

Ciclón Premium



ELABORACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE LA CERVEZA PREMIUM ARTESANAL

“CICLON PREMIUM”

Dirección: Mz 14 casa 10 Nuevo Tejares
Ciudad: Santa Marta Magdalena y código
postal:47003

Teléfono: 3002216096
Correo electrónico:
Deiner.saenzgut@cun.edu.co

Tabla de contenido

Resumen ejecutivo	6
INTRODUCCIÓN.....	8
CERVEZA PREMIUM ARTESANAL “Ciclón Premium”	9
OBJETIVOS.....	9
Objetivo General	9
Objetivos Específicos	9
MODELO DE NEGOCIO	10
MARKETING MIX	11
ESTRATEGIA DE PRODUCTO	12
ESTRATEGIA DE PRECIOS	12
ESTRATEGIA DE PLAZAS O CANALES	13
ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	13
DESARROLLO DE MARCA	13
MARKETING DIGITAL	16
MÉTRICAS CLAVE	16
Cálculo de CAV= lo que cuesta captar un cliente en un período de tiempo	22
LTV= Lo que le gana a un cliente en un período de tiempo	22
ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO	1
<i>PROCESO DE ELABORACIÓN DE CICLON PREMIUM</i>	1
ESTUDIO TÉCNICO II.....	1

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Descripción de la idea de negocio de Cerveza Premium Artesanal “Ciclón Premium”	9
Tabla 2. Capacidad de producción Cerveza Premium Artesanal “Ciclón Premium”	1
Tabla 3. Gastos Globales Cerveza Premium Artesanal “Ciclón Premium”	2
Tabla 4. Proyección de ventas Vs Gastos del mes Cerveza Premium Artesanal “Ciclón Premium”	2
Tabla 5. Actividades de proceso Cerveza Premium Artesanal “Ciclón Premium”	3
Tabla 6. Ficha técnica Cerveza Premium Artesanal “Ciclón Premium”	4

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. Estrategia de océano azul de Cerveza premium artesanal “Ciclón Premium”	11
Figura 2. Proceso de elaboración ciclón Premium,	1
Figura 3. Procesos de elaboración de la Cerveza Premium Artesanal “Ciclón Premium”	2
Figura 4. Story board Cerveza Premium Artesanal “Ciclón Premium”	1

COMPROMISO DE AUTOR

Yo, _Deiner Ramiro Sáenz Gutiérrez_____ con célula de identidad _1.082.848.266__ de _Santa Marta___ y alumno del programa académico __Administración de empresas___, declaro que:

El contenido del presente documento es un reflejo de mi trabajo personal y manifiesto que, ante cualquier notificación de plagio, copia o falta a la fuente original, soy responsable directo 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.

Firma: _____



Resumen ejecutivo

En cuanto al marco político el IVA de la cerveza tiene una alta carga tributaria: 19% de IVA más una tarifa de impuesto al consumo del 48%, para un total de 67% (Portafolio, 2018). Adicionalmente, se tienen establecidas algunas legislaciones sobre las normas de calidad para la elaboración del producto, donde se destaca el Decreto 1686 de 2012 establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir para la fabricación, elaboración, hidratación, envase, almacenamiento, distribución y transporte, comercialización, expendio, exportación e importación de bebidas alcohólicas destinadas para consumo humano (MinSalud y Protección Social, 2012).

El sector económico que está relacionado con el proyecto es la industria cervecera, la cual según la revista portafolio (2019) pasaría de mover 24,4 billones de dólares en el 2018 a 32,7% billones de dólares 2023 según proyecciones de Euromonitor. Los índices de precios del consumidor oscilan entre \$2.500 a \$6.500 valor unidad. La financiación del proyecto se realizará a través de entidades bancarias, proyectos de emprendimiento y socios estratégicos que cuenten con el capital suficiente para invertir en la idea de proyecto.

El sector de la cerveza en la economía de Colombia en el año 2019 vendió al redor de 2,4 billones de pesos m/c, de los cuales el 1,4% fueron en ventas de cervezas artesanales y el 12,8% en cervezas Premium. De la venta nacional el porcentaje en la costa es de 61% aproximadamente y en santa marta un 18% siendo Bavaria el líder del mercado con el 91,3% y Postobón con el 4,7% dejando el 4% al resto de compañías locales. Es a este 4% de participación del mercado local de santa Marta al que queremos llegar y dominar siendo líderes de la categoría en 5 años.

Las personas pueden tener acceso a nuestra Cerveza “Ciclón Premium” mediante pedidos realizados a los vendedores con frecuencia de dos veces a la semana, numero de atención al cliente y pedidos a través de la web.

El perfil de nuestros clientes son personas a partir de los 18 años en adelante sin importar su sexo, religión u raza, en su mayoría de estrato socioeconómico 2 en adelante, que ganen igual o más de un SMLV, o que tengan alguna fuente de ingresos ya sea por medio de sus padres o herencias, estudiante universitario o trabajador que resida en la ciudad de Santa Marta. El nivel cultural y el clima de la región nos favorecen al consumo de nuestro producto ya que la zona es muy propensa todo tipo de festividades y jolgorios propios de la ciudad y donde el clima cálido provoca deseos de tomar algo para sed. La disposición y el hábito de consumo son muy alto ya que los factores antes mencionados como el clima y la cultura hacen de la ciudad muy propicia para el consumo de bebidas que refresquen.

En el componente tecnológico, se requiere en primer lugar la compra de un sistema de producción de cerveza artesanal nivel profesional (Braumeister), el cual se debe capacitar al personal para la operación y mantenimiento de este equipo.

Las TIC's en la idea de negocio ha tenido un impacto positivo, ya que nuestros clientes interactúan de manera virtual, realizando pedidos, peticiones, quejas y reclamos, sobre nuestro producto y atención. Por otro lado, el plan de marketing

incluye la cobertura de plataformas digitales y redes sociales para fortalecer cada vez más el vínculo con nuestros clientes.

