

**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA INTRODUCCIÓN DE CERVEZA
ARTESANAL EN EL COMERCIO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE
GIRARDOT, 2016**

PRESENTADO POR:

DIEGO ARMANDO LOZANO GARZON

BRYAN CAMILO BUENO RODRIGUEZ

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONÓMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA TECNOLOGÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA
GIRARDOT
2016

**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA INTRODUCCIÓN DE CERVEZA
ARTESANAL EN EL COMERCIO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE
GIRARDOT, 2016**

PRESENTADO POR:
DIEGO ARMANDO LOZANO GARZON
BRYAN CAMILO RODRIGUEZ

PRESENTADO A:
COMITÉ DE TRABAJOS DE GRADO

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA
FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, ECONOMICAS Y CONTABLES
PROGRAMA TECNOLOGIA EN GESTION TURISTICA Y HOTELERA
GIRARDOT
2016

Nota de Aceptación

Jurado 1

Jurado 2

Girardot, Noviembre 2016

TABLA DE CONTENIDO

Ítem	Concepto	Pág.
1.	TITULO	10
2.	ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA ACADÉMICO y TEMA De INVESTIGACIÓN	11
2.1.	Área de investigación	11
2.2.	Línea de investigación	11
2.3.	Programa Académico	11
2.4.	Tema de investigación	12
3.	DEFINICIÓN PROBLEMA INVESTIGACIÓN	13
3.1.	Descripción del Problema de Investigación	13
3.2.	Formulación del problema de Investigación	15
4.	OBJETIVOS	16
4.1.	Objetivo General	16
4.2.	Objetivos Específicos	16
5.	JUSTIFICACIÓN	17
6.	MARCO REFERENCIAL	19
6.2.	Marco Teórico	19
6.3.	Marco Conceptual	22
6.4.	Marco Legal	25
7.	DISEÑO METODOLÓGICO PRELIMINAR	26
7.1.	Tipo de investigación	26
7.2.	Caracterización de la población objeto de estudio	27
7.3.	Población Objeto de estudio	28
7.4.	Técnicas de Recolección de información	29
7.4.1.	Encuesta (como instrumento de recolección de información)	30
8.	ESQUEMA DE CAPITULOS	31
8.1	Mercado Nacional	31
8.2.	Análisis de resultados	34
8.1.1..	Resultados dimensión demográfica	35
9.	IMPACTO SOCIO ECONÓMICO	45
10.	CONCLUSIONES	46
11.	RECOMENDACIONES	47
	BIBLIOGRAFIA	48
	ANEXOS	51

Agradecimientos

1. TITULO

“ESTUDIO DE MERCADO PARA LA INTRODUCCIÓN DE CERVEZA ARTESANAL EN EL COMERCIO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE GIRARDOT, 2016”.

2. ÁREA, LÍNEA, PROGRAMA Y TEMA DE INVESTIGACIÓN

2.1 ÁREA DE INVESTIGACIÓN

El área de investigación, está determinada por lo estipulado en el acuerdo N° 001 de Febrero 09 de 2.011, “por el cual se reglamenta el acuerdo No 009 del 4 de agosto de 2010 del Consejo Superior de la Universidad de Cundinamarca”, Acuerdo aprobado por el Consejo de Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de Cundinamarca; para lo cual se acoge al área de:

ADMINISTRACIÓN DE ORGANIZACIONES

2.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

La Línea de investigación, al igual que el área, se encuentran establecidos de acuerdo al acto administrativo N° 001 de Febrero 09 de 2.011, “por el cual se reglamenta el acuerdo No 009 del 4 de agosto de 2010 del Consejo Superior de la Universidad de Cundinamarca”, Acuerdo aprobado por el Consejo de Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad de Cundinamarca; para lo cual se acoge a la línea denominada:

DESARROLLO ORGANIZACIONAL Y REGIONAL

2.3 PROGRAMA ACADÉMICO

La realización del trabajo de grado “ESTUDIO DE MERCADO PARA LA INTRODUCCIÓN DE UNA CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE GIRARDOT”, AÑO 2016; se encuentra adscrito al **PROGRAMA TECNOLOGÍA**

EN GESTIÓN TURÍSTICA Y HOTELERA de la Universidad de Cundinamarca,
Seccional Girardot.

2.4 TEMA DE INVESTIGACIÓN

“ESTUDIO DE MERCADO PARA LA INTRODUCCIÓN DE CERVEZA
ARTESANAL EN EL COMERCIO TURÍSTICO DE LA CIUDAD DE GIRARDOT,
2016”.

3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

3.1 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La actual variedad y calidad en la oferta de cervezas en nuestro país es el resultado del desarrollo de un mercado altamente competitivo, tanto en el ámbito nacional como internacional, caracterizado por una gran innovación tecnológica y masivas inversiones en promoción y publicidad. A partir de 1994 ingresaron al país importantes cerveceras de renombre mundial, lo que generó un importante incremento de la capacidad productiva local, y la inserción del mercado local en el proceso anteriormente descrito a nivel global. Nuestra larga tradición agrícola en lo atinente a la producción de cebada cervecera -producto tradicional de exportación y principal insumo para la fabricación de la bebida en departamentos como Boyacá y parte de Cundinamarca- constituyó una ventaja indiscutida, y en los años ´90 el cultivo protagonizó una importante expansión, acompañando el crecimiento de la industria elaboradora. Asimismo, el ingreso de las mayores cerveceras internacionales en el mercado cada vez con una menor tasa arancelaria, contribuyó a mejorar en buena medida la calidad del producto, reconocido por haber sido desarrollado en nuestro medio por inmigrantes de países tradicionalmente consumidores del mismo. En este contexto, en los últimos años han tenido gran difusión localmente las cervezas denominadas “Premium”, elaboradas con el 100 % de malta de cebada¹.

Entre los más importantes competidores del mercado nacional en el nicho de la cerveza artesanal se pueden contar Apóstol (Medellín), Bruder (Boyacá) y Bogotá

¹ ABLIN, Amalie (2014); El mercado de la cerveza; Área de Industria Agroalimentaria - Dirección de Promoción de la Calidad de Productos Agrícolas y Forestales - Subsecretaría de Agregado de Valor y Nuevas Tecnologías.

