". It contains two mandatory questions: "Sexo *" with radio button options for Hombre, Mujer, and Otro; and "Edad *" with a text input field.

- De 18 a 30
- De 31 a 40
- De 41 a 50
- De 51 a 60
- Mayor que 60

Nacionalidad *

Tu respuesta

Lugar de residencia actual *

Tu respuesta

Indica tu actividad laboral *

- Estudiante
- Parado/a
- No activo (Pensionista, etc)
- Activo

¿Has probado cerveza artesanal? (Si la respuesta en negativa, finalizar la encuesta) *

- Sí
- No
- No, no bebo cerveza
- No, no bebo alcohol

ATRÁS SIGUIENTE

Encuesta sobre cerveza artesanal. Survey about craft beer. Sondage sur bière artisanale.

*Obligatorio

Sección sin título

¿Con qué frecuencia bebes cerveza artesanal? *

- Varias veces a la semana
- Una vez a la semana
- Una vez al mes
- Menos de una vez al mes

¿En qué lugar compras frecuentemente la cerveza artesanal? *

- Bares y restaurantes
- Directamente al productor
- Supermercados
- Tiendas de alimentación
- Tiendas especializadas

¿De dónde provienen las cervezas que bebes? *

- Bélgica
- Alemania
- Reino Unido
- España
- Irlanda
- República Checa
- Francia
- Otro: _____

ATRÁS SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Encuesta sobre cerveza artesanal. Survey about craft beer. Sondage sur bière artisanale.

*Obligatorio

¿Por qué consumes cerveza artesanal?

Porque me agrada probar cosas nuevas *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

Por diversión *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

Por moda *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

Por influencia de amigos y familiares *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

Porque me gustan los productos artesanales y naturales *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

Porque me gusta consumir productos de mi entorno cercano *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

Porque creo que tiene mejor sabor *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

Porque creo que son más saludables *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

ATRÁS

SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Encuesta sobre cerveza artesanal. Survey about craft beer. Sondage sur bière artisanale.

*Obligatorio

En general, ¿Cuál es el principal factor por el que elige una cerveza artesanal?

Diseño *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

Marca *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

Sabor *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

Variedad *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

Precio *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

ATRÁS

SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Encuesta sobre cerveza artesanal. Survey about craft beer. Sondage sur bière artisanale.

*Obligatorio

¿Qué te influye más en el momento de comprar una cerveza artesanal?

Publicidad *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

Presentación del producto *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

Recomendaciones de otras personas *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

Gusto personal *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

ATRÁS

SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Encuesta sobre cerveza artesanal. Survey about craft beer. Sondage sur bière artisanale.

*Obligatorio

Al observar las cervezas, ¿Qué atributos de las etiquetas te llaman más la atención?

Forma *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

Color *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

Letras *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

Diseño general *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

ATRÁS

SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Encuesta sobre cerveza artesanal. Survey about craft beer. Sondage sur bière artisanale.

*Obligatorio

Qué tipos de sabores te gustan más en las cervezas

Cítricos *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

Especiados *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

Dulces *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

Ácidos *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

Afrutados *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos Lo que más

ATRÁS

SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Encuesta sobre cerveza artesanal. Survey about craft beer. Sondage sur bière artisanale.

*Obligatorio

¿Has visto alguna vez vender cerveza artesanal española en tu país? *

- Sí
 No

¿Has probado alguna cerveza artesanal española? *

- Sí
 No

¿Volverías a beber esa u otra cerveza artesanal española? *

- Sí
 No

ATRÁS SIGUIENTE

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Encuesta sobre cerveza artesanal. Survey about craft beer. Sondage sur bière artisanale.

*Obligatorio

Valora la cerveza artesanal española según los siguientes
baremos

Sabor *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos lo que más

Aroma *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos lo que más

Precio *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos lo que más

Envase *

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Lo que menos lo que más

¿Conoces las marcas de cerveza artesanal española Milana Bonita y Casasola? *

- Milana Bonita
- Casasola
- Ninguna
- Ambas

¿Te gustaría probarlas de no haberlo hecho? *

- Sí
- No

¿Cuál es tu opinión sobre la cerveza artesanal española? o ¿Qué visión tienes de ella? *

Tu respuesta

ATRÁS

ENVIAR

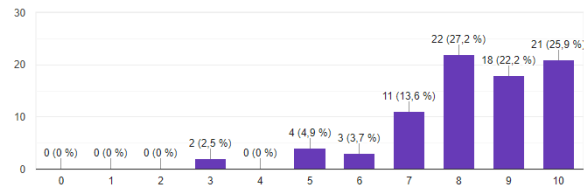
Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Anexo 2: Gráficas ¿por qué consumes cerveza artesanal?

¿Por qué consumes cerveza artesanal?

