



Observatorio  
de economía  
creativa



UNIVERSIDAD  
SAN SEBASTIAN



# PERFIL DEL PÚBLICO ASISTENTE E IMPACTO ECONÓMICO LOCAL DE LA COPA CERVEZAS DE LAS AMÉRICAS 2022

Valdivia, Noviembre 2022

[www.observatoriocreativo.cl](http://www.observatoriocreativo.cl)





## EL OBSERVATORIO DE ECONOMÍA CREATIVA DE VALDIVIA

El Observatorio de Economía Creativa (OEC) es un proyecto de la Universidad Austral de Chile, que surge del Programa Estratégico Regional "Valdivia Innovadora Sustentable y Creativa ". Con un financiamiento del Fondo de Innovación para la competitividad (FIC) del Gobierno Regional de Los Ríos, inició sus actividades a principios del año 2017. Dicho proyecto permitió realizar una investigación de diferentes observatorios de economía creativa o naranja en el mundo, recopilar datos e indicadores relativos a la economía creativa regional y agruparlos en una plataforma digital.

Adicionalmente, el OEC ha realizado entre 2017 y el 2020, 15 estudios de distintos eventos creativos regionales, lo que ha permitido conocer su impacto económico y social en el territorio, y conocer más de las vinculaciones entre las industrias creativas y el resto de la economía regional.

Actualmente, de mano de la Corporación Regional de Desarrollo Productivo se abre una nueva etapa en el OEC, para consolidar las metodologías aprendidas, abordar nuevas dimensiones de la economía creativa regional y ser una herramienta de apoyo directo al seguimiento del Plan Sectorial de Economía Creativa 2023-2025 del Gobierno Regional de Los Ríos.

EQUIPO OBSERVATORIO





Río  
NAL

Región de Los Ríos  
GOBIERNO REGIONAL

UNIVERSIDAD  
SAN SEBASTIAN



COPA CERVA  
DE AMERICA

CONCI  
INTER  
d

Región de Los Ríos  
GOBIERNO REGIONAL

## CONTENIDOS

|     |   |    |
|-----|---|----|
| 1.  | Introducción  | 4  |
| 2.  | Ficha Técnica Copa Cervezas de América 2022                           | 5  |
| 3.  | Objetivos de la Encuesta del Observatorio.                            | 6  |
| 4.  | Resultados Encuesta Copa Cervezas de las Américas 2022.               | 7  |
| 5.  | Perfil social de los asistentes.                                      | 12 |
| 6.  | Perfil Económico y Gastos de los visitantes                           | 16 |
| 7.  | Evaluación de los asistentes a la Copa Cervezas de las Américas 2022. | 24 |
| 8.  | Síntesis de Resultados  | 34 |
| 9.  | Conclusiones  | 36 |
| 10. | Registro fotográfico  | 38 |



## 1. INTRODUCCIÓN

En el año 2011 nació la competencia cervecera de América Latina: Copa Cervezas de América. Fue concebida con el objetivo de crear un evento de valor único, brindando un intercambio de conocimientos y buenas experiencias entre quienes comparten el amor por la cerveza. En su concurso los ganadores de cada categoría son premiados con medallas de oro, plata o bronce, logrando visibilidad y reconocimiento internacional para sus cervezas.

Se considera un espacio indicado para quienes buscan lograr notoriedad en el mercado y estampar su nombre junto a las grandes cervecerías de América Latina. El evento reúne en un solo lugar: grandes maestros cerveceros, jueces de renombre internacional y amantes de la cultura cervecera de todo el mundo para apoyar el desarrollo de la cerveza artesanal, generando un ecosistema propicio para el crecimiento y fortalecimiento del escenario cervecero. Además, buscan actuar como un puente que permita acercar conocimientos de toda la historia, construcción y tradición cervecera en el continente.

La novena versión del evento Copa Cervezas de América que proyecta su crecimiento junto al concurso internacional da Cerveja POA, se celebró desde el 23 al 30 de octubre en la ciudad de Valdivia, Región de Los Ríos. Un territorio con historia en el rubro cervecero local, regional y nacional. El encuentro contó con diversas actividades; visitas a cervecerías locales, conferencias, espacios de networking, rueda de negocios, exposición de proveedores, tours, entre otras actividades.

Por su parte, el Observatorio de Economía Creativa tiene como misión ser una herramienta de apoyo al ecosistema de la industria creativa y eventos locales, facilitando el levantamiento de información y análisis de datos sobre su impacto en el territorio, que permitan visibilizar su aporte a la economía y sociedad regional y nacional.



## 2. FICHA TÉCNICA COPA CERVEZAS DE AMÉRICA 2022

|                      |  |
|----------------------|--|
| <b>Organizadores</b> | Copa Cervezas de América, Universidad San Sebastián- Valdivia. Apoyo de Gobierno Regional de Los Rios, Hop France, Fermentis y Maltexco.   |
| <b>Fecha Evento</b>  | Evento principal del 24 al 30 de octubre de 2022 en la ciudad de Valdivia  |
| <b>Lugar</b>         | Puerto Solar, Barbudo Growler, Cerveceria Kunstmann, Universidad San Sebastián, Barrio Cervecerero<br>Esmeralda, Centro de Estudios Científicos (CECs)   |
| <b>Jueces</b>        | <p>Daiane Colla (Brasil), Ignacio "Nacho" Curto (Argentina), Leonar Caiafa (Chile), José Antonio Alcalde (Chile), María Sol Cravello (Argentina), Jennifer Talley (Estados Unidos), Peter Bouckaert (Estados Unidos), Richard Toro (Chile), Valeria Mena (Chile), José Augusto Procopio (Brasil), Bianca Telini (Brasil), Leonardo Ferrari (Argentina), Estevão Chittó (Brasil), Emilia Vidal (Argentina), Karin Díaz (Chile), Maria Paz Calderon (Chile), Marjorie Osorio (Chile), Christopher Villaroel (Chile), Felipe Cobucci (Brasil), Bia Amorim (Brasil), Christoph Flaskamp (Chile), Chiara Rego Barros (Brasil), Fernanda Lazzari (Brasil), Ingrid Mattos (Brasil), Julia Reis (Brasil), Maíra Kimura (Brasil), Mariana Maranhão (Brasil), Patrick Bannwart (Brasil), Rosária Penz (Brasil), Rudy Fávero (Brasil), Robert Krause (Brasil), Victoria Lobos (Chile), Ignacio Castro (Venezuela), Beatriz Ruiz (Brasil), Roberto Fonseca (Brasil), Marta Rocha (Brasil), Sady Homrich (Brasil), Rodrigo Ramirez (Chile), Fabiola Lopez (Chile), Gabriel Lara (Chile), Marcelo Menoncin (Brasil), Andrés González Cuadra (Chile), Bárbara Mörtl (Brasil), Vanesa Cara (Argentina), Jorge Thiermann (Chile), Juan Sánchez (Panamá), Leidy Rincón (Colombiana), Lutz Herdtle (Chile), Richie Castro (México), Sofía Marfan (Chile), Stefano Marin (Panamá), Victoria Pons (Argentina), James Foster (Argentina), Natalia Merino (México), Freddy De Luque (Colombia), Daniel Wolff (Brasil), Marco Malaga (Perú), Rafael. Castro (Honduras), Jose Carlos Blanco (Panama), Rafael Strapazzon (Brasil), Juan Jaramillo, Lucas Meneghetti (Brasil), Phillip Emerson (Estados Unidos), Peter Lengyel (Estados Unidos), Luca Fernández (Argentina), Oscar Garrido (Chile), José Alberto Castro (Perú), Diego Perrotta (Argentina), Philippe Martin (Francia), Juan Ignacio Eizaguirre (Argentina), Alex Ancona (México), Boris de Mesones (España), Héctor Marroquín (México).</p> |

## FICHA TÉCNICA COPA CERVEZAS DE AMÉRICA 2022

|  |   |
|--|---|
| <p><b>N° de cervezas Participantes</b></p> | <p>En esta IX versión, la competencia reunió a 1720 cervezas inscritas, entregando un total de 287 medallas, sumando la fase nacional y la internacional. Fueron 319 cervecerías inscritas, con 166 estilos en competencia.<br/>Chile participó a través de 119 productores, que presentaron 395 cervezas, de las cuales 103 son de la Región de Los Ríos.</p>  |
| <p><b>Países en competencia</b></p>        | <p>Con selecciones previas nacionales: Argentina, Brasil, Chile.<br/>Participación a través de etiquetas inscritas sin selección nacional previa: México, Panamá, Costa Rica, Perú, Estados Unidos, Ecuador, Paraguay y Colombia.</p>   |
| <p><b>Medallero</b></p>                    | <p>En la gran final realizada en Valdivia, se premió 51 estilos con 127 medallas, 35 de oro, 49 de plata y 43 de bronce. Chile obtuvo el segundo lugar en número de medallas obtenidas, con 39 de ellas, Brasil se adjudicó un total de 43 medallas, Argentina 18, México 9, Perú 5, Panamá, Costa Rica, EE. UU., cada uno con 3 podios, y Colombia logró dos cervezas premiadas. Por su parte Ecuador y Paraguay lograron 1 medalla cada país.<br/>El equipo de la cervecería Valdiviana, Nothus Brewing Company, obtuvo el título de "La Mejor Cerveza del Mundo 2022", logrando de tres medallas de oro y una de bronce.</p> |

### 3. OBJETIVOS DE LA ENCUESTA DEL OBSERVATORIO

- Conocer el impacto social a través de un perfil del público a las diferentes actividades de COPA CERVEZAS DE LAS AMÉRICAS 2022.
- Determinar el impacto económico por medio del gasto realizado por los asistentes a la COPA CERVEZAS DE LAS AMÉRICAS 2022 en el territorio.
- Obtener una percepción de los asistentes sobre los logros y aspectos a mejorar del evento.

