

CREACION DE EMPRESAS 1-

Grupo: 50103

Bogotá

ANDERSON ARIZA VILLADA

BRAYAN ALEJANDRO PINEDA

MARLON GEOVANNY PEÑA



Mabran S.A

ADMINISTRACION DE EMPRESAS

SEDE RESTREPO

AVANCE PROYECTO 1

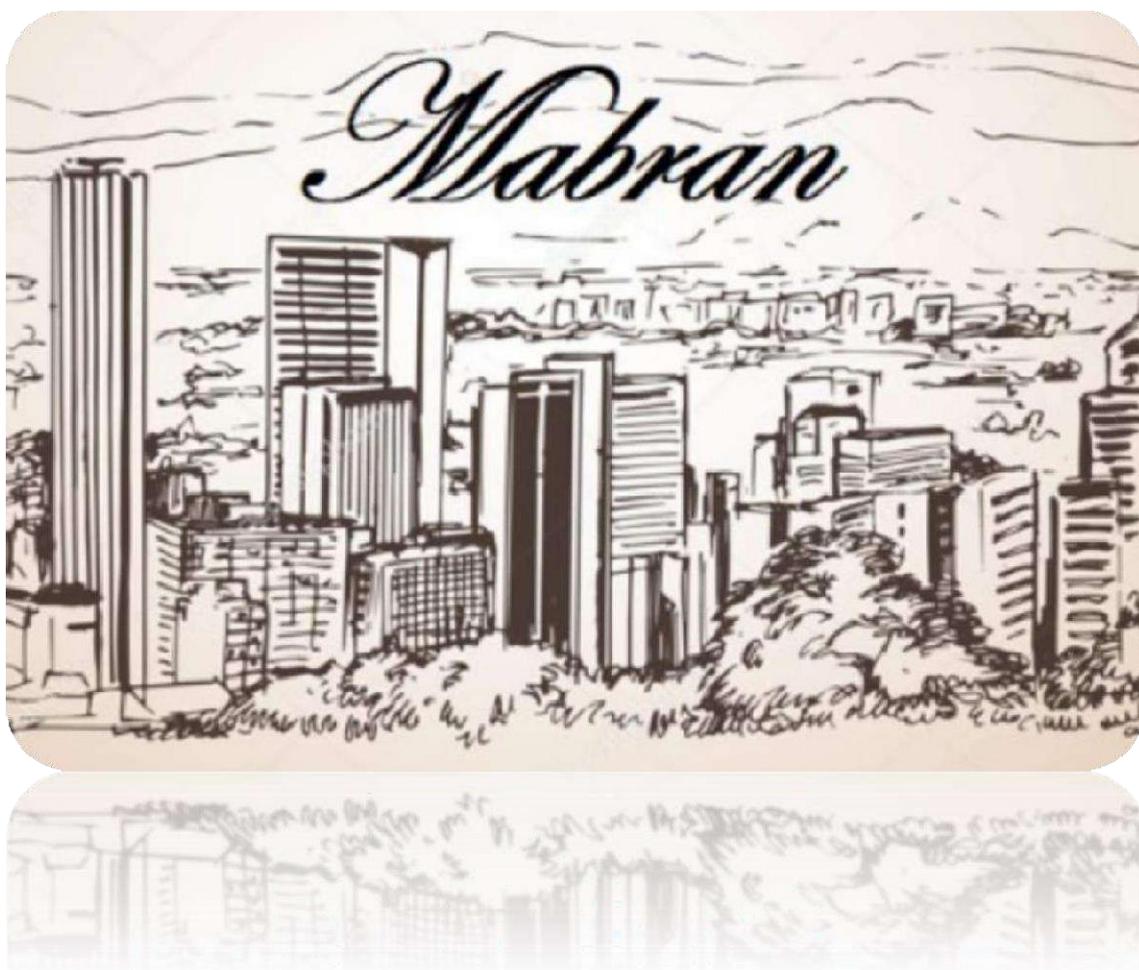
Primera entrega

Tabla de contenido

EMPRESA MABRAN S. A.....	1
COMPROMISO ESTUDIANTIL	5
RESUMEN EJECUTIVO-HISTORIA MABRAN S. A	6
Objetivos -Claves de éxito.....	7
ANALIZAR EL SECTOR	8
Impacto económico, social, ambiental, y político de cerveza artesanal.....	8-9
ODS.....	9-10
Teoría del valor compartido	10
IDENTIFICA LA OPORTUNIDAD.....	11-15
Análisis del sector general-pestel	15-27
Problema.....	27-28
Desarrollo árbol problemas	28-29
Identificación del problema-mapa	30
Árbol -solución-problema.....	31
IDEA DE NEGOCIO	32
Auto evaluación idea negocio.....	32
Estructura de la idea.....	33
Técnica sombrero problema	34-35
ESTRATEGIA Y INNOVACION.....	36
Idea de negocio.....	36
Competencia	36-39
Estrategia e innovación.....	39
Variable-descripción innovación empresa.....	40-41
ESTUDIA EL MERCADO	42
Contextualiza de la empresa.....	42-43
Análisis de la demanda	43
Competencia	44
Análisis de la competencia	44-47
SEGMENTA EL MERCADO	48
Ejercicio de buyer persona.....	48-49
Estudio de mercado	48-53
DISEÑA LA PROPUESTA DE VALOR	53-58
DISEÑO DE PRODUCTO	58-61
Diseño de concepto.....	62
Diseño de detalles.....	62-65

Cadena de distribución	66
Costo de producción	67-68
Validación y verificación.....	68-72
PROTOTIPO	73-75
Segmento de clientes	76
Problema.....	76
Proposición valor única	76
Solución	77
Canales.....	77
Flujo de ingresos.....	77
Estructura costo	78
Métricas clave.....	78
Ventaja Especial	78
Modelo Running	78
Valida tu idea de negocio	79
Encuesta – Análisis información	80-84
REFERENCIA.....	86-90

MABRAN S.A



estudiantes del programa Administración de Empresas declaramos que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifestamos que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, somos responsables directos legal, económico y administrativo sin afectar al director del trabajo, a la Universidad y a cuantas instituciones hayan colaborado en dicho trabajo, asumiendo las consecuencias derivadas de tales prácticas.

Anderson Arzavillada
C.C.=1000005969
Firma: Anderson A.

Bryan Alejandro
Pineda Avelar
C.C.:1023 957268
Firma: Bryan Pineda

Marlon Beal
Pina Nieto
C.C.=1000005969
Firma: Marlon Beal



RESUMEN EJECUTIVO

Se plantea un plan de negocio de la cerveza artesanal debido a que en la actualidad este producto está sobresaliendo en el país con gran variedad de empresas cerveceras que están creciendo día a día pero que se centran en algunos puntos que hacen que sea un producto poco asequible debido a sus costos elevados.

MABRAN es una empresa la cual va a terminar con estos paradigmas siendo una empresa innovadora, creativa que no solo va a velar por los intereses de los accionistas, sino que también nos enfocaremos en la población vulnerable sin discriminación alguna brindando nuevas oportunidades de empleo ayudando al país con su desarrollo económico, social, cultural.

Nuestra empresa emplea a su vez los objetivos de desarrollo sostenible, inicialmente con los envases de la cerveza realizando su proceso para que puedan ser reutilizados alargando su vida útil y provocar menos residuos y que no afecte el medio ambiente disminuyendo a su vez la contaminación, de esta forma si disminuimos los costos de producción nos da la oportunidad de brindar productos con menor costo.

Ofreciendo productos de menor costo y buena calidad se puede solucionar los problemas relacionados con la competencia, de igual forma se le va a ir dando solución a cada uno de los obstáculos que se presenten en el camino fortaleciendo cada vez más la empres

HISTORIA DE MABRAN

Somos un grupo de socios , que nos permitió reunirnos en los comienzos de la universidad estudiando administración de empresas ,llevamos 3 semestres en la universidad y hemos estado juntos desde entonces .Este grupo fue conformado para poder trabajar en proyectos que nos permitió llevar ideas de innovación a los docentes para un proceso empresarial, actualmente nos encontramos en un proyecto que nos permitió desarrollar una idea de negocio que estamos desarrollando para un propósito académico , pero como socios hemos ido más allá de lo académico y es poder trabajar en un proyecto duradero que nos permita elaborar un negocio profesionalmente que valla mas allá de las perspectivas de nuestra empresa .nuestra idea fue comenzar en los camino de la industria licorera artesanal ,la cual nos permitirá trabajar duro para meternos dentro de la competencia y mercado. Nuestro propósito como empresa es poder llevar este trabajo a lo máximo para poder ser identificados como empresa por los colombianos.

Objetivos línea de tiempo:

15 octubre 2020:

Identificar la solución previa de nuestro problema en nuestra empresa

25 octubre 2020:

Elaboración de la producción de la cerveza

1 noviembre 2020

Marketing que nos permita identificar la publicidad del producto y las maneras de hacer conocer nuestro producto en la ciudad de BOGOTA.

22 diciembre 2020

Mostrar nuestro producto en las diferentes partes que nos permita aprovechar las épocas navideñas para que las familias colombianas puedan ver la confianza de nuestro producto al momento de consumirla.

Claves para el éxito

Como empresa hemos adoptado la manera de poder trabajar en este proyecto que nos permita desarrollar la idea que se lleve a un modelo profesionalmente, que nos permita identificar la oportunidad para poder mandar nuestras ideas al mercado y poder crecer como empresa. pero para poder obtener todos esos resultados por el momento nos hemos enriquecido grandemente del conocimiento que nos brinda la universidad para poder estructurarnos y organizarnos como empresa para poder crecer y así poder elaborar un proyecto empresarial reconocido profesional y académicamente.

ANALIZA EL SECTOR

IMPACTO ECONOMICO, SOCIAL, AMBIENTAL Y POLITICO DE CERVEZA ARTESANAL

“La palabra ‘local’ no siempre es veraz, no aplica para mi zona”, dice, refiriéndose al impacto económico de las cervecerías artesanales. “Tengo que salir de mi barrio para conseguir cerveza artesanal”. (Koghberger, 2020)

Experiencias como estas son frecuentes en la sociedad ,no tienen un “donde comprar” ya que estos lugares donde podamos conseguir esta cerveza artesanal ,son en lugares especiales ;con esto La gente realmente no sabe que es una cerveza artesanal o lo ha escuchado ya puede ser por televisión , por blog o revistas .pero nunca la mayoría de las personas saben que es una cerveza artesanal ,hasta piensan que esa cerveza solo se consigue en otros países .PERO NO;¡NO ES ASI.

Queremos comprometernos de romper todos esos paradigmas que hay en la sociedad, nuestra empresa quiere unir familias, quiere ser parte de la felicidad que comparten tanto con amigos y familia queremos ser parte de esas reuniones ,de ese parche que se reúne para pasar momentos inolvidables. Nuestras satisfacciones como empresa es poder que las personas al querer y desear una cerveza artesanal la puedan conseguir fácilmente, como en tiendas, supermercados etc. Es nuestra visión que tenemos como empresa satisfacer las necesidades de la sociedad.

En el impacto económico nuestra empresa desea poder dar un aporte y un crecimiento tanto como nivel empresarial como social ,poder dar una decima a la economía ,dar ese aporte al producto interno bruto .poder crear fabricas y comercio que nos permita ejecutar el producto final como aceptado por la sociedad y economía.

Nuestro aporte al medio ambiente va de la mano con la ODS (objetivos de desarrollo sostenible) en esto vamos a poder desarrollar ideas de reciclaje.

Queremos poder ofrecer nuestro producto en empaques reutilizables de vidrio el reciclaje es el proceso mediante el cual se mejora la disposición final de productos utilizados para disminuir sus residuos, con el fin de aumentar su vida útil, mejorar el aprovechamiento de las materias primas o con el objetivo de darle un tratamiento que disminuya sus niveles de contaminación. Así podemos observar una oportunidad de aumentar la vida útil de nuestros envases, lo que se tradujo en una reducción de los

costos de producción con ello ayudamos a los aportes y objetivos de un consumo responsable. Así poder brindar un precio adecuado al mercado.

Entendemos la responsabilidad ante la sociedad, por lo que emprendemos comunicación constante con las personas, con el fin de ofrecer asesorías hacia la siembra de cultivos, asociados con su producción, comprometiéndonos a apoyarlos en el proceso de adaptación y en la compra de sus cosechas.

En nuestro desarrollo como empresa queremos no por el momento incluir al estado para no intervenir en el crecimiento de nuestra organización. (Riggen-Ramírez, 2020)

Objetivos de desarrollo sostenible, problema, reto, necesidad u oportunidad

Las empresas de cerveza están haciendo todo lo posible por la sostenibilidad y esto es muy bueno ya que como industria genera una huella ecológica y hay mucho trabajo para hacer en cada objetivo

Queremos que la cerveza artesanal en este caso sea un éxito en Colombia por ello estaremos comprometidos con la protección del medioambiente y con la prosperidad de las comunidades para que podamos elaborar cervezas que unan a los colombianos durante los próximos años por eso nuestra cerveza artesanal buscará ante todo:

Fin de la pobreza y para lograr este Objetivo de acabar con la pobreza, el crecimiento económico debe ser inclusivo, con el fin de crear empleos sostenibles que incluyan agricultura, empaque y distribución, fabricación y abastecimiento de equipos, restaurantes, servicio de alimentos, turismo.

Salud y bienestar Para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible es fundamental garantizar una vida saludable y promover el bienestar universal por eso estamos dispuestos a reducir el consumo de alcohol dañino mediante los Compromisos de los productores, programas de prevención de conducción bajo los efectos del alcohol, llegar a los menores de edad mediante interacciones personales, iniciativas de comercio responsable local

Energía asequible y no contaminante La energía es central para casi todos los grandes desafíos y oportunidades a los que hace frente el mundo actualmente por ello será vital reducir sustancialmente su uso de energía y agua

Energía renovable y acción climática nuestra energía eléctrica comprada provendrá de fuentes renovables y reduciremos nuestras emisiones de carbono a lo largo de la cadena de valor

Trabajo decente y crecimiento económico Debemos reflexionar sobre este progreso lento y desigual, y revisar nuestras políticas económicas y sociales destinadas a erradicar la pobreza nuestros agricultores estarán capacitados, conectados y empoderados financieramente.

Producción y consumo responsables el 100% de nuestros productos estarán en empaques retornables o hechos en su mayoría de material reciclado. (ODS, 2020)

Teoría del valor compartido

La teoría del valor compartido nos enfoca a seguir desarrollando e innovando cada uno de los procesos de producción, planteando una nueva idea de negocio que no tenga ningún tipo de afectación social ya que gran parte de las empresas solo se enfocan en conseguir ingresos y no solucionan los problemas sociales.

Si llegara a presentarse este tipo de problema u obstáculo nos ayuda a fortalecer para crecer como empresa ya que los problemas sociales se pueden ver como alternativa de negocio de esta manera las empresas no obtienen ganancias si poseen problemas con la sociedad.

otros de los problemas que se presentan en las empresas es que los productos son demasiado costosos y no toda la población tiene la oportunidad de adquirirlos, especialmente las poblaciones vulnerables.

una de las ventajas de nuestra empresa es que nuestros productos estarán disponibles y al alcance de las poblaciones vulnerables ya que manejaremos productos de muy buena calidad y con excelentes precios, lo que nos beneficia como empresa ya que en el mundo la cerveza artesanal no es tan conocida o no está al alcance de la población por los costos tan altos lo que hace que no sea tan común.

Por otra parte, también nos enfocaremos en la salubridad y el bienestar de los empleados para que se sientan seguros y a gusten el campo laboral de igual forma se brindara apoyo a todas aquellas personas vulnerables empleándolos en nuestra empresa y así aportar un grano de arena para el desarrollo de nuestro país . (Cáceres, 2020)

IDENTIFICA LA OPORTUNIDAD

El tamaño del mercado de la cerveza artesanal a nivel mundial en 2015 estaba valuado en \$85 mil millones de dólares¹², sin embargo, de acuerdo con un reporte de Grand View Research, Inc., se estima que, para antes de 2025, tendrá un valor de \$502.9 mil millones de dólares a una tasa de crecimiento anual de 19.9%, en gran medida por la creciente demanda de esta bebida, su gran variedad de estilos y sabores y la penetración en nuevos mercados.

Australia, Bélgica, Alemania, Estados Unidos y Nueva Zelanda son los principales países productores de esta bebida, entre todos ellos generan el 65% de la producción total tanto en términos de valor como de volumen.

Gracias a la demanda por consumir cerveza artesanal, el número de cerveceros en el mercado global está creciendo significativamente; debido a esto, los gobiernos de países como Australia, Nueva Zelanda, Bélgica, México, China y el Reino Unido comienzan a promover la producción de cerveza artesanal y la apertura de nuevas cervecerías gracias a la contribución al desarrollo económico y generación de empleo que éstas impulsan.

De acuerdo con información de Alltech¹³, existen más de 10 mil cervecerías artesanales en todo el mundo. De ellas, 86% se encuentra en los Estados Unidos y Europa, y como resultado, la demanda de granos como cebada, trigo, levadura, azúcar y lúpulo está aumentando sustancialmente. (calvillo, 2020)

Podemos analizar el sector económico a nivel mundial ,este nos abarca toda la industria licorera ,observamos como en diferentes países lidera la cerveza artesanal y como también se lidera la importación de insumos para la cerveza como: los granos de cebada, trigo, levadura, azúcar y lúpulo. Vemos como durante los últimos años a crecido grandemente esta industria de como ha liderado en muchos países. Eso nos da una gran satisfacción ,ya que esto fortalece la visión y misión de la empresa ,nos fortalece con el crecimiento día a día del emprendimiento que queremos fortalecer en el mercado.

Colombia tiene un gran impacto económico en esta industria ,ya que en los últimos tiempos a crecido un 30 % la cerveza artesanal ;aunque no podemos omitir que hay una competencia muy grande y buena ; En el país la industrial licorera esta lidera por la

cerveza tradicional: Poker, Águila, Corona, Pilsen, Club Colombia, Costeña y Redds y no sin faltar el Aguardiente como ingrediente principal.

En una encuesta que realizó una empresa llamada Deloitte, se formuló una pregunta por la bebida licorera que preferían y este fue el resultado: (calvillo, 2020)

¿Cuál es su bebida alcohólica preferida?



Principales razones

por las que se consume cerveza artesanal

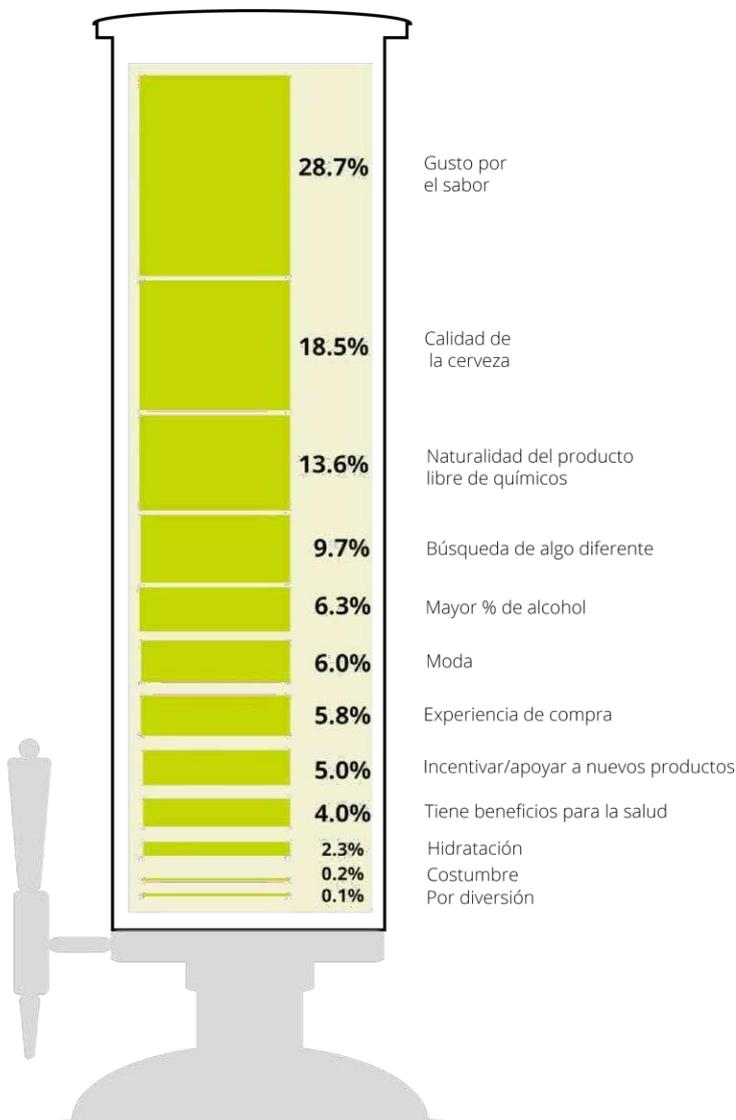


“No es una moda, es algo que apenas está comenzando. La cultura de consumo en el país está cambiando; existe mucha diversidad de cervezas ahora”

(andreu, 2020)

Los encuestados señalan el sabor (29%) como la principal razón para consumir este tipo de cervezas, factor que se encuentra directamente relacionado con la calidad (18.5%), búsqueda de algo diferente (14%)

y naturalidad del producto (10%), ya que, la cerveza artesanal obtiene un sabor único que la destaca frente a la industrial. No obstante, comienza a ser significativo el número de personas que considera que consumir cerveza artesanal se ha constituido en moda (6%). (calvillo, 2020)



Dicha bebida al ser un producto de consumo humano será objeto de requerimientos de tipo legal, para su producción, y entrada al mercado, pues lo que se busca con estas exigencias es proteger la salud pública, bien jurídico tutelado; protección que le compete a Colombia por ser un estado social de derecho, el cual realiza mediante el ente gubernamental INVIMA (Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos). El soporte jurídico de este control, se encuentra en el decreto 1686 del 2012 (Ministerio de Salud Y Protección Social, Decreto 1686 , 2012), Por el cual se establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que se deben cumplir para la fabricación, elaboración, hidratación, 11 envase, almacenamiento, distribución, transporte, comercialización, expendio, exportación e importación de bebidas alcohólicas destinadas para consumo humano, dicha normativa aumentó de manera drástica las exigencias legales previas para este tipo de productos, por lo tanto realiza una clasificación del tipo de bebidas alcohólicas existente (MUÑOZ, 2020)

Nos enfrentamos ante un tema complejo “el marco legal colombiano” ,a las normas de sanidad y seguridad que debe cumplir tanto la empresa como el producto .Un reto que tenemos como empresa para tratar temas legales y comerciales.