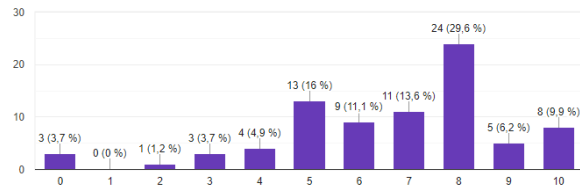
Porque me agrada probar cosas nuevas

81 respuestas



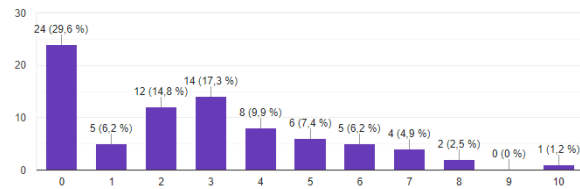
Por diversión

81 respuestas



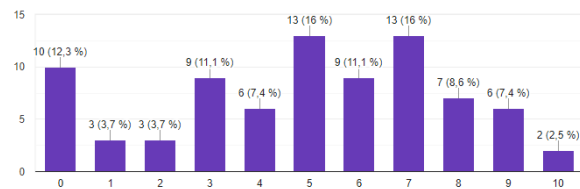
Por moda

81 respuestas



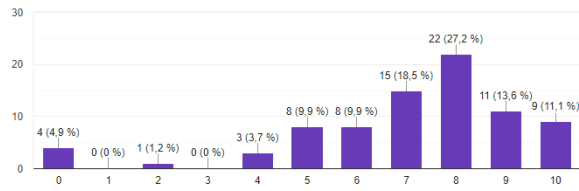
Por influencia de amigos y familiares

81 respuestas



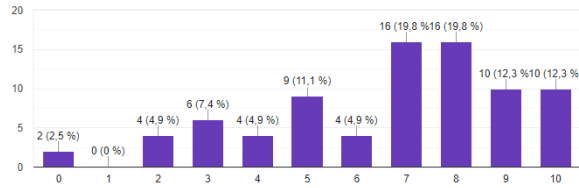
Porque me gustan los productos artesanales y naturales

81 respuestas



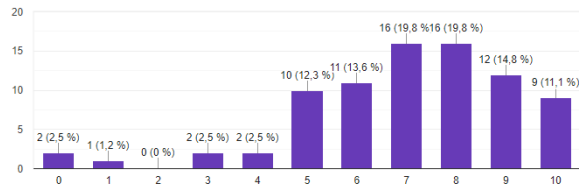
Porque me gusta consumir productos de mi entorno cercano

81 respuestas



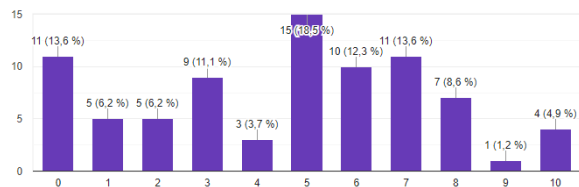
Porque creo que tiene mejor sabor

81 respuestas



Porque creo que son más saludables

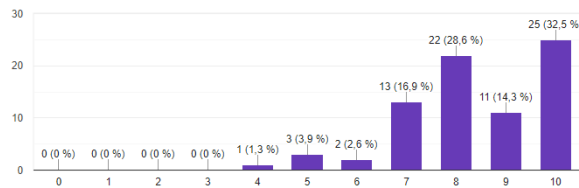
81 respuestas



Why do you drink craft beer?

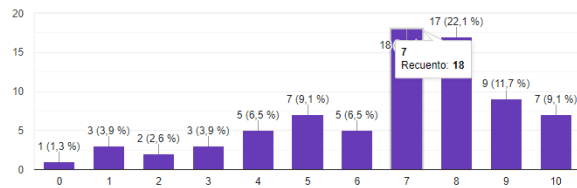
Because I like to try new things

77 respuestas



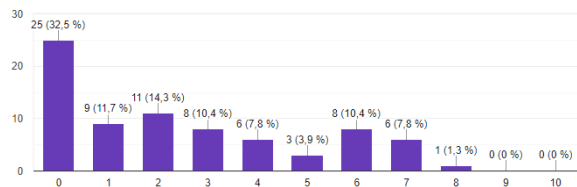
For fun

77 respuestas



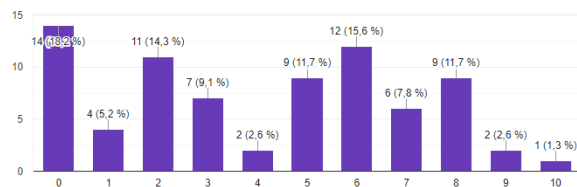
To be trendy

77 respuestas



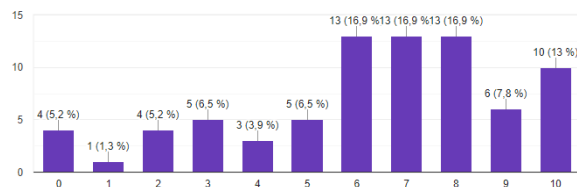
Because of friends or family influences

77 respuestas



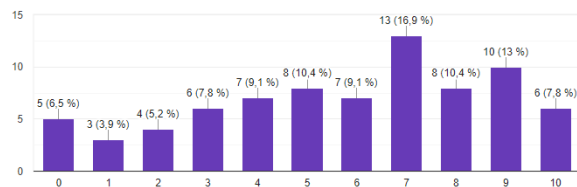
Because I like natural and handmade products

77 respuestas



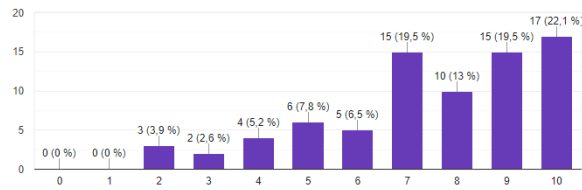
Because I like to consume products from my close environment

77 respuestas



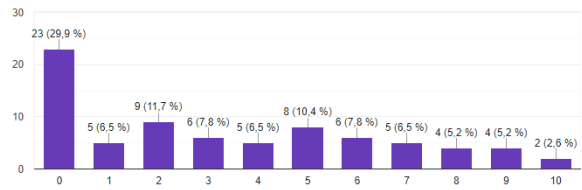
Because I think it tastes better

77 respuestas



Because I think it is more healthy

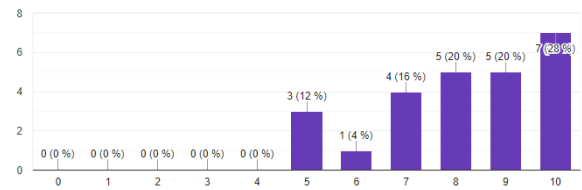
77 respuestas



Pourquoi consommez-vous de la bière artisanale?