## 4. RESULTADOS ENCUESTA COPA CERVEZAS DE LAS AMÉRICAS 2022

### a. Actividades previas a la copa

Previo al evento principal se realizaron coloquios en 6 comunas de la Región de Los Ríos con objetivos de visibilización del concurso, identidad, manejo de residuos, materias primas, entre otros.

| N° | Fecha      | Coloquio  | Lugar                   | Asistencia |
|----|------------|---|-------------------------|------------|
| 1  | 14-04-2022 | Lineamientos de postulación a un concurso cervecero         | Los Lagos               | 43         |
| 2  | 14-05-2022 | Identidad y sello para la vitrina local                     | Neltume,<br>Panguipulli | 39         |
| 3  | 03-06-2022 | Manejo de Residuos orgánicos en la producción               | Rio Bueno               | 28         |
| 4  | 16-07-2022 | Identidad y sello para la vitrina local                     | Máfil                   | 56         |
| 5  | 20-08-2022 | Hacia mejoras prácticas de producción de cerveza artesanal. | Paillaco                | 26         |
| 6  | 30-09-2022 | Materias Primas   | La Unión                | 25         |





Fotos Oficiales Jueces - Producción





OBSERVATORIO  
DE ECONOMÍA  
CREATIVA VALDIVIA



**EL SIGUIENTE MAPA MUESTRA LA DISTRIBUCIÓN REGIONAL DE LOS TALLERES Y COLOQUIOS REALIZADOS PREVIO A LA SEMANA CERVECERA**

**Talleres y Coloquios Copa  
Cerveza de las Américas  
2022**

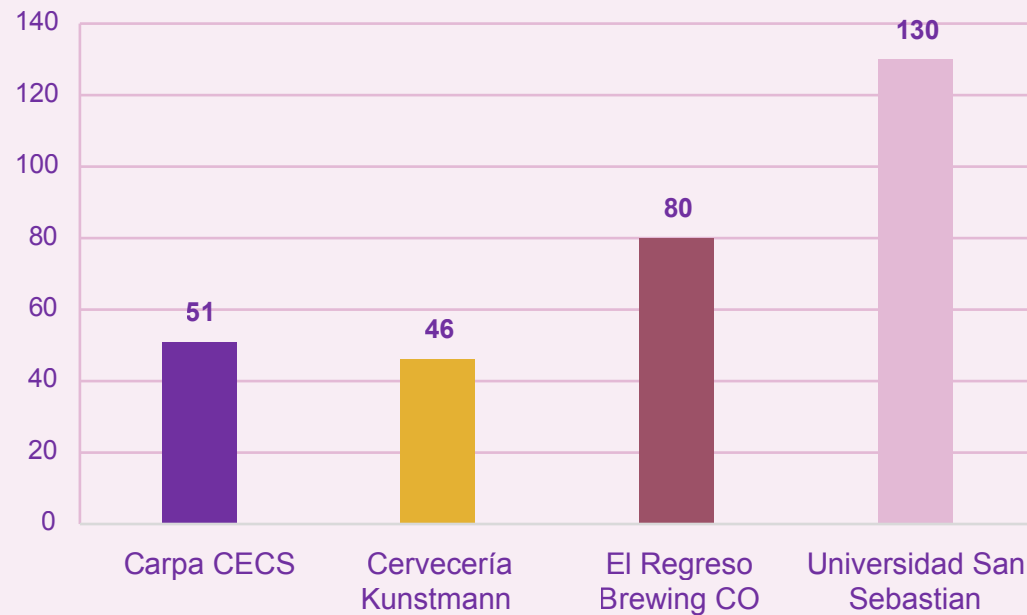
**Simbología**

-  Coloquios y sus Asistentes
-  Talleres y sus Asistentes



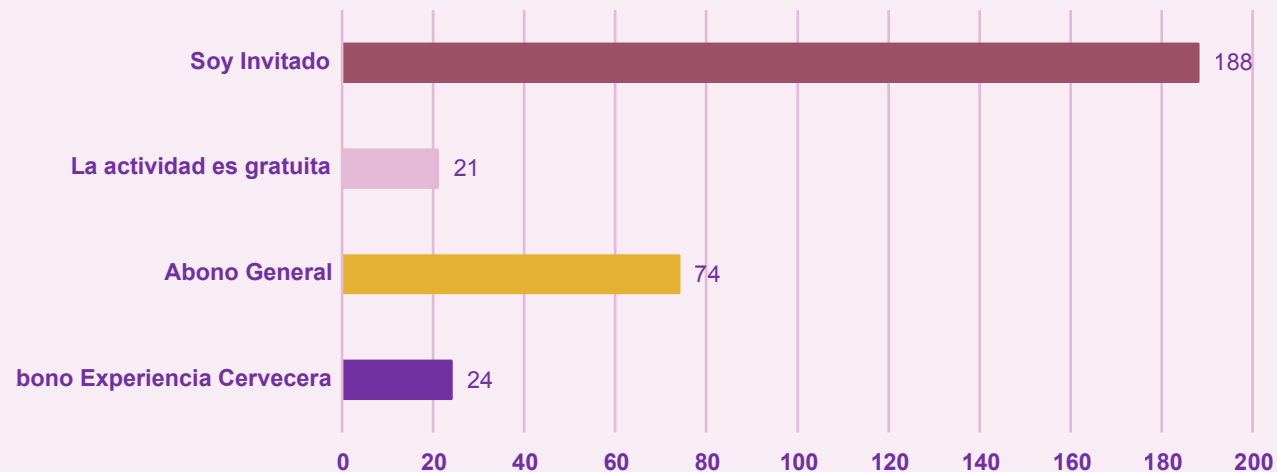
## A. RESUMEN DE PERSONAS ENCUESTADAS

De un total de 307 encuestados, 130 (42,3%) fueron encuestadas en la Universidad San Sebastián, 80 (26,1%) en el bar El Regreso Brewing CO, 51 (16,6%) en la Carpa CECS y 46 (15,0%) en la Cervecería Kunstmann.



Al consultarles a los encuestados cómo adquirieron su ticket, el 61,2% (188 personas) manifestaron que eran invitados, el 24,1% (74 personas) de los encuestados indicó que compró su ticket como Abono General, el 7,8% (24 personas) adquirió su ticket bajo la modalidad de Abono Experiencia Cervecera y el 6,8% (21 personas) asistió a una actividad gratuita.

### ¿Cómo adquirió su Ticket para la actividad que vino a ver la Copa Cervecera?



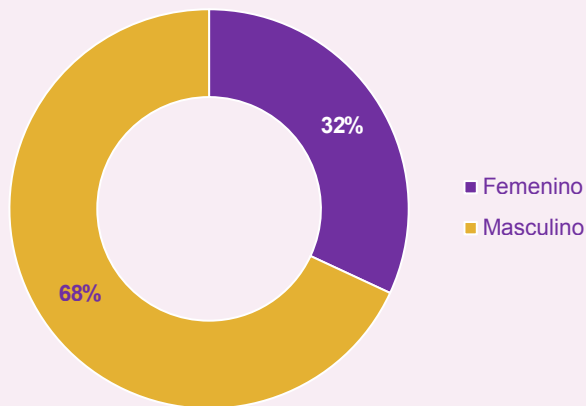


## 5. PERFIL SOCIAL DE LOS ASISTENTES

El perfil social, nos ilustra sobre las características de los asistentes a la IX Copa Cervezas de América, edad, género, origen, y otras características.

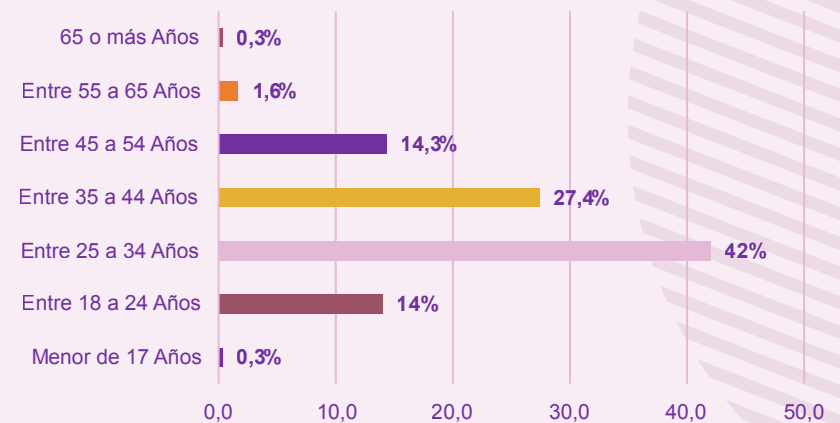
Con respecto al género de los encuestados el 68% corresponde a Hombres y el 32% a mujeres.

Género del Encuestado



Los Asistentes a la Copa en su mayoría son adultos 69,4% y su edad fluctúa entre los 25 a los 44 años de edad, le siguen las personas entre los 45 a 54 años con un 14,3%, un 14% de personas de edad entre 18 a 24 años y el resto de las categorías con un 0,6%.

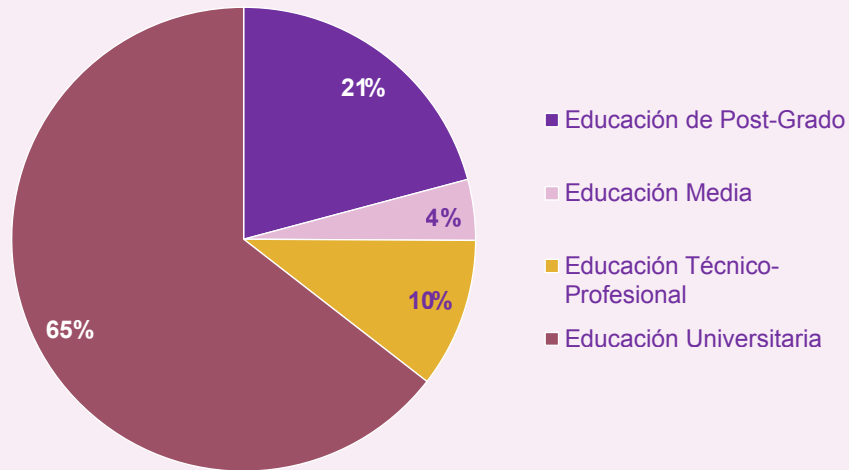
¿Cuál es su edad?



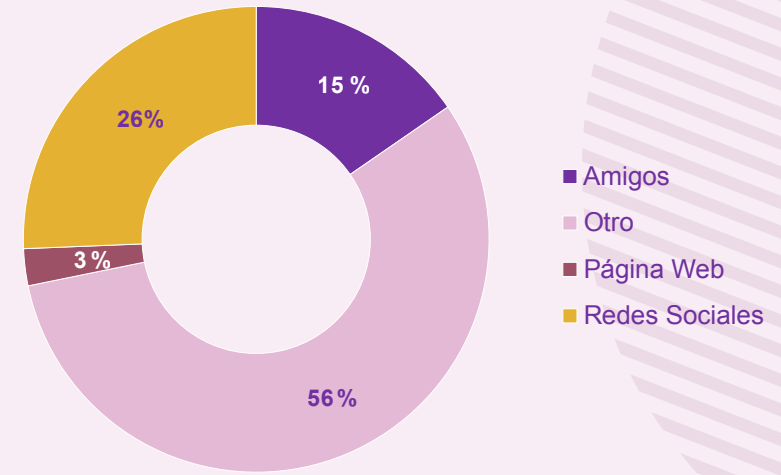
El 65% de los encuestados indicó que posee estudios universitarios, el 21% educación de Postgrado, un 10% educación Técnico-Profesional, el 4% tiene educación media.