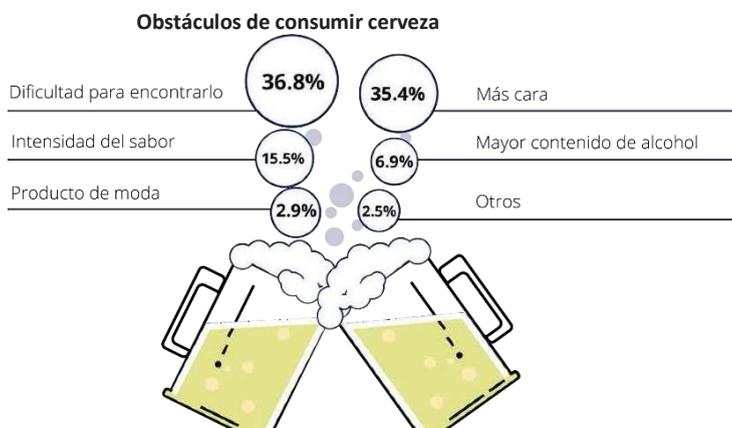
Tenemos como propósito contar con buenos proveedores para poder tener un buen impacto en la sociedad. Nuestras ideas son poder unirnos con empresas que puedan fortalecer los cuidados del medio ambiente y llevar de la mano los objetivos de desarrollo sostenibles (ODS). Como principio queremos asociarnos con empresas que entiendan las 3rs Reutilizar, Reparar y Reciclar. (ODS, 2020)

Como necesidad identificamos tener un gran impacto a la sociedad, en dar estrategias que nos permita acercarnos a ellos con: innovaciones, marketing etc.

Queremos trabajar para poder satisfacer las necesidades de la sociedad, daremos un impacto positivo en el mercado, trabajaremos arduamente en poder llevar la cerveza artesanal a la casa de los colombianos, en poder ofrecer los mejores productos y precios. En un futuro deseamos que las personas al querer compartir en familia, amigos o reuniones siempre piensen en disfrutar una fría y excelente cerveza artesanal. El problema que afecte a nuestra comunidad de la industria licorera de cerveza artesanal,

va de varios factores como: precios, inseguridad ,desconocimiento ,. Son unos de varios aspectos que afecta a la comunidad ,pues vemos que nuestro país tiene una gran tasa de contrabando de licores esto afecta grandemente a la empresa porque la gente no confía mucho en bebidas artesanales como la cerveza ,esto abarca un tema complejo ,la gente expresa que la cerveza artesanal es muy vulnerable de poder ser adulterada por su proceso de fabricación no tan compleja . Esto va de la mano con los precios ,podemos ver tanto a nivel nacional y global como la cerveza tiene un mayor costo que la cerveza industrial la cual trabajamos para poder conseguir proveedores para planificar una estrategia ,para reducir el precio del producto.

Otro factor que afecta a la comunidad es un consumo responsable ,ya que como se dijo la inseguridad que se vive últimamente en la industria licorera de cerveza es grande .muchas de las personas comercializan productos de bebidas alcohólicas sin una higiene legitimo legal de la ley colombiana y muchos de ellos comercializan bebidas adulteradas y al tener identificado la sociedad esos aspectos es muy difícil entrar con un producto casi no nombrado en la industria licorera, Pero trabajaremos en mejorar esas perspectivas. (OMS, 2020)



Uno de los retos más grandes que tenemos como empresa es en poder competir en los precios.

Contamos con una producción muy costosa en insumos, en ocasiones cuando el producto está agotado nacionalmente toca importar. Queremos poder contar con excelentes proveedores que nos permita influir en la sociedad y economía .

Análisis del sector general –PESTEL.

En el análisis PESTEL se pretenden mirar aquellos factores externos a la empresa que son importantes debido a que se refieren a los principios fundamentales de la empresa.

Factores normativos, políticos y legales

A continuación se estudiará la jurisprudencia y procesos de tipo normativos, políticos y legales que son los más relevantes al momento de la creación de una empresa que se dedica a la producción y comercialización de cerveza, en especial de tipo artesanal en la ciudad de Bogotá.

Normativo

Ministerio de Salud

Decreto 1686 del 2012 (Ministerio de Salud y Protección Social, 2012) Requisitos sanitarios que se deben cumplir para la fabricación de bebidas alcohólicas, también se debe cumplir con un profesional que tenga el título académico de químico puro, ingeniero químico, químico farmacéutico o ingeniero de alimentos. **Impacto:** Alto Este decreto ayuda a regular todos los establecimientos donde se realice cualquier uso de bebidas alcohólicas para consumo humano, genera confianza en el consumidor.

Invima

Decreto 3192 de 1932 (Invima, Ministerio de Salud, 1983) Deben obtener del Ministerio de Salud, un Registro Sanitario del producto conforme a lo establecido en el presente Decreto. **Impacto:** Alto El Invima exige un registro sanitario para la producción de la cerveza así se le da de manifiesto al consumidor que está ingiriendo un producto que cumple con las normas sanitarias.

Ministerio de la protección social

Parágrafo del Artículo 50 del Decreto 1686 de 2012//Etiqueta que indique que: “El exceso de alcohol es perjudicial para la salud. **Impacto:** Alto Cumpliendo con todo lo establecido que debe informar la etiqueta de la cerveza para que las personas estén informadas.

Político

El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo ha asumido importantes retos relacionados con la aplicación de la Ley 1014 de 2006 de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, la cual lo compromete como actor responsable de la política pública en la materia. El papel del Estado en el fomento del emprendimiento es:

Promover la alianza público-privada académica.

Facilitar condiciones para el emprendimiento. —

Desarrollar la dimensión local del emprendimiento

La Política de Emprendimiento en Colombia tiene cinco objetivos estratégicos que son:

- Facilitar la iniciación formal de la actividad empresarial.
- Promover el acceso a financiación para emprendedores y empresas de reciente creación.
- Promover la articulación interinstitucional para el fomento del emprendimiento en Colombia.
- Fomentar la industria de soporte “no financiero”, que provee acompañamiento a los emprendedores desde la conceptualización de una iniciativa empresarial hasta su puesta en marcha.
- Promover emprendimientos que incorporan ciencia, la tecnología y innovación

Política Nacional de Emprendimiento. A continuación, se presenta la política de

La política de emprendimiento en Colombia está soportada en tres pilares (objetivos

conceptualización de una iniciativa empresarial hasta su puesta en marcha y 2) promover emprendimientos que incorporan ciencia, la tecnología y la innovación.



6.1 Iniciación Formal de la Actividad Empresarial

De acuerdo con este pilar, la política nacional de emprendimiento debe fomentar el inicio de las actividades empresariales que cumplan las obligaciones establecidas por la normatividad. Las obligaciones para el inicio formal de la actividad empresarial son, principalmente, las siguientes:

- Registro de la actividad empresarial ante las Cámaras de Comercio.
- Inscripción en los registros de impuestos, tanto nacionales como distritales y municipales.
- Registro de la Empresa ante una Administradora de Riesgos Profesionales.

36

estratégicos) que son:

- Facilitar la iniciación formal de la actividad empresarial.
- Promover el acceso a financiación para emprendedores y empresas de reciente creación.
- Promover la articulación interinstitucional para el fomento del emprendimiento en Colombia.

Adicionalmente, la política tiene dos ejes transversales que son:

- Fomento de la industria de soporte “no financiero”, que provee acompañamiento a los emprendedores desde la conceptualización de una iniciativa empresarial hasta su puesta en marcha.
- Promover emprendimientos que incorporan ciencia, la tecnología y la innovación.

Tecnológico

Los equipos comúnmente empleados en la elaboración de cerveza de manera artesanal son:

Molino de malta: se emplean molinos para el desprendimiento de la película del grano de malta. Allí se tritura el cuerpo principal del almidón al grado necesario para someterlo a proceso. La malta es comprimida entre dos cilindros, evitándose en lo posible la destrucción de la cáscara, dado que esta servirá de lecho filtrante en la operación de filtración del mosto; a su vez, al interior del grano debe haber una harina lo más fina posible

Macerador: es un recipiente en el que el grano malteado se macera en agua caliente, con un preciso control de temperatura-tiempo. Permite lograr un líquido que contiene azúcares fermentables, llamado mosto. El grano de cebada molido (molido hasta cierto punto, no hecho harina), contiene azúcares, almidones y enzimas, entre otras cosas. Al macerar los almidones se convierten en azúcares, por acción de las enzimas naturales. Una buena maceración extrae la mayor cantidad posible de azúcares y aumenta la cantidad de cerveza final que producirá el grano

Hervidor: consiste generalmente en una marmita, donde se cuece la cebada, punto clave para regular la molienda del grano de cebada, dado que al existir un alto porcentaje de granos crudos es necesario moler grosamente.

Filtro prensa: equipo utilizado en caso de que en la molienda se obtenga un grano demasiado fino, pues en un filtro prensa el espesor de la capa filtrante de orujo o afrecho es mucho más delgado. Para la filtración también suele utilizarse cuba-filtro o de falso fondo, esto en el caso de que el mosto tenga partículas gruesas.

Intercambiador de calor o enfriador de mosto: es usado para enfriar el mosto en su recorrido hacia los tanques de fermentación y facilitar la acción del amoníaco como refrigerante. Existen distintos equipos y métodos para enfriar el mosto. Para elegir el

método de enfriado se debe tener en cuenta el volumen a enfriar y el tiempo que tardaría de pasar de 100°C o más, que tiene el mosto luego del whirlpool, a los 23°C, temperatura ideal de inoculación. Existe un enfriador por inmersión que consiste en un tubo de cobre de unos 10mm o 3/8" de diámetro y 6 m de largo, en forma de espiral cuyos extremos quedan hacia arriba. Su diámetro debe ser el justo para estar dentro de la marmita. Este enfriador, previamente limpio, se introduce 15 minutos antes de terminar la cocción en la olla, para que el mosto hirviendo lo termine de esterilizar. Luego de producido el whirlpool se conecta un extremo a la canilla de agua fría y el otro extremo a un desagüe, haciendo circular agua fría por el interior del enfriador, que hará de intercambiador de calor y logrará el descenso de la temperatura. Una vez logrado esto el mosto se pasa a los fermentadores de la forma más higiénica posible

Ventiladores: se utilizan en las instalaciones de recepción de malta, así como en la instalación de molienda para extraer polvo.

Bandas transportadoras: se emplean para transportar la malta y los adjuntos. Se realiza por medio de camiones hasta los elevadores y transportadores de canguilones hacia las tolvas de dosificación o canalones. Son bandas deslizadoras en pasantes de lámina de metal y bandas de protección contra el polvo

Transportadores oscilantes: constan de una zaranda o tamiz que por medio de un sistema vibratorio selecciona las partículas de acuerdo con el tamaño de la zaranda. La harina que pasa por ellas pasa directamente a una tolva

Horno de túnel (pasteurizador): a pesar de que las botellas de envase han sido previamente esterilizadas y todo su recorrido ha sido perfectamente controlado contra las infecciones, la cerveza debe ser pasteurizada, para garantizar su conservación durante largos periodos¹⁷

La pasteurización consiste en calentar la cerveza a 60°C durante un corto tiempo, con el objeto de eliminar residuos de levadura que pueden pasar en la filtración

Llenadora (envasadora): busca envasar la cerveza a nivel fijo dentro de las botellas en las mejores condiciones asépticas posibles, con la menor agitación para eliminar la pérdida de gas carbónico, evitar el aumento de temperatura y la inyección de aire.

Este es un proceso en serie, en el que las botellas se lavan con soda cáustica para prevenir la presencia de cualquier tipo de microorganismo. Una vez llena la botella, se pasa por sensores electrónicos que distinguen algún tipo de defecto. En el llenado, a la cerveza se le agrega gas carbónico y agua caliente para que haga espuma y no exista aire al momento de taptarla

Bombas dosificadoras: inyectan la levadura en la etapa de fermentación a los tanques.

Filtros: se encuentran, en primer lugar, los filtros lauther, que sirven para separar el mosto dulce de la masilla. Estos filtros tienen un falso fondo en el que cae el líquido y se va quedando la masilla (esta masilla se aprovecha como alimento de ganado). Este filtro consiste en panes de celulosa (masa filtrante), que eliminan al máximo las materias insolubles, como levadura o proteínas coaguladas que pueda contener la cerveza. Y, en segundo lugar, los filtros diatomeas de placas, que cierran el ciclo de clarificación de la cerveza, previo a la etapa del envasado. **Tanques de contrapresión:** son herméticos. En el momento del almacenamiento de la cerveza, una vez carbonatada, estos tanques poseen entradas de cerveza controladas por medio de presión, con el fin de evitar que exista desprendimiento de gas debido a la turbulencia en el seno de la cerveza

Tanques whirlpool: Se emplean para clarificar del mosto donde este se bombea y se hace pasar a alta velocidad a través de una tubería tangencial a la pared del tanque, que crea, a su vez, un flujo en el mosto que a medida que va perdiendo velocidad provoca la deposición de los sólidos en suspensión

Centrífugas: como paso previo a la clarificación de la cerveza, estas se utilizan para eliminar el 99,00 % de la levadura presente. Este sector hace cada vez mayor énfasis en la innovación, no solo para ofrecer productos diferenciados con mayor valor nutricional, sino para mejorar sus estrategias en logística y transporte, energía, empaques y procesos de producción. Los sectores se están moviendo hacia productos mejorados y hacia nuevos mercados, por ejemplo, el caso de la producción de etanol en la industria azucarera o de biodiesel en la cadena de palma y aceites. El avance tecnológico en materia de procesamiento de bebidas, empaqueo, control de calidad y gestión de los desechos es permanente. Hoy en día las redes de información facilitan la difusión internacional de la tecnología del procesamiento de

bebidas. Aunque muchas organizaciones internacionales y empresas acopian información sobre disponibilidad, costo y transferencia de tecnología, y la difunden, es importante asegurarse de que los trabajadores que la utilicen tengan la formación que les permita manipular adecuadamente las nuevas máquinas y procesos. La aplicación de nuevas tecnologías para la presentación y/o comercialización de bebidas fermentadas artesanales la lidera Bogotá Beer Company, la mayor productora de cerveza artesanal y considerada como la líder en comercialización. Esta compañía busca crear un “estilo” propio, tradicional en el producto, pero moderno en otros aspectos vinculados con la experiencia de la compra, como es el caso de la decoración de locales o la música que se escucha en ellos. Para el caso de compañías como Cervecería Colón y Duff, se pueden hacer pedidos a un correo electrónico y también a un conmutador. El producto es presentado principalmente en envases de lata y en botella¹⁸ SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA. Caracterización del sector de procesamiento de alimentos y bebidas de Colombia [en línea]. Bogotá: El SENA [citado 20 agosto, 2017]. Disponible en Internet: <URL: repositorio.sena.edu.co/bitstream/11404/2168/1/3136.pdf

Adicionalmente, se observa que los productores de cerveza artesanal están buscando aumentar su distribución por medio de la venta de barriles de 19 litros y 58 litros, y en cajas de 24 botellas, llegando con esto a particulares ocasionales y a locales que solo se encargan de distribuirla.

Pero actualmente existe un sistema de elaboración de cerveza artesanal en casa, con sólo oprimir un botón que se llama “LG Home Brew”; cápsula que contiene los ingredientes necesarios para elaborar una cerveza y todo se maneja desde una aplicación **Impacto Alto** Pierde la tradicionalidad de la preparación real de una cerveza artesanal; por otro lado, en ventas y comercio es una desventaja puesto que las personas no saldrán o gastarán en una cerveza artesanal sabiendo que la tiene en su propia casa

Crean el primer Pub móvil de cerveza artesanal en Colombia, es un vehículo que cuenta con toda la tecnología de punta para poder transportar y entregar cerveza artesanal presente en todos los eventos como el Oktoberfest **Impacto Alto** El no contar con un tipo de tecnología como ésta mediante una estrategia que llega

directamente al consumidor de forma innovadora, proporciona una desventaja frente a nuestros competidores.

La producción de cerveza artesanal es un proceso específico que requiere de ciertos ingredientes que no son fáciles de conseguir en el mercado. Pues, las principales materias primas de la cerveza son importadas ya que no se producen a gran medida en Colombia. Por lo tanto, nuestro país tiene el reto de producir estas materias primas para suplir la demanda del mercado

Actualmente, la cerveza artesanal representa el 0,35% de la cerveza que se consume en Colombia. Es decir, que de los 2.300 millones de litros de cerveza que se producen anualmente en el país, 8 millones de litros son de cerveza artesanal (El Tiempo, 2018). Por ende, la cerveza artesanal representa aún un porcentaje muy pequeño en el mercado. No obstante, es importante resaltar que la cerveza de tipo artesanal ha venido creciendo 30% por año y tiene presencia en más de 60 municipios del país.

De hecho, en las principales ciudades de Colombia se puede ver como diferentes cervezas artesanales han intentado posicionarse en el mercado. Por ejemplo, la cerveza artesanal Bruder producida en Boyacá es una cerveza de gran calidad que cuenta con diferentes sabores y se puede encontrar en los restaurantes de este departamento. Asimismo, en tiendas y restaurantes, los mismos trabajadores promocionan la cerveza artesanal de su región puesto que se sienten orgullosos de esta.

Por otro lado, el lúpulo es otro producto esencial para la producción de la cerveza artesanal. Este producto, se utiliza para darle el sabor amargo y el aroma a la cerveza, además es el producto que le da el espesor a la espuma y mantiene la cerveza fresca. El lúpulo se produce principalmente en lugares con estaciones, siendo España el mayor productor a nivel mundial. Sin embargo, con la alta tecnología se ha podido producir en zonas tropicales. Por ejemplo, la empresa Bavaria intentó sembrar lúpulo en Quindío, aunque la siembra de este producto no ha tenido mucho éxito en Colombia. Las materias primas como la cebada o el lúpulo han tenido problemas para la siembra adecuada en el país por la poca disponibilidad de tierra para expandirse y por la falta de avance tecnológico.

Colombia es un país en el cual se pueden encontrar diferentes climas y alturas para producir y sembrar diferentes productos. Es por esta razón que considero que la adquisición de la materia prima necesaria para producir cerveza artesanal se podría

producir en nuestro país. Esto haría posible que la industria de la cerveza artesanal siga creciendo ya que se podría producir a la velocidad que se está demandando este producto. Asimismo, con ayuda de alta tecnología como la maquinaria que separa las flores de las hojas y las ramas, se podría implementar un proceso de siembra de lúpulo, lo cual sería beneficioso tanto para las pequeñas productoras de cerveza artesanal, como para grandes productoras como Bavaria.

En conclusión, la producción de la materia prima de la cerveza es un reto al cual el país se debe enfrentar. Una posible alternativa para los productores de cerveza sería crear alianzas con los agricultores para que siembren la materia prima necesaria. De esta forma pequeños agricultores se pueden beneficiar al producir la cantidad de productos necesarios para las cervezas artesanales. Por otro lado, los productores podrían conseguir la materia prima nacionalmente y a mejor precio. Pues se debe producir la cantidad de cerveza que el mercado está demandando para que de esta forma sea posible permitir el crecimiento de esta industria y permitir que la cultura cervecera crezca en Colombia.

Social: Es un mercado muy pequeño, pero está en crecimiento a nivel mundial y es el único segmento del negocio que aumenta. Las ventas de cerveza tradicional decrecen un poco, y la gente las está tomando menos. Es algo normal, pero está tomando más calidad. BBC estima que el mercado de la cerveza artesanal en Colombia debe ser de unos 30.000 hectolitros al año y competimos en un segmento alto del mercado, con las importadas, que no necesariamente son artesanales, pero por su precio encajan en la mente del consumidor en el segmento en que se mueven las artesanales.