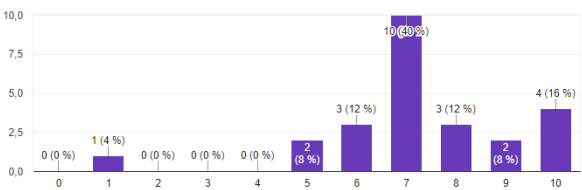
Parce que j'aime goûter de nouvelles choses

25 respuestas



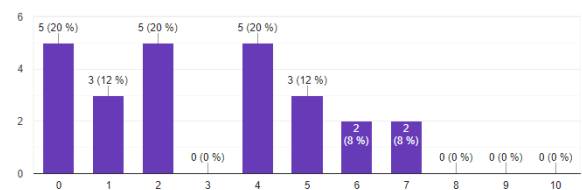
Pour me divertir

25 respuestas



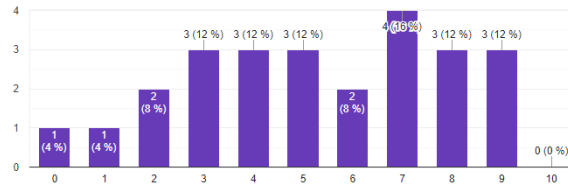
Par tendance

25 respuestas



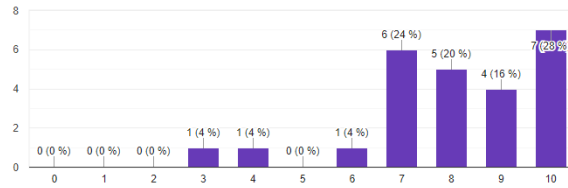
Par l'influence des amis et de la famille

25 respuestas



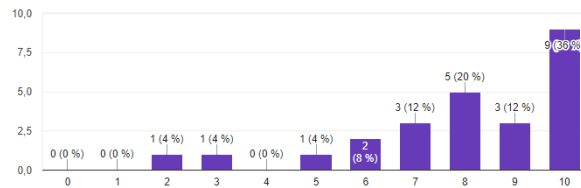
Parce que j'aime les produits artisanaux et naturels

25 respuestas



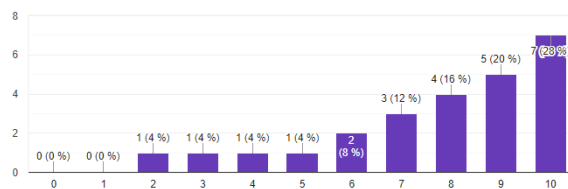
Parce que j'aime consommer les produits locaux

25 respuestas



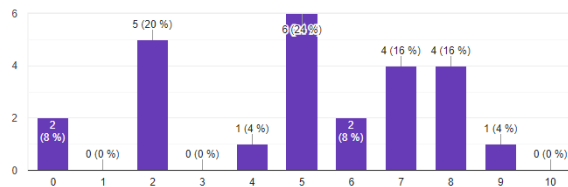
Parce que je pense que la saveur est meilleure

25 respuestas



Parce que je crois qu'ils sont meilleurs pour la santé

25 respuestas

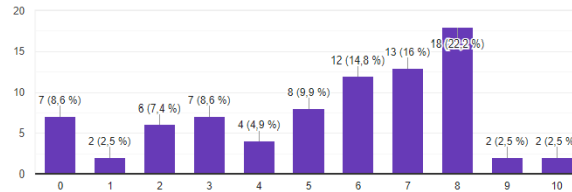


Anexo 3: Gráficas ¿por qué elegir una cerveza u otra?

En general, ¿Cuál es el principal factor por el que elige una cerveza artesanal?

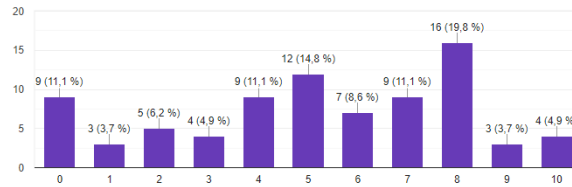
Diseño

81 respuestas



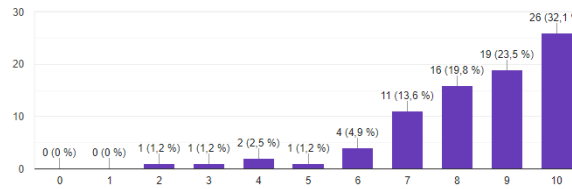
Marca

81 respuestas



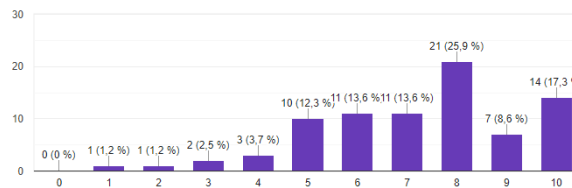
Sabor

81 respuestas



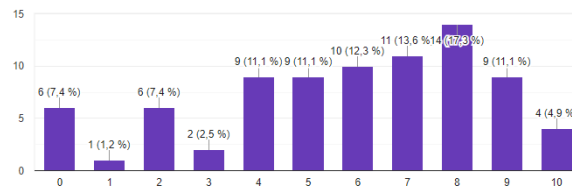
Variedad

81 respuestas



Precio

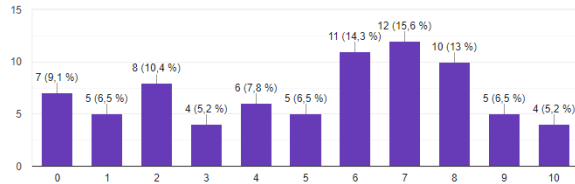
81 respuestas



In general, which is the main factor for you to choose a beer?