Los encuestados manifestaron que se enteraron principalmente por la organización del evento mediante invitaciones del mismo (56%, opción otros), un 26% por medio de las redes sociales, un 15% indicó que se enteró por amigos y un 3% se enteró por medio de la página web del evento.

### ¿Qué Nivel de Estudios Posee?



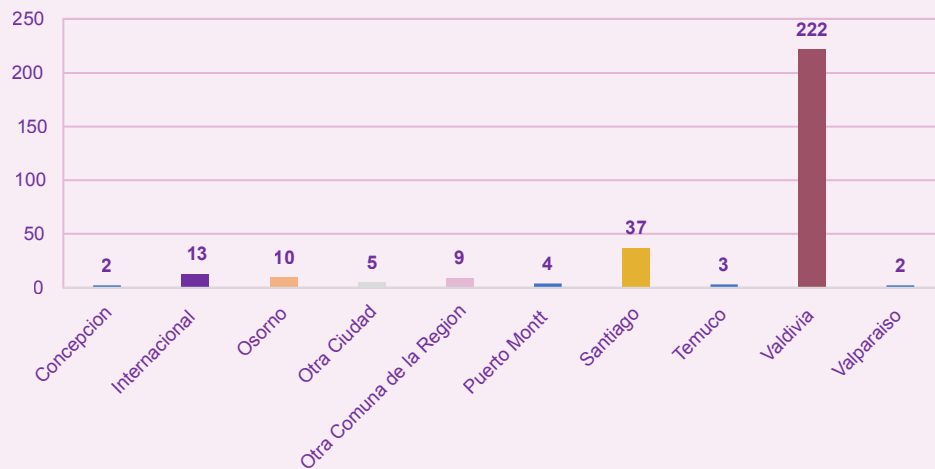
### ¿Cómo se Enteró del Evento?



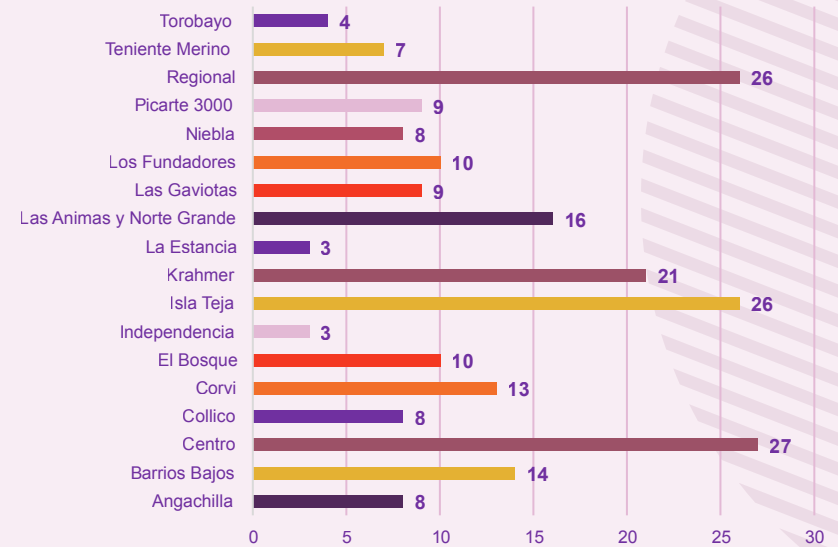
El 72% de los encuestados corresponde a público local y el 28% restante a público nacional, proveniente de otras ciudades entre las que más destacan están Santiago 12%, Puerto Montt, Temuco, Valparaíso, Concepción, entre otras. El 3% de los encuestados es de otras comunas de la región y el 4% de los encuestados corresponde a público internacional, siendo USA, el país con más visitantes extranjeros.

Con respecto al público de la ciudad de Valdivia, los sectores de residencia con más menciones corresponden a Isla Teja, Regional, Centro, Krahmer, Las Ánimas y Norte Grande, entre otros.

### ¿Cuál es su ciudad de residencia habitual?

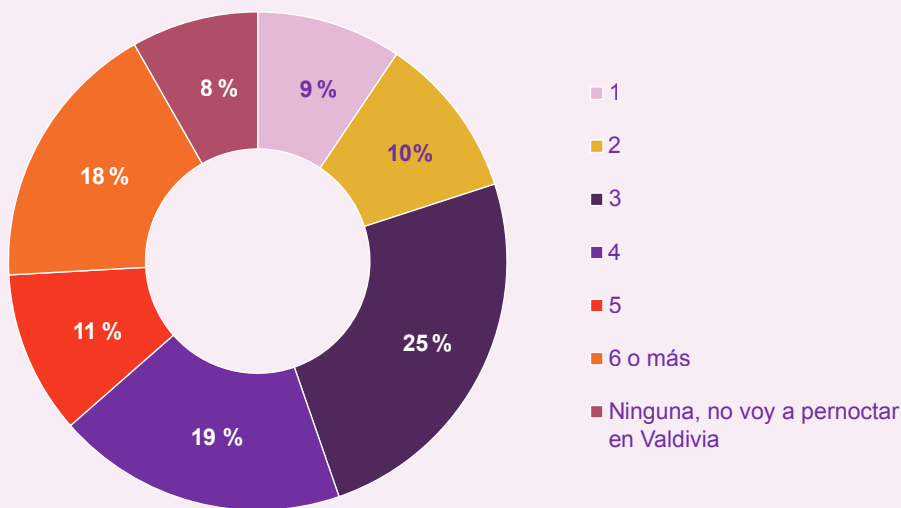


### ¿En qué Sector de Valdivia?



A los encuestados no locales, se les consultó cuantas noches pernoctarían en la ciudad de Valdivia, el 25% lo haría por 3 noches, el 19% por 4 noches, el 18% por 6 o más noches y el 11% por 5 noches, y el 10% por 2 noches.

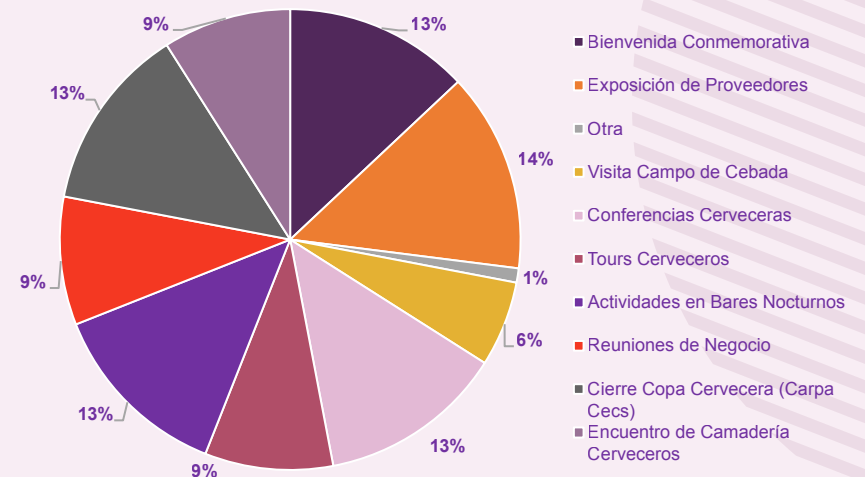
### ¿Cuántas noches pretende pernoctar en la ciudad?



## INTERÉS DE LOS ASISTENTES A LA IX COPA CERVEZAS DE AMÉRICA

De la variedad de actividades que presentaba la copa, las más atractivas para los asistentes en términos de asistencia o intención de asistir fueron la exposición de proveedores con un 14%, las conferencias cerveceras 13%, la bienvenida conmemorativa 13%, las actividades en bares nocturnos 13%. En menor medida a los asistentes le resultan menos atractivas las reuniones de negocio con un 9%, los tours cerveceros 9%, el encuentro de camaradería 9% y las visitas a los campos de cebada con un 6%.

### ¿A Cuáles Actividades Asistió o Pretende Asistir en la Copa?



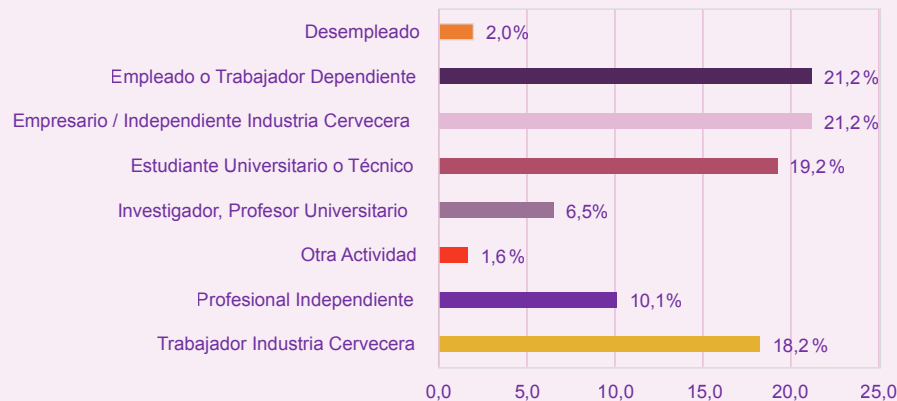


## 6. PERFIL ECONÓMICO Y GASTOS DE LOS VISITANTES

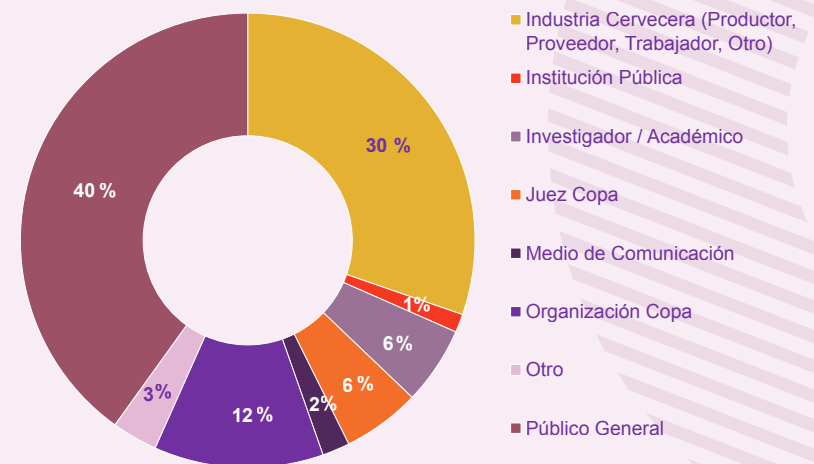
Respecto de la actividad de los participantes, el 39,4% de los encuestados declaró ser parte de la industria cervecera (21,2% Empresario - Independiente de la industria, 18,2% Trabajador de la industria), un 21,2% dice ser empleado o trabajador dependiente, un 19,2% es estudiante universitario o técnico, el 10,1% es profesional independiente, el 6,5% se identificó como investigador, profesor universitario, el 2% es

Con relación al ecosistema cervecero, el 40% de los asistentes corresponde a público general, un 30% se identificó como parte de la industria cervecera, el 12% como parte de la organización de la copa, le siguen Juez de la copa e Investigador o Académico con un 6% cada uno, y en menor proporción el resto de las categorías (Medios de Comunicación, Institución Pública y Otros).