Según la tendencia el consumo de cerveza en Colombia aumentará un 33,8% para el 2023 (Portafolio, 2019), por tanto, el sector cervecero estará vigente cada día más consolidándose como uno de los actores principales para aumentar el PIB Nacional, así como, deberá dar cumplimiento a lo establecido en la norma de vertimientos 0631 del 2015 de obligatorio cumplimiento para todas las personas que desarrollan actividades industriales, comerciales o de servicios y que en el desarrollo de las mismas generen aguas residuales sistema de alcantarillado y a cuerpos de aguas superficiales, así como el decreto 4741 de 2005 reglamenta el manejo de los residuos peligrosos en la gestión integral y el Sistema de Gestión Ambiental establecido en el ISO 14001 que no es de obligatorio cumplimiento.

El reglamento técnico sanitarios definido en el Decreto 1686 de 2012 establece el reglamento técnico sobre los requisitos sanitarios que deben cumplir para la fabricación, elaboración, hidratación, envase, almacenamiento, distribución y transporte, comercialización, expendio, exportación e importación de bebidas alcohólicas destinadas para consumo humano (MinSalud y Protección Social, 2012).

INTRODUCCIÓN

En Colombia en el año 2018 el sector de la cerveza en la economía vendió alrededor de 2,4 billones de pesos, de los cuales cerca de 36,000 millones (15%) corresponden a la venta de cervezas Premium y artesanales (Portafolio, 2019; Santa Marta como vamos, 2018). La costa participa con el 61% de la venta nacional de cerveza, donde Santa Marta aporta el 18% (Portafolio, 2019). Bavaria es el líder del mercado en la ciudad con el 91,3%, Postobón con el 4,7%, y el 4% restante corresponde al resto de compañías locales de Santa Marta. Es a este 4% de participación del mercado local al que la empresa quiere llegar siendo líder de las categorías en 5 años.

Se identifica en la ciudad de Santa Marta- Magdalena la ausencia de una cerveza Premium artesanal hecha netamente en esta tierra de características propias y con ingredientes de calidad, para los diferentes gustos y necesidades de nuestra gente.

Al observar esta necesidad es la oportunidad para ofrecer Ciclón Premium, como la única cerveza Premium artesanal hecha en Santa Marta, a base de cebada de malta ligera dorada, con 3,4% de alcohol y con un toque cítrico que refrescará y elevará el paladar de nuestros clientes.

CERVEZA PREMIUM ARTESANAL “Ciclón Premium” OBJETIVOS

Objetivo General

Elaborar un plan de negocio enfocado en la creación de una empresa de fabricación, comercialización y distribución de la cerveza premium artesanal ligera “Ciclón Premium” que caracterice la identidad cultural de los samarios.

Objetivos Específicos

- Establecer el segmento de mercado objetivo al cual va dirigido la cerveza premium artesanal.
- Determinar las características únicas de la cerveza “Ciclón Premium”
- Desarrollar la estrategia de distribución que se utilizara para llegar a los consumidores.

Claves para el éxito

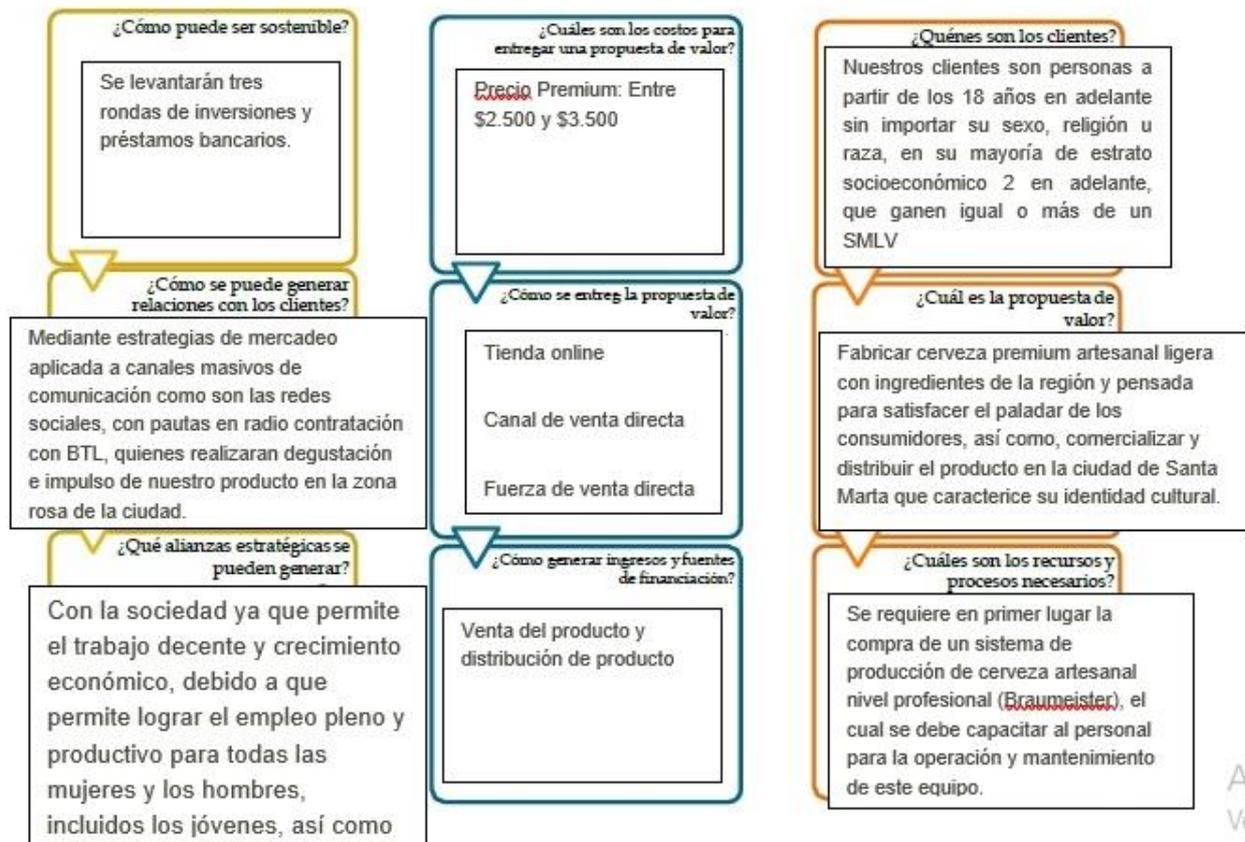
- La propuesta de valor es que, en la ciudad de Santa Marta, es que no ninguna cerveza que sea premium y artesanal.
- Fabricado con ingredientes 100% naturales con altos estándares de calidad para generar un excelente producto
- Diseñar e implementar un plan de mercadeo que permita posicionar la marca en el público objetivo de Santa Marta.