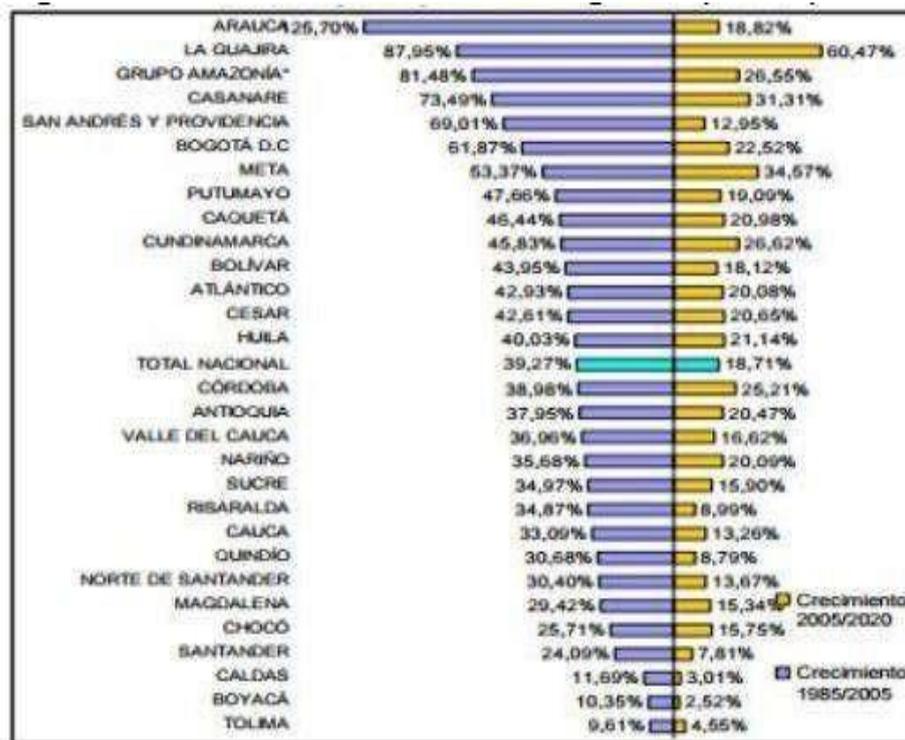
- ¿Por qué se consume menos cerveza en el país? A nivel mundial también, igual que otros productos.

Sin embargo, la gente quiere comer y tomar mejor, y por eso el segmento artesanal crece más.

- ¿Hay alguna causa por la cual se consume menos volumen de cerveza? Por salud y porque es más consciente del tema de manejar un vehículo; y eso es muy válido.

La gente cuando va tomar, en lugar de pedir dos cervezas tradicionales, prefiere una con más sabor y carácter.

- Población en Colombia. La población colombiana creció 39.27% entre 1985 y 2005, “pasando de 30.794.425 a 42.888.592 habitantes. En el año 2020 la población del país habrá alcanzado un total de 50.912.429. El crecimiento demográfico ha sido heterogéneo. Durante el período 1985- 2005 las mayores tasas de crecimiento ocurrieron en departamentos con un bajo o moderado desarrollo urbano, particularmente en la costa atlántica y el sur-oriente del país (región amazónica y Orinoco)”.



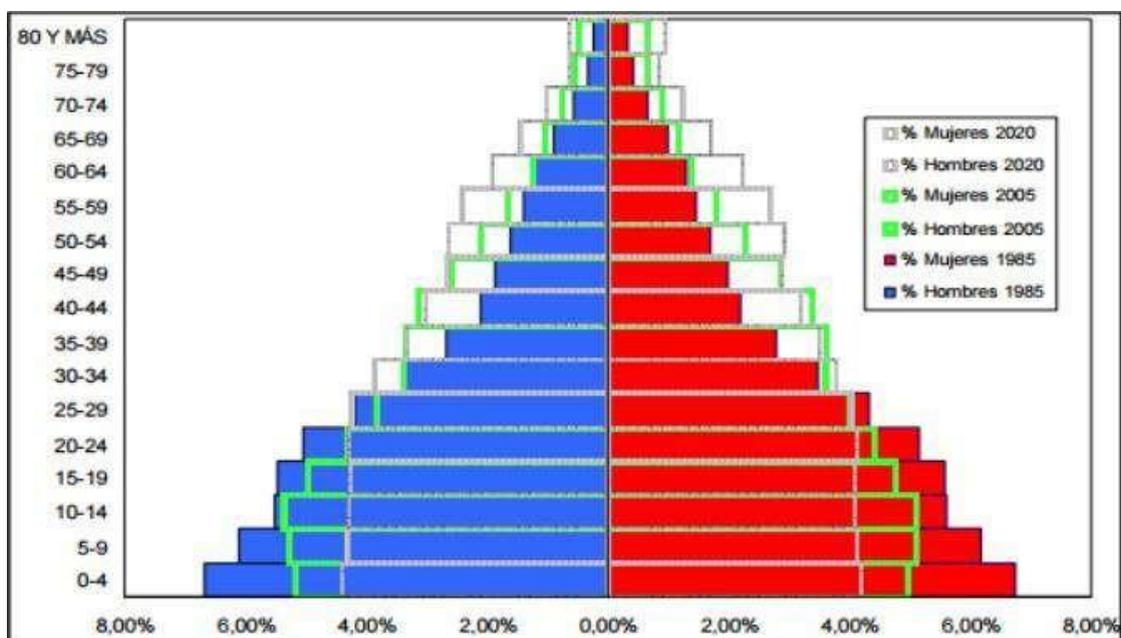
(véase la Figura. **Figura 3. Tasa de Crecimiento Demográfico por Departamento 1985-2020**

Fuente. COLOMBIA. MINISTERIO DE TRABAJO. Población y principales indicadores demográficos [en línea]. Bogotá: El Ministerio [citado 20 agosto, 2017]. Disponible en Internet:

“Durante las dos últimas décadas (período 1985-2005) la población menor de 15 años pasó de representar 38% a 31% dentro del total, mientras la proporción de adultos jóvenes (15-29 años) transitó de 29.8% a 26.3%. De manera contraria, la población entre 30 y 64 años aumentó del 29.2% a 36.4%, y la mayor de 65 años pasó del 4.5% a 6.3%.

Estas tendencias continuarán profundizándose en el futuro, haciendo más ancha la pirámide poblacional para las edades adultas” 14 (véase la Figura 4).

Figura 4. Pirámide Poblacional Según Sexo y Grupo de Edad 1985-2020



Fuente. COLOMBIA. MINISTERIO DE TRABAJO. Población y principales indicadores demográficos [en línea]. Bogotá: El Ministerio [citado 20 agosto, 2017]. Disponible en Internet:

- Desempleo. En enero de 2017 se mantiene la estacionalidad de la tasa de desempleo característica de los meses de enero.

En el trimestre móvil noviembre 2016 – enero 2017 la tasa de desempleo se ubicó en 9,3 % y se completaron 4 periodos consecutivos con tasa de un dígito. En el trimestre noviembre 2015 – enero de 2016 fue 9,2 %. Para los centros poblados y zonas rurales dispersas en el trimestre móvil noviembre de 2016 – enero de 2017 la tasa de desempleo se ubicó en 5,3 %. En el trimestre móvil noviembre de 2015 – enero de 2016 se registró el mismo resultado. Se mantiene estable y es una de las más bajas de los últimos años (véase el Cuadro 3).

Cuadro 3. Tasa de Desempleo

Población Total 13 ciudades y áreas metropolitanas	Enero		Variación	
	2016	2017	Absoluta	%
Ocupados	10.251	10.395	144	1,4
Desocupados	1.679	1.611	-67	-4,0
Inactivos	5.618	5.795	177	3,2
Subempleados Subjetivos	3.123	2.769	-354	-11,3
Subempleados Objetivos	1.269	1.002	-267	-21,1

Fuente. DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA DANE. Gran encuesta integrada de hogares -GEIH- mercado laboral [en línea]. Bogotá: El DANE [citado 14 agosto, 2017]. Disponible en Internet:

BOGOTA

Superficie: 1,775 km²

Alcalde: [Claudia López Hernández](#)

Población: 7.413 millones (2018)

Tiempo: 10 °C, viento del N a 5 km/h, humedad del 84 %

Legal. En Colombia existen normas que rigen el mercado y la producción de bebidas alcohólicas, una de estas normas es el decreto 1686 de 2012 del ministerio de salud, El decreto establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que se deben cumplir para la fabricación, elaboración, hidratación, envase, almacenamiento, distribución, transporte, comercialización, expendio, exportación e importación de bebidas alcohólicas destinadas para consumo humano.

Que, para garantizar la calidad de las bebidas alcohólicas, los establecimientos donde se fabriquen, elaboren, hidraten y envasen, deben certificarse en Buenas Prácticas de Manufactura – BPM.

por lo que se hace necesario a través del presente reglamento técnico establecer los requisitos y procedimientos para la certificación de Buenas Prácticas de Manufactura - BPM.

En el Artículo 11 del decreto 1686 de 2012 se establece que las prácticas permitidas en la elaboración de la cerveza son las siguientes prácticas:

- El agua utilizada debe ser química y bacteriológicamente potable.

- Los granos y lúpulos deben estar exentos de moho, insectos, larvas y de sustancias químicas nocivas a la salud, provenientes de la fumigación (residuos de plaguicidas).
- las levaduras deben ser de cultivos puros exentos de contaminaciones patógenas
- El mosto clarificado obtenido después de las operaciones de maceración se debe someter a ebullición vigorosa durante el tiempo que sea necesario, después de lo cual, se procede a su enfriamiento hasta la temperatura inicial de fermentación.
- La coloración se puede obtener mediante el uso de colorantes provenientes de la caramelización de azúcares.
- Se pueden emplear agentes antioxidantes de uso permitido en alimentos por el Ministerio de Salud y Protección Social, tales como, ácido ascórbico y sus sales.

En el Artículo 12 del decreto 1686 de 2012 se describen las Prácticas no permitidas en la elaboración de la cerveza. En la elaboración de cerveza no se permitirán las siguientes prácticas:

- ” La adición de alcoholes, agentes edulcorantes artificiales, sustitutos del lúpulo u otros principios amargos, saponinas, materias colorantes diferentes al caramelo de azúcar, sustancias conservantes, cualquier ingrediente que sea nocivo para la salud, adición de bromato de potasio sólo o en sus mezclas.
- Uso de materiales filtrantes como asbesto u otros materiales prohibidos en la industria de alimentos y bebidas alcohólicas”.

La Política de Emprendimiento se rige bajo la siguiente normatividad:

Leyes:

- Ley 124 de 1994 prohíbe el expendio bebidas embriagantes a menores de 18 años
- Ley 344 de 1996. Por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, se conceden unas facultades extraordinarias y se expiden otras disposiciones
- Para prevenir la turbiedad por frío, se pueden emplear enzimas proteo líticas, tales como, papaína, pepsina y otras enzimas de uso permitido.
- Ley 590 de 2000. Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa.
- Ley 789 de 2002. Artículo 40. Créase el Fondo Emprender.

- Ley 1014 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento.
- Decreto 1192 de 2009. Por el cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el documento a la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones.
- Decreto 525 de 2009. Por el cual se reglamenta el artículo 43 de la Ley 590 de 2000 y demás normas concordantes.

Criterio	Problema 1: Precios altos de la cerveza artesanal.	Problema 2 Escases de ingredientes	Problema 3 Poco conocimiento de las normas
Conocimiento o experiencia	3	3	2
Asesoramiento de un experto (si se requiere, ¿lo tenemos)	2	1	1
Alcance (técnico ¿tenemos las herramientas? ¿podemos desplazarnos para evaluar el problema? ¿tenemos acceso a información /datos/cifras, ¿ puedo darle alguna solución?)	2	4	4
Tiempo(posible solución)	4	4	4
Costos(posible solución)	2	2	1
Impacto ¿es trascendental? ¿representa un desafío para ustedes?		4	2
¿Qué tanto les llama la atención el desarrollo del problema?	5	5	5
TOTAL	18	23	19

Estudio sobre principal problema en la industria licorera: CERVEZA ARTESANAL (ANÁLISIS UNIVERSIDAD DE SANTANDER)

Uno de los principales problemas que enfrenta una persona que quiere aventurar en este negocio es la consecución de materias primas. En Colombia casi no se produce cebada, apenas en 2017 se sembraron 2.800 hectáreas y en 2018 se espera llegar a 4.000 y en 2020 espera llegar a 9.0001 . Hasta el 2017 se pudo implementar una semilla en Boyacá gracias a un proyecto patrocinado por Bavaria. Además, el lúpulo es propio de países con estaciones y los intentos de implantarlo en clima tropical no han dado resultados satisfactorios. De esta manera, la producción cervecera queda obligada a importar las materias primas de países como Alemania, Argentina, Chile o Estados Unidos, lo que hace que la producción dependa demasiado del valor de la moneda nacional frente al dólar o al euro (BONCES, 2020)

¿Quiénes son los involucrados?

Los involucrados como primer factor somos nosotros los emprendedores que queremos comenzar con este proyecto ,pues haciendo un análisis sobre esta industria licorera ,nos enfrentamos a grandes competiciones tanto en calidad como en precios.pues nos vemos afectados ya que la materia prima que procesamos para el producto final ,tiene que ser importada .Al no tener posibilidades agrícolas en Colombia al tener que ser importada la materia prima ,nuestro precios a la sociedad van a ser costosas y va ser muy afectado tambien el consumidor al no poder comprar un producto costoso sabiendo que hay más productos licoreros a mejores precios .

¿Cuáles son las condiciones negativas percibidas por los involucrados?

las condiciones que percibimos son muchas pues ya sabemos que tenemos dos grupos afectados que son : tanto nosotros como empresarios al tener que importar la materia prima cómo también el consumidor final que no paga por una cerveza artesanal tan costosa.

otro factor también es la inseguridad que se percibe por medio de los consumidores al ser un producto "nuevo en el mercado" pues Colombia tiene un alto número de contrabando de licor adulterado. Al tener esta amenaza en nuestra empresa como referencia en nuestra industria es un poco complejo la situación de la industria artesanal del licor.

Defina el problema central, bajo la condición de que sea una situación actual y su redacción es en negativo

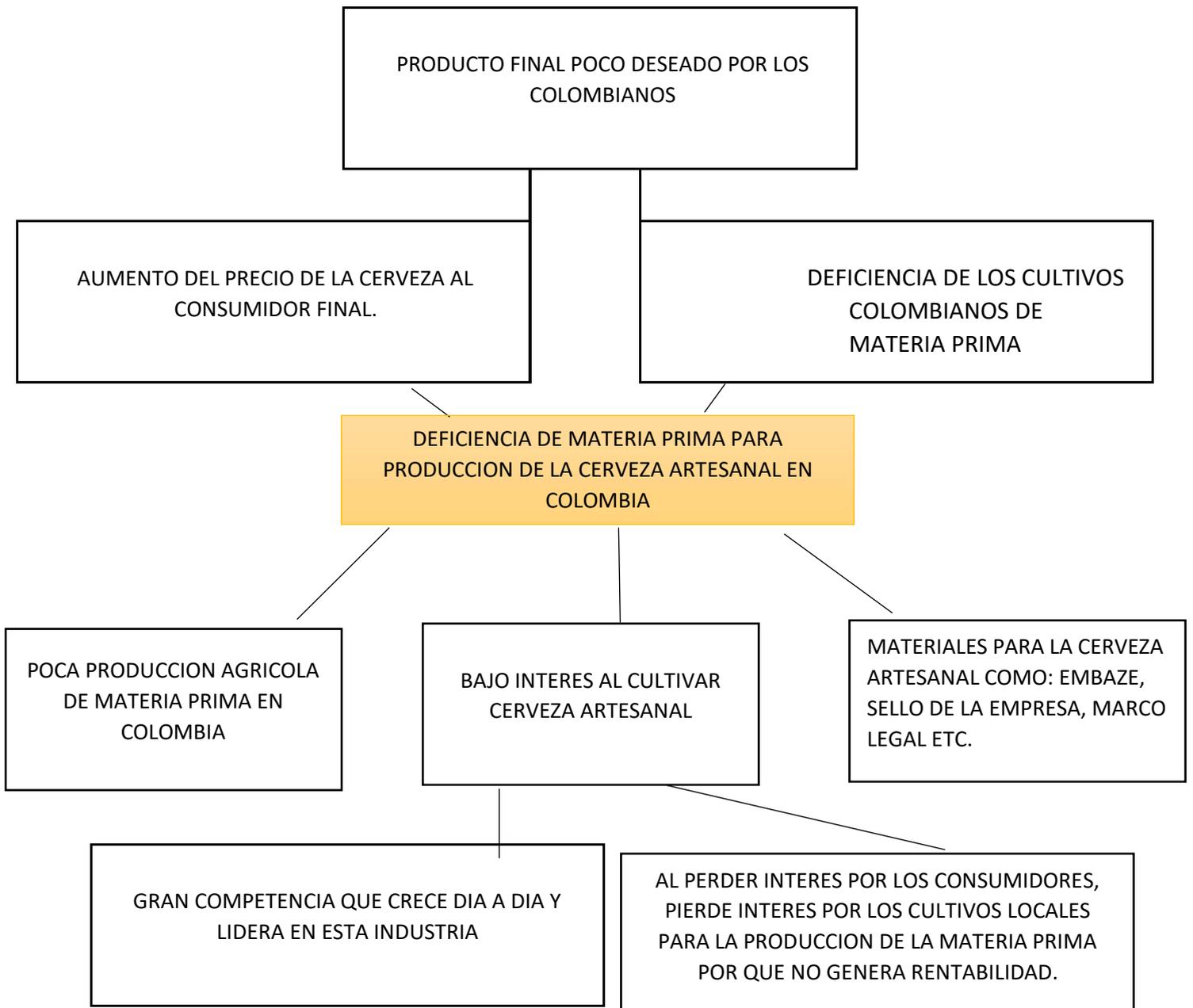
En Colombia no ha sido muy favorable la cosecha de materia prima de cerveza artesanal, ya que en los últimos años ha tenido una gran tasa baja de cultivo. Por otra parte los otros ingredientes al necesitar para nuestro producto final ,tienen que ser importados ya que esos productos tienen que tener un importante cuidado ambiental(estaciones climáticas)y al no tener un clima favorable en nuestro país ,no es muy posible tener aquellos ingredientes. Es muy complejo poder conseguir Materia prima para nuestro producto final.

Defina de manera apropiada las relaciones de causalidad-efecto de los problemas. Deben ser actuales e igualmente se redactan en negativo.

como ya lo hablaba ,la poca producción agrícola que se maneja en nuestro país Colombiano hace deficiente nuestro producto, obstante a ello es complejo poder generar precios a nuestros cliente que no van a pagar por un producto costoso.por la razón de tener que importar productos costos y dar un precio final que va ser elevado al consumidor.En otra causa donde se desglosa nuestro problema central es el poco interés al crear cerveza artesanal. Este es una causa principal, por qué al no ver personas con el interés de poder consumir nuestro producto, no va ver interés al cultivar la materia prima, porque saben que no genera gran beneficio y gran valor monetario .bajo esto va de la mano también la gran competencia que lidera está industria ,al ser lidera por un 96% de consumidores de esta industria licorera en Colombia que lo comanda Bavaria.

Otro efecto es la materia física que necesitamos para poder generar atracción y seguridad al cliente, como: embazado, sello de la empresa ,marco legal ...etc. un marketing necesitaremos para poder generar clientes y calidad a nuestro producto final .

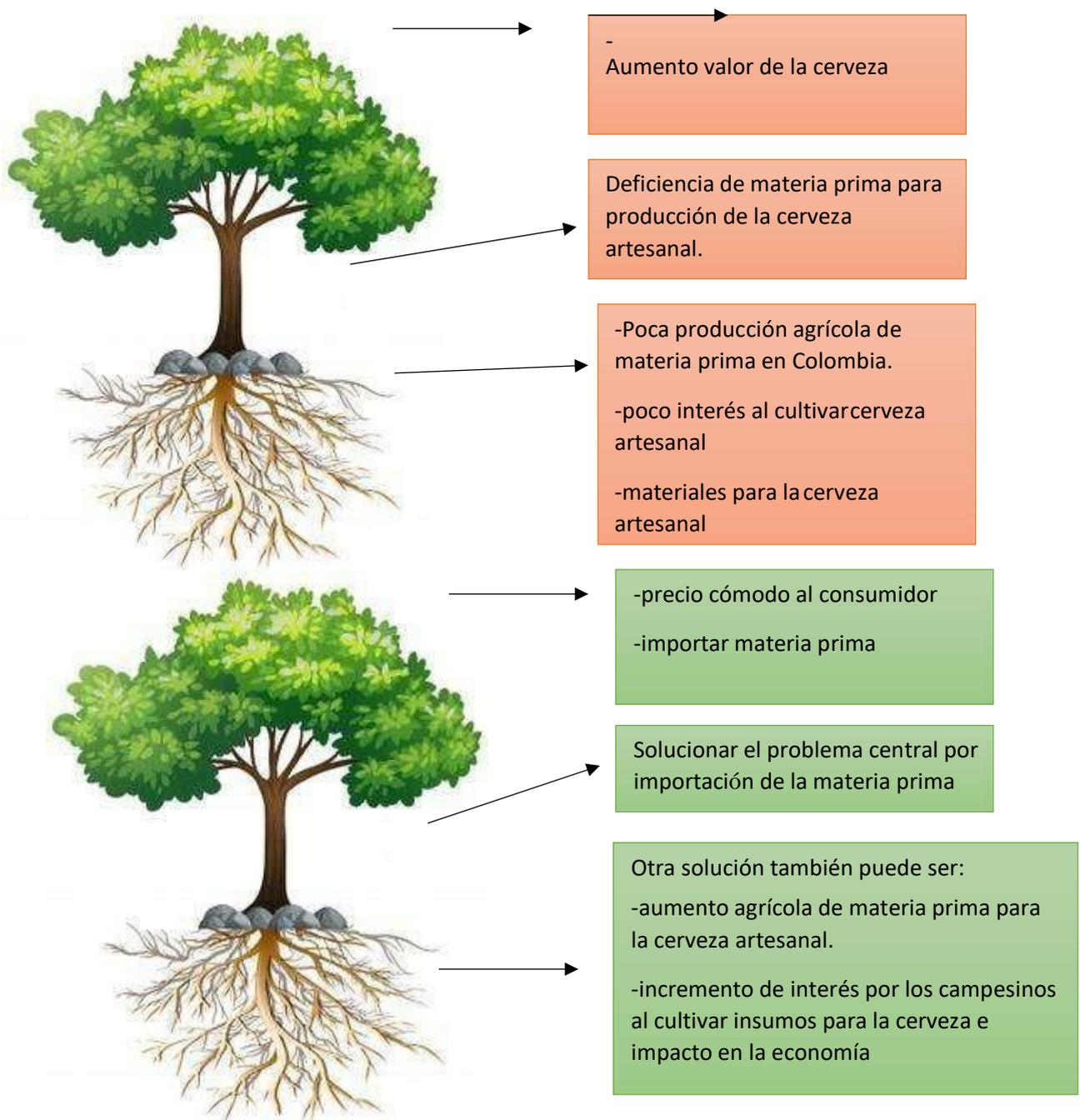
Árbol de Problemas



¿Como lograr que nuestros cultivos colombianos produzcan materia prima y lograr un bajo costo de la producción y poder dar un precio asequible al consumidor?