### ¿Cuál es su Actividad?

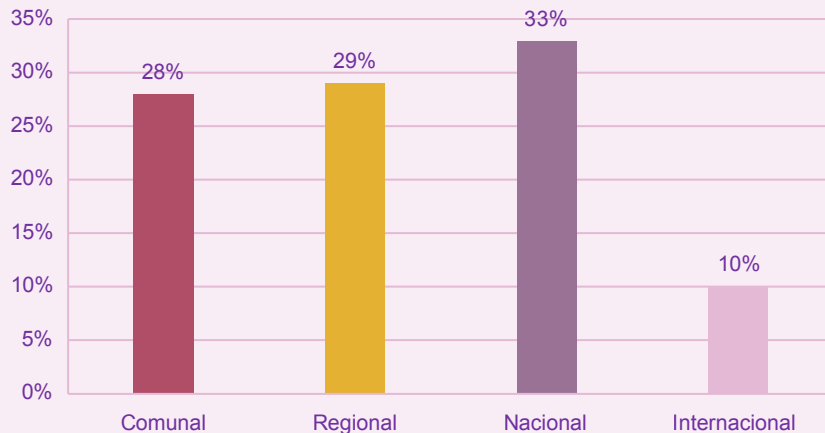


### Ud. se identifica como:



A las personas que identificaron como parte de la industria cervecera, se les consultó cuál es su mercado de participación principal, el 33% de los encuestados manifestó que su mercado es nacional, el 29% indicó que es regional, el 28% comunal y el 10% internacional.

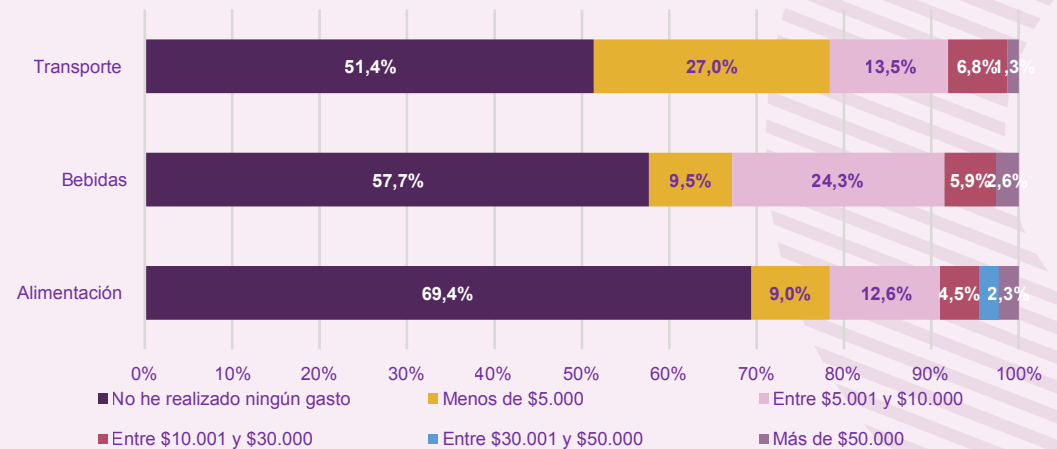
### Indique cuál es su mercado



### GASTO DE LOS ASISTENTES LOCALES

El Gasto más recurrente que indican realizar los asistentes locales corresponde al ítem transporte con un 27%, por un valor inferior a los \$5.000, el 42,3% de los encuestados indica realizar al menos algún tipo gasto en el ítem de bebidas, el 30,6% también lo hace en alimentación"

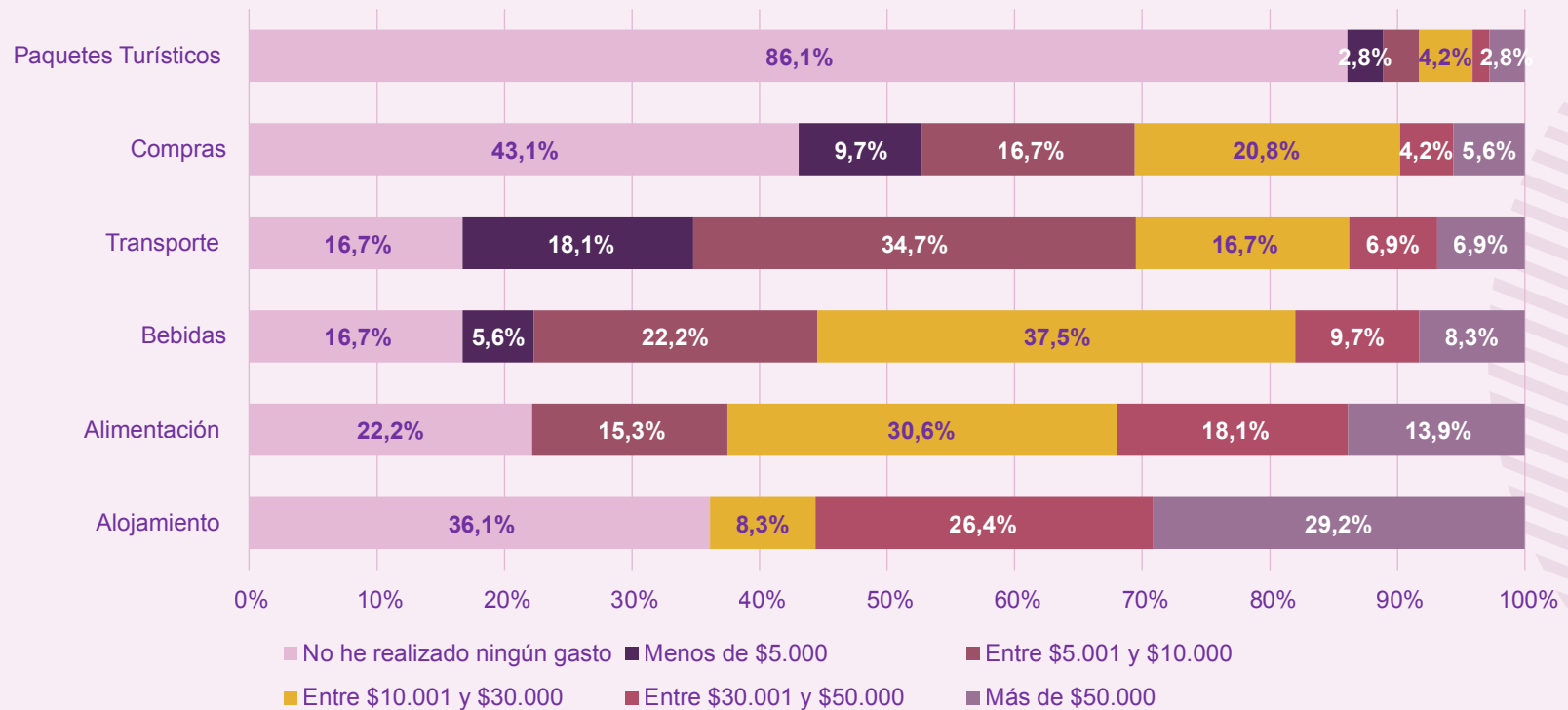
### Ha realizado algún tipo de gasto en su estadía en la Copa Cervezas de las Américas 2022? (Asistente Valdiviano)



## GASTO DE LOS ASISTENTES NACIONALES

A partir de las preguntas segmentadas en este ítem de la encuesta, se puede inferir que el asistente nacional realiza el mayor gasto en alojamiento, seguido por la alimentación y las bebidas, en menor medida transporte y compras. Paquetes turísticos es el ítem donde el asistente nacional menos gasta dinero.

Indique cuál ha sido su gasto promedio diario en: (Asistentes Nacionales)



El principal gasto de los asistentes nacionales es en alojamiento. El 26,4% gasta entre \$30.000 a \$50.000 diarios y el 29,2% gasta más de \$50.000 diarios. Un 36,1% de los asistentes nacionales no realizó ningún gasto en alojamiento.

En alimentación, el 30,6% gasta entre \$10.000 y \$30.000 diarios, el 18,1% entre \$30.000 y \$50.000, y el 13,9% gasta más de \$50.000 diarios en alimentación.

En bebidas, el 37,5% gasta entre \$10.000 y \$30.000 diario y el 9,7% entre \$30.001 y \$50.000 diarios. Un 8,3% dice gastar más de \$50.000 diarios en bebidas.

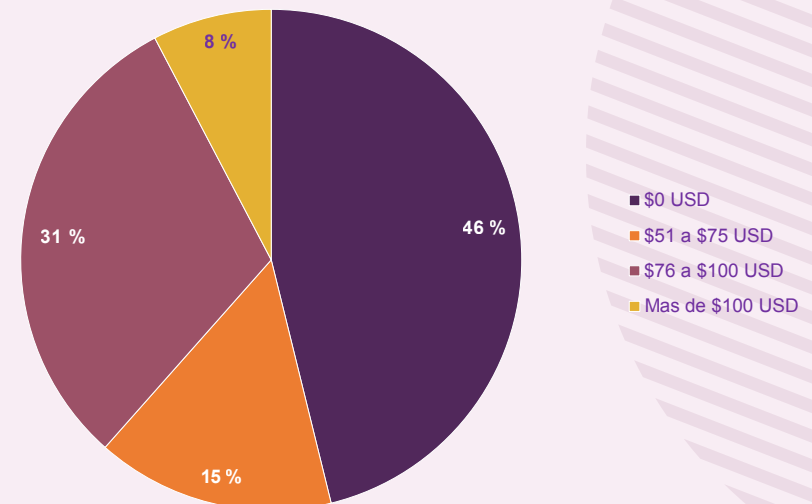
En transporte, el 34,7% gasta entre \$5.001 y \$10.000 diarios, y el 18,1% gasta menos de \$5.000 diarios.

En compras, el 43,1% no realiza ningún gasto en este ítem, mientras el 20,8% gasta entre \$10.001 y \$30.000.

## GASTO DE LOS ASISTENTES INTERNACIONALES

El 31% de los asistentes internacionales, indica que el gasto en alojamiento diario ronda entre los \$76 a \$100 USD, el 15% gasta entre \$51 a 75\$ USD, el 8% indica que su gasto fue más de 100\$ USD diarios, sin embargo, el 46% de los encuestados dice no gasta nada en este ítem.