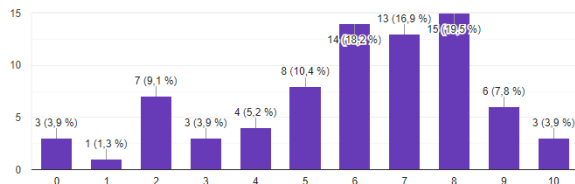
Design

77 respuestas



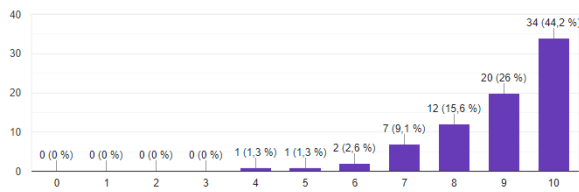
Brand

77 respuestas



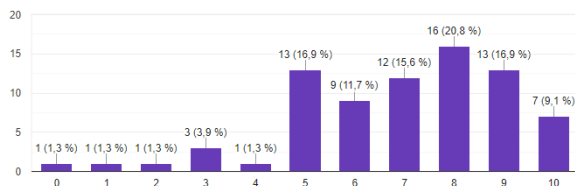
Taste

77 respuestas



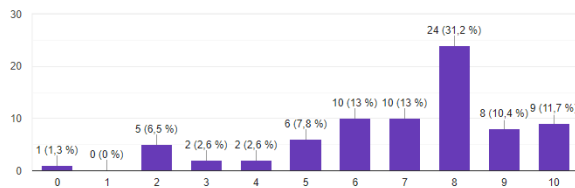
Variety

77 respuestas



Price

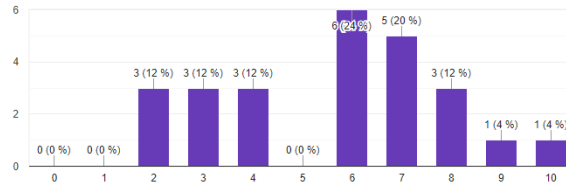
77 respuestas



En général, quel est le facteur principal, pour vous, pour choisir une bière artisanale?

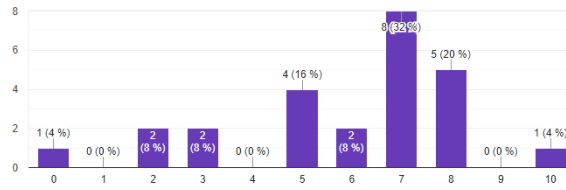
Design

25 respuestas



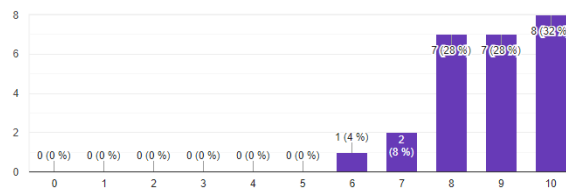
Marque

25 respuestas



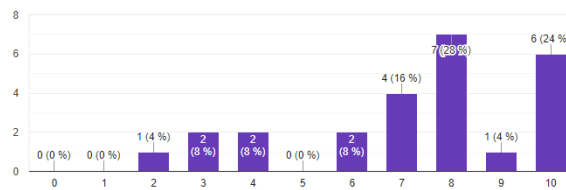
Goût

25 respuestas



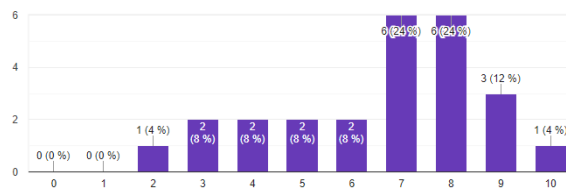
Variété

25 respuestas



Prix

25 respuestas

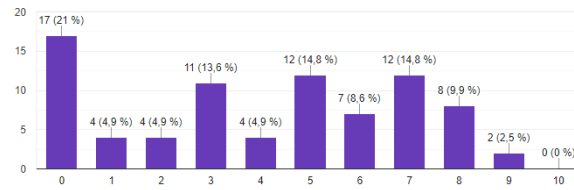


Anexo 4: Gráficas ¿qué influye más en el momento de la compra?

¿Qué te influye más en el momento de comprar una cerveza artesanal?