¿Como poder implementar tecnología agrícolas que nos permita desarrollar el correcto funcionamiento de cultivo de materias primas con cuidado ambiental de cambios estacionarios (,invierno ,verano, otoño, primavera).?

¿Como poder identificar el comportamiento de las personas al solicitar una cerveza en cualquier escenario que estén y así poder implementar el interés de una manera de marketing y dar a ofrecer nuestros productos?



CREA UNA IDEA DE NEGOCIO

INTERÉS / DISPOSICIÓN AFIRMACIONES	ESCALA DE VALORACIÓN				
	(F)				(V)
- La Idea de Negocio que tengo se ajusta a lo que yo siempre he querido hacer.	1	2	3	4	X
- No me incomodaría decir a otros que me dedico a esta actividad.	1	2	3	4	X
- Estoy dispuesto a dedicar el tiempo que sea necesario para desarrollar el negocio.	1	2	3	4	X
- Considero que en seis (6) meses puedo tener el negocio funcionando.	1	X	3	4	5
N° TOTAL DE AFIRMACIONES VALORADAS EN:					

Elaborado por: Jonathan Moreno R. / Coordinador del Servicio de Atención al Emprendedor

	A		B	=	C
Total de afirmaciones valoradas en 1:		x	1	=	
Total de afirmaciones valoradas en 2:	1	x	2	=	2
Total de afirmaciones valoradas en 3:		x	3	=	
Total de afirmaciones valoradas en 4:		x	4	=	
Total de afirmaciones valoradas en 5:	3	x	5	=	15

PUNTAJE TOTAL 17

Interpretación del Puntaje Total

De 20 a 15 pts. = Tiene UD. una idea de negocio que le interesa realmente. Continúe analizándola.

De 15 a 10 pts. = Aparentemente esta idea de negocio no resulta apropiada para UD. Sin embargo, evalúe sus atributos para una mejor decisión al respecto.

Menos de 10 pts. = Para usted, en estos momentos, no vale la pena esta idea. No hay disposición para desarrollarla.

Estructura de la idea

¿Cuál es el producto o servicio?	
¿Quién es el cliente potencial?	personas desde los 18 años en adelante, negocios como licorerías, billares, bares, restaurantes y supermercados.
¿Cuál es la necesidad?	la cerveza artesanal es un gusto adquirido que satisface la necesidad de una experiencia vivencial, social y cultural de personas que desean probar un sabor diferente de cerveza
¿Cómo funciona el producto o servicio?	una personalización de una cerveza que genera una diferenciación importante, lograr que el cliente quede satisfecho con el producto, la recomendación "boca a boca" y su red de contactos harán el resto.
¿Por qué lo preferirían?	la cerveza industrial pierde calidad a costa de producir altas cantidades y tener un buen precio de competitividad, contrario a la cerveza artesanal que sigue una receta clásica y cuidadosa, garantizando mucha más calidad ya que se presta para el uso de nuevos procedimientos, técnicas e ingredientes creando así mejores sabores.

18 años

como podemos...



para que





**HECHOS
Y DATOS**

Actualmente en Colombia la cerveza artesanal ha sido una de las bebidas más destacadas y consumidas por la población despertando un gran interés por los consumidores, convirtiéndose en una de las más populares del país y dando lugar a pequeños emprendedores ya poder acreditar gran cantidad de empresas y emporios cerveceros en el país.



**SENTIMIENTOS,
INTUICIÓN**

Dado los problemas que se presentan en Colombia al momento de elaborar este producto por la escasez de parte de su materia prima, en el país la producción de cebada es muy escasa y el lupulo es propio de países con estaciones y nuestra empresa quedará obligada a exportar las materias primas lo que puede causar inconvenientes a corto o largo plazo.



**PELIGROS,
DIFICULTADES
Y RIESGOS**

Puede ser que no se pueda contar con la productividad necesaria para suplir las necesidades de la población y no se puedan adaptar los precios al nivel de la competencia debido a los costos de la materia prima, en este caso la competencia tomará mucha más fuerza dejándonos en una posición bastante débil.



Lo propuesto por nuestro equipo de trabajo es de gran viabilidad ya que es un producto de gran consumo por la población y vamos a adquirir grandes beneficios y reconocimiento, de igual manera se presentaran inconvenientes con el tema de la exportación de la materia prima, pero ya tenemos trasado el objetivo y le daremos la mejor solución a estos inconvenientes, esto ayudara a fortalecer la empresa.

Nuestra productividad va a ser una de las mejores del país y enfocados en que va a ser la mejor ofreciendo gran servicio y calidad del producto, ligado a esto grandes promociones y precios absequibles a toda la población sin discriminación alguna.



Nuestra empresa se caracterizara por ser creativa, innovadora siempre diferenciando de las demás empresas buscando nuevas estrategias e ideas de negocio que sobresalgan de lo común, puesto que estos lugares se dejan de frecuentar debido a que no se presentan ningún tipo de cambios, este cambio lo realizaremos llevando a la población más allá de lo que se vive y se ve actualmente en el país.



Como grupo de trabajo estaremos compartiendo pensamientos e ideas retroalimentando las cosas positivas y negativas que se están presentando en la empresa para ir mejorando cada día y que no decaigamos dándole solución a los inconvenientes que se estén presentando, creando así nuevas ideas y que a estos problemas se les de una pronta solución.

ESTRATEGIAS E INNOVACION-INNOVACION

1. : Como primer lugar una estrategia fundamental es poder plantar una estrategia de marketing digital que nos permita ser reconocidos como empresa y las personas puedan consumir nuestros productos y puedan reconocer nuestra gran variedad de productos que tenemos para ofrecerles.
2. Vamos a analizar los productos referentes a las cervezas artesanales. Como primer lugar analizaremos los diferentes productos en el mercado de cervezas, en la cual determinemos los productos mas vendidos y los productos mas agradables a las personas. Así podremos desarrollar una idea que nos permita meternos en la competencia , haciendo llegar el cliente a nuestros productos mejorando las cerveza tradicionales a unas cervezas innovadoras y diferentes .Una estrategia para desarrollar seria hacer un benchmarking (nos permitirá poder observar las actividades de las demás empresas industrializadoras de cerveza artesanal y mejorar sus procesos ,como agregando un proceso que nos permita sentir una sensación agradable al ser consumida y no ser típica como las demás)ejemplo : ejecutar una duración mayor a la normal de su proceso para poder mejorar su sabor o amargues ,dependiendo y identificando que proceso se ejecute adecuadamente para un mejor producto.
3. Un estudio demostró que las personas que toman cerveza artesanal moderadamente son propensas a ciertas enfermedades y mejora la salud , con esa información podemos incentivar a las personas a consumir nuestro producto de una forma que satisfaga sus gustos y a la vez haciendo caer en cuenta como esta cerveza artesanal mejora su salud.
4. trabajaremos para poder que la tecnología haga parte como actor principal en nuestra empresa, para que todas las anteriores estrategias puedan ser ejecutadas correctamente. Utilizaremos canales como redes sociales, propagandas .etc diferentes maneras que nos permita llegar a las casas de los colombianos. Recorreremos la ciudad para que en cada barrio ,localidad, casas y cuadras pueda ser reconocida nuestra marca ,tenemos una estrategia y es poder recaudar capital necesario para poder llevar una muestra a las personas para que se familiaricen con el producto y puedan conocer su calidad y buen producto. (becmarkin, 2020)

Competencia

En mayo de 2015, AB Inbev, la cervecera más grande del mundo, compró la pequeña cervecería colombiana Bogotá Beer Company (BBC), negocio que selló a través de la brasileña AmBev.

Con esta adquisición, el gigante cervecero obtuvo su boleto de entrada al mercado nacional, liderado históricamente por Bavaria, empresa de quien fue, hasta el pasado miércoles, su más grande rival: SABMiller (Lea: Aprobada fusión de SABMiller y AB InBev).

Sin embargo, la compra de BBC fue vista, en un inicio, como un negocio arriesgado e irrelevante, ya que no le traería los enormes beneficios que AB Inbev habría calculado. Esto teniendo en cuenta la gran diferencia que arrojan sus cifras, en comparación con su competidor (BBC expande su negocio cervecero en Colombia).

Y es que mientras Bavaria se lleva casi el 80 por ciento de los clientes que consumen cerveza en Colombia, BBC produce apenas el 0,3 por ciento del total que se vende en el mercado. Además, la marca insiste en ser artesanal, aunque cuenta con una moderna planta ubicada en Tocancipá.

La pequeña cervecera le sigue apostando a ingredientes naturales y a ser distribuida especialmente en pubs' de estilo europeo, esquema original de la marca que vio la luz en 1997, gracias a Berny Silberwasser, hoy gerente de la compañía y uno de sus principales socios.

BBC sigue firme en su idea original, tanto así que en la frase de su logo se enorgullece de ser pequeña, hecho que, según ellos, marca la gran diferencia con sus competidores.

Por tanto vemos una competencia fuerte que tenemos en la industria artesanal, la cual vamos a tener que trabajar arduamente para poder entrar en el mercado y ser parte de esta competencia grande como lo es BBC, una empresa que lidera en Colombia y es conocida por los colombianos al momento de consumir una cerveza artesanal. buscaremos factores que nos permita identificar soluciones a los problemas que poseemos en nuestra empresa para empezar en esta industria. (portafolio, 2020)

Guecha

güecha, una cerveza fabricada en Samacá, Boyacá, fue el sueño que Armando Castellanos hizo realidad con un millón de pesos y un millón de ideas.

Pensar en producir cerveza en Colombia puede lucir arriesgado en un mercado en el que el 97 por ciento del consumo lo vende una sola empresa, Bavaria.

Aún así, Castellanos no es el único que se embarca en ese tipo de empeños. En el país funcionan 151 cervecerías artesanales (de un total de 195 microcervecerías), que lucen como emprendimientos de quijotes que buscan ofrecer ciertas diferencias en el mercado que domina la histórica cervecería nacional, ahora propiedad del conglomerado AB

Inbev de Bélgica y Brasil.

Pero tras la apuesta de los pequeños productores está la oportunidad que representa un consumo que puede considerarse aún bajo, frente a otros países. Según la firma Euromonitor, el consumo ‘per capita’ anual de cerveza en Colombia es de unos 44 litros frente a los 200 que se registran en República Checa.

El actual subsector de pequeñas cervecerías tiene un hito importante con la fundación de Cerveza de la Casa, en Guarne, Antioquia, en 1992. Ese hecho marca el inicio de un auge que no se detiene, pues desde entonces a hoy se han creado 242 de estas y están en operación 195.

SIN MATERIAS PRIMAS

Uno de los cuellos de botella para varias cervecerías artesanales es la consecución de materias primas como la cebada. Otros componentes, como malta, levadura y lúpulo, se importan, aunque podrían producirse en Colombia.

En cuanto a la cebada, el cultivo es ya casi exótico en Colombia, pues el área sembrada con el cereal cayó de las más de 50.000 hectáreas hace 25 años a 4.725 en el 2017, mientras las importaciones superan las 127.000 toneladas anuales.

Vale la pena señalar que este cereal pasa por un proceso de germinación, tueste y molienda (malteado) para ser ingrediente en la fabricación de cerveza.

Pese a la descripción sencilla, esto demanda que se constituya en Colombia una industria maltera que supla las necesidades de los cerveceros artesanales.

Por ahora se importan maltas de países como Alemania, Bélgica, Chile y Estados Unidos, lo que incrementa los costos de producción y, además, las mantiene con la incertidumbre que provoca las fluctuaciones del peso frente al dólar y el euro.

Pero la cebada no es el único cereal que se emplea. También se utiliza trigo en una proporción hasta del 50 por ciento, así como avena (utilizada para fabricar cervezas negras), mientras que se está experimentando con otros cereales como la quinua.

El lúpulo, por su parte, si bien es un cultivo de los países con estaciones, la propia biotecnología agrícola podrá encargarse de ‘tropicalizarlo’; de todos modos, se han hecho intentos de sembrar en Colombia, sin mayor éxito. (portafolio, 2020)

como gran problema de nuestra empresa es la falta de materia prima ,pues podemos ver como en Colombia la falta de insumos es insuficiente para nuestro producto final. La opción que las empresas aptan por tomar es la de importar ,pues este modelo nos permite poder seguir con el proceso de la cerveza pero los costo son de muy alto costo ,pero seguiremos en poder identificar ese problema como una solución y un objetivo primordial en nuestra organización.

Pero como solución de la materia prima vamos a identificar las actividades de producción de las demás empresas cerveceras y es poder conocer sitios que vendan su ingredientes para elaborar la cerveza y por ultimo poder hacer su proceso de producción para con eso con un objetivo a largo plazo como empresa es poder solucionar el problema de la materia prima y es poder ir a nuestras tierras colombianas y poder hacer el proceso de cultivo para poder tener nuestros mismos insumos.

Estrategia Innovación

*Inicialmente la empresa BRAMAN propone fabricar una cerveza artesanal con un sabor único e inigualable en calidad y asequibilidad identificando cada una de las falencias de la competencia implementando cada una de las estrategias esto hace que BRAMAN sea una empresa más completa.

*Se realiza un estudio de mercados para identificar cuáles son los productos que están primando por el momento en el mercado así a la hora de sacar nuestro producto va a estar implementado con cada uno de los inconvenientes que se identifiquen en este estudio.

*En estudios realizados se puede evidenciar que la cerveza artesanal no ocasiona daños en la salud de las personas, sino que por el contrario se pueden ver las mejoras que han tenido las personas, teniendo en cuenta esto se puede incentivar a la población a consumir nuestro producto sin ningún tipo de restricciones.

*Para nadie es un secreto que la tecnología en el mundo ha ido avanzando de gran forma ayudando a la población a implementar cada una de sus ideas, para nosotros es de gran importancia la tecnología ya que por este medio nos vamos a dar a conocer utilizando cada uno de los canales que se nos permiten utilizar como lo son las redes sociales llevando a conocer nuestro producto a todo el mundo.

*Como en toda empresa se busca diferenciarse de la competencia pensamos que crear un nuevo sabor va a ser una de las fortalezas de MABRAN ya que la población siempre

buscará productos nuevos e innovadores lo que nos dará puntos a favor para ser una de las mejores empresas cerveceras.

De igual manera todas las estrategias se verán reflejadas y ejecutadas, pues cada

VARIABLE	DESCRIPCION DE LA INNOVACION
Cerveza artesanal Mabran	La cerveza será distinta no solo en su sabor, su aroma y color será una nueva experiencia, además su presentación será revolucionaria con etiquetas llenas de vida que buscaran atraer a las personas a tal punto que querran incluso guardar la botella por su distintiva presentación.
Mercadeo	Se busca comercializar el producto en anquetas sofisticadas, restaurantes, ferias, fiestas, carnavales tanto en ciudades, pueblos y municipios donde tengan gran atracción por bebidas como la cerveza
Proceso	La cerveza se caracterizara por tener un minucioso énfasis en el paso a paso bien sea agregando, mezclando o incluso quitando ingredientes u procesos, con el fin de elaborar una cerveza nunca antes conocida que impresionara a cualquiera que la pruebe.

una de ellas hace parte de MABRAN

ESTUDIA EL MERCADO

a) CONTEXTUALIZACION DE LA EMPRESA.

- nombre de la empresa: CERVEZA ARTESANAL BRAMAN
- actividad económica secundaria: industrial
- tamaño: Tiene un terreno plano que presenta un ligero desnivel del oriente a occidente; tiene una extensión total de 488 hectáreas que representan el 1.33% del total del área urbana de la capital, de las cuales 472 corresponden a suelo urbano, 21 son protegidas, gracias a los programas de legalización de barrios la localidad no tiene áreas de viviendas ilegales desde el 2004 y no tiene área rural ni de expansión, se encuentra entre las localidades de menor número de barrios y manzanas comparadas con las demás localidades de Bogotá. Antonio Nariño cuenta con 21 ha de suelo de protección, que corresponde al 4.3% de la superficie urbana de la localidad.
- lugar de ubicación: localidad Antonio Nariño, barrio Restrepo, ciudad De BOGOTA.

ubicación Antonio Nariño en Colombia (figura 1)



Ubicación antonio nariño en BOGOTA. (figura 2)



b) análisis de la demanda

influencias internas:

- ganar participación del mercado.
- crecimiento rentable en ventas.
- generar más ingresos.
- satisfacción de los clientes.
- lograr ganar nuevos clientes.
- implementar nuevos procesos de producción.

Influencias externas:

- identificación de estilos de vida.
- Cambios sociales y culturales.
- Grupos de referencia.

Poder de negociación de los consumidores:

Los clientes principales de la empresa son los habitantes de la localidad Antonio Nariño y sus alrededores ubicados en la ciudad de Bogotá. Ellos tienen un amplio poder de negociación, debido a que existe la cerveza industrial, pero con respecto a empresas encargadas de la producción de cerveza artesanal tienen un nivel bajo de negociación, ya que en este sector de Bogotá existen pocas empresas de este tipo.

c) Competencia:

En Colombia hay cerca de diez cervecerías artesanales entre las que se destacan, Tres Cordilleras, Apóstol, Chelarte y Moonshine, entre otras. Sin embargo, la que más reconocimiento tiene es BBC.

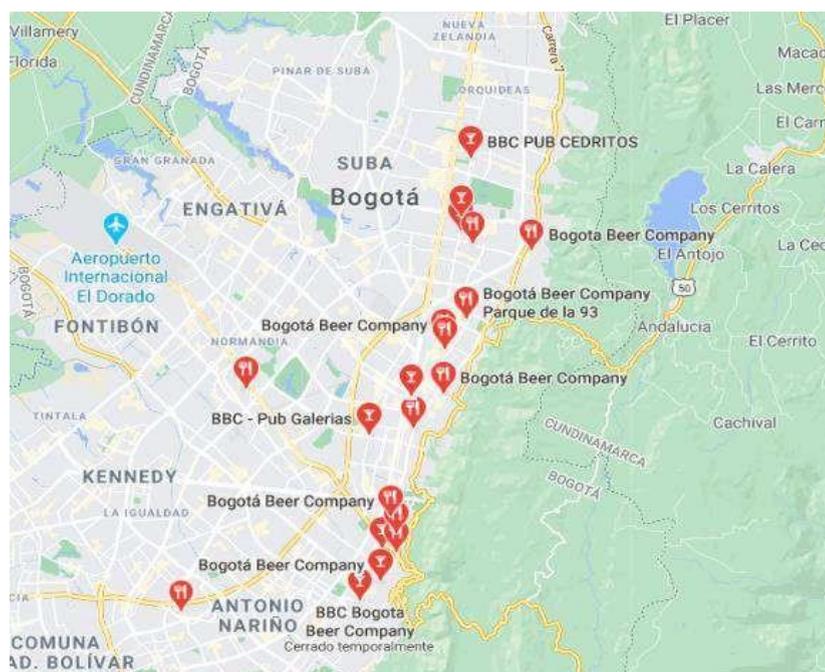
BBC produce unas 11 marcas, entre las que se cuentan BBC Premium Lager, BBC Monserrate Roja y BBC Chapinero Porter, que distribuyen tanto en sus pubs como en otros canales comerciales.

Bogotá beer Company: es una empresa productora y comercializadora de cerveza artesanal fue creada en 1996 por Berny Silberwasser su fundador y gerente quien no se encontraba satisfecho con la oferta de cervezas en Colombia y decidió buscar nuevas alternativas. Cuenta con 27 puntos de venta en el país principalmente en la ciudad de Bogotá en sectores exclusivos y comercializa su producto en almacenes de cadena como Carulla y Éxito.