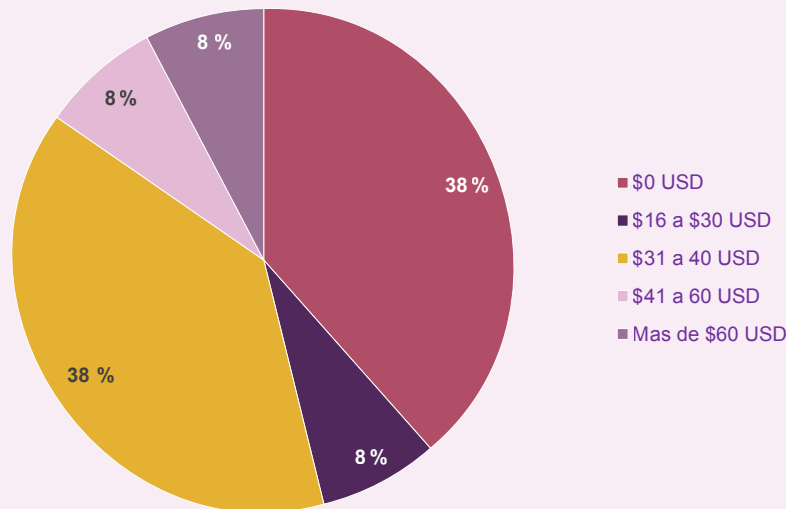
### ¿Cuál ha sido su gasto promedio diario en ALOJAMIENTO (Asistentes Internacionales)





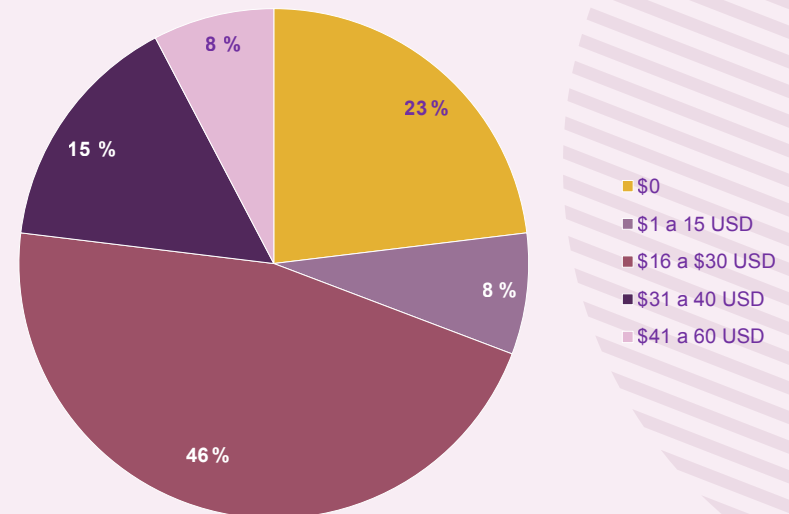
El 38% de los encuestados indica al menos gastar entre \$31 a 40\$ USD promedio en alimentación, 8% indica que su gasto fue entre \$16 a \$30 USD, un 8% que fue de \$41 a \$60 USD y el mismo porcentaje menciona que su gasto promedio fue más de \$60 USD, finalmente un 38% indica que no realiza ningún tipo de gasto.

¿Cuál ha sido su gasto promedio diario en ALIMENTACION (Asistentes Internacionales)



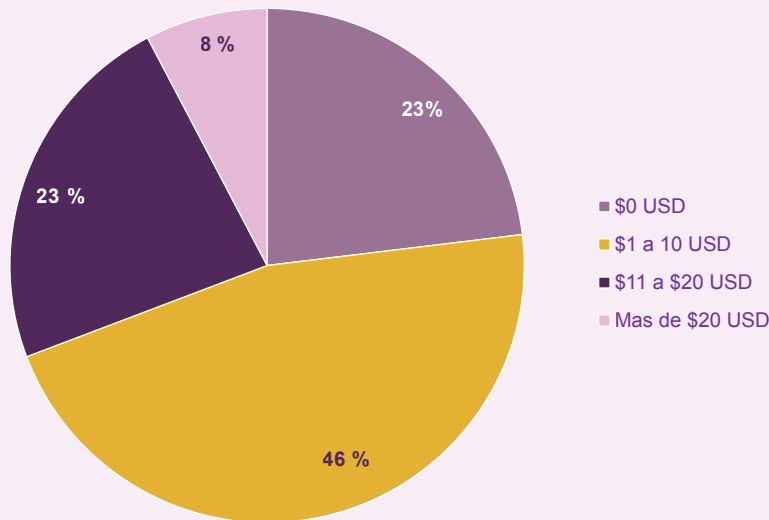
El 46% de los encuestados indica al menos gastar entre \$16 a \$30 USD promedio en Bebidas (cervezas, alcoholes, otros) un 15% menciona que su gasto fue de \$31 a \$40 USD diario, un 8% que su gasto promedio es de \$1 a \$15 USD, mismo porcentaje indica que su gasto promedio fue de \$41 a \$60 USD, un 23% dice que no realiza ningún tipo de gasto.

¿Cuál ha sido su gasto promedio diario en BEBIDAS (Asistentes Internacionales)



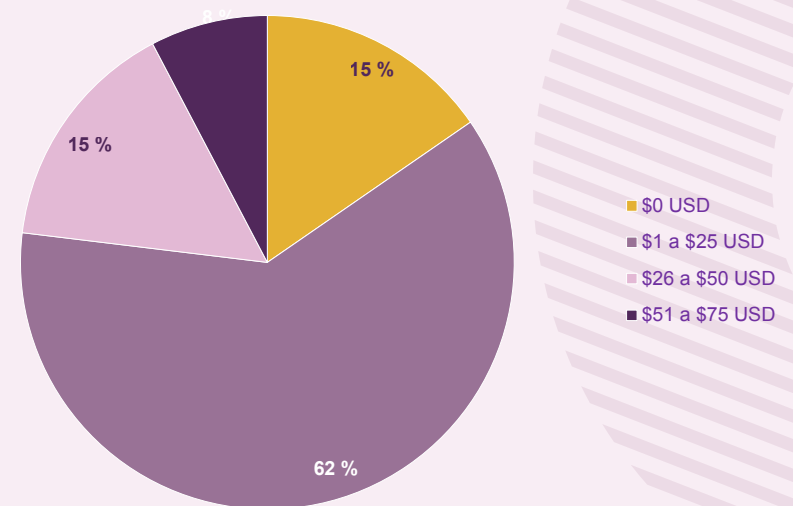
El 23% gasta entre \$11 a 20 USD en transporte público urbano para movilizarse a las distintas actividades, un 15% señala gastar entre \$31 a \$40 USD, un 8% dice gastar entre \$1 a \$20 USD en transporte y el 46% de los encuestados indica no gastar nada en transporte público urbano.

### ¿Cuál ha sido su gasto promedio diario en TRANSPORTE (Asistentes Internacionales)



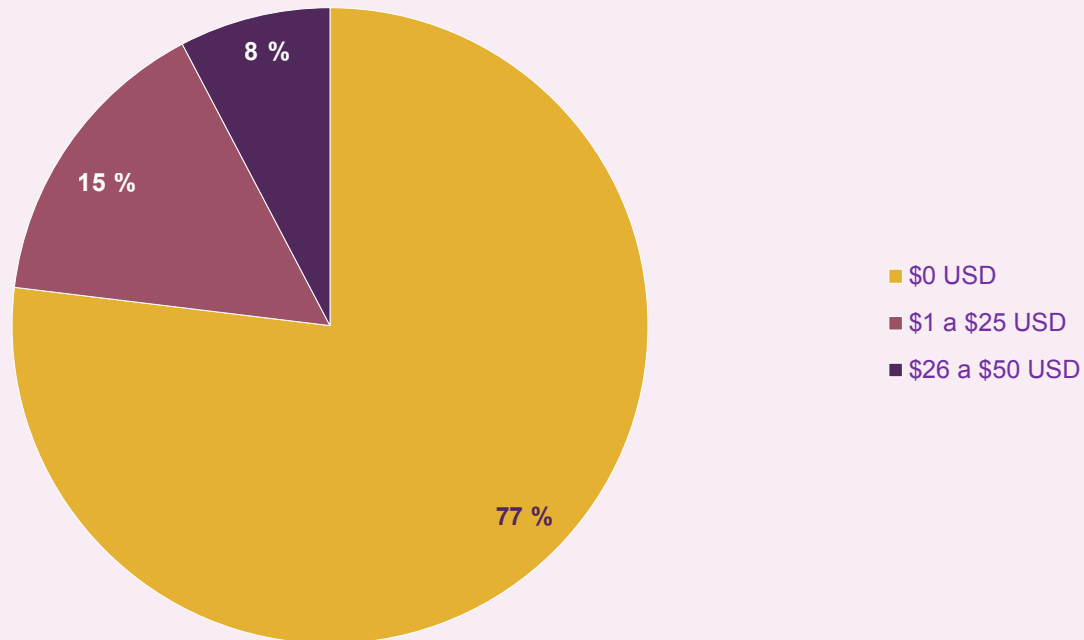
Del total de encuestados que corresponden a asistentes internacionales, 62% dice haber gastado entre \$1 a \$25 USD, mientras que un 15% realizó compras entre los \$51 a \$75 USD, mismo porcentaje menciona haber gastado entre \$51 a \$75 USD y el 15% restante indica no haber realizado ningún tipo de gasto en este item.

### ¿Cuál ha sido su gasto promedio diario en COMPRAS (Regalos, Música, Recuerdos) (Asistentes Internacionales)



El 77% no realizó ningún gasto en concepto de Paquetes turísticos, mientras que el 15% señala haber realizado gastos entre los \$1 a 25 USD, finalmente, el 8% indica que realizó gastos entre los 26 a 50 USD.