Beer Company, que vienen en expansión y cada vez se encuentran en un mayor número de zonas a lo largo de Colombia. No obstante, por su estado incipiente, aún no cubren los mercados de territorios intermedios como Girardot y municipios aledaños.

En el municipio de Girardot, la oferta de cervezas se limita a productos nacionales o importados, elaborados por medio de procesos relacionados con la producción en masa que obran en perjuicio de su calidad, debido a que el propósito de las fábricas con estas características es usualmente la elaboración de una gran cantidad de un producto estandarizado, dejando de lado elementos cruciales vinculados a la elaboración de una bebida como lo son su madurez, fermentación y uso de los ingredientes adecuados, así como la fabricación personalizada, lo cual otorga una ventaja competitiva² a las empresas productoras de cerveza artesanal.

Teniendo en cuenta tal circunstancia se evidencia la necesidad de elaborar un estudio de mercado con el cual sea posible determinar la viabilidad de cerveza artesanal en el municipio de Girardot.

En ese sentido, entendido el estudio de mercado como un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información acerca de los clientes, competidores y el mercado cuyos usos incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados³, se emprende el presente trabajo de investigación que busca determinar la viabilidad de un producto que sería la cerveza artesanal hacia el mercado turístico del municipio de Girardot, ya percibiendo las estadísticas de crecimiento del producto a nivel nacional.

² DE LEÓN, Francisco (1990); Michael Porter: la ventaja comparativa; Javier Vergara Editores, Buenos Aires, Argentina.

³ ORJUELA CÓRDOBA, Soledad; SANDOVAL MEDINA, Paulina (2002); Guía de Estudio de Mercados para la Evaluación de Proyectos; Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Chile, Santiago.

<<En Colombia, la industria cervecera representa el 2.8% del PIB y su relevancia se ve plasmada en el nivel de tributos que representa para el Estado, los cuales ascendieron durante el año 2008, a más de 9 mil millones de dólares⁴>>.

El mercado de las artesanales ha mostrado un crecimiento sistemático y escalonado con lugar entre las grandes urbes, ciudades con características de desarrollo gastronómico convertidas en centros de intercambio cultural para extranjeros y residentes que se han visto contagiados por estas nuevas tendencias, generando así mercado para este tipo de productos innovadores⁵.

Otra es la realidad en ciudades de menor tamaño como Girardot donde se evidencia una fuerte tendencia hacia las cervezas industriales sobre las artesanales. Según los autores del presente trabajo de investigación esto se debe en gran medida a la falta de oferta brindada por los empresarios; y a la característica organoléptica de refrescante que sobrepone la cerveza industrial y que se hace más evidente en el clima de la ciudad ante las artesanales de mayor sabor cuerpo y aroma.

Por consiguiente, el propósito de este proyecto de investigación es conocer el verdadero potencial de mercado local para este tipo de productos y a una escala más específica, determinar la viabilidad de introducción de una cerveza artesanal en el municipio de Girardot.

3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Puede la cerveza artesanal tener un alto grado de aceptación en el mercado Girardoteño?

⁴ Oficina Comercial de ProChile Colombia; Estudio de Mercado Cerveza en Colombia; 2011, Bogotá, Colombia.

⁵ Ibídem.

4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Realizar estudio de mercado con el fin de conocer La viabilidad de introducir una cerveza artesanal en la ciudad de Girardot.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la intención de compra por parte del consumidor final mediante la implementación y posterior análisis de encuestas.

- Perfilar los establecimientos con el contorno de venta del producto objeto de estudio.

- Describir las características del mercado nacional y local, de modo que sea posible acercarse a un perfil del productor, vendedor y comprador de cerveza tradicional.

- Describir el consumidor

5. JUSTIFICACIÓN

La cerveza es uno de los productos más antiguos de la civilización. Algunos historiadores creen que su existencia se remonta 8000 años antes de Cristo, mientras que otros sostienen que apareció 6000 años a.c⁶. En Colombia, se pueden encontrar sus inicios como industria a lo largo de las últimas décadas del siglo XIX⁷. En Girardot, ciudad de las Acacias; la industria cervecera se desarrolló comercialmente de manera rápida junto con el auge experimentado a lo largo de las primeras décadas del siglo XX, por estar ubicada a orillas del río Magdalena, convirtiéndose así en un punto de llegada de mercancías provenientes de diferentes partes del país motivo por el cual comerciantes y empresarios arribaban para llevar a término diferentes negociaciones dando inicio a una actividad turística sólida en crecimiento⁸.

Además, Girardot denota unas características turísticas muy similares a las presentadas en las grandes urbes, lo que constituiría un espacio propicio para el mercado de cervezas artesanales. Girardot llamada ciudad de las Acacias y también turística, está a 290 metros sobre el nivel del mar donde su clima esta en promedio de 28 a 34 grados centígrados, siendo así los lugareños y turistas que vistan el municipio tienen esa necesidad de sed y buscan refrescarse buscando distintas bebidas inclinándose por la cerveza más consumida que es la industrial, esta cerveza se produce en base a una receta básica que busca ingredientes y procesos económicamente viables, por el contrario la cerveza artesanal es probada y modificada por el maestro cervecero para dar con la mezcla adecuada que tenga un sabor y olor característico y en Girardot no se ha tenido en cuenta la Cerveza Artesanal por parte de los distribuidores de estas bebidas

⁶ DANTUR, Mario Alejo; Estudio de Mercado para la Organización de una PYME de bases biotecnológicas: cerveza de elaboración artesanal; Facultad de Bioquímica, Química y Farmacia, Universidad de Tucumán, Argentina.

⁷ *Ibíd.*

⁸ NIÑO E., José; Monografía Histórica de Girardot. Tomo I; El Diario Ediciones, 1918.