Descripción de la idea de negocio

Tabla 1. Descripción de la idea de negocio de Cerveza Premium Artesanal “Ciclón Premium”

¿Cuál es el producto o servicio?	Es un proyecto que busca crear y comercializar una cerveza premium artesanal.
¿Quién es el cliente potencial?	dirigida al 4% población samaria que no es atendida satisfactoriamente por las grandes empresas de cerveza.
¿Cuál es la necesidad?	Satisfacer la necesidad de tener una cerveza premium y artesanal a la vez ya que no la hay.
¿Cómo?	Diseñar e implementar un plan de mercadeo que permita posicionar la marca en el público objetivo de Santa Marta.
¿Por qué lo preferirán?	<ul style="list-style-type: none"> • porque está fabricado con ingredientes 100% naturales con altos estándares de calidad para generar un excelente producto a un menor costo.

MODELO DE NEGOCIO



- **¿Cuál es su modelo de venta por internet?**

Modelo punto a punto o llamado economía colaborativa.

- **¿Como captará sus clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?**

Principal mente en redes sociales buscaremos personas que si quieren ganarse pequeñas comisiones solo deben referir clientes interesados.

¿Como y que alternativas ofrecerá a los clientes según el modelo de ventas por Internet escogido?

Las personas que refieran a clientes con ventas exitosas se ganaran el 2% de la compra abonado a su cuenta desde la plataforma de la compañía con un código de referido.

¿Como cerrara la venta por Internet y cuales podrían ser los métodos de pago utilizados acorde al modelo?

Todo se canalizará en la página de la empresa don el cliente podrá realizar pagos con tarjetas débito, crédito, giros y paypal.

ESTRATEGIA DE OCEÁNO AZUL

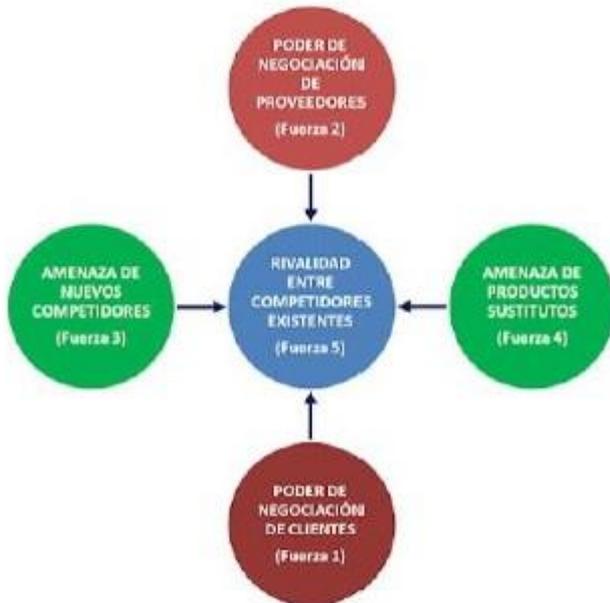


Figura 1. Estrategia de océano azul de Cerveza premium artesanal "Ciclón Premium"

MARKETING MIX

Análisis del producto

-**Núcleo:** propiedades físicas, químicas y técnicas, a base de cebada de malta ligera dorada, con 3,4% de alcohol y con un toque cítrico que refrescará y elevará el paladar de nuestros clientes, ideal para ser consumida entre 3,5 y 13°C.

-**Calidad:** Premium artesanal ligera tipo pils clásica dorada

-**Diseño:** Envase vidrio esmerilado de 330 ml con la siguiente forma (Figura 1).



Figura 1. Ciclón premium

-**Marca:** Ciclón Premium



-Servicio: Ciclón Premium ofrecerá la primera cerveza premium artesanal en la ciudad de Santa Marta.

Portafolio: Somos una empresa de producción, comercialización y distribución de la única cerveza premium artesanal en la ciudad de Santa Marta.

ESTRATEGIA DE PRODUCTO

Como: Se fabricará una Cerveza Premium Artesanal “Ciclón Premium” elaborada netamente en Santa Marta, especialmente dirigida al 4% población samaria que no es atendida satisfactoriamente por las grandes empresas de cerveza (Portafolio, 2019).

Es el único producto en Santa Marta que ofrece las principales características de la cerveza premium y artesanal con productos de la región que resalten el sabor y la identidad cultural de Santa Marta.

Quien: Se realizarán alianzas con productores de cebada y lúpulos de toda Colombia permitiendo obtener un mejor precio y calidad en la materia prima. Los equipos se obtendrán mediante la compra de un equipo Braumeister, que nos permitirá elaborar la cerveza.

Cuando: En el próximo año a mediados del mes de diciembre se estaría realizando el lanzamiento del producto.

Donde: El lanzamiento se realizará en el centro histórico de Santa Marta, por su gran afluencia de negocios y personas interesadas en este tipo de producto.

Valor: El precio se establece teniendo en cuenta la relación costo beneficio y experiencia del producto.

ESTRATEGIA DE PRECIOS

Como: los precios se definirán teniendo en cuenta las tarifas de la competencia, y la rentabilidad de la empresa, para ofrecer un precio asequible al mercado.