¿Cuál ha sido su gasto promedio diario en  
PAQUETES TURISTICOS (Asistentes Internacionales)





# Lanzamiento Autoridades (Puerta del Sur)



OBSERVATORIO  
DE ECONOMÍA  
CREATIVA VALDIVIA

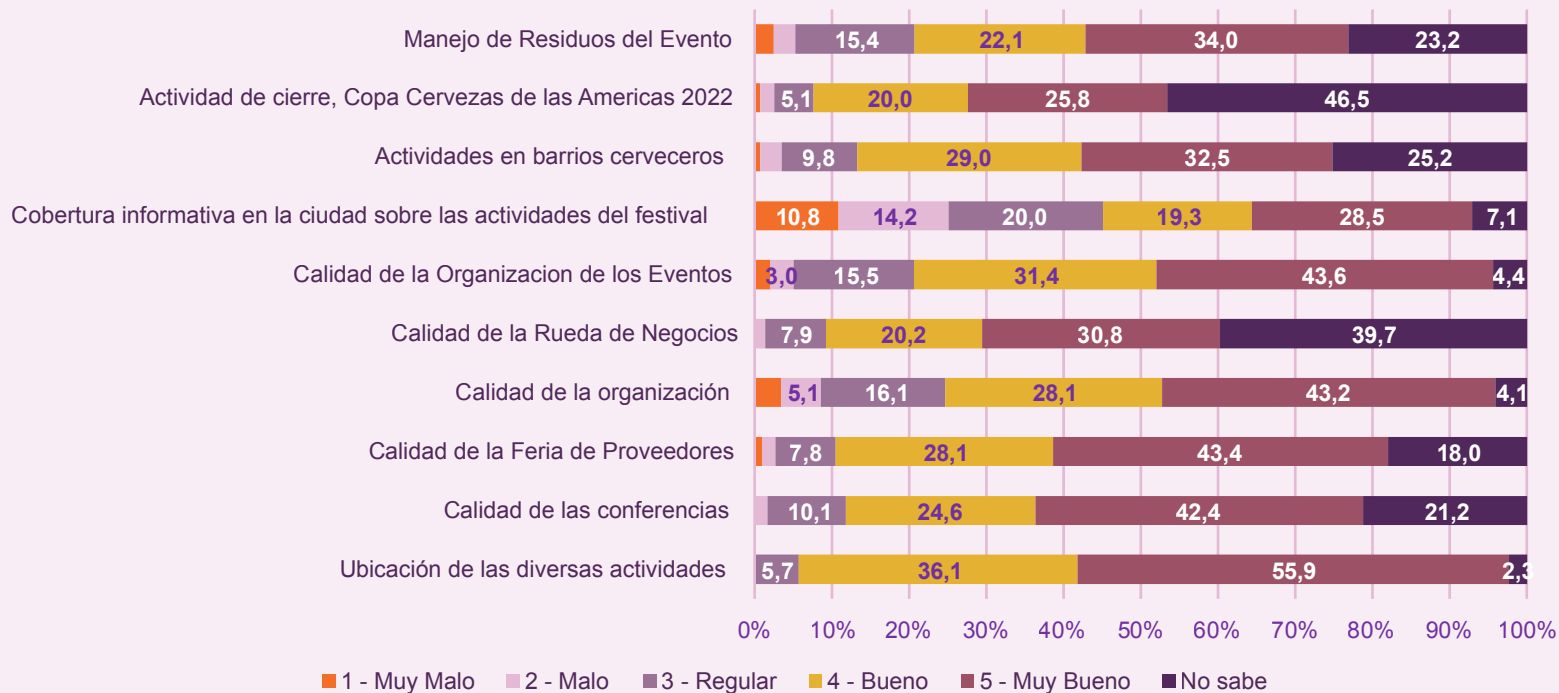




## 7. EVALUACIÓN DE LOS ASISTENTES A LA COPA CERVEZAS DE LAS AMÉRICAS 2022

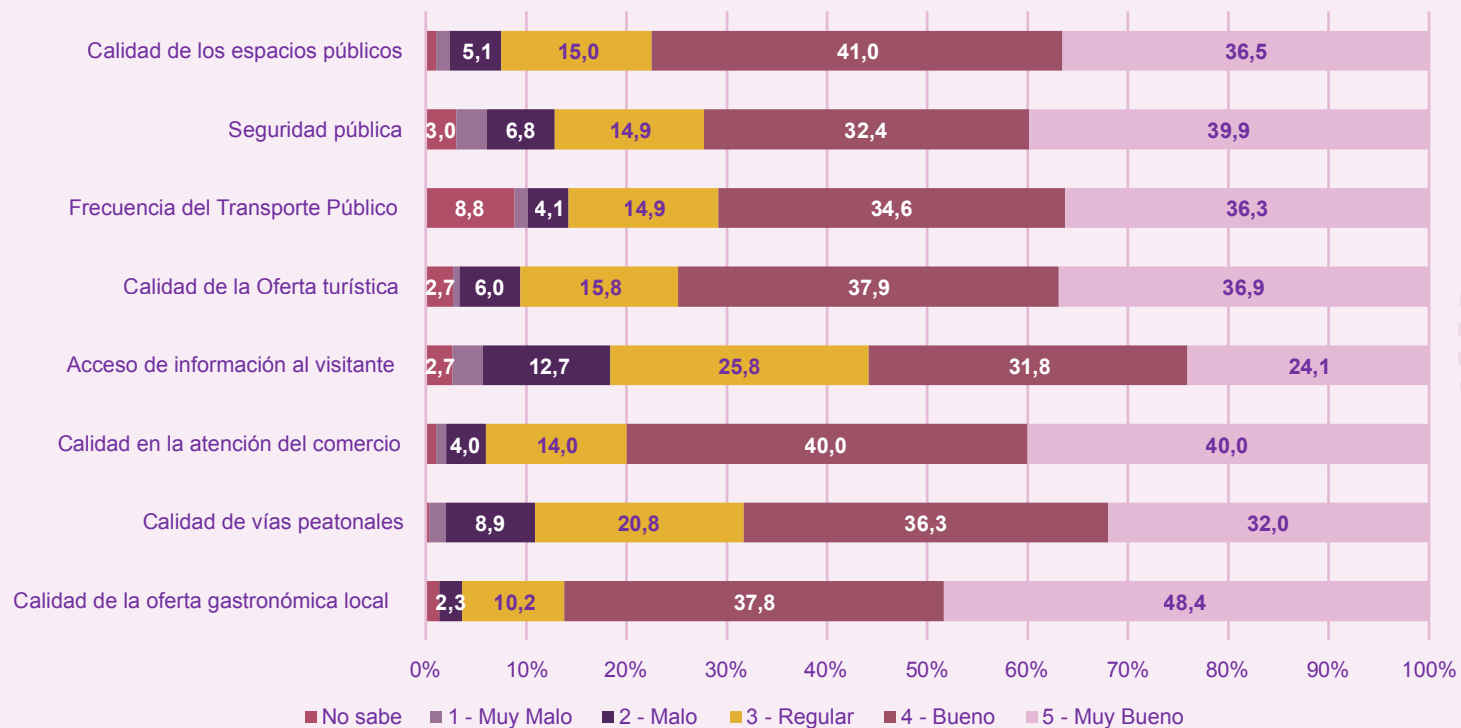
En general el festival es calificado con muy buenos comentarios por parte de los asistentes al evento. En todos los ítems de evaluación, al menos tiene un 50% de las preferencias con puntaje 4 (Bueno) y en el caso de "ubicación de las actividades" y la "calidad de la organización", obtienen sobre un 70% de puntaje 4 (Bueno), sin embargo el ítem de "Cobertura informativa en la ciudad sobre las actividades del festival", es el que presenta mayores puntajes negativos en toda la pauta. Los ítems "actividad de cierre" y "calidad de la rueda de negocios" presentan un alto porcentaje de desconocimiento. En el primer caso, se explicaría por ser la actividad final del evento, por lo que, muchos no podían evaluar aún este aspecto. La calidad de la rueda de negocios se podría explicar porque ese evento era uno de los eventos pagados con previa inscripción, sin embargo, ambos presentan muy buena evaluación por aquellos que si asistieron a ambos eventos.

### ¿Cómo Evaluaría los siguientes aspectos de la Copa Cervezas de las Américas 2022?



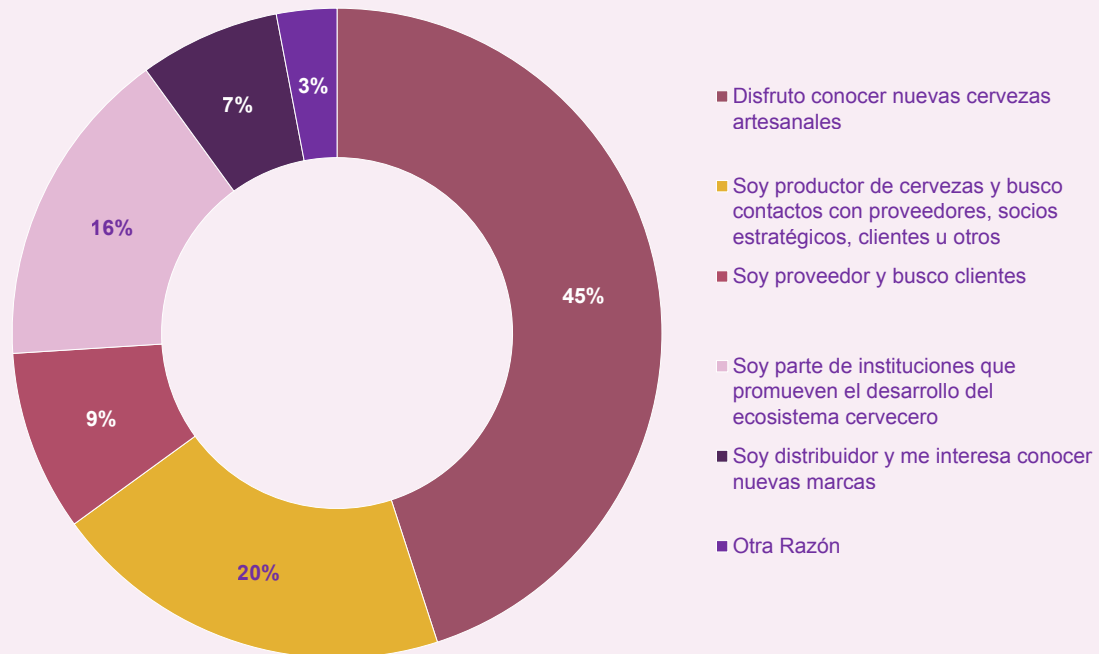
Una valoración positiva presenta la ciudad de Valdivia por parte de los asistentes a la copa. En todos los aspectos obtuvo una evaluación sobre el 50% con puntaje sobre 4 (Bueno), siendo la calidad de la oferta gastronómica local el ítem mejor evaluado 86% sobre puntaje 4 (Bueno), al igual que la Calidad en la atención al comercio con el 80% sobre puntaje 4. Los ítems que obtuvieron los más bajos puntajes corresponden a el Acceso de información al visitante y la calidad de las vías peatonales.