En la actualidad sigue siendo considerada la ciudad turística por excelencia del centro del país, cada fin de semana se incrementa exponencialmente el número de personas que visitan de diferentes partes del país sin dejar de lado los turistas de Bogotá quienes han considerado a Girardot una ciudad placida, muchos de ellos adquiriendo segunda vivienda; respaldo de esto son las cerca de 8.000 unidades habitacionales o apartamentos que se están construyendo en el municipio de Ricaurte según el plan de desarrollo territorial del periodo actual⁹. Este factor convierte automáticamente a Girardot en un destino propicio para pasar el fin de semana en condiciones de ocio, siendo la cerveza artesanal un mercado potencial en crecimiento que en la actualidad no está suplido lo que eleva las probabilidades de acogida.

Otro plan de desarrollo municipal dice al respecto:

<<El municipio de Ricaurte cuenta con un total de 2.046 viviendas, de las cuales el 57,6% (n=1.179) corresponden al área rural y el 42.4% restante (n=867) al área urbana. No obstante, debido al notorio desarrollo urbanístico de la zona urbana del municipio en los últimos años, se estima actualmente una cifra superior a las 3.000 unidades habitacionales, entendidas como casas o apartamentos, con proyección al 2019 de 8.000 para la zona urbana¹⁰>>

⁹ Plan de Desarrollo del municipio de Girardot Seguir Avanzando 2016-2019. Alcaldía de Girardot.

¹⁰ Ibídem.

6. MARCO REFERENCIAL

6.1 MARCO TEÓRICO

- **Estudio de mercado.** La investigación mercadológica tiene por objeto ayudar al fabricante en su proceso de determinar con la mayor claridad posible cuáles son los deseos del consumidor a fin de poder satisfacerlos. Es claro que los resultados de la investigación no pueden ser rigurosamente exactos, pero siempre constituyen una ayuda muy significativa para los propósitos de los fabricantes. La investigación puede implicar actividades que se relacionan con los siguientes aspectos: estudios especiales en los lugares de venta para llegar a determinadas relaciones entre el consumidor y el detallista en las compras al menudeo; y también los estudios para conocer las reacciones del consumidor ante unos productos en relación con los de la competencia con los de la competencia a efecto de establecer precios entre otros más¹¹.

La Investigación de mercados es una actividad de enfoque sistemático y objetivo destinada a especificar, recolectar analizar e interpretar la información necesaria para entender el medioambiente del mercado y brindar la información necesaria a la alta gerencia para el proceso de toma de decisiones. Antes de entrar a definir el marco teórico/objetivo definamos:

- **TEORÍA¹²**

Es un esquema conceptual basado en afirmaciones fundamentales, o axiomas, que se suponen verdaderas.

- **EVIDENCIA OBJETIVA¹³**

¹¹ HAIR, Bush y Ortinau; Investigación de Mercados; Mc Graw Hill, segunda edición, 2004.

¹² Ibídem.

Evidencia no sesgada que se sustenta en hallazgos empíricos.

¿Qué características debe tener la investigación?

La investigación debe ser:

- Relevante
- Servir a los fines de la compañía
- Oportuna
- Eficiente
- Exacta

El investigador debe basarse en la teoría para determinar que variables deberían investigarse. Además, las consideraciones teóricas proporcionan información sobre la forma de operacionalizar y medir las variables, así como sobre la forma de elegir la muestra y el diseño de la investigación.

Es posible que la teoría no especifique de manera adecuada como pueden incorporarse sus constructos (variables) en un fenómeno que existe en el mundo real. Además, las teorías son incompletas. Solo tratan con un subconjunto de variables que existen en el mundo real, por lo que el investigador también debe identificar y examinar otras variables no teóricas¹⁴.

¹³ *Ibidem*.

¹⁴ ALVAREZ S., Mónica; CASTAÑEDA, A., Nayibe; Estudio de mercados que permita identificar las razones por las cuales los propietarios de vehículos particulares no consumen gas natural vehicular como opción alterna de combustible en Bogotá; Fundación Universitaria Politécnico Grancolombiano, Bogotá, febrero de 2007.

Según BASCUR, G¹⁵, el proceso y conocimiento de la cerveza artesanal e industrial es relevante en el momento de ofrecer el producto artesanal donde se evidencia la diferencia de la calidad entre las artesanales a las industriales.

La cerveza artesanal es una bebida obtenida por fermentación alcohólica, mediante levaduras, de un mosto compuesto principalmente de agua y cereales que han sido tratados a temperaturas y humedades controladas para desarrollar encimas y otras características requeridas para la fase de elaboración, proceso que se denomina malteado del cereal, cuyo almidón es modificado en el proceso de elaboración para generar los azúcares y componentes necesarios para el proceso fermentativo. En la época moderna se suele incorporar lúpulo, a fin de otorgarle aromas, amargor y estabilidad. Hoy en día existe una gran variedad de cervezas, alguna de ellas con características verdaderamente atípicas o “extremas” respecto al concepto clásico, principalmente elaboradas estas últimas por el sector micro cervecero y/o artesanal. En su producción entran en juego una gran variedad de ingredientes y diferentes métodos de elaboración, haciendo que cada cerveza requiera un particular proceso de productivo. Es una bebida gaseosa, debido al CO₂ producido en la fermentación, y su graduación alcohólica promedio va de 4% a los 10% de alcohol por volumen, aunque existen variantes que pueden llegar fácilmente sobre 25%.¹⁶

La cerveza industrial, que es la actualmente más conocida por las personas, tiene como base de su nacimiento los avances originados por la revolución industrial, los desarrollos efectuados por la microbiología a fines del siglo XIX y el interés de parte del sector por elaborar un producto masivo, estandarizado, filtrado, de color claro, muchas veces en detrimento de la calidad y diversidad que siempre tuvo.

¹⁵ BASCUR, G, PALACIOS, PLAN DE NEGOCIO DE UNA CERVECERÍA ARTESANAL EN LA REGIÓN METROPOLITANA, Universidad de Chile facultad de ciencias físicas y matemáticas Departamento de Ingeniería Industrial, consultado 23 de sept de 2016, Disponible en: http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/113903/cf-bascur_gp.pdf?sequence=1

¹⁶ Ibídem

Como resultado, hoy tenemos las grandes compañías cerveceras que monopolizan la oferta en la mayoría de los países, entregando un producto con características muy similares entre cada marca, de paso haciendo que hoy en día la gente tenga escaso conocimiento sobre el producto en toda su potencialidad.