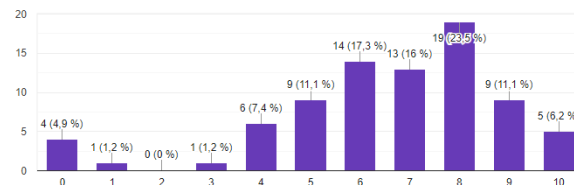
Publicidad

81 respuestas



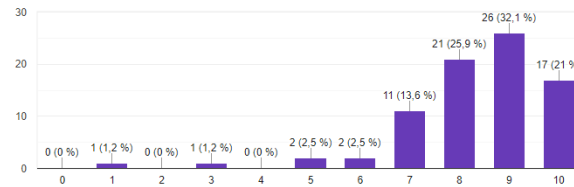
Presentación del producto

81 respuestas



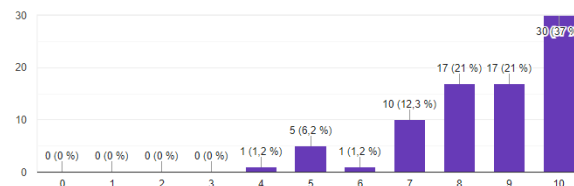
Recomendaciones de otras personas

81 respuestas



Gusto personal

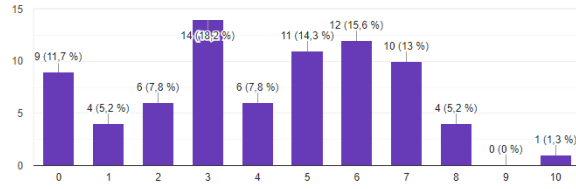
81 respuestas



What influences you more when buying a beer?

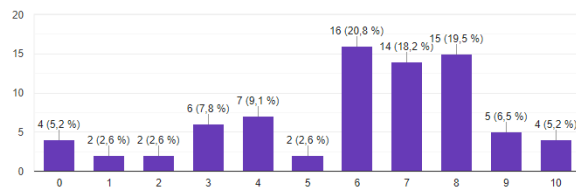
Publicity

77 respuestas



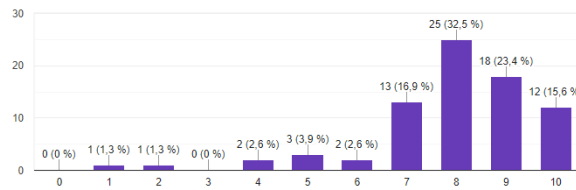
Product presentation

77 respuestas



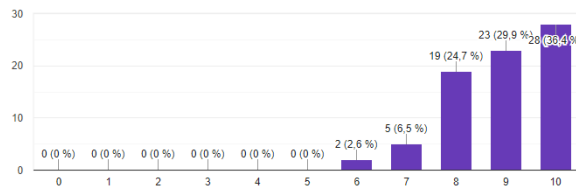
Recommendations of others people

77 respuestas



Personal taste

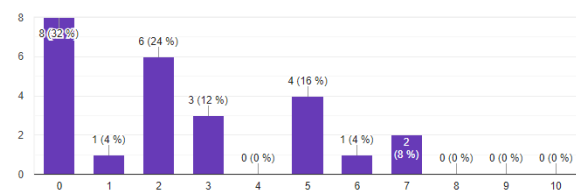
77 respuestas



Qu'est-ce qui vous influence le plus lors de l'achat d'une bière artisanale?

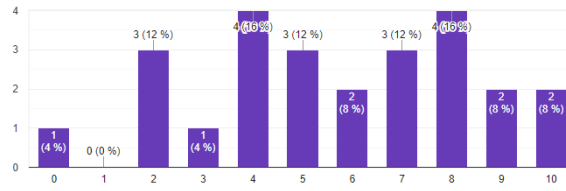
Publicité

25 respuestas



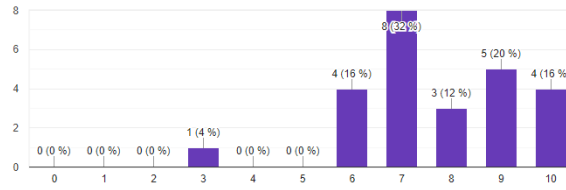
Présentation du produit

25 respuestas



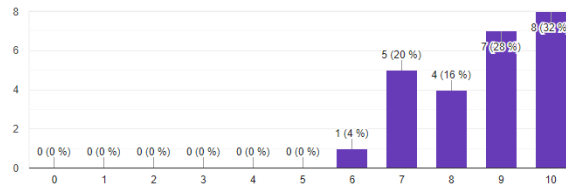
Recommandations d'autres personnes

25 respuestas



Goût personnel

25 respuestas

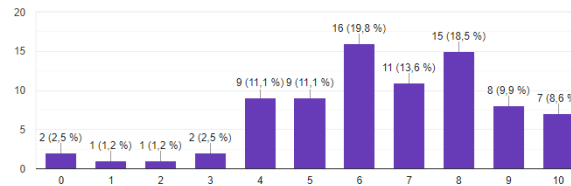


Anexo 5: Gráficas ¿qué atributos de las etiquetas te llaman más la atención?

Al observar las cervezas, ¿Qué atributos de las etiquetas te llaman más la atención?

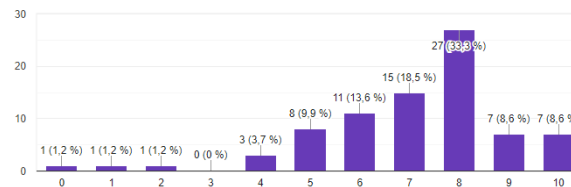
Forma

81 respuestas



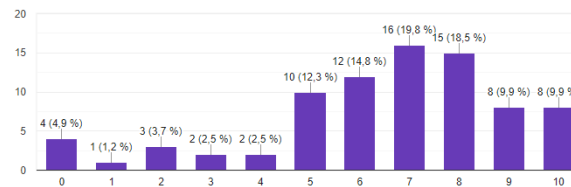
Color

81 respuestas



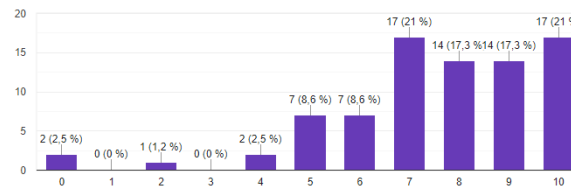
Letras

81 respuestas



Diseño general

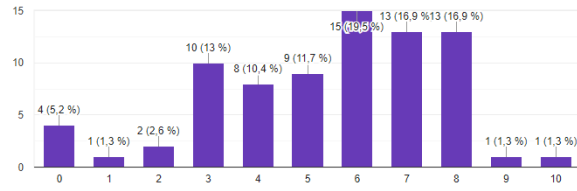
81 respuestas



When observing beer, what features of the labels call more your attention?