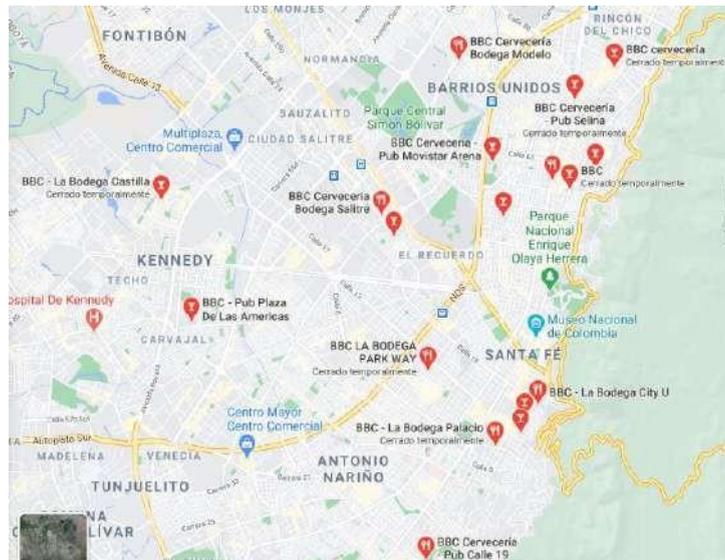
Análisis de la competencia:

La competencia directa del plan de negocio es Bogotá Beer Company que es una empresa ya reconocida y posicionada en el mercado, además cuenta con gran variedad de tipos de cerveza con diversos sabores con los cuales ha logrado impactar el mercado y obtener exclusividad en sus clientes.

Podemos evidenciar los puntos en los cuales esta situada. (figura 3)



En cuanto a su distribución BBC ha logrado llevar su producto a bares y cadenas de supermercados exclusivos, además cuenta con sus propios establecimientos (PUBS). Como BBC cuenta con productos exclusivos y con un precio elevado, permite incursionar en establecimientos (restaurantes y bares) a los que acude el colombiano promedio con un estrato entre 2 y 4 a los que se les puede vender un producto también exclusivo, pero a un precio asequible. En BOGOTÁ se encuentran situados. (figura 4)



La manera de competir con estas empresas va enfocada más que todo a los precios ya que estas empresas manejan precios un poco elevados y no es asequible para la población, de igual manera la calidad y sabor del producto es de gran importancia puesto que estas empresas manejan diferentes productos de muy buena calidad y variedad de sabores, por otra parte, las innovaciones de las estrategias de marketing son vitales para que nuestra empresa surja positivamente.

Nombre del competidor	producto	Precio (pesos)	Servicio (ventaja competitiva)	Ubicación
BOGOTA BEER COMPANY	Cerveza BBC Monserrate	6.000	sabor	Barrio Restrepo
Tres cordilleras	Cerveza tres cordilleras mulatas	6.000	Es consumida en gran variedad de sitios.	Distintos lugares

Comercialización

La comercialización de nuestro producto se realizará de la siguiente manera:

En botellas individuales, agrupadas en un formato de 6 unidades que consisten en envases de cristal desechables, para su comercialización en supermercados y mercados Premium, mediante las redes de distribución de las distintas cadenas de suministro de estos establecimientos.

De este modo, se busca complementar el mercado de distribución, con el fin de satisfacer las distintas ocasiones de consumo que el segmento objetivo presenta. Se asumirá como costos de comercialización un 30% de los ingresos totales.

Es así como se configurará la empresa, donde la estrategia competitiva a implementar será una estrategia de nicho, a efectos de adaptarnos a satisfacer las necesidades del segmento escogido, pero también enfocados en la diferenciación desde el inicio para generar lealtad en nuestros clientes, a través de tener la capacidad de ofrecer algo nuevo y así otorgar valor para los consumidores integrando características que éstos estén dispuestos a pagar y, por consiguiente, creando reputación e imagen de marca.

Proveedores de Malta:

- Industrias del maíz S.A. MAIZENA
- NESTLE DE COLOMBIA S.A.
- BAVARIA S.A.
- Plan de Negocios – Cervecería Dante S.A.S 63

Proveedores de Lúpulo:

- Cerveza artesanal S.A.
- BEERTEC
- Insumos para tu cerveza S.A.

Proveedores de Levadura:

- INTERENZIMAS LTDA.
- LEVAPAN S.A.
- MASAPAN S.A.

Proveedores de Glicol:

- INPROQUIM S.A.
- QUIMIROD LTDA.
- CONQUIMICA S.A.

Proveedores de trituradora de malta:

- Shanghai Zenith Mining and Construction Machinery Co., Ltd.
- Screen Machine Industries, Inc.

Proveedores de bomba 1.0 hp:

- INVERSIONES MR MOTOR COMPAÑIA & LTDA
- BOMBAS RH
- EQUIPOS LEYTON

Proveedores de tableros de control:

- Assert Solutions
- ACCES POINT COMUNICACIONES LTDA.
- AP INGENIERIA
- Plan de Negocios – Cervecería Dante S.A.S 64

Proveedores de torres dispensadoras de cerveza: GRAFISEÑAL LTDA.

SEGMENTA EL MERCADO

15 bondades del producto:

- La cerveza artesanal es una cerveza 100% natural.
- Variedad de sabores
- Diversidad de diseños
- Personalización diseños
- Mayor % de alcohol
- Reduce la posibilidad de sufrir ataques al corazón
- Bebida menos amarga
- Mayor cremosidad que una normal
- Mas aroma
- Mayor durabilidad en cuanto a espuma
- Es una industria que se toma en serio demostrar que hay un universo más allá de la rubia, la negra y la roja
- Exclusividad (producción limitada).
- Mas sabor
- sin aditivos ni conservantes.
- Marca de cerveza “eco friendly”.

Ejercicio Buyer Persona

<p>Miedos y frustraciones Dice no temer a nada, siente frustracion al saber que no estudio</p>	<p>Desea, necesita, anhela y sueña Tener mas ingresos, necesita mas dinero ya que anhela darle la universidad a sus otros dos hijos y sueña verse descansando en una finca</p>	<p>Demográficos y geograficos Vive en un barrio estrato 1 al sur de la ciudad, vive con su esposa y sus tres hijos, trabaja en construcción ya mas de 25 años</p>
--	--	---

<p>Que están tratando de hacer y por que Sacar adelante a sus hijos, mostrarles el concepto de familia que estudien pero no olviden de donde vienen</p>	<p>Como alcanzan esas metas hoy, hay alguna barrera</p> <p>Trabaja de lunes a sábado en construcción, su sueldo es para los gastos y ahorra para la universidad de sus dos hijos, cada sábado toma cerveza con sus amigos, y juega tejo suele, sacarlo de la monotonía del trabajo</p>	<p>Frases que mejor definen sus experiencias No hay que rendirse En la construcción se toma mucho La cerveza es lo que mas me gusta.</p>
---	--	--

<p>Miedos y frustraciones Esta en universidad perdió una materia</p>	<p>Desea, necesita, anhela y sueña Graduarse, un buen empleo anhela un buen cargo sueña con una familia</p>	<p>Demográficos y geograficos Vive en un barrio estrato 3 con sus padres recientemente termino con quien era su pareja</p>
<p>Que están tratando de hacer y por que Sacar su carrera adelante por que quiere tener un empleo de mejor calidad</p>	<p>Como alcanzan esas metas hoy, hay alguna barrera</p> <p>Trabaja de lunes a viernes como auxiliar contable, estudia además de que hace un curso de ingles, un viernes de cada mes sale con sus amigos a un bar en chapinero, van a un restaurante y después a una discoteca, prontamente saldrá de la u, y planea irse del país</p>	<p>Frases que mejor definen sus experiencias Extrañare la u. Me gustaban mis viernes.</p>

Describa lo siguiente:

- a) ¿En dónde encuentra personas similares a su cliente ideal? ¿Si su negocio es B2B, donde se encuentran las compañías que son su cliente?

Cerca de universidades, el comercio en barrios de extracto bajo, cantinas bares y restaurantes en sitios cercanos a obras.

- b) ¿Que valores destacan a su cliente ideal? Escriba mínimo 5
- Persona social que disfrute salir a tomar una cerveza
 - Persona osada que se atreva a probar la variedad de sabores
 - Persona ductil que se adapte a los nuevos sabores
 - Persona inconformista que busca lo mejor, en calidad y diseño
 - Que este cansado, de siempre tomar la misma cerveza tradicional
- c) Que encuentra en el entorno de su cliente durante la semana?. Con entorno, nos referimos a como y con quienes se relaciona durante una semana normal.

En el trabajo en la oficina u donde sea que trabaje con sus compañeros, en la universidad con sus compañeros de clase y en casa con su familia y vecinos

- d) Cuáles cree que sean las necesidades más urgentes que presenta su cliente ideal?.
- Entretenimiento buscando pasar el momento con una bebida alcohólica
 - Angustia al no saber que regalar como regalo a algún familiar u conocido

Tome las bondades descritas en el numeral 1 y explique como se ajustan a su cliente ideal

Nuestro cliente ideal debe querer aventurarse a probar nuevos sabores que tengan mas efecto y además que quiera un presentación mas vistosa, nuestra cerveza es perfecta para esos momentos en amigos en cualquier etapa donde se busca despejarse un rato, con una bebida alcohólica, MABRAN al ser natural y tener un proceso distintivo garantiza el factor diferenciación en sabor, presentación y efecto.

Por eso cualquier persona que disfrute una reunión, evento o tan solo celebrar y tenga a disposición el producto lo escogerá por gran variedad.

Y en cuanto a regalo, ¿el mejor regalo acaso no seria un six pack de cervezas Mabran?,

cualquiera en su sano juicio diría que sí.

Mabran busca ser esa cerveza que tenga varios clientes ideales

Productos sustitutos

La cerveza tiene variados sustitutos como el pisco el vino y el ron entre otros, La mayor amenaza que tiene la cerveza artesanal es la cerveza fabricada en línea, es decir la cerveza industrial, a pesar que este tipo de cerveza tiene otro tipo de características como la cantidad, porcentaje de alcohol, sabor y lo más importante el precio que tiene en el mercado, el cual es más bajo con respecto a la cerveza artesanal lo hace la mayor amenaza. De igual forma la cerveza artesanal tiene una gran acogida en la sociedad colombiana. El Aguardiente es una bebida característica sobre todo en los bares y discotecas, también tiene gran acogida en la clientela y por esto se convierte en un producto sustituto de la cerveza artesanal rubia hoy en día con la ley de tolerancia cero, la tendencia hacia bebidas con menor contenido alcohólico favorece el consumo de cerveza. Dentro del mercado de la cerveza artesanal, existe gran cantidad de sustitutos debido a la proliferación masiva de pequeños productores, en todo caso el éxito de un producto dependerá de sus características diferenciadoras y de la propuesta de valor que presente al mercado, y esto es precisamente a lo que apuesta cerveza FEM.

Personas o negocios que potencialmente podrían comprar su producto

En Colombia se está pasando por un boom donde el consumidor está empezando a descubrir y reconocer estilos de cerveza con diversidad de aromas y sabores que, aunque no son mundialmente nuevos, si lo son para los colombianos; la tendencia de consumo a nivel mundial permite que se desarrolle el mercado de la cerveza artesanal dado que es un producto que tiene la posibilidad de ofrecer muchos aromas y sabores que lo hace atractivo para la gente, a tal punto que en países como Italia, que es un país que se conoce globalmente por el consumo de vino, los ciudadanos están empezando a moverse hacia la cerveza porque se han dado cuenta que la variedad y la versatilidad es mucho más grande que el vino. (Portafolio, 2018) Se evidencia que los más de 2.300 millones de litros de cerveza que se generan al año en Colombia, 8 millones de litros son producidas por las cervecerías artesanales; es decir el 0.35%, se calcula que varias de las micro cervecerías del país tiene una capacidad para producir en promedio 141.000 hectolitros al año, aunque para el 2017 su producción registrada fue solamente de 87.000 hectolitros (Portafolio , 2018), la empresa Bogotá Beer Company BBC al año

2016 alcanzó una facturación de \$38.000 millones de pesos anuales. (Portafolio, 2016).

El gremio de los restaurantes y bares de Bogotá, Asobares, calcula que cada noche están saliendo a este tipo de sitios entre 500.000 y un millón de personas, dependiendo del día o la temporada. Esa cifra ha venido en aumento en los últimos años; en 2016 había registro de 7.346 bares, mientras que el año pasado estaban registrados – de manera legal– 14.761, según la Cámara de Comercio de la ciudad. Para ese año se estima que la facturación superó los \$500.000 millones. (Dinero, 2019)

Grupo Éxito tiene presencia en Latinoamérica, con 1.533 almacenes, de los cuales 554 se encuentran en Colombia, tiene más de 40.000 colaboradores LATAM (Grupo Éxito, 2018).

Olímpica tiene presencia en Colombia, cuenta con 350 locales en 105 municipios, tiene alrededor de 22.000 colaboradores (Olímpica, s.f.) (Top Magazine, 2019).

Alkosto tiene presencia en Colombia, con 15 tiendas a nivel nacional, tiene más de 7.000 empleados (Alkosto, s.f.).

Tiendas D1 es una cadena de tiendas de descuento en Colombia, con más de 800 tiendas a nivel nacional, tiene más 7.500 colaboradores (Tiendas D1, s.f.).

Cencosud tiene presencia en Latinoamérica, con más de 1.114 almacenes, de los cuales 110 se encuentran en Colombia, tiene más de 100 mil colaboradores LATAM (Cencosud, 2018).

Tiendas Ara es una cadena de tiendas de descuento de origen portugués que llegó a Colombia, con más de 500 tiendas a nivel nacional, tiene más de 5.000 colaboradores (Publimetro, 2018).

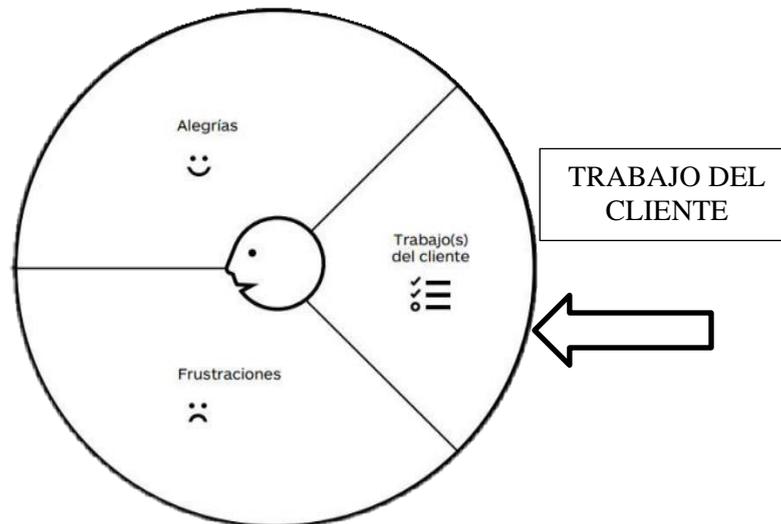
Justo & Bueno es una cadena de tiendas de descuento en Colombia, con más de 700 tiendas a nivel nacional, tiene más de 5.000 colaboradores (Justo & Bueno, s.f.).

Almacenes La 14 es una cadena colombiana de almacenes, con 29 puntos de venta multiformato, tiene más de 5.600 empleados (Almacenes La 14, s.f.)

De esta manera el mercado que existe es amplio para los que tienen preferencia hacia bebidas alcohólicas no tradicionales y se espera cubrir con el producto esa necesidad que se genera. Dado que Colombia es un país consumidor masivo de cerveza y este

sector tiene una gran demanda, es necesario crear un producto que sea atractivo, que cumpla con las necesidades que el mercado objetivo tiene como requisito para ser aceptados por la mayoría de los consumidores.

DISEÑA LA PROPUESTA DE VALOR



¿Qué tareas intentan realizar mis clientes en su vida laboral o personal?

Consideramos como empresarios, que nuestros clientes las tareas que intentan realizar día a día en su vida laboral es: poder satisfacer sus necesidades por medio de una bebida que los ayude salir de su zona de confort, ya sea estrés, tensión y entre otras. Lo que queremos como empresarios es poder ayudar a nuestros clientes a salir de esa zona que se encuentran y puedan disfrutar con amigos de trabajo, compañeros, jefes a tomar una rica y deliciosa cerveza artesanal al momento que digan “quiero una cerveza “y podamos ofrecerles gran variedad de productos y sabores a nuestros clientes, satisfaciendo sus necesidades.

Personalmente las tareas o rutinas que intentan resolver nuestros clientes en su vida es: poder disfrutar con familias y amigos de grandes momentos e inolvidables y que mejor que puedan acompañar esos momentos con una cerveza artesanal que los lleve a transmitir muchas emociones de amor y felicidad al compartir grandes momentos con las personas que más quieren. (ckatzuo, 2020)

¿Qué problema creo que tiene mis clientes de los que tal vez ni siquiera estén al tanto?

El problema que tiene nuestros clientes es no disfrutar de mas variedad de cervezas que hay en el mercado industrial de la cerveza. La gran variedad de personas que nos consumen bebidas alcohólicas no ha buscado realmente bebidas que cumplan con sus

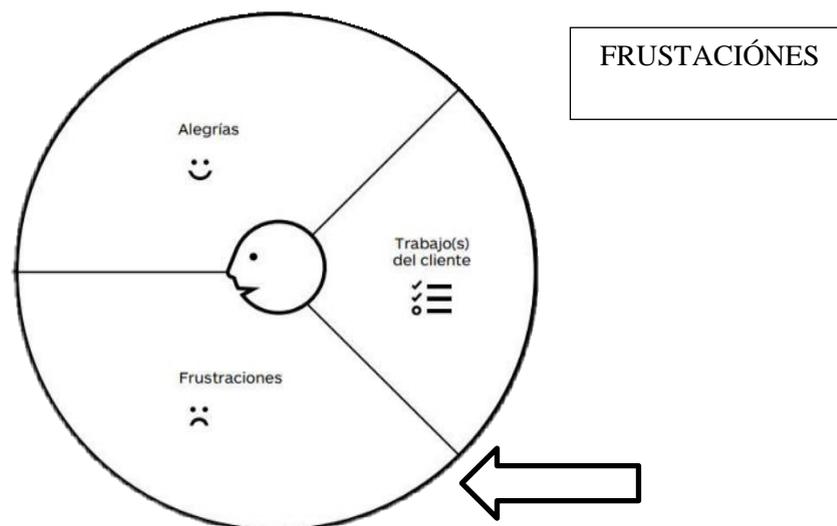
gustos y variedades. Pero estamos comprometidos con la sociedad en poder llegar a sus casas, familias y parches de amigos en ofrecerles una gran cantidad de variedad de bebidas y sabores de la fabulosa CERVEZA ARTESANAL. (ckatzuo, 2020)

¿Qué necesidades emocionales están tratando de satisfacer tus clientes?

Las necesidades emocionales que están tratando de satisfacer nuestros clientes, es al momento de poder disfrutar con sus amigos o familias, de cervezas que los permita recordar momentos de felicidad y sentimientos expresados a sus seres amados. Mas que compartir y disfrutar es poder dejar sembrado un legado que genere fruto con sus comentarios de felicidad y satisfacción al momento de poder volver a compartir esos momentos y vuelvan acudir a nuestros productos. (MAXIDEAS, 2020)

¿Como se quiere sentir tu cliente?

Feliz al momento de poder cumplir con todas sus perspectivas y satisfacciones que al momento de poder consumir nuestro producto se sienta feliz de haber sentido gusto de nuestro producto.



¿cómo definen mis clientes demasiado costosos? ¿mucho, tiempo demasiado dinero o requiere de esfuerzo sostenidos?

Primero que todo estamos en un país donde lidera la cerveza tradicional donde el 80% de esa industria licorera es de una sola compañía (Bavaria) donde la mayoría de los colombianos son patriotas de un solo producto a consumir y hay entramos nosotros, a competir en un mercado muy saturado, pero también de muchas oportunidades.

Nuestras dificultades como emprendedores va a ser la respuesta de mas de un colombiano “muy caro” y es que nuestro producto proviene de una materia prima un poco costosa donde toca importarla y requiere en un costo final demasiado elevado,

donde se nos vuelve un problema ya que las cervezas que acostumbran tomar los colombianos es menos costosa. Pero ese problema nosotros lo convertiremos en soluciones en hacer satisfacer a nuestros clientes con la gran variedad de bebidas que les ofrecemos y la calidad que le brindamos a cada colombiano al consumirla.

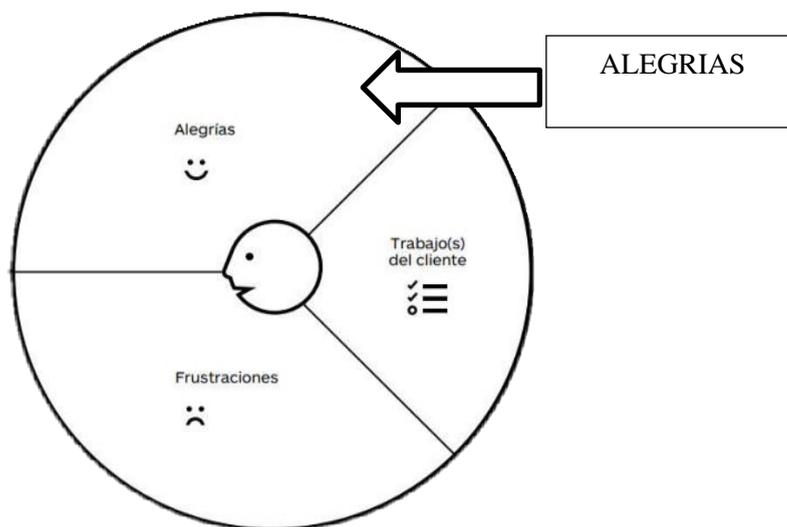
(DIAZ, 2020)

¿Que hace que mis clientes se sientan mal?