A lo largo del siglo pasado, producto de la cerveza industrial, comenzaron a verse extintas una gran cantidad de estilos de cerveza que antaño eran muy apetecidas en sus lugares de origen, uniformándose un estilo “general” de cerveza. Por ejemplo, es muy común que las personas sólo perciban la diferencia entre cerveza negra y rubia, aludiendo exclusivamente al color que ésta posea.

Cerveza y Turismo

Colombia es un país con una variedad gastronómica increíble, en cada ciudad, en cada pequeña población encontramos un sin número de platos y recetas completamente distintas y a su vez representativas de cada región. Su riqueza gastronómica ha venido convirtiendo a nuestro país en un destino gourmet de reconocimiento internacional. Sin lugar a dudas esto abre un campo inimaginable para las bebidas que acompañan estos alimentos, de este modo se ha convertido en casi una pasión para críticos y flemáticos encontrar el binomio perfecto entre comida y bebida, es allí en el maridaje donde la cerveza artesanal con su gran variedad y exquisitez podría jugar un papel protagónico atrayendo paladares sofisticados¹⁷.

6.2 MARCO CONCEPTUAL

Mercado: En la práctica, cada persona tiene una definición de lo que es el mercado en función de lo que mejor le parece o le conviene, por ejemplo, para

¹⁷ Ibidem.

un accionista el mercado tiene relación con los valores o el capital; para una ama de casa, el mercado es el lugar donde compra los productos que necesita; desde el punto de vista de la economía, el mercado es el lugar donde se reúnen oferentes y demandantes y es donde se determinan los precios de los bienes y servicios a través del comportamiento de la oferta y la demanda.

Turismo: Puede definirse al turismo como el conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año.

Turista: Un turista es aquella persona que se traslada de su entorno habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia habitual más de 24 horas y realizando pernoctación en el otro punto geográfico.

Las características que lo definen como turista no responden a un sólo aspecto, por ejemplo, el cultural. Aquella persona que visita distintos puntos de su país, o del planeta, y que lo hace para aprender más o para aumentar su conocimiento cultural es turista.

Cerveza: La cerveza es una bebida alcohólica, no destilada, de sabor amargo, que se fabrica con granos de cebada germinados u otros cereales cuyo almidón se fermenta en agua con levadura (básicamente *Saccharomyces cerevisiae* o *Saccharomyces pastorianus*) y se aromatiza a menudo con lúpulo, entre otras plantas.

De ella se conocen múltiples variantes con una amplia gama de matices debidos a las diferentes formas de elaboración y a los ingredientes utilizados. Generalmente presenta un color ambarino con tonos que van del amarillo oro al negro pasando por los marrones rojizos. Se la considera «gaseosa» (contiene CO₂ disuelto en saturación que se manifiesta en forma de burbujas a la presión ambiente) y suele estar coronada de una espuma más o menos persistente. Su aspecto puede ser

cristalino o turbio. Su graduación alcohólica puede alcanzar hasta cerca de los 30 % vol., aunque principalmente se encuentra entre los 3 % y los 9 % vol.

Cerveza artesanal: es elaborada en pequeñas cantidades y por lo tanto, se le da máxima atención a cada pequeño detalle, asegurando un producto final de la mayor calidad y frescura. Gran parte del proceso se realiza de forma manual.

La cerveza artesanal dependiendo del proceso puede estar “viva”, ya que no se eliminan en un 100% las células de levadura, esto debido a que en algunas ocasiones no es pasteurizada, como la particularidad de nuestras cervezas.

Impacto de mercado: Propuestas a los comerciantes para la planeación a las necesidades que marcan como problema, hacen referencia, tanto al abastecimiento, requerimientos de producto y desarrollo del negocio, por lo que se debe de resolver de acuerdo a su nivel crítico. La buena planeación y fijándose a tiempos puede llevar a la organización a un crecimiento global, tanto en estructura como financiera, uno de los primeros aspectos a cuidar es la competencia, directa e indirecta tomando en cuenta las etapas de la planeación.

Consumo: Consumo es la acción y efecto de consumir o gastar, bien sean productos, bienes o servicios, como por ejemplo la energía, entendiendo por consumir como el hecho de utilizar estos productos y servicios para satisfacer necesidades primarias y secundarias. El consumo masivo ha dado lugar al consumismo y a la denominada sociedad de consumo. En términos puramente económicos se entiende por consumo la etapa final del proceso económico, especialmente del productivo, definida como el momento en que un bien o servicio produce alguna utilidad al sujeto.

Consumidor: En este sentido hay bienes y servicios que directamente se destruyen en el acto del consumo, mientras que con otros lo que sucede es que su

consumo consiste en su transformación en otro tipo de bienes o servicios diferentes.

Población: La población es un conjunto de individuos que viven en un preciso lugar, inclusive en el planeta en general, esto se refiere a los espacios y obra de una localidad u otra división política, a la acción y las consecuencias de poblar.

Muestra: Conjunto de cosas, personas o datos elegidos al azar, que se consideran representativos del grupo al que pertenecen y que se toman para estudiar o determinar las características del grupo.

6.2 MARCO LEGAL

Constitución Nacional de Colombia: Según la constitución nacional de Colombia la ley 124 de 1994- Prohíbe el expendido de bebidas embriagantes a menores de edad. Esta Ley establece la prohibición de expendio de bebidas embriagantes a menores de edad estableciendo que toda publicidad, identificación o promoción sobre bebidas embriagantes debe hacer referencia expresa a la prohibición establecida en esta ley. Además deroga el artículo 14 de la Ley 30 de 1986.

7. DISEÑO METODOLÓGICO

El diseño Metodológico es la forma particular como cada interventoría organiza su propuesta de intervención. Lo metodológico debe estar soportado por la postura epistemológica, conceptual y ontológica del investigador; es decir, cada diseño metodológico ha de responder con coherencia interna a la concepción de ser humano, a la concepción de educación y a los principios pedagógicos que orientan a cada investigador (estudiante en proceso de grado) en su quehacer.

Por lo tanto, la estrategia de intervención depende del tipo de estudio que se elija (el enfoque), ya que éste determina el diseño, el proceso propuesto a la comunidad, la información generada, la forma como se trabajará con la población objetivo y el lugar del investigador.