Quien: la empresa se encargará de fijar los precios, mediante encuestas y estudios de mercado se definen el precio de lanzamiento de mercado del producto.

Cuando: En el lanzamiento se tendrá un descuento especial durante los primeros 15 días, adicionalmente, se entregará merchandising por compras superiores a 96 unidades.

Donde: El lanzamiento se realizará en el centro histórico de Santa Marta, por su gran afluencia de negocios y personas interesadas en este tipo de producto, para luego expandirnos a todos los lugares de ventas de licores de la ciudad.

Valor: Se tienen previstos los siguientes precios de penetración en el mercado.

-Precio de penetración: \$ 3.000

-Precios de paquete: Sixpack \$17.000

-Precio caja por 24 unidades: \$67.200 promoción

ESTRATEGIA DE PLAZAS O CANALES

Como: Los principales canales de atención para distribuidores y cliente final serán a través de tiendas y clientes online, canal de venta directa y fuerza de venta directa en los horarios establecidos por la compañía.

Quien: La empresa se encargará de determinar las estrategias que llevarán el producto a todos nuestros clientes.

Cuando: Previo al lanzamiento del producto se empezaría a implementar la estrategia de publicidad para que el público se vaya familiarizando con el producto.

Donde: Ciclón Premium tendrá su centro de operaciones en la ciudad de Santa Marta, donde contará con una planta de producción que abastecerá el primer objetivo de mercado de la compañía "Sector Parque de los novios" para luego conquistar toda la ciudad.

Valor: El precio para la implementación del plan de marketing es de \$55.000.000 que se pretenden cubrir mediante préstamos bancarios y rondas de inversionistas.

ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN

Como: Se realizarán pautas en anuncios de redes sociales que la vean y se familiaricen para cuando vayan a un establecimiento comercial la puedan reconocer pedir y disfrutar.

Quien: La empresa se encargará mediante estrategias de mercadeo aplicada a canales masivos de comunicación como son las redes sociales, con pautas en radio contratación con BTL, quienes realizaran degustación e impulso de nuestro producto en la zona rosa de la ciudad conocida como parque de los novios.

Cuando: En el próximo año a mediados del mes de diciembre se estaría realizando el lanzamiento del producto.

Donde: Nuestra cerveza Premium artesanal se ofrecerá primero en la zona rosa de la ciudad de Santa Marta luego de eso pensamos abarcar estancos y demás discotecas, restaurantes y tiendas de la ciudad.

Valor: Se comunicarán todos los beneficios de Ciclón Premium, mediante estrategias de marketing

DESARROLLO DE MARCA

PRIMER PASO: DIAGNOSTICO DEL MERCADO

a. Identificación del sector:

El sector de la cerveza pertenece al sector secundario de la industria en Colombia. Para el año 2019 vendió al redor de 2,4 billones de pesos m/c, de los cuales el 1,4% fueron en ventas de cervezas artesanales y el 12,8% en cervezas Premium (Portafolio, 2019).

b. Identificar marcas en competencia:

Nombre del competidor	Producto	Precio	Servicio (Ventaja competitiva)	Ubicación
Bavaria	Club Colombia	\$2.500	Premium y tradicional	Nacional
	Corona	\$3.500	Premium ligera	Internacional
	BBC	\$ 4.500	Artesanal	Nacional
Postobón	Heineken	\$3.500	Premium	Internacional
	Tres cordilleras	\$5.000	Artesanal	Nacional
Nevada Cervecería	Happy Nebbi	\$7.000	Artesanal	Local
	Happy Tucan	\$7.000	Artesanal	Local
	Happy Coca	\$7.000	Artesanal	Local

- c. Soluciones principales y alternativas: El objetivo de la compañía es atender al 4% del mercado de compradores de cervezas Premium y artesanales en la ciudad de Santa Marta al que queremos llegar y dominar siendo líderes de la categoría en 5 años.
- d. Tendencias del mercado: En el momento no tenemos competidores directo, pero si productos sustitutos o indirectos como lo son: Club Colombia, Corona, BBC, Heineken, Tres cordilleras, Happy Nebbi, Happy Tucan, Happy Coca.
- e. Arquetipo de la marca: Ciclón Premium, es el único producto hecho en Santa Marta que ofrece las principales características de la cerveza premium y artesanal a base de cebada de malta ligera dorada, con 3,4% de alcohol y con un toque cítrico que refrescará y elevará el paladar de nuestros clientes resaltando el sabor y la identidad cultural de Santa Marta.

SEGUNDO PASO: REALIDAD PSICOLÓGICA DE LA MARCA

a. PERCEPCIÓN DE LAS MARCAS DE LA COMPETENCIA

La percepción de las diferentes marcas que actúan como productos similares de Cerveza Premium y artesanal es que Bavaria es el líder del mercado con el 91,3%, junto con Postobón con el 4,7% dejando el 4% al resto de compañías locales. Este 4% es atendido parcialmente (Portafolio, 2019).

b. IDENTIFICAR VARIABLES DEL NEUROMARKETING

- Se realizarán encuestas de satisfacción a los clientes, proveedores y distribuidores.
- Se realizarán estudios de mercado en la zona de impacto de nuestro producto.
- Se revisarán los antecedentes del comportamiento de la industria cervecera en Colombia, en el municipio y la ciudad, para determinar las variables que nos permitan comunicar nuestra propuesta de valor.

TERCER PASO: POSICIONAMIENTO

Identificar top of mind: se implementarán estrategias como publicidad en radio, prensa, eventos sociales y redes sociales que nos permitan un lugar en la mente de las personas.

Identificar el top of hearth: Buscaremos participar con espacios de promoción y publicidad en fechas claves de la ciudad, tales como: cumpleaños de Santa Marta, Carnavales, Halloween, Navidad, entre otros, que nos permitan que lleguemos a los corazones de los samarios y que adopten nuestra marca como propia.