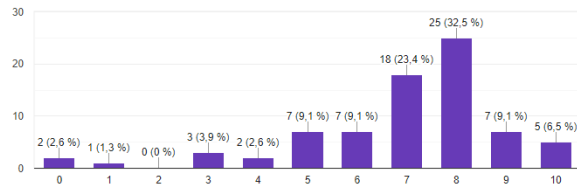
Shape

77 respuestas



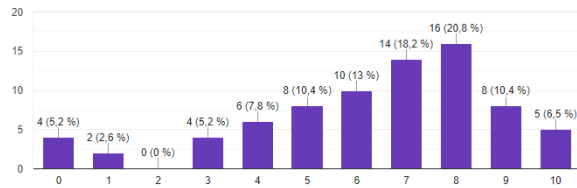
Colour

77 respuestas



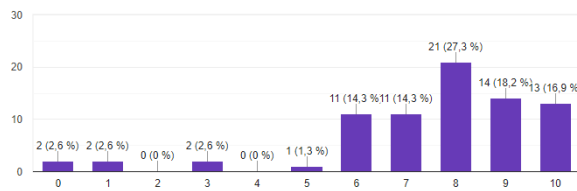
Typography

77 respuestas



General design

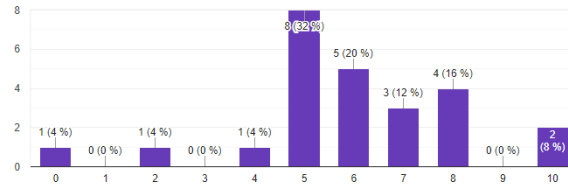
77 respuestas



Lorsque vous observez des bières, quels attributs des étiquettes attirent le plus votre attention?

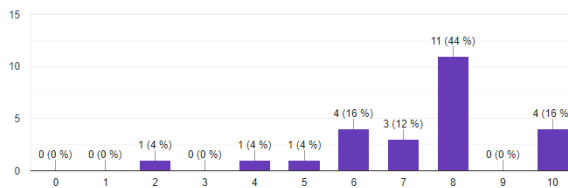
Forme

25 respuestas



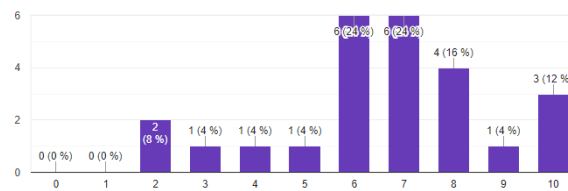
Couleur

25 respuestas



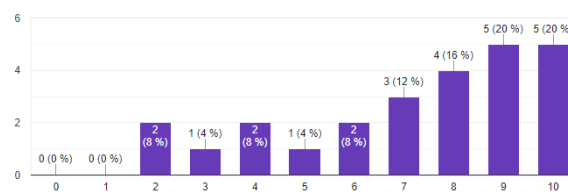
Lettres

25 respuestas



Design général

25 respuestas

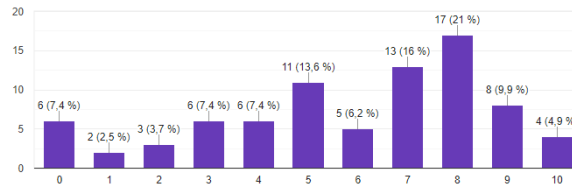


Anexo 6: Gráficas ¿qué tipos de sabores te gustan más en las cervezas?

Qué tipos de sabores te gustan más en las cervezas

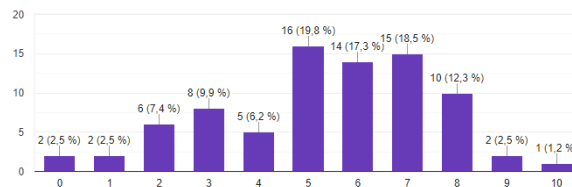
Cítricos

81 respuestas



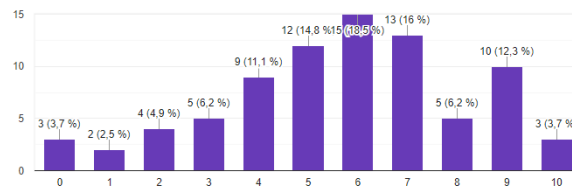
Especiados

81 respuestas



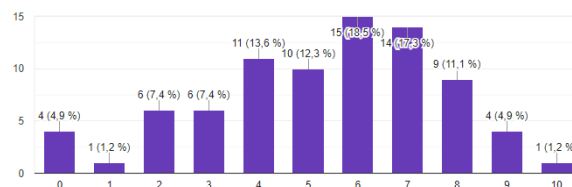
Dulces

81 respuestas



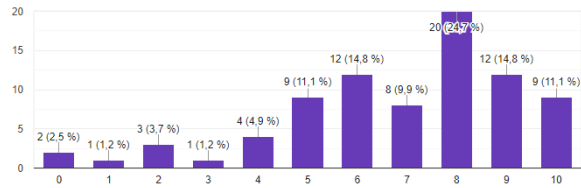
Ácidos

81 respuestas



Afrutados

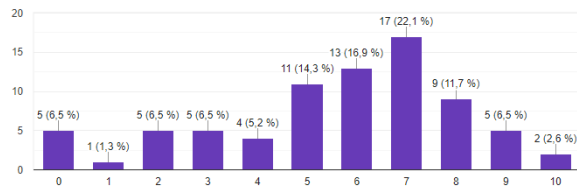
81 respuestas



What type of taste do you like more in beers?