7.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

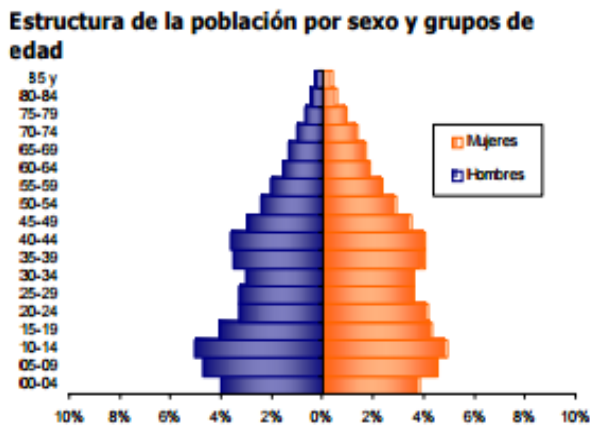
Tomando en cuenta lo anterior, esta investigación es de carácter exploratorio-descriptivo donde el objetivo que busca el investigador es encontrar la viabilidad de una cerveza artesanal en la ciudad de Girardot, donde el tipo de investigación describe sistemáticamente las características de una población, situación o área de interés.

Aquí los investigadores recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información detalladamente y luego analizan los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento del estudio de mercado propuesto. Este proyecto de investigación busca conocer y describir el verdadero potencial de mercado local para este tipo de productos y allí conoceremos la viabilidad que tendría este tipo de productos ante el dinamismo de un mercado como el de Girardot.

7.2 CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETO DE ESTUDIO DE MERCADO.

El nicho de mercado el cual se ajusta para el consumo y compra de cerveza artesanal son personas mayores de edad, que buscan siempre algo fuera de lo común de excelente calidad, generalmente son turistas que buscan siempre satisfacer su necesidad climatológica que causa refrescarse y más aun con una cerveza artesanal de la región. Con base en esto se considera que el estudio se debe realizar con personas mayores de edad en un rango de edades de los 18 a los 45, Teniendo en cuenta el gusto gastronómico motivado por el poder adquisitivo.

Gráfica No. 2. Estructura de la población del municipio de Girardot (género/edad)



Se evidencia:

- Efecto de la migración por sexo y edad y sobre mortalidad masculina.

Fuente: DANE¹⁸

➤ Cálculo del tamaño de una muestra

¹⁸ Tomado de, el DANE, Tabla de población por edades y sexo, disponible en: <https://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/cundinamarca/girardot.pdf>.

Margen de error 5,0%

Nivel de confianza 95%

Tamaño población 45.000

Tamaño de la muestra = 381

$$\frac{N * (\alpha_c * 0,5)^2}{1 + (e^2 * (N - 1))}$$

Es relevante resaltar que la muestra, fue calculada y posteriormente reajustada para efectos de aplicación y manejo del volumen de información como también de facilidad, en primera instancia se fijó la aplicación del instrumento de recolección a los habitantes del municipio en cantidad de 381 cuestionarios, pero su reajuste permitió su aplicación en 180 cuestionarios, manteniendo el 95% de nivel de confianza y un margen de error del 5%.

7.3. OBJETO DE ESTUDIO

El desarrollo del presente trabajo de investigación, tiene como centro de estudio el conocimiento de la cerveza artesanal, para lo cual se adquirirá en cuenta algunos aspectos relevantes de los encuestados, entre los cuales podemos recalcar como los son sexo y edad.

7.3 TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Se tendrá en cuenta para el desarrollo metodológico de la presente investigación la aplicación de una encuesta en formato cuantitativo, a la comunidad, por medio del cual se hace posible el acercamiento a la cultura de consumo de cerveza que tiene la comunidad receptora y la posible aceptación del producto para su consumo el cual se destaca por su calidad y pureza, dando una innovación, generación de empleo, y sostenibilidad ambiental ya que los productos son 100% naturales. Los resultados de la encuesta se sistematizarán en una hoja de cálculo Excel y será posible analizar la información de modo que se logre dibujar una idea de lo que represente dentro del municipio de Girardot el comercio y el impacto que tienen los comerciantes en el momento de la comercialización, ya que son los principales entes en los que los turistas y la comunidad del municipio confían para satisfacer su tiempo de ocio o momentos especiales.

Otras herramientas que se tuvieron en cuenta a lo largo de esta investigación fueron, Internet, además de herramientas como Google, Facebook, twitter, YouTube, email, WhatsApp, etc. El cual hace que al cortar distancias sea más fácil y rápida la adquisición de la información, adicional se pueda debatir la idea con diferentes personas especializadas en la producción y mercadeo del producto.

7.4 ENCUESTA (INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN).

La encuesta tiene como propósito obtener información relativa a características predominantes de una población mediante la aplicación de procesos de interrogación y registro de datos. Es una técnica que al igual que la observación está destinada a recopilar información; de ahí que no debemos ver a estas técnicas como competidoras, sino más bien como complementarias, que el

investigador combinará en función del tipo de estudio que se propone realizar; a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas, La encuesta se fundamenta en el cuestionario o conjunto de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información de las personas. Es decir, plantear preguntas a una muestra de sujetos de la población.

8. ESQUEMA TEMÁTICO: DESARROLLO DE LOS CAPÍTULOS

8.1. MERCADO NACIONAL

➤ POTENCIAL DEL PRODUCTO.

➤ CONSUMO

En Colombia, la industria cervecera representa el 2.8% del PIB y su relevancia se ve plasmada en el nivel de tributos que representa para el Estado, los cuales ascendieron durante el año 2008, a más de 9 mil millones de dólares. Como se señalará en el siguiente punto la firma Bavaria San Miller (Sudáfrica), tiene el 98% del mercado y según lo indicado por la Directora Ejecutiva de la Asociación Colombiana de la Industria de Licores – ACIL, esta empresa vendió durante el 2008, 18,7 millones de hectolitros.

Si bien el consumo de cerveza industrial representa el mayor volumen de las ventas, se aprecia un incremento en el consumo de la cerveza artesanal. De acuerdo a lo señalado por el Gerente de DUFF Colombia en el país se consumen un millón de hectolitros o 300 millones de botellas de 330 mililitros al año de cerveza Premium.