CUARTO PASO: REALIDAD MATERIAL DE LA MARCA

Se realiza el diseño de la marca teniendo en cuenta el gusto de los samarios por el equipo de futbol local llamado Unión Magdalena o Ciclón Bananero. Esto nos permitirá que los samarios nos identifiquen y prefieran antes que el resto de productos locales y extranjeros. Teniendo en cuenta que “las personas eligen las marcas, así como eligen a sus amigos por afinidad”.

QUINTO PASO: ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

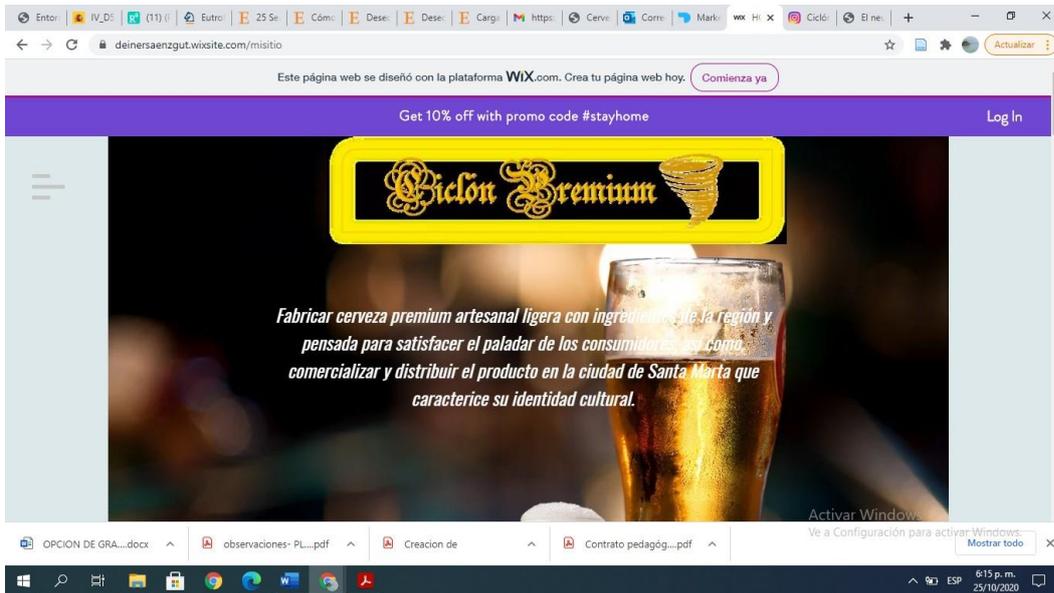
La estrategia parte de la elaboración de una cerveza de alta calidad a un excelente precio. Se utilizará principalmente las redes sociales para atraer a los clientes para vivir una experiencia de una cerveza premium artesanal, lo que producirá voz a voz.

Se creará un pitch que resuma la historia, los ingredientes y el proceso de fabricación de Ciclón Premium, que buscará sensibilizar a los samarios.

Se buscará alianzas estratégicas con los influenciadores mas reconocidos de la región para hacer una campaña online que sea viral para la marca (The beer times, 2020).

a. DESARROLLAR ACCIONES CONTINUAS

Se creará la página de la empresa con nuestro único producto insignia Ciclón Premium, en donde el cliente podrá informarse de las características de nuestro producto, lugares y teléfonos de contacto para información y pedidos, las cuales estarán en actualización continua para facilidad de los clientes.



Web: <https://deinersaenzgut.wixsite.com/misitio>

Instagram: <https://www.instagram.com/deinarzhf/>

MARKETING DIGITAL

Cerveza premium artesanal Ciclón, redefine el concepto de cerveza integrando dos características fundamentales en un solo producto, lo artesanal y lo premium, brindándole al consumidor una alternativa diferente en el mercado de cerveza.

El sector cervecero es un nicho industrial y nos concentraremos específicamente en el segmento de cervezas premium y artesanales en la ciudad de Santa Marta.

Los medios por los cuales atenderemos a nuestro clientes, es través de Instagram: <https://www.instagram.com/deinarzhf/> y nuestra página web: <https://deinersaenzgut.wixsite.com/misitio>, donde podrán realizar sus pedidos, sugerencias, combos, promociones y servicio al clientes.

MÉTRICAS CLAVE

Opción 2-mostrar los pantallazos de los datos obtenidos en la publicación de su producto (me gusta, seguidores, contactos) y presentar el cálculo del CAV (customer acquisition cost) y el LTV (life time Value) con un análisis comparativo de los resultados.

6:46     

← INTERACCIONES 
Últimos 7 días

Interacciones con el contenido

48 interacciones
– vs. 11 de oct - 17 de oct

Interacciones con las publicaciones – vs. 11 de oct - 17 de oct	48
Me gusta	35
Comentarios	12
Veces guardado	1
Interacciones con las historias 0% vs. 11 de oct - 17 de oct	0
Interacciones con los videos de IGTV 0% vs. 11 de oct - 17 de oct	0

Principales publicaciones [Ver todo](#)
Según las interacciones



11 Me gusta
25 de oct



9 Me gusta
25 de oct



belkismarmolrobes Súper !!!!



Hace 17 horas



deinarzhf



Le gusta a fontalvoquesada y 10 personas más

belkismarmolrobes Espectacular!!!!