### ¿Cómo evaluaría los siguientes aspectos de la ciudad de Valdivia?



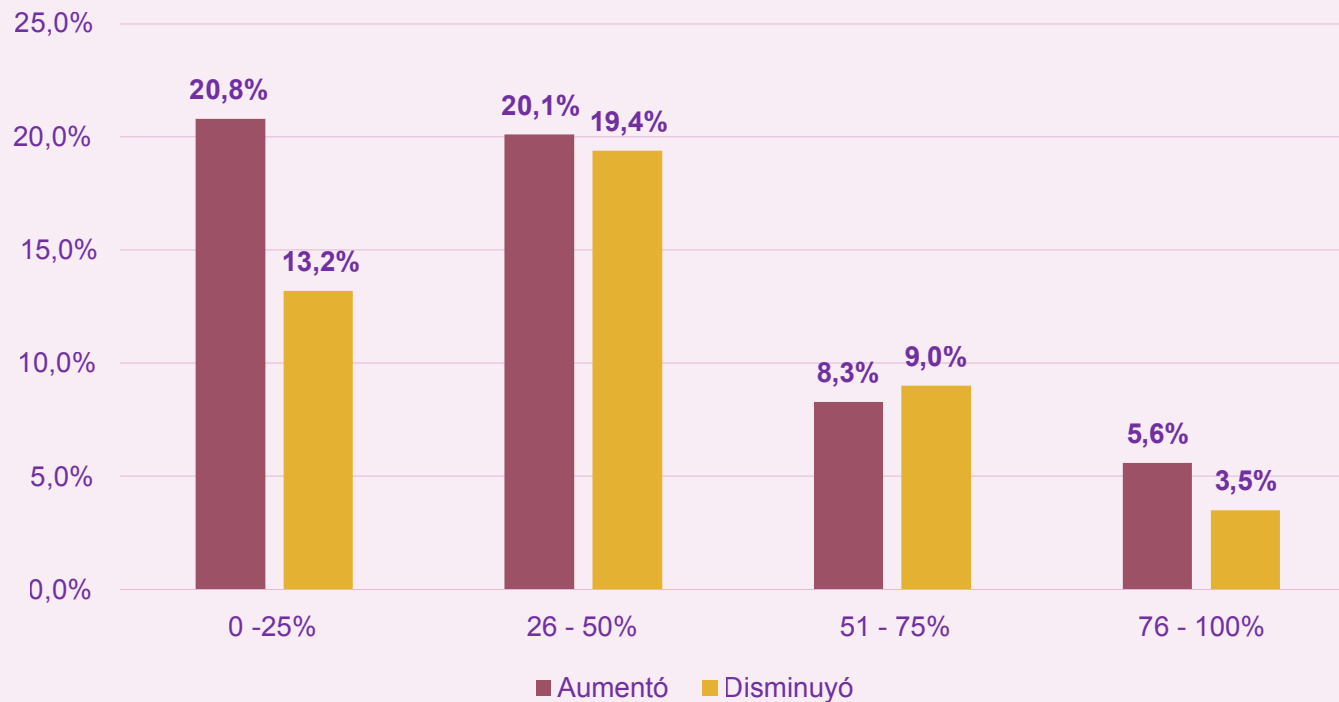
La principal motivación de parte de los encuestados en participar en la IX Copa Cervezas de las Américas 2022, es disfrutar y conocer nuevas cervezas artesanales con un 45% de las preferencias, un 20% indica que es productor de cervezas y busca contacto con proveedores, socios estratégicos, clientes u otros; un 16% dice que es parte de instituciones que promueven el desarrollo del ecosistema cervecero; un 9% indica que es productor y busca clientes y, un 7% son distribuidores que buscan nuevas marcas.

### ¿Cuál es su interés de participaren la copa Cervezas de las Américas 2022?



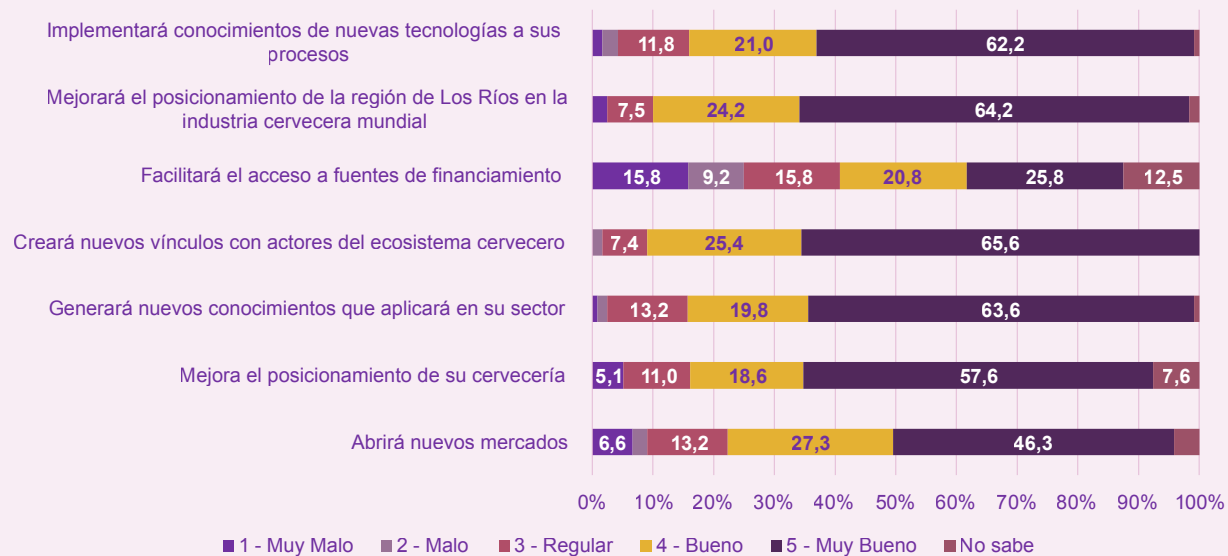
Las repercusiones que trajo consigo la pandemia en los ingresos de los encuestados (productores, proveedores y distribuidores) nos muestra que consideraron un aumento en sus ingresos de un 20,8% en el ítem del 0 - 25% y una disminución de un 13,2% en el mismo ítem. Un 20,1 % considera que sus ingresos aumentaron en el ítem del 26 - 50% y un 19,4% menciona que sus ingresos disminuyeron. Un 8,3% señala que sus ingresos aumentaron en el ítem del 51 - 75% y un 9,0% que disminuyeron. En el último ítem del 76 - 100% un 5,6% de los encuestados señala que aumentó sus ingresos y un 3,5% que disminuyeron.

### ¿Cómo afecto la pandemia del COVID-19 a tus ingresos?



La percepción de los encuestados con respecto a lo que podría generar la copa para sus empresas es muy positiva, en 6 de los 7 aspectos consultados los encuestados calificaron por sobre el 70% la opción "Bueno" (puntaje 4). El 91% de los proveedores, distribuidores y productores encuestados califica con puntaje sobre 4 (bueno), que su participación en la copa, creará nuevos vínculos con actores del ecosistema cervecero, el 88% considera como "buena" que su participación ayudará a mejorar a la región de los ríos en posición de la industria, el 83,2% manifiesta como "bueno" que su participación ayudará a implementar conocimientos de nuevas tecnologías a sus procesos, el 83,4% pondera como "bueno" que la copa ayudará a generar nuevos conocimientos que aplicará en su sector, el 76,2% cree que su participación mejora el posicionamiento de su cervecería y el 73,6% califica como "bueno" la posibilidad que el evento abrirá nuevos mercados. El aspecto peor evaluado tiene relación con la percepción que ofrece el evento para mejorar u obtener fuentes de financiamiento, específicamente un 25% califica como malo (puntaje 2) la opción que su participación en la copa facilitará el acceso a fuentes de financiamiento.

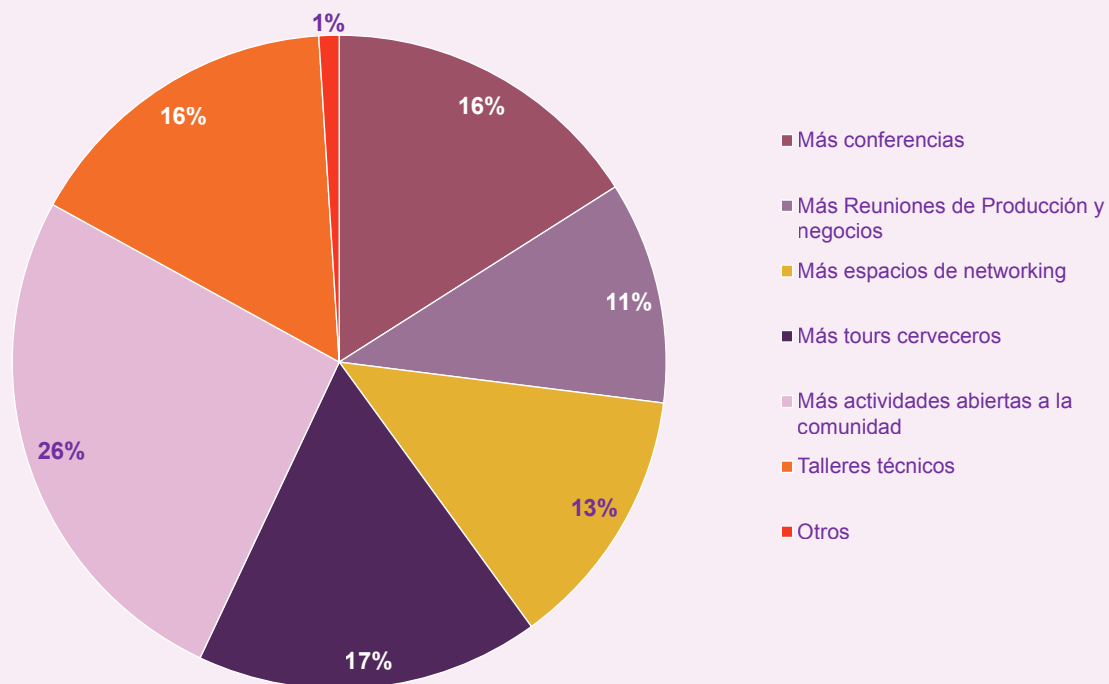
### Evalúe si su participación en el evento





En la pregunta hacia los participantes (Productores, proveedores y distribuidores) ¿Qué les gustaría ver más en las próximas versiones de la Copa Cervezas de Américas? un 26% dice que le gustaría ver más actividades abiertas a la comunidad para las próximas versiones de la Copa Cervezas de las Américas, el 17% quiere tener más tours cerveceros, mientras que un 16% indica que le gustaría ver más talleres técnicos, igual porcentaje menciona que le gustaría ver más conferencias, un 13% pide más espacios de networking, mientras que el 14% le gustaría ver más reuniones de producción y negocios.

### ¿Qué le gustaría ver más en las próximas versiones de la Copa Cervezas de las América?



## ¿Cree Ud. que este tipo de eventos aporta a una industria más responsable con el medio ambiente?

Frente a esta pregunta abierta, al procesar las respuestas mediante análisis de nube de palabras, la palabra más repetida fue "Si", tanto en respuestas simples como en las oraciones más completas, "totalmente", "absolutamente", "de acuerdo", "de todas formas", son otros de los conceptos más utilizados por los encuestados, por lo que se puede inferir que la valoración es positiva. Iniciativas como la exposición de alimentos en base a subproductos de la cerveza, la feria de proveedores con la exposición de tecnología en mejora de los procesos productivos, y otras iniciativas implementadas, ayudaron a fomentar esta visión por parte de los asistentes. En menor medida tags como "No se", "No mucho", "No tanto", infieren que parte de los asistentes no saben o tienen claro como el evento podría realizar un aporte. Finalmente, y en un muy menor número de menciones la palabra "No", es indicada por los encuestados indicando una negativa respecto al aporte del evento a una generación de una



## ¿Qué aspectos de la copa, actividades u otros, encuentra Ud. que se hicieron bien en esta versión de la copa cervezas de las américas 2022?