➤ PRODUCCIÓN

Se calcula que existen unas 21 cervecerías artesanales e incluso aún con el aumento de los impuestos al consumo de esta bebida, realizados el año pasado, aparecieron dos marcas premium (San Tomás y Duff la misma que consume Homero Simpson) y cuatro artesanales: Maos y 1516 Brewing Company, en

Sogamoso Boyacá; Sierra Nevada, en Dos Quebradas, Risaralda, y una en Sabaneta, Antioquia.

Las marcas más reconocidas son Palos de Moguer (Cervecería Colón) y Bogotá Beer Company. La primera nació en Cali en 1997 y la segunda, en Bogotá tres años después. Las dos producen cervezas para distribuir en sus locales y para otros pubs y restaurantes. Andrés Carne de Res, Beer Station, Crepes and Waffles, La Hamburguesería y London Calling. En Medellín están Tres Cordilleras y San Tomás. Más pequeñas y más nuevas.

Algunas cifras de incremento en las producciones, indican las expectativas que existen de crecimiento de la categoría:

- Cerveza Artesanal de Maos, que tiene un plan para alcanzar 5.000 litros anuales a final de año.
- Por su parte, 1516 montó una planta para producir 6.000 litros mensuales. • En Tunja salió a finales del 2009 la marca Bruder que produce unos 2.000 litros mensuales.
- Duff Colombia, apunta a vender 150 mil botellas anuales de Duff. Productos sustitutos.

El principal producto sustituto de la cerveza es el aguardiente (destilado de caña de azúcar) producto con fuerte arraigo local. Este producto, es fabricado por empresas pertenecientes a los departamentos (regiones), las cuales, por ley tienen la exclusividad para ello. El precio promedio de una botella de aguardiente de 750 c.c. es de US\$6 y viene en presentaciones de tetra pack y botella de vidrio. Las ocasiones de consumo son diversas pero en la mayoría de los casos coinciden con la ingesta de cerveza. La fuerte competencia ha llevado a las

empresas licoreras a realizar importantes inversiones en innovación buscando acercarse a nuevos consumidores o aumentando las ocasiones de consumo. Como ejemplo de esto podemos mencionar el ingreso al mercado de productos con “cero azúcar” y en presentación tetrapack de 250 c.c. 1.1.

➤ **FORMAS DE CONSUMO DEL PRODUCTO¹⁹**

En un corto periodo de tiempo el consumo de cerveza artesanal se ha ido posicionando como una forma de diferenciación de los consumidores, convirtiéndose en un signo de status para los niveles socioeconómicos altos y aspiracional para los segmentos de la población de nivel medio.

La cerveza artesanal que es objeto de estudio de este trabajo de investigación será ofrecida a nuestro público en presentación botella de 330 ml así facilitando a los comerciantes en el momento de ser comercializada.

El consumo de cerveza, no tiene marcadas las ocasiones y en promedio se puede señalar que se usa en reuniones poco formales (reuniones de amigos o compañeros de trabajo), para lo cual los fines de semana (jueves a domingo) son los de mayor demanda.

➤ **Temporadas De Mayor Demanda/Consumo Del Producto**

Tal y como se aprecia en el cuadro siguiente, durante los últimos cuatro años solo se nota una tendencia similar de crecimiento en la compra de cervezas importadas para los meses de septiembre a noviembre, lo cual coincide con los comentarios

¹⁹ PEÑAHERRERA BUNCE, Andrea; Estudio de Mercado y análisis financiero para la creación de una empresa productora de cerveza artesanal en el distrito metropolitano de Quito, con énfasis en el uso de la marca de la primera cervecería creada en América; Pontificia Universidad Católica del Ecuador; Facultad de Ciencias Administrativas y Contables; 2013.

de los importadores respecto al incremento en la demanda que se presenta con motivo de las fiestas de fin de año. Si bien no es tan claro el comportamiento de las importaciones durante el primer semestre del año, se observa una coincidencia al menos en dos años, respecto al aumento en las compras para el periodo marzo-junio el cual coincidiría con las vacaciones de mitad de año.

➤ **Establecimientos perfilados para la comercialización de la cerveza artesanal**

Los establecimientos con más acogida de la cerveza artesanal, son aquellos donde los clientes estén dispuestos a sentarse y refrescarse donde pueda dialogar con su compañía donde los establecimientos perfilados son:

- Restaurantes: Se debe realizar una alianza con diversos restaurantes de alto nivel, considerando de la misma forma Hoteles de calidad, las cuales deberán ofrecer el producto a sus clientes.
- Bares: El producto es perfecto para consumos en bares de prestigio dentro de la región.

➤ **Producto ofrecido**

La estrategia para ofertar una cerveza artesanal elaborada a partir de ingredientes 100% naturales, respetando las fórmulas originales en su producción y resaltando las características orgánicas y originarias que contiene nuestro producto. Se proyecta crear y consolidar un producto elaborado en nuestra ciudad Girardot, iniciando con la producción de un único tipo de cerveza, con un valor agregado en términos de calidad, sabor, olor y aspecto, sobresaliendo tanto por sus caracteres

propias como por un sensación de una cerveza en la categoría Premium del producto.

➤ **Principales zonas o centros de consumo del producto**

La principal zona de consumo de cerveza es el centro del país, (Departamentos de Cundinamarca y Boyacá)²⁰.