Lo que consideramos que mis clientes se sientan mal, es que, al consumir una bebida demasiado costosa, sea de muy poca calidad. Nuestra misión es poder darles una bebida a nuestros clientes que no duden en pagar por una de ella. (PEÑA, 2020)

¿Qué les preocupa a mis clientes?

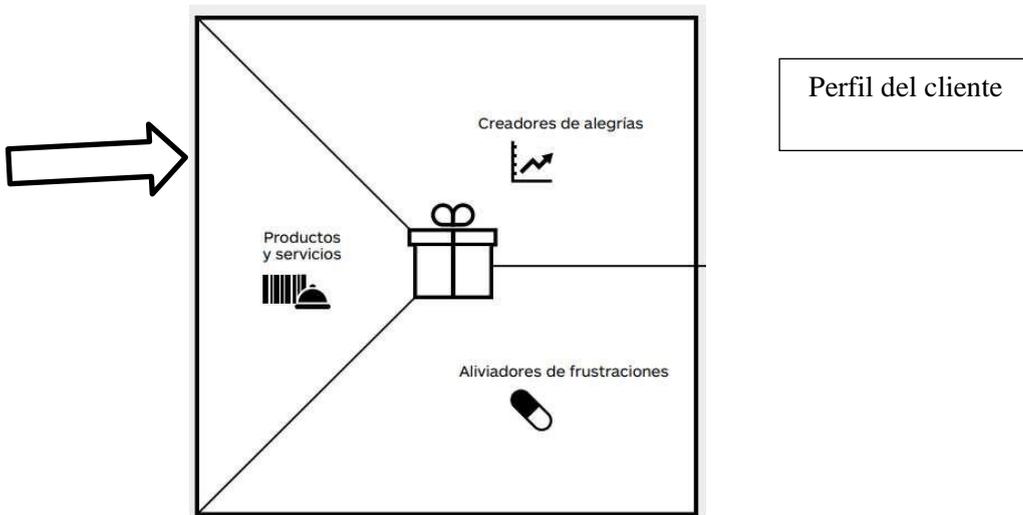
Diríamos personalmente que les preocupa a nuestros clientes en consumir una bebida artesanal adulterada; y es que vemos como en muchas noticias hay una gran variedad de ciudadanos que contrabandean productos alcohólicos a un precio por debajo al del mercado, vemos como todos estos productos han sido perjudicial para nuestra salud y ha traído muchas consecuencias a tomarlas y vemos como perdidas de vista, problemas estomacales, intoxicación y de muchas otras consecuencias. Todo eso ha sido una dificultad para nuestros clientes en confiar en productos de calidad nuevos para el mercado licorero. (TIEMPO, 2020)



¿Qué ahorros haría feliz a mis clientes? ¿tiempo, dinero y esfuerzo?

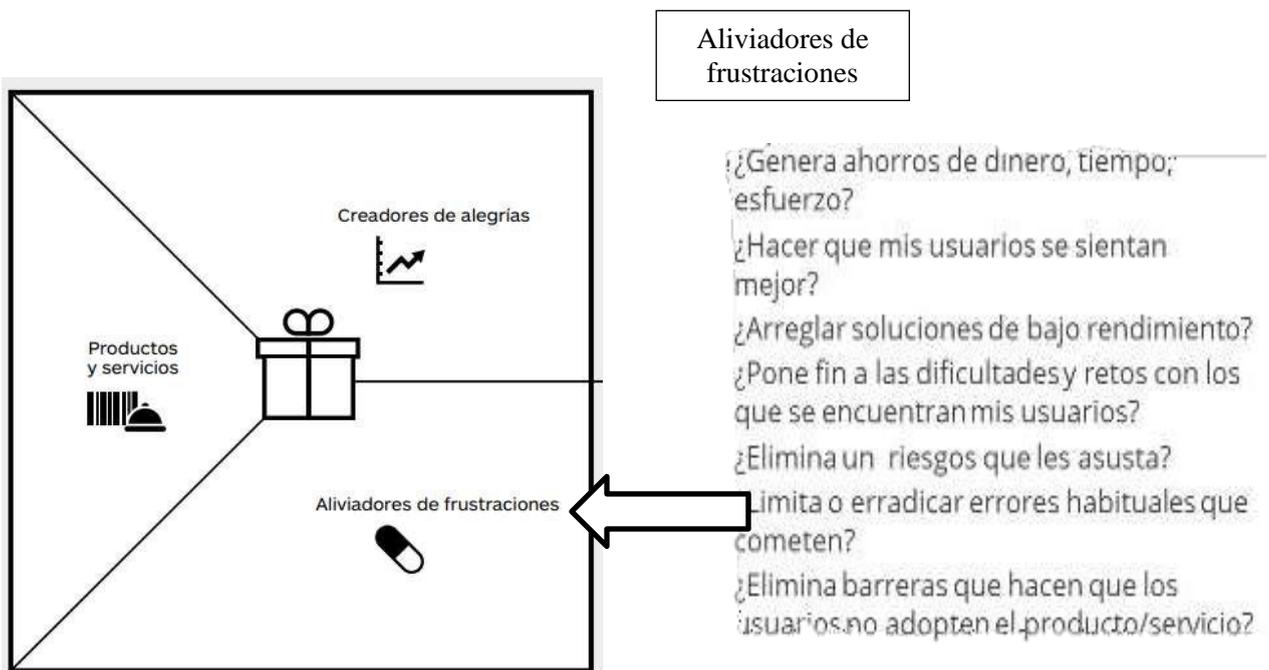
El ahorro, el tiempo y el esfuerzo que haría feliz a nuestros clientes es poder llevar nuestro producto a diferentes puntos de distribución, ya sea: bares, restaurantes, supermercados y entre otras. Es poder llevar nuestro producto a cada hogar colombiano, ahorrando su dinero y tiempo al ir a un lugar único y prestigioso donde solo se consiga

ese producto deseado por nuestro cliente al quererlo consumir. Deseamos que al momento de consumir nuestro producto un cliente lo encuentre de muchas maneras fáciles desde su hogar o ya sea para mayor comodidad lo pida por medio digitales de envío para hacer llegar el producto a al hogar o sitio de nuestro cliente. (PEÑA, 2020)



¿Qué capacidades, recursos y habilidades tienes o pueden conseguir para el desarrollo de nuevos producto y servicios?

Tenemos las capacidades y la actitud para trabajar en nuestro producto en poder tener una oportunidad en el mercado en poder renovar e innovar nuevos productos y servicios que nos permita satisfacer a nuestros clientes en sus necesidades día a día.

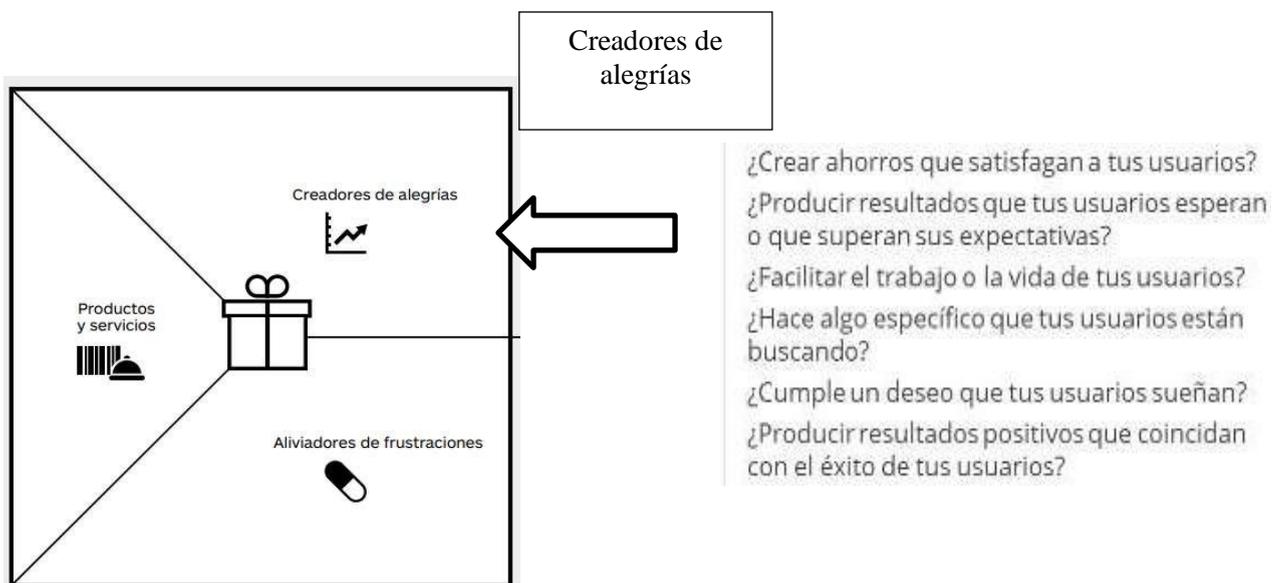


Nuestros clientes se van a sentir con nuestros productos satisfechos, por que vamos a ofrecerle la mejor calidad para que puedan confiar en la organización y puedan fidelizarse en nuestros productos.

Pondremos fin a todas esas dificultades que se encuentran nuestros usuarios día a día en no poder encontrar nuestros productos en los diferentes puntos de distribución común para ellos, en la que no pueden encontrar nuestro producto fácilmente.

Trabajaremos como lo decíamos anteriormente en acabar todos esos riesgos que pueden parecer para las personas peligrosas para su salud (productos adulterados), y traer a todos los usuarios confianza en nuestro producto y puedan los hogares y parche de amigos estar felices juntos con una cerveza artesanal en la mano.

Acabaremos con esas barreras que impidan a nuestro usuario comprar nuestro producto, agregando un elemento extra y sea poder darnos a conocernos por medio digitales y poder ser certificados por calidad y excelencia, son esos factores que nos permitirá llegar a los clientes con seguridad y compromiso. (PEÑA, 2020)



Crearemos y apoyaremos en poder tener diferentes puntos de distribución para que nuestros usuarios puedan encontrar nuestro producto a la vuelta de la casa y no tenga que gastar en transporte y tiempo en encontrar un producto que deseen consumir.

Daremos resultados de confianza y calidad a todos nuestros clientes otorgándoles superar sus perspectivas al momento de consumir nuestros productos y dándoles a conocer todo de nosotros para que puedan recomendar nuestra marca y así comenzar a fidelizar cada uno de nuestros clientes.

Estaremos en todas las etapas y procesos de todos nuestros clientes en sus trabajos y sus vidas a diario, pudiendo satisfacer sus necesidades al momento de querer compartir con el parche de amigos.

Trabajaremos en poder cumplir las satisfacciones de nuestros clientes como: reduciendo los costos de los productos, estableciendo diferentes puntos de distribución y compra de nuestros productos. Dándonos a conocer en cada rincón del país obteniendo confianza y fidelidad de nuestros clientes dándoles felicidad a cada persona y brindándoles resultados positivos.

Pretendemos transmitir a nuestros clientes que consuman nuestros productos de excelencia pudiendo cumplir con fidelizar a nuestros clientes, permitiendo que disfruten de una cerveza artesanal exclusiva en las casas, bares, restaurantes, supermercados y tiendas. Además, pretendemos dejar legados en cada familia colombiana donde las risas y emociones se invadan de cada persona que consuma nuestro producto con su parche o grupo de familia y podamos dejar un fruto que nos permita crecer como empresa.

DISEÑO DE PRODUCTO

1. Definición estratégica

En Colombia existen normas que rigen el mercado y la producción de bebidas alcohólicas, una de estas normas es el decreto 1686 de 2012 del ministerio de salud, El decreto establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que se deben cumplir para la fabricación, elaboración, hidratación, envase, almacenamiento, distribución, transporte, comercialización, expendio, exportación e importación de bebidas alcohólicas destinadas para consumo humano.

Certificado de buenas prácticas de manufactura (BPM).

Consiste en diligenciar un formulario, solicitar una visita ante éste ente regulador, tener el certificado de constitución y representación legal de la empresa

Sin éste certificado es imposible lograr el aval de ésta entidad que vigila la operación

sanitaria de producción. Beneficia de manera positiva el producto para lograr una percepción buena y mostrar al público la alta calidad y la confiabilidad en los estándares para realizar la producción

Para la obtención del certificado de buenas prácticas de manufactura (BPM), de una fábrica de cerveza artesanal se debe realizar un proceso administrativo ante el INVIMA (Instituto de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos) y consiste por una parte, en el diligenciamiento de un formulario, en otra parte, se solicita una visita ante éste ente regulador; el día que el inspector se acerca a la fábrica de producción se debe contar con el certificado de constitución y representación legal de la empresa (invima, 2015)

En el Artículo 11 del decreto 1686 de 2012 se establece que las prácticas permitidas en la elaboración de la cerveza son las siguientes prácticas:

- El agua utilizada debe ser química y bacteriológicamente potable.
- Los granos y lúpulos deben estar exentos de moho, insectos, larvas y de sustancias químicas nocivas a la salud, provenientes de la fumigación (residuos de plaguicidas).
- Las levaduras deben ser de cultivos puros exentos de contaminaciones patógenas
- El mosto clarificado obtenido después de las operaciones de maceración se debe someter a ebullición vigorosa durante el tiempo que sea necesario, después de lo cual, se procede a su enfriamiento hasta la temperatura inicial de fermentación.
- La coloración se puede obtener mediante el uso de colorantes provenientes de la caramelización de azúcares.
- Se pueden emplear agentes antioxidantes de uso permitido en alimentos por el Ministerio de Salud y Protección Social, tales como, ácido ascórbico y sus sales.
- Para prevenir la turbiedad por frío, se pueden emplear enzimas proteo líticas, tales como, papaína, pepsina y otras enzimas de uso permitido (INVIMA, s.f.)

En el Artículo 12 del decreto 1686 de 2012 se describen las Prácticas no permitidas en la elaboración de la cerveza. En la elaboración de cerveza no se permitirán las siguientes prácticas: —”La adición de alcoholes, agentes edulcorantes artificiales, sustitutos del lúpulo u otros principios amargos, saponinas, materias colorantes diferentes al caramelo de azúcar, sustancias conservantes, cualquier ingrediente que sea nocivo para la salud, adición de bromato de potasio sólo o en sus mezclas. —Uso de

materiales filtrantes como asbesto u otros materiales prohibidos en la industria de alimentos y bebidas alcohólicas” (NVIMA, INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTO NVIMA, s.f.)

. La Política de Emprendimiento se rige bajo la siguiente normatividad:

Leyes:

- **Ley 344 de 1996.** Por la cual se dictan normas tendientes a la racionalización del gasto público, se conceden unas facultades extraordinarias y se expiden otras disposiciones
- **Ley 590 de 2000.** Por la cual se dictan disposiciones para promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa.
- **Ley 789 de 2002.** Artículo 40. Créase el Fondo Emprender.
- **Ley 1014 de 2006.** De fomento a la cultura del emprendimiento.
- **Decreto 1192 de 2009.** Por el cual se reglamenta la Ley 1014 de 2006 sobre el documento a la cultura del emprendimiento y se dictan otras disposiciones.
- **Decreto 525 de 2009.** Por el cual se reglamenta el artículo 43 de la Ley 590 de 2000 y demás normas concordantes.
- **Decreto 2175 de 2007.** Por el cual se regula la administración y gestión de las carteras colectivas.
- **Decreto 4463 de 2006.** Por el cual se reglamenta el artículo 22 de la Ley 1014 de 2006. (TURISMO, s.f.)

LEY 197 DE 2018 SENADO. REFORMA TRIBUTARIA

Por la cual se expiden normas de financiamiento para el restablecimiento del equilibrio del presupuesto general y se dictan otras disposiciones.

Incremento del IVA del 16 al 19% en varias materias primas para la producción de la cerveza podría encarecer el costo del producto

REAL DECRETO 678/2016, La cerveza se encuentra regulada actualmente bajo este decreto de 16 de diciembre del Ministerio de la Presidencia y para las Administraciones Territoriales que entró en vigor el 18 de diciembre de 2016. El objeto de este real decreto es actualizar la normativa básica de calidad para la elaboración y comercialización de la cerveza y de las bebidas de malta, ante el desarrollo de innovaciones tecnológicas, la evolución de los mercados y la modificación de las

expectativas de los consumidores. Ha derogado el Real Decreto 53/1995 (Reglamentación técnico sanitaria para la elaboración, circulación y comercio de la cerveza y de la malta líquida) y la Orden de 15 de octubre de 1985 (Métodos oficiales de análisis de la cerveza) si bien, conforme a lo dispuesto en su disposición transitoria única, los productos fabricados y las etiquetas y envases rotulados adquiridos antes de la entrada en vigor de la Norma de Calidad podrán comercializarse hasta que se agoten las existencias si se elaboraron según la normativa anterior (Decreto, s.f.)

RESOLUCION DEL 1402 de 2006

“Data sobre la reutilización, aprovechamiento y tratamiento de residuos sólidos”.

El bagazo que queda después de la maceración que en sí es un cereal malteado que se muele y se mezcla con agua para poder extraer los azúcares fermentadores; con lo que queda se le ofrece a un campesino para alimento de sus animales ya que contiene agua y altos niveles de proteína, se dan uso a estos “residuos” haciendo un negocio sostenible y respetuoso con el medio ambiente

TRATADO DE LIBRE COMERCIO

(TLC), de Colombia con Estados Unidos país con alta producción de cerveza, aumentaría la tendencia de importación de cerveza.

Los insumos para la elaboración de cerveza artesanal vienen de países como Canadá y Argentina con cero aranceles desde la firma del TLC.

CODIGO DE POLICÍA

Ley 1801 de 2016 “Por la cual se expide el código de Policía y Convivencia” Art. 84 “Perímetro de impacto de la actividad económica” A partir de la presentación de dicho código de Policía no se podrán realizar actividades económicas cerca a instituciones educativas o de salud como hospitales que promuevan al ruido o la interrupción de la tranquilidad

Si bien ésta medida podría impactar la venta de cerveza no perjudicaría directamente a la marca de cerveza Genuina porque su canal de venta directa no es con el consumidor final sino con el propietario o administrador del establecimiento comercial.

ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE CERVECEROS ARTESANALES (ACCA)

Requisitos para la aceptación en la Asociación Colombiana de Cerveceros Artesanales, para ser “maestro cervecero, se requiere contar con un pregrado en cerveza normalmente en instituciones avaladas por Estados Unidos, Inglaterra, Alemania y

Bélgica.

Si bien dicho aval es necesario para ser conocido entre los diversos oferentes de cerveza a nivel local la asociación capacita constantemente al personal por medio de talleres, seminarios internacionales, festivales entre otros.

2 DISEÑO DE CONCEPTO

Insumo	cantidad	Precio
Lúpulo	3 gr	100
Levadura	1 gr	500
Malta	175 gr	722.25
Etiqueta	Unidad	35
tapa	Unidad	175
botella	Unidad	400
Agua	1.5 litros	4420

Fuente; cerveza artesanal sitio web, elaboracion para 1 litro de cerveza.