Hace 17 horas



deinarzhf



 Le gusta a **fontalvoquesada** y **7 personas más**

belkismarmolrobes Deliciosaaaa 

Hace 17 horas

 **deinarzhf** 



 Le gusta a **fontalvoquesada** y **10 personas más**

Ver los 3 comentarios

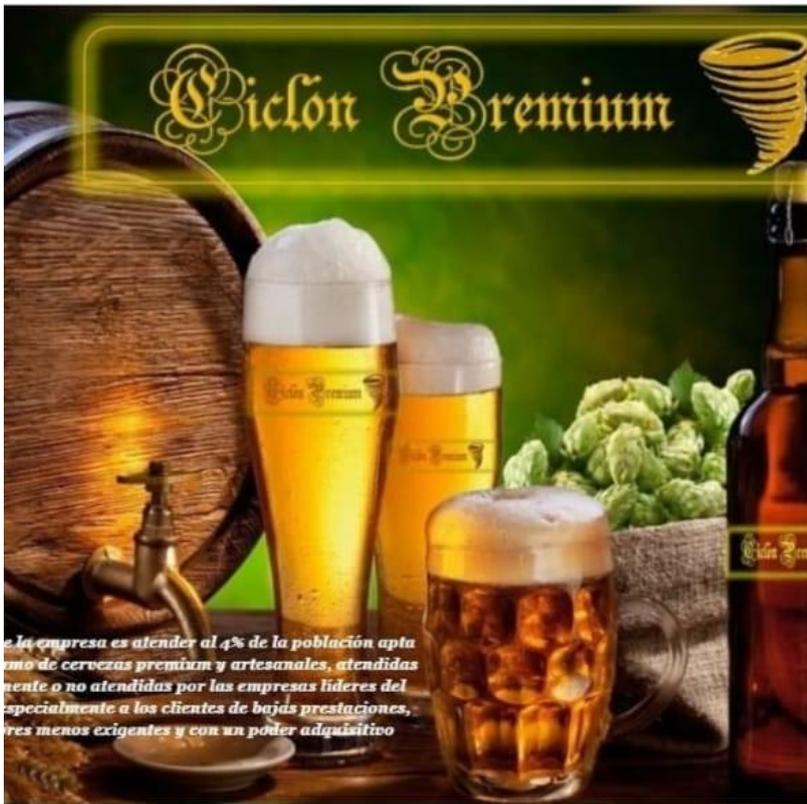
fontalvoquesada Excelente producto 

belkismarmolrobes Súper !!!! 

Hace 17 horas

 **deinarzhf** 





Le gusta a fontalvoquesada y 11 personas más

Ver los 8 comentarios

yarasaenz01 Lo recomiendo, excelente 😊😊😊

belkismarmolrobes Excelente precio

Hace 17 horas

deinarzhf

5n Premium



Cálculo de CAV= lo que cuesta captar un cliente en un período de tiempo

CAV	Precio
costo venta caja 24 un	\$ 67.200
costo inversión	\$ 33.200
Ganancia	\$ 34.000
Clientes visitantes	45
CAV	\$ 756

LTV= Lo que le gano a un cliente en un período de tiempo

COSTO CAPTACION CLIENTE	
LTV	Precio
costo venta caja 24 un	\$ 67.200
costo inversión	\$ 33.200
Ganancia	\$ 34.000
Ventas día	4
Ventas x ganancia	\$ 136.000
LTV día	\$ 34.000

ESTIMACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO

Requerimientos Técnicos

Tipo de Activo	Descripción	Cantidad	Valor Unitario*	Requisitos técnicos**
Infraestructura – Adecuaciones	Lote	1	\$ 1.000.000	Ubicación vía principal
	Adecuación de áreas de operación (cuarto de maquina, producción, empaque, bodega, inventario.. Etc)	1	\$ 5.000.000	Área administrativa y de producción
Maquinaria y Equipo	Almacenamiento	1	\$ 1.500.000	Bodega
	Molienda	1	\$ 1.500.000	Equipo
	Fermentación	1	\$ 1.500.000	Equipo
	Filtración	1	\$ 1.500.000	Equipo
	Equipos Braumeister	1	\$ 5.000.000	Elaboración de cerveza
Equipo de comunicación y computación	computador de mesa	5	\$ 500.000	Equipo
	Impresora	3	\$ 1.500.000	Equipo
	Teléfono de mesa	1	\$ 120.000	Equipo
Muebles y Enseres y otros	Escritorio de en L	2	\$ 800.000	Cumpla normativa SISO
	muebles de sala de estar	1	\$ 1.000.000	Cumpla normativa SISO
	silla tipo escritorio	6	\$ 1.200.000	Cumpla normativa SISO
	Archivador	2	\$ 1.100.000	Cumpla normativa SISO
Otros (incluido herramientas)	Servicios Públicos	1	\$ 5.000.000	gastos de funcionamiento
	Materiales e insumos	1	\$ 1.500.000	Papelería
	Alquiler de vehículos para entrega y funcionarios	4	\$ 5.000.000	Garantía 5000 Km
	Celulares corporativos	5	\$ 1.200.000	Buena cobertura señal
Gastos pre-operativos	Apertura			\$ 6.000.000
	Registro		\$ 6.000.000	

Método de Escalación

PLANTA DE
PRODUCCIÓN

<u>ASPECTOS / VARIABLES</u>	<u>VALORES</u>
Capacidad total de los equipos (Horas, tonelada, unidades x año)	
	24
Capacidad anual	86.400
Capacidad mensual	
Nº de días de operación (25 días)	7.200
Horas de producción	288,0