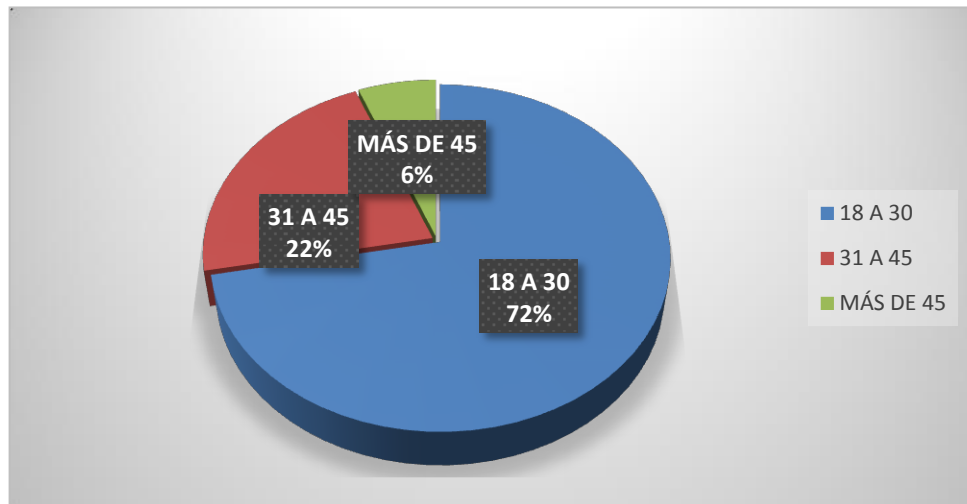
8.2 ANÁLISIS DE RESULTADOS

El estudio continua y sistemáticamente la investigación de este trabajo de tipo exploratorio y descriptivo donde esta actividad es esencial para innovar, descubrir, emprender y perfeccionar los recursos con los que cuenta, a lo cual se espera que puedan contribuir este estudio de mercado, buscando la viabilidad de nuestro producto aplicando el instrumento de recolección de datos diseñado, dándonos esa información exacta del estereotipo de la cerveza artesanal respecto con el municipio de Girardot.

²⁰ Ibídem.

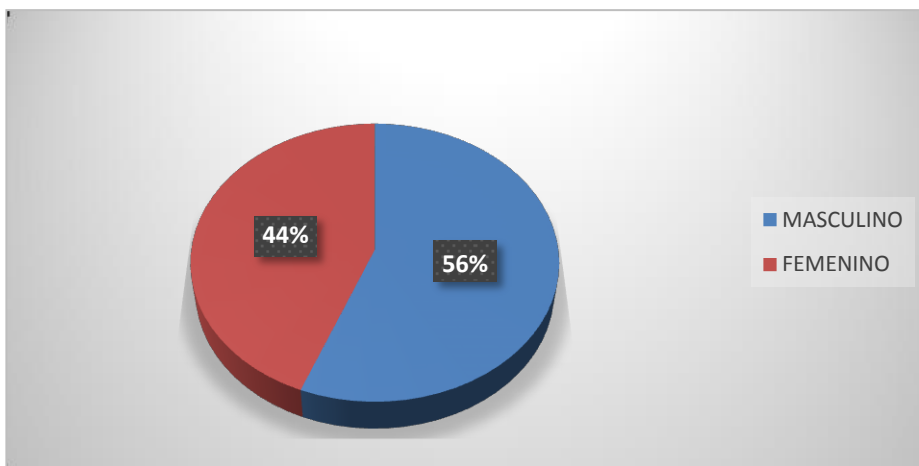
➤ RESULTADOS DIMENSIÓN DEMOGRÁFICA

GRAFICA 1. Rango de edad de los encuestados



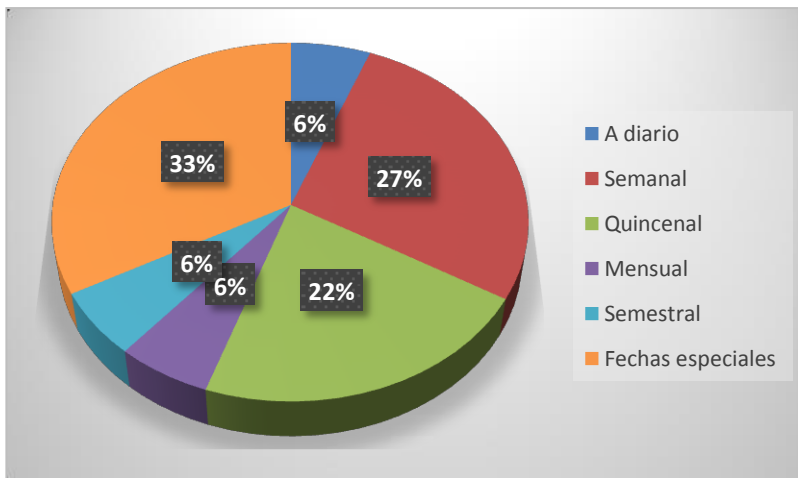
Como resultado en la ejecución de esta pregunta, se obtuvo que la mayor población que participo del ejercicio con el 72% de los encuestados se encuentra en el rango de edad de los 18 a los 30 años seguido por el 22% de 31 a 45 años y por ultimo con el 6% los de más de 45.

GRAFICA 2. Sexo de los encuestados



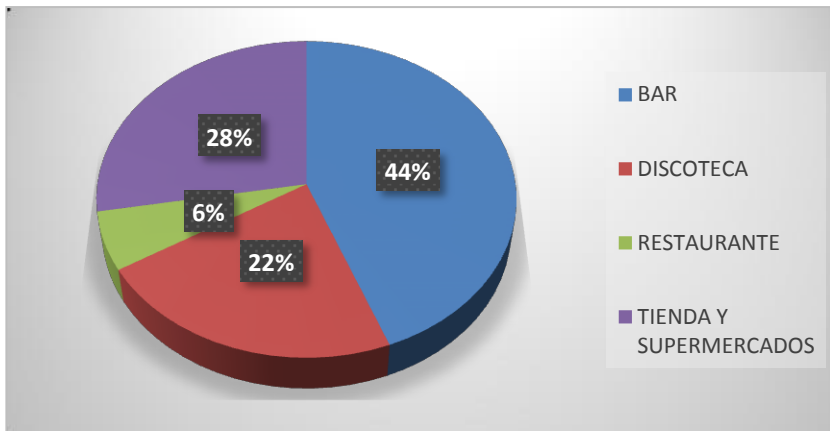
En el estudio, el termino género, se toma como el concepto referencial a la construcción social de mujeres y hombres, de feminidad y masculinidad, En este sentido el análisis se concentró solo en determinar la cantidad de hombres y mujeres (masculinidad y feminidad) que se encuentre del rango de edad de 18 a 45 años, así constatamos que la mayoría de los encuestados fue el sexo masculino con un 54% sobre un 44% sobre el sexo femenino.