Al consultarles a los encuestados éstos indicaron que la “Organización” es una de las cosas que mejor se hicieron en la copa. La segunda palabra más utilizada es “Cerveza” y “Cervezas” y tiene relación a la “variedad” y “calidad” de las cervezas que los encuestados pudieron disfrutar en las actividades realizadas por la organización y la “Cerveza Conmemorativa” que se elaboró para el evento. “Cervecería” y “Cerveceros”, también se repite como respuesta de los encuestados, estos tags se vinculan a aspectos positivos como la colaboración, compañerismo que se dio entre la comunidad de la industria, espacios de networking, construcción del ecosistema y los encuentros cerveceros. Otro de los aspectos positivos mencionados por los encuestados tiene que ver con las locaciones, tags como “Espacios”, “Lugares” hace referencia a la calidad de la infraestructura y ubicaciones de las actividades utilizadas en el evento, las condiciones geográficas y el entorno natural que presenta Valdivia. En menor medida los encuestados indicaron tags como “Ambiente” relacionándolo a la buena atmósfera que se vivió en las actividades, “Conferencias” como aspecto positivo de la copa, “Eventos” a las distintas actividades que se realizaron en la semana. La inclusión femenina es otro de los aspectos positivos mencionados por los asistentes.

actividades (9) ambiente (6) ayuda (6) calidad (11) cervecera (6)  
cervecerias (8) **cerveceros** (16) **cerveza** (12)  
**cervezas** (10) conferencias (8) difusion (8) espacio (6) **espacios** (8)  
evento (7) **eventos** (13) lugares (5)  
**organizacion** (43) productos (6) **sabe** (11)  
variedad (14)

## ¿Qué aspectos de la copa, actividades, u otros se podrían mejorar o incluir en las próximas versiones de la copa?

Ante esta pregunta abierta el tag más repetido en el análisis de nube de palabras fue “Difusión”, este tag está asociado a conceptos de una mayor divulgación del evento a la comunidad, al ecosistema cervecero y las actividades que se realizaron en la semana y previas al evento. En la misma línea el tag “información” se asocia al tag “Difusión” y “Eventos”. Los encuestados manifiestan que se debe mejorar en la entrega de la información con respecto a temáticas como la mejora de la información global del evento (antes y durante), de las actividades a realizar (comunicación del itinerario), mayor presencia en los medios (digitales, prensa, otros), difusión al público en general, difusión en la ciudad de Valdivia, entre otros. Otro de los comentarios que se repiten por parte de los encuestados y que se manifiestan con los tags “Comunidad”, “Acceso”, “Actividades”, “Participación”, “Personas” hace referencia a la mayor participación de la comunidad en las actividades de la copa, apertura y participación del público general en las actividades. “Organización” es otro de los tag mencionados en menor medida y esta se asocia a mejoras en la difusión del evento e información al público asistente, mejoras en la puntualidad del inicio de las actividades. En los aspectos más técnicos de la copa y las actividades, los encuestados les gustaría ver más conferencias y de mayor diversificación, mejoras en la traducciones de las conferencias, mas talleres prácticos, incluir talleres de cata, entre otros aspectos.







OBSERVATORIO  
DE ECONOMÍA  
CREATIVA VALDIVIA



## 8. SÍNTESIS DE RESULTADOS

El estudio realizado por parte del Observatorio de Economía Creativa de Valdivia en el evento Copa Cervezas de América nos brindó información sobre la actividad económica - social adicional generada por el evento en la ciudad, entregando herramientas de valoración útiles en torno a los ingresos ingresos directos - indirectos y perfil de asistentes, además de las sugerencias y/o comentarios para las nuevas versiones del encuentro.

El evento Copa Cervezas de América en su novena versión congregó en su mayoría a público general y trabajadores de la industria cervecera, estos últimos predominando en un mercado nacional, pero con estrecha diferencia entre el mercado regional y local.

Sobre el perfil de los asistentes, predomina el género masculino; 68 % de los asistentes corresponde a hombres y un 32% a mujeres. Un público mayoritariamente adulto joven con un 69,4% en el rango de 25 - 44 años. Un público donde un 65% posee estudios universitarios. Los asistentes al evento Copa Cervezas de América son principalmente locales con un 78 %, seguido por un 28% nacional, por último, un 4% pertenece a público internacional, siendo USA, el país con más visitantes extranjeros. La procedencia del público local es especialmente de los sectores Isla teja, Regional y del Centro de la ciudad de Valdivia.

La IX Copa Cervezas de América se realizó del 24 al 30 de octubre y la estadía de los asistentes no locales muestra que un 25% pernoctó por 3 noches, el 19% por 4 noches, el 18% por 6 o más noches y el 11% por 5 noches, y el 10% por 2 noches.

En lo económico es importante destacar el nivel de gasto en la ciudad de los asistentes no locales. El gasto promedio por día fue de \$102.174 por persona, considerando tanto nacionales y extranjeros, lo que se desglosa de la siguiente forma. Para el caso de los nacionales su principal gasto es en alojamiento un 26,4% gasta entre \$30.000 a \$50.000 diarios y un 29,2% gasta más de \$50.000 diarios.

En cuanto a la alimentación, el 30,6% del público gasta entre \$10.000 y \$30.000 diarios. En bebidas el 37,5% gasta entre \$10.000 y \$30.000 diario. En compras, los asistentes nacionales, el 43,1% no realiza ningún gasto en este ítem, mientras el 20,8% gasta entre \$10.001 y \$30.000.

Para el caso de los asistentes internacionales el 31%, indica que el gasto en alojamiento diario ronda entre los \$76 a \$100 USD, mientras que el 38% gastó entre \$31 y \$40 USD en alimentación. Donde menos gasto se produjo, fue en los paquetes turísticos, ya que el 77% indica no haber gastado nada en este ítem.

El evento es muy bien evaluado por sus asistentes, en casi todos los aspectos, resaltando los beneficios que este evento traerá a las compañías cerveceras y al ecosistema en su conjunto. También destacan la visibilidad que implica para la región y una mejora en los conocimientos técnicos a partir de las conferencias y visitas a terreno.

Finalmente, la mayoría de los asistentes está de acuerdo en que este evento contribuye a un desarrollo sustentable del rubro cervecero por ser un tema muy presente, pero que aún no está totalmente resuelto a nivel de la industria.

Sobre los aciertos, hay una variedad de respuestas, destacando una buena organización, el haberlo realizado en Valdivia, el trabajo territorial previo, y la cantidad de espacios de networking.

Y sobre aquellos aspectos a reforzar en futuras versiones se destaca más difusión, actividades abiertas al público, mas charlas técnicas y mejorar la organización en general.

La IX Copa Cervezas de America ha sido un evento que impacta directamente en el ecosistema cervecero regional y nacional, y que genera externalidades positivas importantes, principalmente en las redes que se generaron y el posicionamiento de la Región de Los Rios y su capital Valdivia como epicentros de la industria de la cerveza artesanal en Chile.

## 9. CONCLUSIONES

La Copa Cervezas de América 2022 realizada en Valdivia tuvo una participación de más de 700 variedades de cervezas, nacionales e internacionales, siendo así un evento de gran relevancia para el sector. Este tipo de concursos o competencias tienen la virtud de generar más que competencia, una colaboración entre las empresas y eso es sin duda muy positivo para la industria.

Un ejemplo concreto, fue la cerveza conmemorativa del evento, que fue una colaboración de un grupo de mujeres cerveceras, y que se lanzó y difundió durante el evento en Valdivia.

En el mismo tenor, todas las actividades previas llevadas adelante por un grupo de profesionales de la Universidad San Sebastián en 8 comunas de la región, congregaron a más de 200 asistentes, en su mayoría cerveceras y cerveceros, lo que es un indicador de la importancia que ha ido adquiriendo la producción de cerveza artesanal en nuestra economía en toda la región.

El impacto positivo que la Copa Cervezas de América genera en la industria hay que verlo en perspectiva. En primer lugar, la posibilidad de compartir y conocerse en los diferentes espacios que generó el evento. Esto se traduce en la ampliación de las redes locales, en nuevas ideas y proyectos a futuro, y también en la adquisición de nuevos conocimientos. Quizás, teniendo estos activos ya presentes, fortalecer la rueda de negocios o el encuentro con potenciales inversionistas para el rubro, puede ser una recomendación a considerar en futuras versiones.

En segundo lugar, hay que considerar que estos eventos generan una activación del ecosistema cervecero local, incluyendo a universidades, gobierno, comunidad y empresas. Esto se puede traducir en nuevos proyectos u objetivos de fortalecimiento del sector. Y en tercer lugar, el efecto que se produce al ser sede de un evento de esta magnitud, posicionando a Valdivia y la región, a nivel nacional e internacional, como territorio cervecero. Todos estos elementos, forman parte de los impactos positivos que la Copa Cervezas de América tiene en el mediano plazo, algunos efectos mas inmediatos y otros poco a poco en el tiempo.

Pero también, hay efectos de corto plazo, y que mueven y articulan la economía local, entendidos como el consumo de los espacios y de los bienes y servicios producidos localmente por los asistentes al evento. Esto mueve al comercio y la industria local, particularmente aquella asociada al turismo, la hotelería, los restaurantes, el transporte, entre otros. Es un efecto indirecto del evento, pero importante para una ciudad como Valdivia, que posee una oferta turística importante, en torno a lo que hay mucho empleo involucrado. La magnitud de estos efectos indirectos está en directa relación a la cantidad de asistentes no locales y a la duración del evento. En la Copa Cervezas de América, este impacto es menor a otros eventos, como el Festival Internacional de Cine de Valdivia por ejemplo. FICV tiene una duración de 6 días, y eso aumenta este impacto. Pero el gasto diario por persona fue mayor en la Copa Cervezas de América, seguramente porque se trata de un perfil de público con poder adquisitivo, que el que acude al FICV.

Finalmente, el impacto económico de la Copa Cervezas de América es positivo, y si bien el público congregado es menor a otros eventos de la ciudad de Valdivia, se trató de un público especializado en la industria cervecera. Esto permite inferir en una gran cantidad de conversaciones, contactos, ideas y futuros proyectos que van a emerger o ya están emergiendo, de las semillas que se sembraron con este evento.















[www.observatoriocreativo.cl](http://www.observatoriocreativo.cl)



Observatorio  
de economía  
creativa

---



UNIVERSIDAD  
SAN SEBASTIAN