PROCESO DE ELABORACIÓN DE CICLON PREMIUM

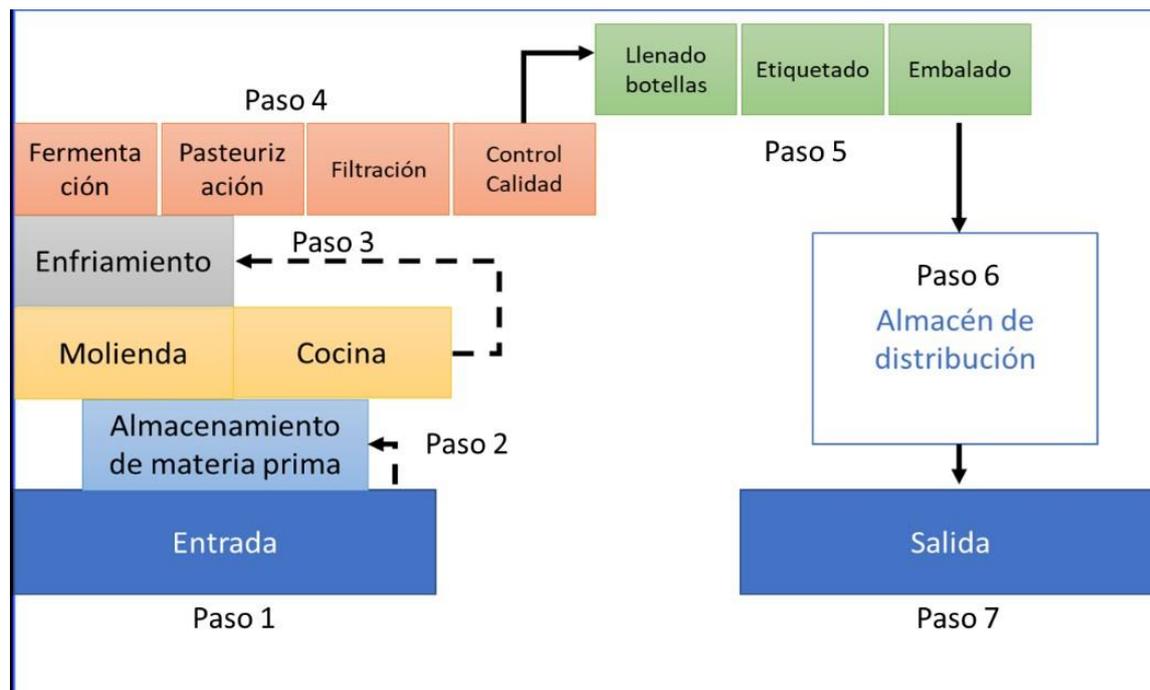


Figura 2. Proceso de elaboración cíclón Premium,

La mano de obra que necesitamos para formar nuestra empresa son bachilleres, técnicos y profesionales en el área de la producción, administración, ingeniería, comerciales entre otras donde podemos observar que el gasto del departamento lo hace en educación y salud y donde los niveles de formación técnica están en un 48%.

ESTUDIO TÉCNICO II

Cerveza Premium Artesanal “Cíclon Premium”, ofrece el servicio de venta en el establecimiento comercial y a domicilio, por lo que no se necesitan gran cantidad de materia prima e insumos, debido a que se venderán productos que ya viene en sus envases. Aquí hay que añadir, que los insumos que hacen parte de la cavita son:

Tabla 2. Capacidad de producción Cerveza Premium Artesanal “Cíclon Premium”

Costo Materia prima/L	Valor
Cebada 175 gr	\$ 200
Lúpulo 2 gr	\$ 100
Levadura 1 gr	\$ 50
Azúcar 6 gr	\$ 120
Agua 1L	\$ 200
TOTAL LITRO	\$ 670
TOTAL PRODUCCIÓN MES	\$ 7'705.000

- Los litros requeridos para cumplir la producción del mes es de \$11.500

Tabla 3. Gastos Globales Cerveza Premium Artesanal “Ciclón Premium”

Gastos Globales	Valor
Materia Prima (mes)	\$ 7'705.000
Equipos	\$ 11'000.000
Personal	\$ 8'878.104
Equipos y Mantenimiento	\$ 12'000.000
TOTAL	\$ 39'583.104

Tabla 4. Proyección de ventas Vs Gastos del mes Cerveza Premium Artesanal “Ciclón Premium”

Proyección de ventas Vs Gastos del mes	Valor unidad
Meta de venta unidades (34.758)	\$ 3.000
TOTAL	\$ 104'274.000
Total Gastos	\$ 39'83.104
TOTAL GANANCIA	\$ 64'690.896

PROCESOS

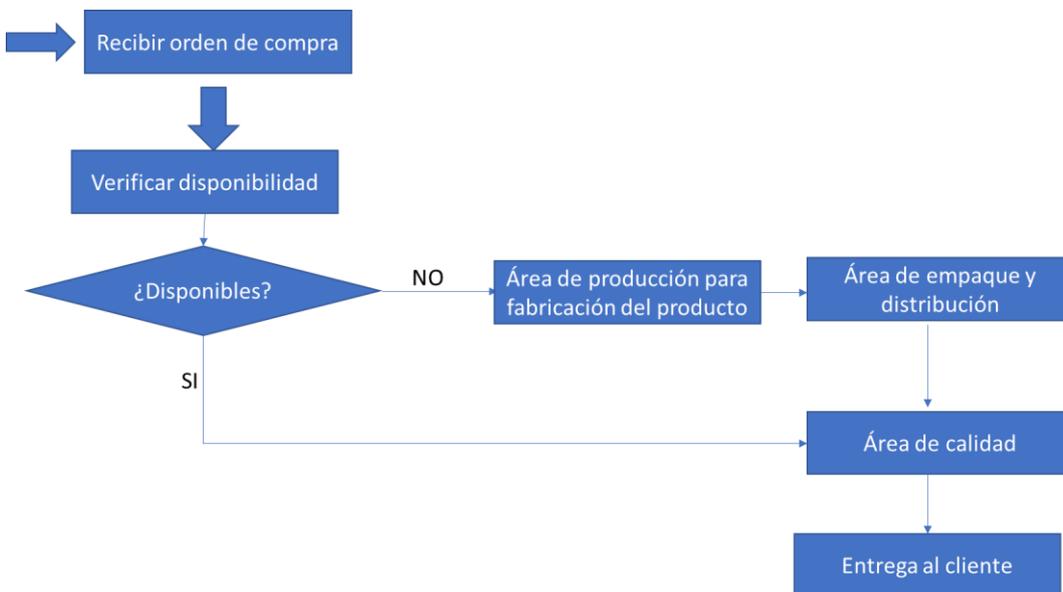


Figura 3. Procesos de elaboración de la Cerveza Premium Artesanal “Ciclón Premium”