MAQUINARIA Y EQUIPO	V. UNITARIO	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Molino de malta	\$ 1.982.232	1	\$ 1.982.232
Tanque de preparacion	\$ 4.934.643	1	\$ 4.934.643
Tanque de filtracion	\$ 6.114.786	1	\$ 6.114.786
Cocedor	\$ 3.610.000	1	\$ 3.610.000
Bomba	\$ 527.923	2	\$ 1.055.846
Panel de control	\$ 632.927	2	\$ 1.265.854
Intercambiador de calor	\$ 2.034.576	1	\$ 2.034.576
Sistema de oxigeacion	\$ 5.125.765	1	\$ 5.125.765
Tanque de fermentación y maduración	\$ 41.650.000	1	\$ 41.650.000
Tanque de producto terminado	\$ 58.324.680	1	\$ 58.324.680
Banco de frio	\$ 2.620.924	1	\$ 2.620.924
Utensilios de laboratorio	\$ 2.700.000	1	\$ 2.700.000
Dispensadores	\$ 130.000	4	\$ 520.000
Medidor de CO2	\$ 985.000	1	\$ 985.000
Sistema Filtro prensa	\$ 2.000.000	1	\$ 2.000.000

Fuente PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN DE CERVEZA

ARTESANAL EN EL MUNICIPIO DE COGUA - CUNDINAMARCA (PACHÓN)

CASTILLO BRIÑEZ)

Proceso de elaboración cerveza artesanal



(CERVEZ)

El primer paso para elaborar cerveza es la molienda de la malta. El grano se aplasta para que pueda disolverse en el agua con más facilidad, cuidando que la cáscara quede lo más intacta posible para favorecer el posterior filtrado. El almacén de maltas y la zona de molienda se encuentra en la primera planta de la fábrica, justo encima de nuestro equipo de elaboración.(1 hora aproximadamente)



(CERVEZ)

El grano cae por gravedad, recién molido, en el macerador donde le espera agua caliente. Durante la maceración se van activando diversas enzimas naturales procedentes de la malta que van a transformar el contenido de almidón del grano en diferentes tipos de azúcares. Las variaciones en los tiempos y temperaturas utilizados dependerán del tipo de cereal y del estilo de cerveza. (1-2 horas)



(CERVEZ)

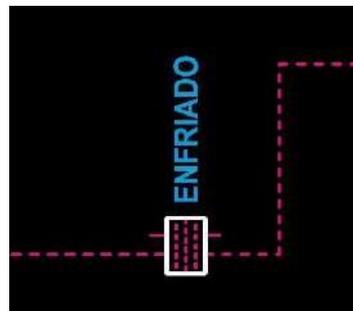
Una vez finalizada la maceración, la mezcla se trasvasa a la cuba fitro. Este depósito cuenta con un falso suelo, que hace las veces de gran colador que va, poco a poco, separando el mosto de los restos de grano, mientras se añade agua caliente por la parte superior del depósito para facilitar el proceso y extraer la cantidad de mosto requerido

por la receta en cuestión.(1-2 horas)



(CERVEZ)

El mosto extraído durante el filtrado se devuelve al macerador, que ahora hará las veces de hervidor, para proceder a la cocción. En este proceso, además de esterilizarse el mosto, se añade el lúpulo, tercer ingrediente fundamental en la elaboración de cerveza, que aportará no sólo amargor, sabor y aroma a la cerveza sino también propiedades antibacterianas y conservantes.(1-5 horas)



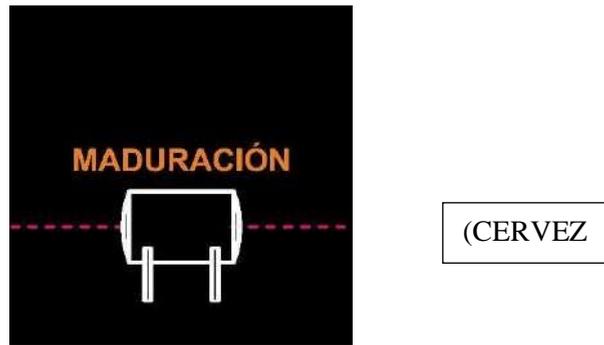
(CERVEZ)

Tras la cocción, se realiza un centrifugado, donde un movimiento circular acumula las impurezas en la parte central del tanque y permite extraer el mosto limpio. Antes de trasvasarlo a los fermentadores, es básico enfriarlo rápidamente desde la temperatura de cocción hasta la temperatura de trabajo de las levaduras, entorno a los 18-20°C para el tipo ale y a los 8-10°C para las tipo lager.(1-2 horas)

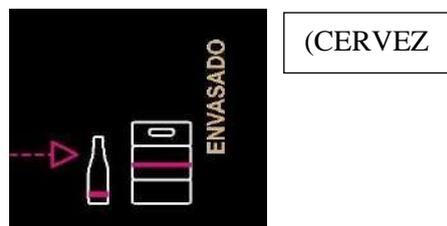


(CERVEZ)

Durante el trasvase del mosto a los fermentadores, se añade la levadura que comenzará a multiplicarse mientras se alimenta de los azúcares del mosto y los transforma en CO₂ y alcohol. Al final de este proceso el mosto se habrá convertido en cerveza. Nuestros equipos son isobáricos, lo que nos permite mantener el CO₂ generado durante esta primera fermentación y carbonatar naturalmente la cerveza.(6 a 9 días)



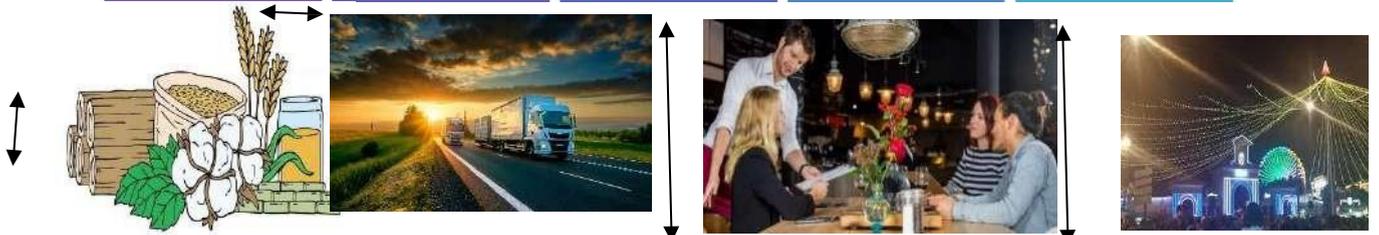
Cuando la levadura ha consumido todo el azúcar, la temperatura de la cerveza se reduce hasta los 0°C para comenzar el proceso de maduración, en el que la cerveza se estabiliza y se limpia y clarifica. A esa temperatura, la levadura se aletarga y cae hacia el cono del fermentador por donde se extrae. Son el frío y el tiempo quienes filtran naturalmente la cerveza por decantación. (1-2 días)



La cerveza terminada está lista para el embotellado, el embotellado y ahora, por primera vez en España, para el enlatado. En ambos procesos utilizamos sistemas de llenado isobáricos. Esto significa que tanto en botella o lata como en barril la cerveza se introduce manteniendo el CO₂ disuelto e integrado proveniente de la primera fermentación, lo que le otorga una mayor naturalidad, mayor estabilidad y menor turbidez. (ARTESANAL, s.f.) No podemos estimar un tiempo exacto por cada proceso.



CADENA DE DISTRUCION



CONSUMIDOR FINAL



Costos de Producción:**Los
de****costos**

Costos Operacionales	Cantidad	Unidad	\$
Materias Primas / Insumos			
Malta base	0,093	kg	83,94
Maltas especiales	0,028	kg	38,36
Lúpulos	0,001	kg	14,92
Clarifican téis	0,037	gr	2,89
Levadura	0,215	gr	24,03
Dextrosa	0,002	kg	1,95
Botellas	1,000	u	118,00
Etiquetas	1,000	U	90,00
Cajas	0,042	U	20,00
Tapas	1,000	U	11,50
Logística	0,148	lt	92,05
Servicios			
Electricidad	0,165	[kw/h]	31,34
Gas licuado	0,007	[m3]	19,05
Agua	0,013	[m3]	16,09
Telefonía/conectividad	0,000		13,20
Recursos Humanos			
Encargado	0,0003	U	131,97
Cuidador	0,0003	U	65,98
Contador	0,0003	U	23,09
Operario	0,0003	U	115,47
Laboratorio	0,0003	U	26,39
Costo de una cerveza 330 cc			\$ 940,2

producir una unidad del producto es la siguiente:



Dado que los costos unitarios de producción son \$940,2, al tratarse de productos de poca rotación, pero alto grado de utilidad, los porcentajes de retorno deben sobrepasar el 100 por ciento

Considerando que las políticas de precios están basadas en costos de operación, porcentaje de retorno del producto y análisis de la competencia, se estimó que los precios promedio de los competidores nacionales en sus diversos productos son de \$1.380 en el formato a competir de 330 cc. Una consideración en el momento de la definición es de querer estar con una política de precios superior a la competencia, dándole al producto un mayor margen de utilizar estrategias de promoción y descuento. El precio final del producto se estableció en \$1.700. (GONZÁLEZ, 2020)

4)

Una de las áreas más importantes de la Gestión de la Calidad es la definición de los controles de calidad en la cerveza.

Como ya se ha descrito, los controles se realizan sobre aquellos parámetros que afecten directamente a alguno de los requisitos de calidad definidos anteriormente y así asegurar:

- Cerveza libre de contaminaciones
- Maximizar el rendimiento del proceso de elaboración
- Elaborar la cerveza de manera consistente

Estos controles se realizan sobre tres grandes grupos:

- Materias primas.
- Proceso de elaboración.
- Mosto y Cerveza Final.

Controles de calidad sobre materias primas:

los requisitos de calidad aplicados a las materias primas pueden ser:

definición concisa de las características de los ingredientes que se necesitan, las especificaciones de dichas materias primas seleccionadas para nuestra receta, etc.

Controles de calidad que se deben aplicar:

por ejemplo: Verificación de las características del agua (análisis completo de aguas).

Controles analíticos de la malta y adjuntos: (granulometría, humedad, proteína, poder enzimático, rendimiento, Algunos de ellos son proporcionados por los proveedores).

Controles analíticos del lúpulo: (alfa ácidos, aceites esenciales, estado de frescura, normalmente proporcionados por los proveedores).

Levadura: (recuento, viabilidad), ausencia de contaminaciones.

Conociendo los parámetros básicos de la materia prima podemos detectar cualquier variabilidad en una partida antes de la siguiente elaboración y ajustar la receta y los procesos (tales como ajustes en equipamiento, tiempos y esquemas de maceración, hervido, fermentación) convenientemente para garantizar desde el principio el control de la calidad del proceso de elaboración.

Los controles de calidad sobre el proceso: se deben definir los parámetros más significativos de cada etapa de elaboración de cerveza y guardar un registro de todos

ellos. Así pues, se deben hacer constar dichos valores en una hoja de proceso de cada una de las fases: tiempos, temperatura, pH, etc.

Conociendo los valores de los parámetros físico, químicos en tiempo real se pueden tomar acciones preventivas en caso de que un parámetro comience a desviarse respecto a los valores mínimos y máximos pre-establecidos. En ese momento se considera que dicho parámetro está fuera de control y podría afectar significativamente al proceso de elaboración y al producto final.

Una vez garantizados los parámetros de elaboración bajo control en todas las fases, se definen una serie de controles físico-químicos y microbiológicos a realizar en el mosto y la cerveza final.

Es muy importante realizar controles analíticos en el mosto durante el proceso de elaboración:

- Test de fermentabilidad.
- Color.
- Densidad.
- FAN.
- Proteína soluble.
- Sacarificación.

Por último, los controles analíticos en cerveza final: se deben definir de nuevo una lista de parámetros medibles que nos garanticen el grado de cumplimiento de los requisitos de calidad prefijados y que el producto final debe tener para garantizar su consistencia en sucesivas elaboraciones.

Por ejemplo:

- pH.
- Color.
- Amargor.
- Turbidez.
- Grado Alcohólico.
- Extracto Seco Primitivo.

En cuanto a controles microbiológicos se debe garantizar la ausencia de bacterias que perjudiquen las cualidades organolépticas y acorten la vida del producto además de

perjudicar gravemente la imagen de marca (Se sabe que en la cerveza no pueden existir bacterias patógenas debido a que el pH se encuentra en valores próximos a 4 donde se ha demostrado que no pueden vivir bacterias dañinas para el ser humano, por lo que se debe controlar el pH durante el proceso de elaboración y muy importante en el producto final). Es necesario realizar controles microbiológicos para detectar:

Bacterias aeróbicas: en medios de cultivo específicos, en cada lote.

Bacterias anaeróbicas: en medios de cultivo específicos, en cada lote.

Levaduras salvajes: (excepto en estilos de fermentación espontánea)

Levaduras cerveceras en cervezas filtradas.

Test de Inestabilidad coloidal, en cada lote.

Registro de valores: Se han descrito de manera rápida ejemplos de parámetros a controlar en materias primas, fases del proceso de elaboración y cerveza final. Todos estos valores deben quedar registrados con la fecha de elaboración y es conveniente así mismo realizar un análisis básico regularmente de dichos datos. Mediante hojas de cálculo se pueden realizar gráficas de control para ver la distribución de los valores obtenidos de cada parámetro en sucesivas elaboraciones. De esta manera podemos ver si dicho valor se encuentra bajo control junto con los demás parámetros.

Acompañando a la definición de cada parámetro a controlar se debe incluir información sobre las unidades en las que proporcionar los datos, el método de medida de dicha variable, los valores máximos y mínimos permitidos para dicho valor y las acciones preventivas en caso de que el valor se encuentre fuera de dichos valores permitidos:

- parámetro a controlar: (tiempos, temperatura, pH, densidad, etc.)
- unidades de medida.
- método de medida.
- valores esperados permitidos máximos y mínimos.
- acciones preventivas en caso de que el valor se encuentre fuera de control.

Con métodos más avanzados se pueden realizar diagramas de control estadístico que nos mostrará si un parámetro muestra una tendencia hacia zonas fuera de control o si tiene una relación directa o inversa con algún otro parámetro analizado en el proceso o el producto final.

Etiqueta y empaque del producto:



Ficha técnica del producto:

FICHA TECNICA DEL PRODUCTO / SERVICIO
NOMBRE EDL PRODUCTO: CERVEZA ARTESANAL MABRAN
COMPOSICION DEL PRODUCTO: MALTA,LUPULO,LEVADURA, H ₂ O.
Presentaciones comerciales:(litro.ml/combos,)
Tipo de empaque o embalaje: botellas de 330 ml
Material de empaque: botellas de vidrio empacadas en cajas de cartón.
Condiciones de conservación: mantener fuera del alcance de menores de edad, evitar golpear el empaque.
Vida útil estimada/garantía: catalogada como un excelente producto
Porción recomendada: no exceda su consumo, prohibida la venta a menores de edad.
ELABORO:
REVISO:
APROBO:

Ciclo de vida del producto

Introducción:

Empieza la distribución de nuestro producto con dos inconvenientes ya que no es conocido y hay competencia en el mercado.

De igual manera el producto se venderá poco a poco de acuerdo a la satisfacción de los clientes que empiezan a consumir y a probar nuestro producto y es aceptado en el mercado se incrementan las ventas de gran forma, ya que las ventas hayan aumentado en poco tiempo será un punto a nuestro favor para realizar nuevas estrategias de mercadeo cambiando la publicidad e innovando nuestro producto, la calidad, implementando nuevos sabores características y estilos.

(Brewer, 2016)

PROTOTIPO: <https://youtu.be/oax6exsM3vg> (video)

Inicialmente nosotros como socios de la empresa hicimos la elección del logo ya que va a representar el crecimiento de nuestra empresa en el país y en el mundo sobresaliendo como una de las mejores empresas de cerveza artesanal.



El embase que se utilizara para embasar la cerveza es un embase en vidrio de 330 ml el cual nos va a brindar una ayuda no solo economicamente sino tambien ambientalmente, pues el embase sera reutilizado despues de haber pasado por su debido proceso y la empresa va a economizar materia prima.



Por otra parte esta el segundo empaque de nuestra cerbeza artesanal el cual esta hecho a vace de carton cun un diseño exclusivo el cual va a llamar la atencion de los clientes y que ademas puede ser reciclado para ser reutilizado de otra forma.



El resultado como primera muestra de nuestro producto esta enfocado en un solo sabor el cual va a ser bastante diferente a lo que se ofrece en el mercado y en una sola presentacion de 330 ml, despues de trabajar en este proyecto el resultado de nuestro producto es el siguiente



En segundo plano tenemos las nuevas presentaciones las cuales estaran disponibles en muy poco tiempo, en las cuales varia su tamaño y concentracion, de igual forma va a estar al alcance de todas las personas.





Desarrolla el modelo running lean

Modelo Running Lean de la empresa MABRAN.

Problema; Altos costos de la cerveza artesanal. Importación de materia prima	Solución: Características -Producto natural. -Diferentes sabores que desee el cliente. -Producto bajo en costos. -Apto para casi cualquier persona +18 año.	Propuesta de Valor única: “SI PARA EL AMOR NO HAY EDAD, PARA LA CERVEZA NO HAY HORARIO	Ventaja especial: -Ofertas de descuentos -Envíos exclusivos.	Segmento de clientes: Personas que desean tomar una bebida alcohólica natural. Personas de entre 20 y 40 años que quieran satisfacer sus necesidades por medio de una cerveza artesanal.
	Métricas Clave: -Tráfico de web incremento -Nuevos clientes.		Canales: -Internet -transporte directo -Lugares de comercio: Supermercados, tiendas,restaurantes, etc.	
Estructura de costos: Explicación en el documento por medio de una tabla.		Fuentes de ingresos: Ventas online, sitios comerciales, E-books.		

Segmento de clientes

necesidades de las personas de una bebida alcohólica natural, mis clientes objetivo serían las personas que quieren tomar una bebida totalmente natural superando sus perspectivas tradicionales.

Pensamos en las personas de entre 20 y 40 años, que acude a bebidas alcohólicas naturales que satisface sus necesidades (bebidas personalizadas a los gustos de las personas) que pretenden poder disfrutar de una rica y deliciosa cerveza artesanal.

Problema

Para mi cliente objetivo el valor de una cerveza artesanal les supone un problema, porque realmente les gusta lo natural y con precios que les permita comprar una cerveza artesanal. En este caso MABRAN trabajará para solucionar problemas con la importación de materias primas pero tenemos la seguridad que la empresa permitirá contar con precios estables y cómodos a las necesidades y comodidades de las personas.

Por tanto, el problema principal que resuelvo también está bastante claro, porque uno de los principales problemas de las personas que desean una cerveza natural es poder que los precios sean asequibles a sus necesidades.

Los tres problemas que resuelve mi producto son:

1. Por medio de nuestro producto se podrá tener beneficios en la salud.
2. No hay insumos que lleven a productos químicos en el proceso de elaboración de la cerveza artesanal.
3. Satisface las necesidades de las personas que desean una cerveza a su gusto.

Propuesta de Valor única

Pretendemos transmitir a nuestros clientes que consuman nuestros productos de excelencia pudiendo cumplir con fidelizar a nuestros clientes, permitiendo que disfruten de una cerveza artesanal exclusiva en las casas, bares, restaurantes, supermercados y tiendas. Además, pretendemos dejar legados en cada familia colombiana donde las risas y emociones se invadan de cada persona que consuma nuestro producto con su parche o grupo de familia y podamos dejar un fruto que nos permita crecer como empresa.

“SI PARA EL AMOR NO HAY EDAD, PARA LA CERVEZA NO HAY HORARIO”. (PINEDA, 2020)

Solución

La solución es conseguir materia prima en Colombia a costos que nos permita dejar el producto final a un costo cómodo a las personas y por último la solución de precios, es por medio de la publicidad en diferentes sectores que nos permita llegar a cada uno de nuestro clientes. Las características son:

- Producto natural.
- Diferentes sabores que desee el cliente.
- Producto bajo en costos.
- Apto para casi cualquier persona +18 año.

Canales

La manera de hacer llegar mi producto a los clientes será mediante las diferentes personas que primero: deseen nuestro producto y puedan conseguir el producto en cualquier punto de comercio que se encuentre cerca de sus hogares y segundo las personas que desean que el producto llegue a sus puertas a través de la página web y el envío del producto mediante un transporte de mercancías.

Además, dispondré de atención telefónica y vía email para solucionar las incidencias, preguntas y demás temas que surjan.

Flujo de ingresos

Los ingresos vendrán por la venta de producto en la tienda online y sitios de comercios. Además, se puede pensar en dar descuentos que permita generar atracción a las personas con fines de flujo de dinero.

Existe la opción de crear E-books con comentarios positivos de personas satisfechas del producto, por ejemplo.

- Que le genera la cerveza artesanal al ser consumida.
- Que perspectivas te da la cerveza artesanal a la tradicional.
- Que sabor te gusto más.

Estructura de Coste

INVERSIÓN INICIAL	Monto
Renta del local 90 m ²	\$ 40,000
Dos depósitos	\$ 80,000
Licencias y/o permisos*	\$ 200,000
Adecuación del local (instalación eléctrica e hidrosanitaria; gas y obra para cocina, baños y zona de barra)	\$ 350,000
10 mesas con cuatro sillas c/u, 10 bancos y barra	\$ 160,000
Tres refrigeradores verticales, máquina dispensadora de fuentes para cerveza de barril	\$ 125,000
Decoración	\$ 60,000
Stock inicial	\$ 135,000
Insumos de cocina	\$ 70,000
Equipo de cocina (freidora, horno eléctrico, horno para pizza, mobiliario de acero inoxidable, estufa industrial, sistema de extracción, máquina palomera, horno de microondas, procesador de alimentos, refrigerador, ollas y utensilios diversos)	\$ 120,000
Loza y cristalería	\$ 12,000
Caja registradora y sistema punto de venta	\$ 18,000
Página web y papelería	\$ 30,000
Equipamiento de oficina (dos computadoras, escritorio, dos sillas, multifuncional y dos licencias de Office)	\$ 45,000
Equipo de sonido	\$ 18,000
Círculo cerrado	\$ 16,000
Seguro de responsabilidad civil	\$ 12,000
Inversión inicial en pauta digital	\$ 6,000
	\$ 1,497,000

(Erika, 2020)

Tuvimos que determinar una tabla existente en la que nos basamos por medio de los gastos que nos genera el comienzo de la empresa MABRAN en la infraestructura.

Métricas Clave

La métrica clave es algo que debería ir variando conforme vaya avanzando la empresa. Inicialmente, me fijaría en la velocidad de captación de nuevos clientes y también en la recurrencia de esos clientes.

Para ello, el tráfico a la web es un parámetro sobre el que es necesario actuar con eficacia. (Prim, 2020)

Ventaja Especial

La ventaja especial sería la posibilidad de ofrecer nuevos productos, descuentos y envíos exclusivos de productos a los clientes y suscriptores de la web.

Valida tu idea de negocio

Si bien el modelo de negocio actual solo busca dar a conocer una nueva cerveza tal vez con mejor sabor, mejor presentación y mejor para el bolsillo que nos asegura que sea así? Cómo dar evidencia de que aquello pensado pueda ser realidad.

Para empezar

Nuestro mercado se define en bebida alcohólica, lo cual hace pensar en primera idea en una reunión (fiesta) para un regalo, en situaciones de alegría, cuando se busca despejar la mente olvidarlo todo o en un día soleado. En esas situaciones podría estar nuestro producto como lo está cualquier cerveza es decir que el factor radicará en mejor sabor, una presentación vistosa y un precio parecido

Conoce la cerveza artesanal?

La mayoría de personas puede que no sepa de la existencia de esta ¿Qué marca de cerveza son la que más suelen comprar? Por qué escogen está y dónde la compran? Será que escogen esa por qué es la única que venden en ciertos sectores?