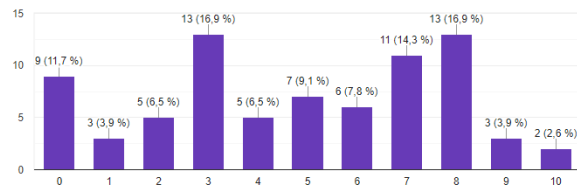
Citric

77 respuestas



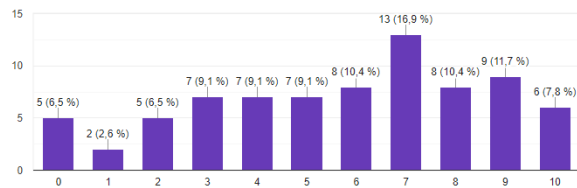
Spiced

77 respuestas



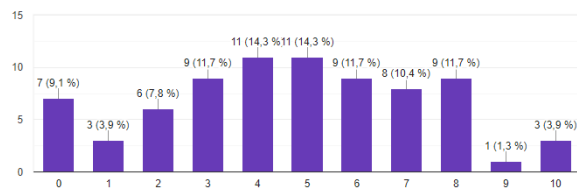
Sweet

77 respuestas



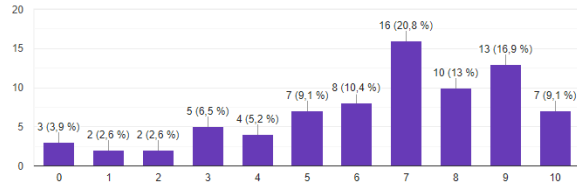
Acid

77 respuestas



Fruity

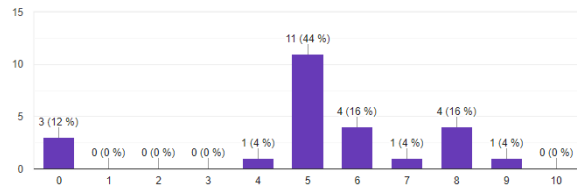
77 respuestas



Quels types de saveurs aimez-vous le plus dans les bières?