Tabla 5. Actividades de proceso Cerveza Premium Artesanal “Ciclón Premium”

ACTIVIDAD DE PROCESO	TIEMPO ESTIMADO REALIZACION	CARGOS PARTICIPAN	No. PERSONAS INTERVIENEN	EQUIPOS Y MAQUINARIAS
Ventas	8 horas	Vendedor	2	celulares
Producción	8 horas	Operador	3	equipo
Producción	8 horas	Catador	1	
Administrativos	8 horas	Administrador	1	computador
operativos	8 horas	oficios varios	1	implementos de trabajo

Tabla 6. Ficha técnica Cerveza Premium Artesanal "Ciclón Premium"

	Cerveza Premium Artesanal "Ciclón Premium"		
	CODIGO: CPA-01	VERSIÓN 1	FECHA 16/11/20
FICHA TECNICA DEL PRODUCTO			
A. NOMBRE DEL PRODUCTO (Defina el nombre técnico del producto)			
Cerveza Premium Artesanal "Ciclón Premium" elaborada netamente en Santa Marta y especialmente dirigida a la población samaria.			
B. COMPOSICION DEL PRODUCTO EN ORDEN DECRECIENTE			
Las cantidades enunciadas a continuación se hace teniendo en cuenta la fabricación de 1 litro de cerveza "Ciclón Premium": 1. Agua 1L, 2. Cebada 175 gr, 3. Azúcar 6 gr, 4. Lúpulo 2 gr y 5. Levadura 1gr.			
C. PRESENTACIONES COMERCIALES			
330 ml			
D. TIPO DE ENVASE			
botella			
			
E. MATERIAL DE ENVASE			
Vidrio			
F. CONDICIONES DE CONSERVACION			
Propiedades físicas, químicas y técnicas, a base de cebada de malta ligera dorada, con 3,4% de alcohol y con un toque cítrico que refrescará y elevará el paladar de nuestros clientes, ideal para ser consumida entre 3,5 y 13°C. Calidad: Premium artesanal ligera tipo pils clásica dorada.			
G. TIPO DE TRATAMIENTO (PROCESO DE ELABORACION)			

1. Almacenamiento
2. Molienda
3. Fermentación
4. Filtración
5. Equipos Braumeister y envasado.

H. VIDA UTIL ESTIMADA

La vida útil es de 6 Meses

I. PORCION RECOMENDADA

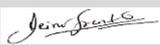
330ml

J. PERFIL DE QUIEN INTERVIENE EN EL PROCESO

CARGOS PARTICIPAN	No. PERSONAS INTERVIENEN
Vendedor	2
Operador	3
Catador	1
Administrador	1
oficios varios	1

K. GRUPO POBLACIONAL

Personas a partir de los 18 años en adelante sin importar su sexo, religión u raza, en su mayoría de estrato socioeconómico 2 en adelante, que ganen igual o más de un SMLV

Firma del responsable del producto:	REPRESENTANTE LEGAL	
Nombre del Responsable del producto	DEINER RAMIRO SAENZ GUTIERREZ	Firma: 



Create your own at Storyboard That

Image Attributions:
4243290 (<https://www.pexels.com/photo/cold-alcohol-bar-party-4243290/>) - Vin7cius Caricatte - License: Free To Use / No Attribution Required / See <https://www.pexels.com/license/> for what is not allowed

Figura 4. Story board Cerveza Premium Artesanal “Ciclón Premium”

BIBLIOGRAFIA

- Alcaldía de Santa Marta. 2004. Plan especial de protección centro histórico de Santa Marta. Proyecto piloto Plan nacional para la recuperación de los centros históricos de Colombia. Santa Marta. 124 p.
- Dinero. 2018. Bavaria un duro golpe a la cerveza. Consultado: 15/03/2020. <https://www.dinero.com/Buscador?query=como%20va%20el%20consumo%20de%20cerveza>.
- Dinero. 2019. Otra forma de brindar, así está el consumo de cerveza artesanal. 15/05/2020. <https://www.dinero.com/empresas/articulo/como-va-el-consumo-de-cerveza-artesanal-en-el-pais/278007>
- LaRepública. 2019. La cerveza se lleva 75% del total del gasto en licores que hacen los colombianos. Consultado: 20/04/2020. <https://www.larepublica.co/empresas/la-cerveza-se-lleva-75-del-total-del-gasto-en-licores-que-hacen-los-colombianos-282890>.
- Ministerio de Salud y Protección Social. 2012. Decreto 1686 de 2012. Consultado: 20/05/2020. https://www.redjurista.com/Documents/decreto_1686_de_2012_ministerio_de_salud_y_proteccion_social.aspx#/
- PNUD- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. 2020. Objetivos de Desarrollo Sostenible. Consultado:05/05/2020. <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>
- Portafolio. 2018. Con el IVA, el precio de la cerveza subiría entre 10% y 15%. Consultado: 12/03/2020. <https://www.portafolio.co/economia/con-el-iva-el-precio-de-la-cerveza-subiria-entre-10-y-15-523690>.
- Portafolio. 2019. En cinco años se vendería 33,8% más en cerveza en Colombia. Consultado: 01/04/2020. <https://www.portafolio.co/negocios/en-cinco-anos-se-venderia-33-8-mas-en-cerveza-en-colombia-532179>
- Presidencia de la República de Colombia. 2010. Decreto 120 de 2010. <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=38680>.
- Santa Marta como vamos. 2018. Informe de Calidad de Vida – ICV 2018. Retos estratégicos de la ciudad. Lucas Gutiérrez y Freddy Batista. Santa Marta. 130 p.
- The beer times. 2020. Estrategias de marketing para cervezas artesanales. Consultado en: <https://www.thebeertimes.com/estrategias-marketing-para-cervezas-artesanales/>. 24/10/2020.
- UNINORTE-Universidad del Norte. 2020. Telescopi Santa Marta. Consultado: 12/05/2020. <https://www.uninorte.edu.co/web/telescopi/sobre-santa-marta>