¿Qué pasaría si una cerveza nueva llega con buen precio?

¿Qué pasaría si llega una cerveza con buena presentación?

¿Qué pasaría si llega una cerveza con un sabor distinto pero que guste?

Dónde la comprarían? Es decir primero debe estar en mente de todos para poder así saber los puntos locales a los cuales llegarían si quisieran comprarlas

¿Qué porcentaje de alcohol es más de su gusto tal vez un mayor porcentaje atraiga el interés del público?

Suele usted regalar cerveza como regalo?

Si la cerveza siempre es un buen regalo, por qué no hacer botellas personalizadas? Y si aparte de ser marca, MABRAN se dedicará a detalles para cumpleaños, compromisos, eventos donde su producto se vendiera más por su presentación siendo más una tienda de detalles?

Si compran la cerveza y les gusta, seguirían comprando?

Lo harían seguido? O seguirían con su cerveza tradicional y buscarían está solo de vez en cuando?

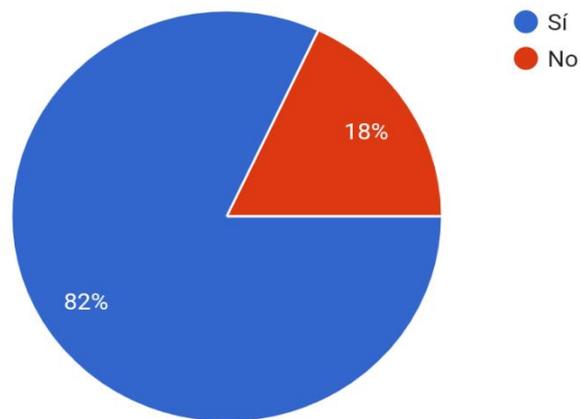
Hay que hallar el promedio de veces que una persona compra cerveza

Gracias a las hipótesis planteadas se crea una encuesta que se realizó a un grupo de personas de edades desde los 18 en adelante la cuál será compartida por redes sociales a amistades, conocidos, familiares y un amplio grupo de personas del común para saber de primera mano la opinión del cliente y sacar las mejores conclusiones.

Encuesta-Análisis de información

Toma cerveza?

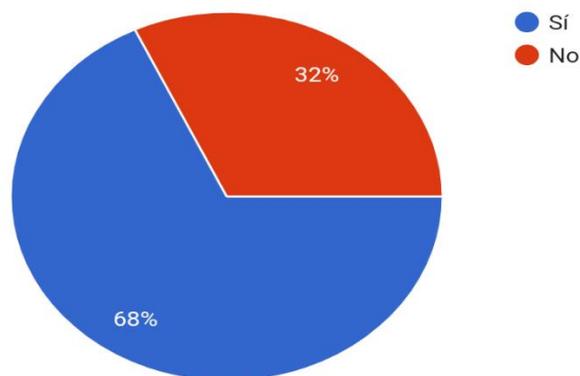
50 respuestas



Claramente la mayoría toma cerveza, es decir es un amplio mercado que difícilmente mermara ya que es una bebida conocida mundialmente

¿Conoce la cerveza artesanal?

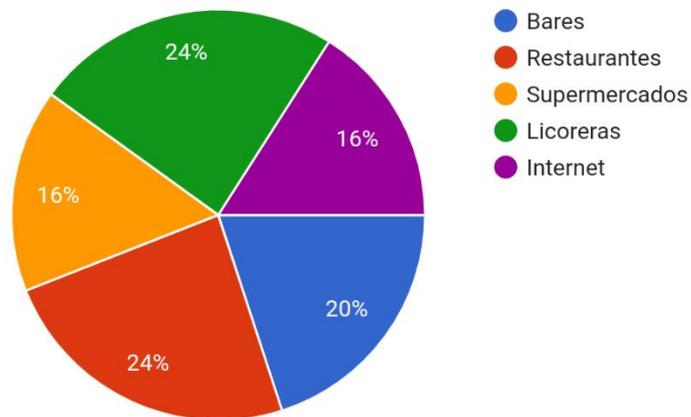
50 respuestas



Una gran parte distingue entre una cerveza artesanal y una industrial, empezar por saber esto es vital pues la mayoría dejaron de beber cervezas industriales cuando se enteraron de la cerveza artesanal, es decir una gran parte desconoce la existencia de esta, por eso será vital regar la voz para dar a conocer pero a la vez mantener a los que ya están

¿Donde compraría cerveza artesanal?

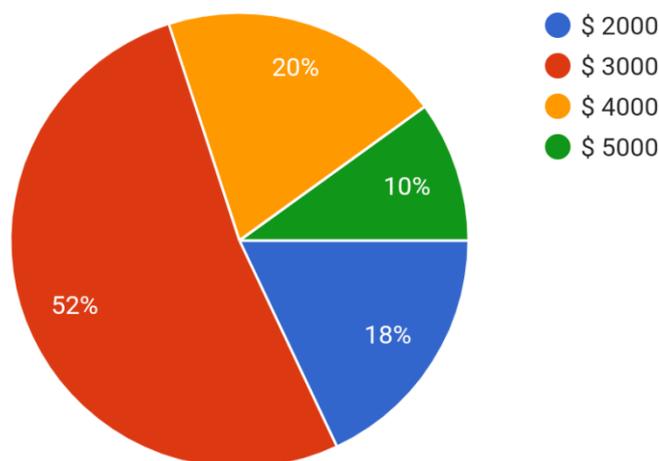
50 respuestas



Los que conocen de esta cerveza donde la han conseguido, y para los que no la conocen donde irían si quisieran adquirirla? la gráfica es clara al ver cómo se distribuye casi pareja mente, lo cual indica la posibilidad de tener varios canales de distribución

¿Cuanto pagaría por una cerveza artesanal de 330 ml?

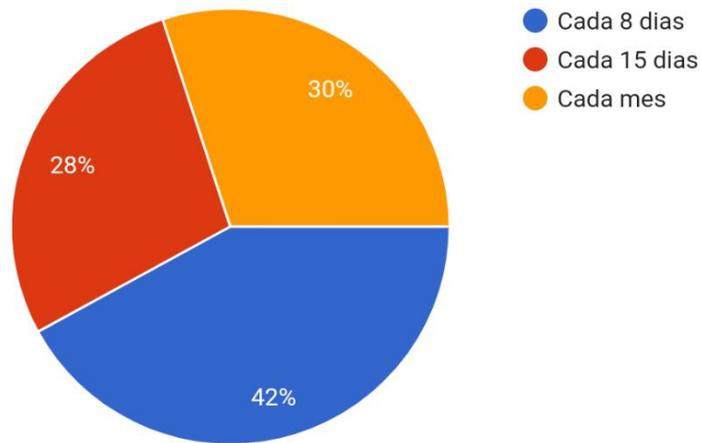
50 respuestas



Se evidencia el precio que estaría dispuesto a pagar la mayoría, un precio similar al que se ha impuesto a las botellas de cerveza de 330ml marca MABRAN.

¿Cada cuánto compra cerveza?

50 respuestas

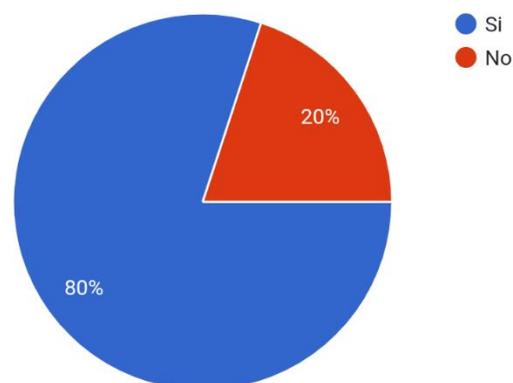


Sabemos que toman cerveza pero cada cuánto?

Podemos ver qué la mayoría compra al menos una cerveza cada 8 días, pero es reñida entre los que hacen una vez al mes y una vez cada 15 días, pero deja en evidencia que al menos cada mes la cerveza hace de las suyas.

Da usted cerveza como un regalo?

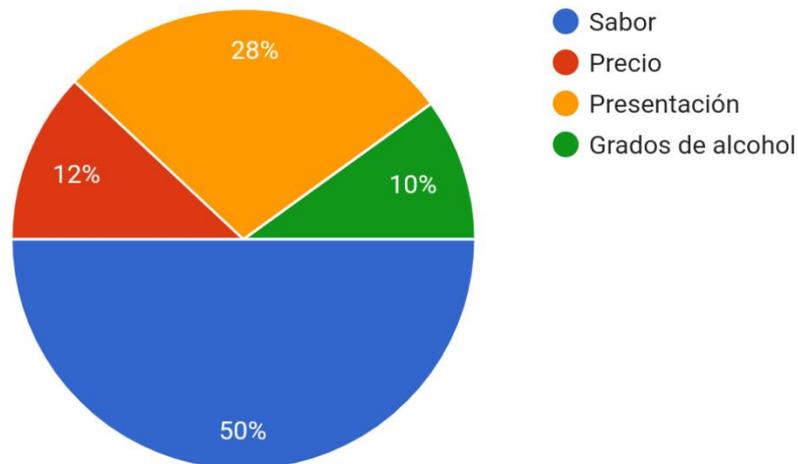
50 respuestas



Se obtuvo que casi siempre el regalo más fácil es un six pack de cerveza la mayoría de personas opta por esto, lo cual abre la idea a MABRAN de entrar en el nicho de botellas personalizadas para ocasiones especiales

¿Cuando usted compra cerveza se basa en:

50 respuestas



Se busca una cerveza con un mejor sabor con una buena presentación en primera instancia

Conclusión

Fuente de elaboración: Elaboración propia herramienta Formularios de Google.

Gracias a la encuesta podemos concluir que:

Son muchas las personas que toman cerveza, unas lo hacen ocasionalmente, y otros lo hacen constantemente,

cuando lo hacen tienen inclinación hacia ir por una cerveza que tenga un sabor distintivo y una buena presentación

El precio por el cual llevarían una cerveza sería favorablemente 3000

No es un producto para vender en un solo sitio ya que algunos compran cervezas en supermercados, licorerías, bares restaurantes y algunos por internet

Existe un gran mercado en cuanto a cerveza para ocasiones especiales ya que es un hecho que la gente compra cerveza aunque no la tome, si la obsequia.

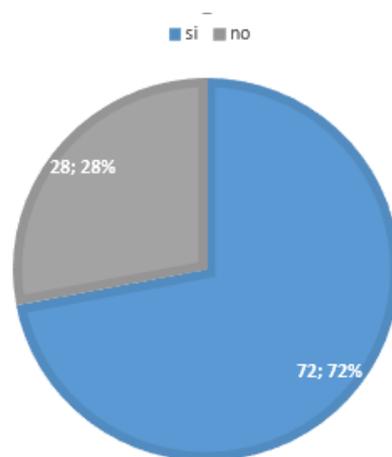
En teoría una empresa como MABRAN si como dicen tienen cierta receta especial que hiciera una cerveza con un sabor distinto, logra producirla y costearla sabiendo todo lo que conlleva esto, y logra dejarla al mercado a un valor de 3000 como cerveza Artesanal, con un buen de propaganda muestras y promociones del producto, se lograría captar la atención de las personas quienes seguramente quedarían encantados con el producto basándose en esto y posteriormente, sería

cuestión de nada para que las cadenas de supermercados, licorerías, bares y restaurantes vieran la oportunidad de venderla en sus establecimientos por la demanda que este producto traería.

Por último la materia prima será comprada en Colombia donde pudimos en el transcurso de una investigación de proveedores y materia prima de calidad ,saber el lugar donde venda la materia prima y es en Bogotá donde se puede comprar la suficiente materia prima.

Análisis de la demanda (corrección de trabajo)

- En una encuesta realizada por nuestro equipo de trabajo la cual estaba enfocada para observar y calcular si en realidad las personas estaban dispuesta a comprar nuestro producto, se obtuvieron los siguientes resultados.



Esta encuesta fue realizada a un total de 500 personas del sector la cual arrojó que el 72% de los encuestados si están dispuestos a consumir nuestro producto y el 22% restante no lo compraría.

- Los compradores de se verán influenciados a comprar nuestro producto ya que contamos con embaces y empaques totalmente reciclables lo que sería de gran importancia para nosotros como empresa puesto que con esto ayudaremos al medio ambiente y la salud de las personas en general, pues hay estrategia que incitan a los consumidores a cuidar el medio ambiente, por otra parte las campañas que se estarán realizando para que las personas adquieran nuestro producto en ocasiones especial en el círculo familiar cambiando y saliendo de la monotonía de consumo de los mismos productos siempre.

- En la adquisición y selección de nuestros distribuidores de materia prima para la elaboración de nuestro producto nos encargamos de la selección de los mejores distribuidores los cuales contaran y aplicaran una serie de pruebas que consten y certifiquen que si pueden cumplir con los ideales de la empresa.
- El motivo por el cual creemos que nuestro producto va a ser adquirido por la población es que según las estadísticas y encuestas realizadas por nuestro equipo de trabajo se ha podido evidenciar que este producto seria aceptado por la sociedad y tendría gran acogida.

Bibliografía

andreu, j. (26 de 08 de 2020). *tecnicas* . Obtenido de <http://mastor.cl/blog/wp-content/uploads/2018/02/Andreu.->

[analisis-de-contenido.-34-pags-pdf.pdf](#)

becmarkin. (16 de 09 de 2020). Obtenido de

https://www.google.com/search?q=benchmarking&rlz=1C1CHBF_esC O845CO845&sxsrf=ALeKk02NSImor_a5qXzpRvoy1w_pGkIVnA:160022861 4479&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwj6ioCR5OzrAhUDr1kKH WyqAY0Q_AUoAXoECBQQAw&biw=1137&bih=730

BONCES, M. T. (2 de 09 de 2020). *cerveza artesanal*. Obtenido de

<https://repositorio.udes.edu.co/bitstream/001/3773/1/Factibilidad%20para%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20una%20empresa%20de%20cerveza%20artesanal%20en%20el%20C3%A1rea%20metropolitana%20de%20Bucaramanga.pdf>

Cáceres, N. D. (27 de 08 de 2020). *VALOR COMPARTIDO* . Obtenido de

[file:///C:/Users/JuanKYeimy/Downloads/LA%20CREACI%C3%93N%20DE%20VALOR%20COMPARTIDO%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/JuanKYeimy/Downloads/LA%20CREACI%C3%93N%20DE%20VALOR%20COMPARTIDO%20(1).pdf)

calvillo, e. (27 de 08 de 2020). *deloitte*. Obtenido de

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/consumer-business/2017/Cerveza-Artesanal-Mexico-2017.pdf>

Koghberger, J. (26 de 08 de 2020). *PORTAFOLIO*. Obtenido de

<https://www.portafolio.co/negocios/cerveza-artesanal-colombiana-entre-las-mejores-del-mundo-529726>

MUÑOZ, D. E. (27 de 08 de 2020). *cerveza artesanal*. Obtenido de pdf:

https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/8566/1/2019_barreras legales_entrada.pdf

ODS. (27 de 08 de 2020). *ods*. Obtenido de

<https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>

ODS. (27 de 08 de 2020). *ODS*. Obtenido de

<https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable->

development- goals.html

OMS. (27 de 08 de 2020). *portafolio*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/negocios/el-desafio-de-controlar-el-mercado-ilegal-de-licores-513931>

portafolio. (18 de 09 de 2020). *portafolio*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/las-cervezas-artesanales-en-colombia-513904>

Riggen-Ramírez, C. (27 de 08 de 2020). *ITESO*. Obtenido de <https://rei.iteso.mx/handle/11117/3955> <https://cervezamabran.wixsite.com/website>

ckatzuo. (18 de 10 de 2020). *club de ensayos*. Obtenido de <https://www.clubensayos.com/Temas-Variados/Propuesta-De-Valor-Cerveza-Artesanal/2584629.html>

DIAZ, R. (18 de 10 de 2020). *DINERO*. Obtenido de <https://www.dinero.com/empresas/articulo/habitos-de-consumo-de-los-colombianos-en-cerveza/269066>

MAXIDEAS. (18 de 10 de 2020). *maxideas*. Obtenido de <http://www.mixideas.com/como-hacer-una-propuesta-de-valor/>

PEÑA. (14 de 10 de 2020). *EMPRESAS*. Obtenido de <https://www.dinero.com/empresas/articulo/habitos-de-consumo-de-los-colombianos-en-cerveza/269066>

TIEMPO. (18 de 10 de 2020). *EL TIEMPO*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/noticias/licor-de-contrabando>

TotalSafePack. “Los ingredientes de la cerveza artesana”. Recuperado

de: <https://www.totalsafepack.com/cuales-los-ingredientes-la-cerveza-artesana/> el día 13 de enero de 2018.

El Espectador. “El reto de la cebada nacional”. Recuperado

de: <https://www.elespectador.com/noticias/economia/el-reto-de-cebada-nacional-articulo-249801> el día 8 de febrero de 2011.

Directo al Paladar. “El lúpulo (II) El Oro verde: Su cultivo y transformación en pellets en España”. Recuperado de: <https://www.directoalpaladar.com/ingredientes-y-alimentos/el-lupulo-y-ii-el-oro-verde-su-cultivo-y-transformacion-en-pellets-en-espana> el día 27 de septiembre de 2013.

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA
DANE.

Índice de precios al consumidor [en línea]. Bogotá: El DANE [citado 14 agosto, 2017]. Disponible en Internet:

URL: http://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/bol_ipc_ago17.pdf

REVISTA PORTAFOLIO. Cerveza artesanal, único segmento del negocio que crece [en línea]. Bogotá: Portafolio [citado 15 agosto, 2017]. Disponible en Internet:

URL: <http://www.portafolio.co/economia/finanzas/cerveza-artesanal-unico-segmento-negocio-crece-74884>>

Fuente. COLOMBIA. MINISTERIO DE TRABAJO. Población y principales indicadores demográficos [en línea]. Bogotá: El Ministerio [citado 20 agosto, 2017]. Disponible en Internet:

URL: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:ZBfolCEbFa0J:www.mintrabajo.gov.co/component/docman/doc_download/91-poblacion-y-principales-indicadores-demograficos-de-colombia-.html+&cd=1&hl=es-419&ct=clnk&gl=co

INSTITUTO NACIONAL DE VIGILANCIA DE MEDICAMENTO INVIMA.
Decreto

de alimentos [en línea]. Bogotá: INVIMA [citado 21 agosto, 2017]. Disponible en Internet:

<URL:<https://www.invima.gov.co/decretosalimentos/decreto...1686...2012.../download.html>>

((Bronenberg Nicolás), 2017)

file:///C:/Users/57317/Downloads/Trabajo%20Practico%20Final_09.%20Cerveceria_intento_2017-11-28-15-49-

18_Entrega%20Final%20Completa%20Cerveceria%20(1).pdf

(SEBASTIÁN FERNANDO BRIÑEZ CASTILLO, 2017)

<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15601/1/PLAN%20DE%20NEGOCIO>

[IO%20PARA%20LA%20PRODUCCION%20DE%20CERVEZA%20ARTESANAL%20RUBIA%20EN%20EL%20MUNICIPIO%20DE%20COGUA%20CUNDINAMARCA.pdf](https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15601/1/PLAN%20DE%20NEGOCIO%20PARA%20LA%20PRODUCCION%20DE%20CERVEZA%20ARTESANAL%20RUBIA%20EN%20EL%20MUNICIPIO%20DE%20COGUA%20CUNDINAMARCA.pdf) (: LÓPEZ PLUMED, 2013)

https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/55115/TFG%20LopezPlumed_14097362179951028026548280695631.pdf?sequence=2

%20LopezPlumed_14097362179951028026548280695631.pdf?sequence=2

(Bronenberg Nicolás), (. S. (26 de octubre de 2017). *ITBA*. Obtenido de

file:///C:/Users/57317/Downloads/Trabajo%20Practico%20Final_09.%20Cerveceria_intento_2017-11-28-15-49-

18_Entrega%20Final%20Completa%20Cerveceria%20(1).pdf

: LÓPEZ PLUMED, M. D. (18 de noviembre de 2013). *universidad politecnica de valencia*

. Obtenido de https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/55115/TFG%20LopezPlumed_14097362179951028026548280695631.pdf?sequence=2

%20LopezPlumed_14097362179951028026548280695631.pdf?sequence=2

SEBASTIÁN FERNANDO BRIÑEZ CASTILLO, A. F. (15 de noviembre de 2017).

PLAN DE NEGOCIO PARA LA PRODUCCIÓN DE CERVEZA ARTESANAL .

Obtenido de

<https://repository.ucatolica.edu.co/bitstream/10983/15601/1/PLAN%20DE%20>

NEGOCIO%20PARA%20LA%20PRODUCCI%C3%93N%20DE%20CERVE
ZA%20ARTESANAL%20RUBIA%20EN%20EL%20MUNICIPIO%20DE%20
COGUA%20-%20CUNDINAMARCA.pdf

Erika, U. (12 de 11 de 2020). *Entrepreneur*. Obtenido de
<https://www.entrepreneur.com/article/313138>

PINEDA, A. (05 de 11 de 2020). *Frases celebres* . Obtenido de
<https://www.pinterest.com.mx/pin/309341068154824911/>

Prim, A. (1 de 11 de 2020). *Innokabi*. Obtenido de <https://innokabi.com/lienzo-lean-canvas-el-lienzo-de-los-emprendedores/>