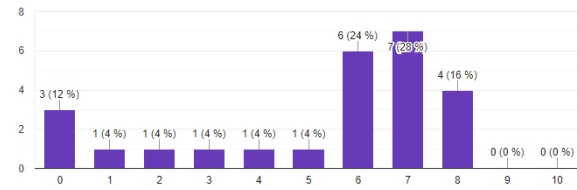
Citriques

25 respuestas



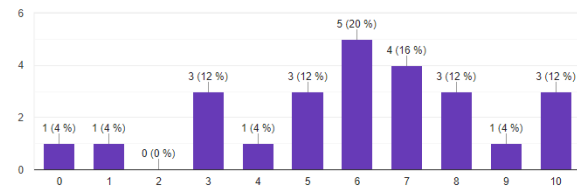
Épicés

25 respuestas



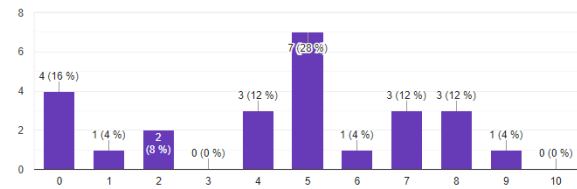
Sucrés

25 respuestas



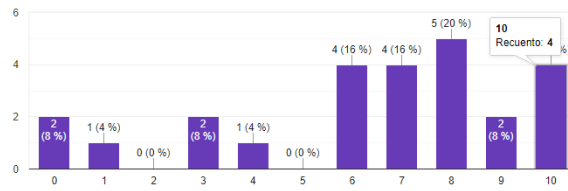
Acides

25 respuestas

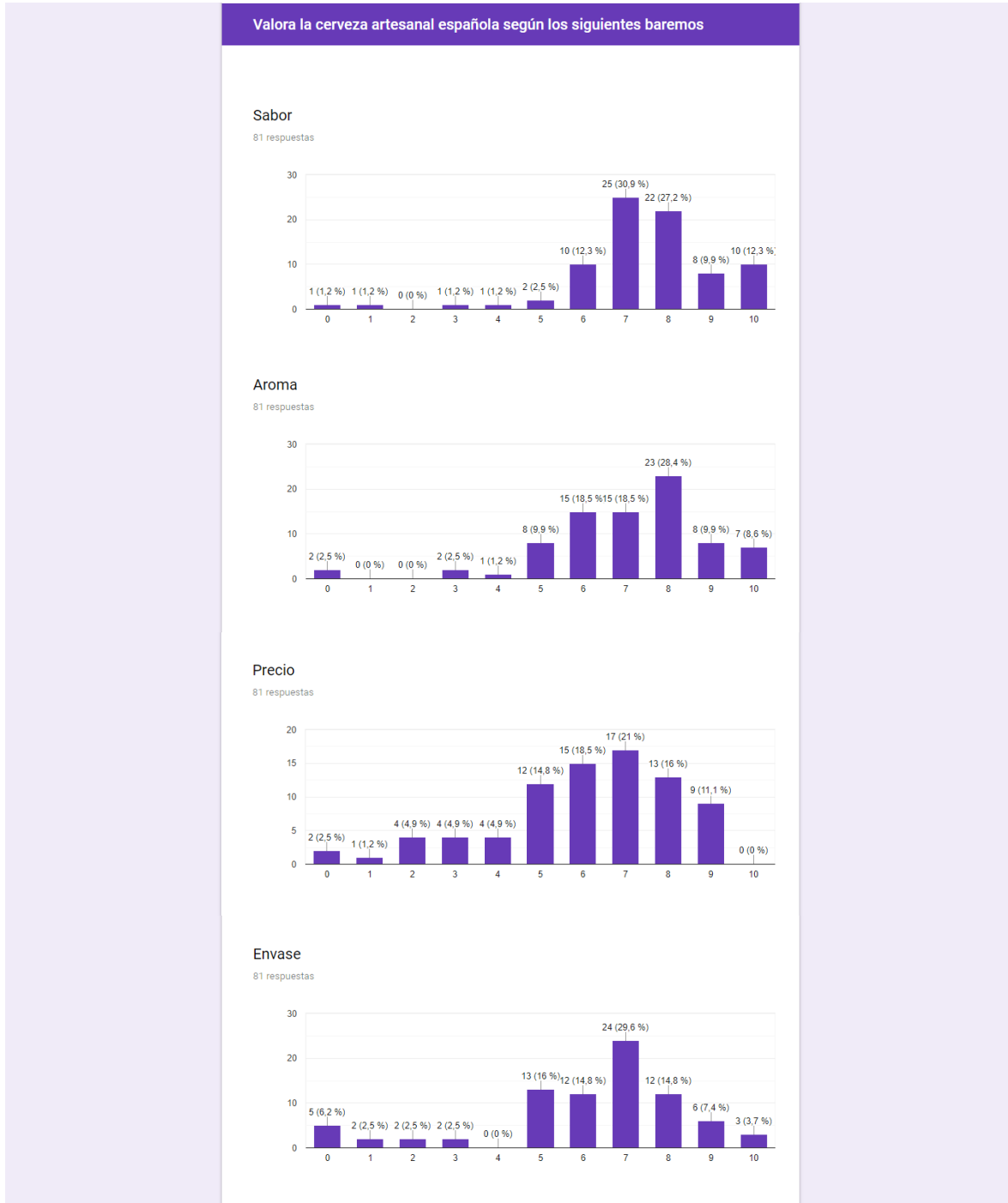


Fruités

25 respuestas



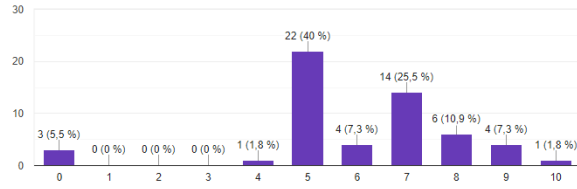
Anexo 7: Gráficas, valoración de la cerveza artesanal según unos varemos



Value Spanish craft beer according to the following aspects

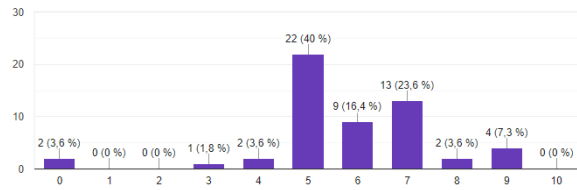
Taste

55 respuestas



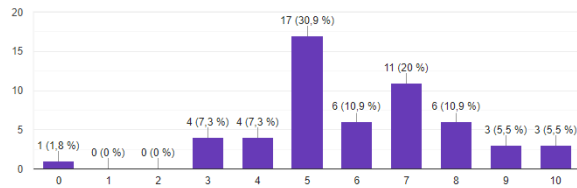
Smell

55 respuestas



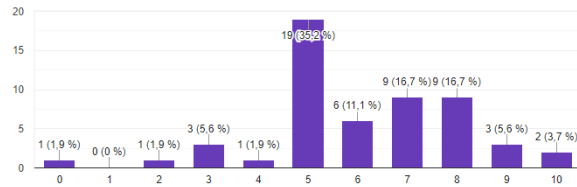
Price

55 respuestas



Packaging

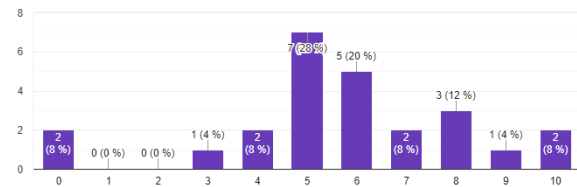
54 respuestas



Évaluez la bière artisanale espagnole selon les critères suivants

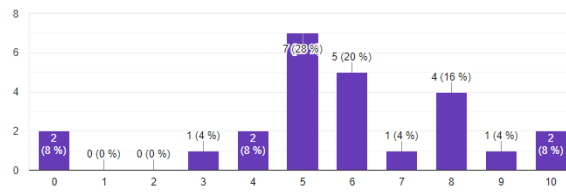
Saveur

25 respuestas



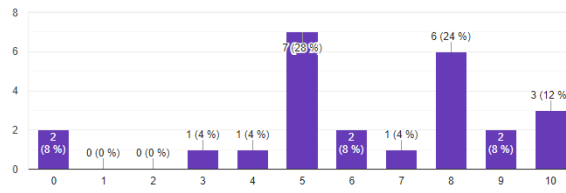
Arôme

25 respuestas



Prix

25 respuestas



Récipient

25 respuestas