GRAFICA 3. ¿Con que frecuencia consume cerveza?



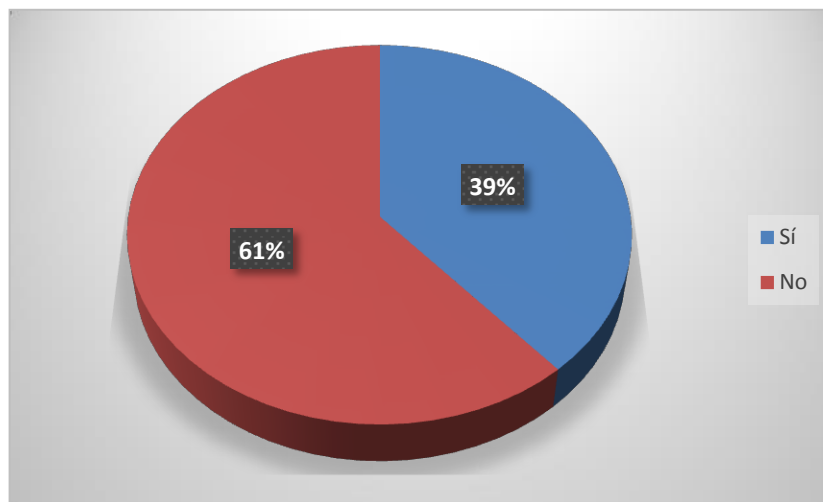
Investigar en este tema conlleva, por lo tanto, conocer cuál es la dosis de cerveza que estadísticamente ingiere un consumidor y a que frecuencia la consume y podemos denotar que la gran mayoría de los encuestados consumen cerveza en fechas especiales con un 33%, semanal con un 27% y quincenal con un 22%

GRAFICA 4. ¿En qué lugar frecuentemente compra o consume cerveza?



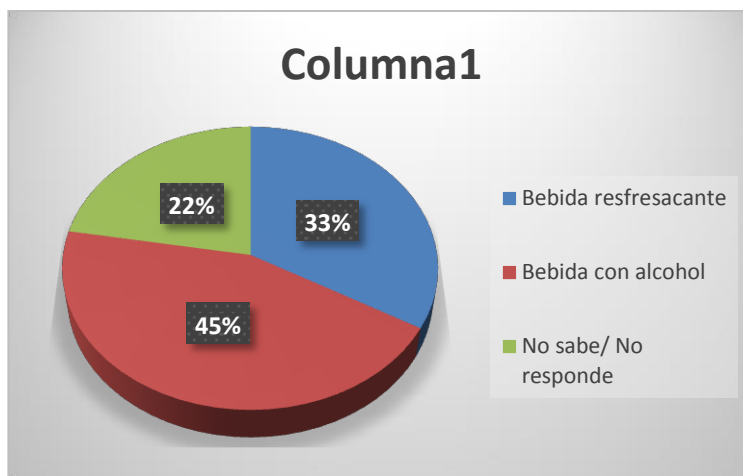
Dentro del estudio es vital determinar el lugar donde frecuentemente se compran y consumen los productos con el fin de determinar en qué espacios comerciales generaría mayor impacto la venta y distribución del mismo.

GRAFICA 5. ¿Conoce el término cerveza artesanal?



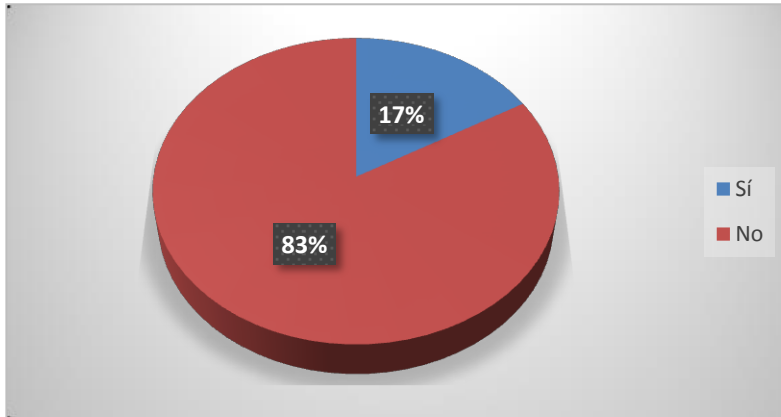
El conocimiento del término por parte de la muestra, nos permite visibilizar que tan apropiados se encuentra la población acerca del producto. 61% de los entrevistados no conocen el termino Cerveza artesanal frente al 39% lo que indica que habría que idear estrategias de culturización cervecera con el fin de fomentar el consumo del mismo.

GRAFICA 6. ¿A que le hace referencia la cerveza artesanal?



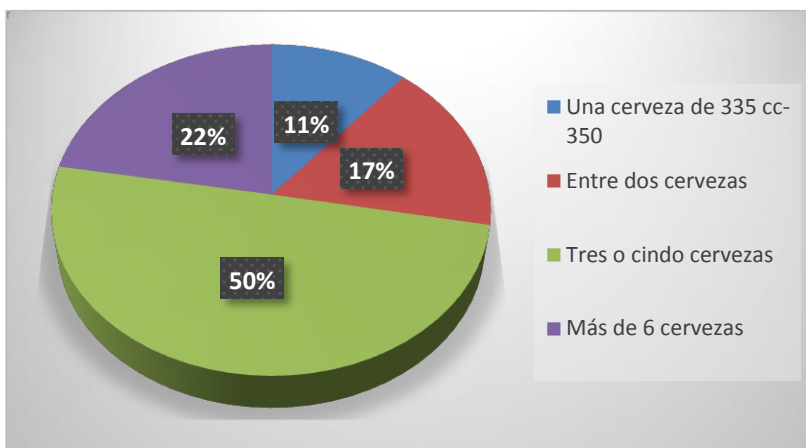
El 45% de los encuestados deduce que el término cerveza artesanal hace referencia a una bebida alcohólica, el 33% deduce que es una bebida refrescante mientras el 22% no sabe o no opina.

GRAFICA 7 ¿conoce alguna cerveza artesanal, en Colombia?



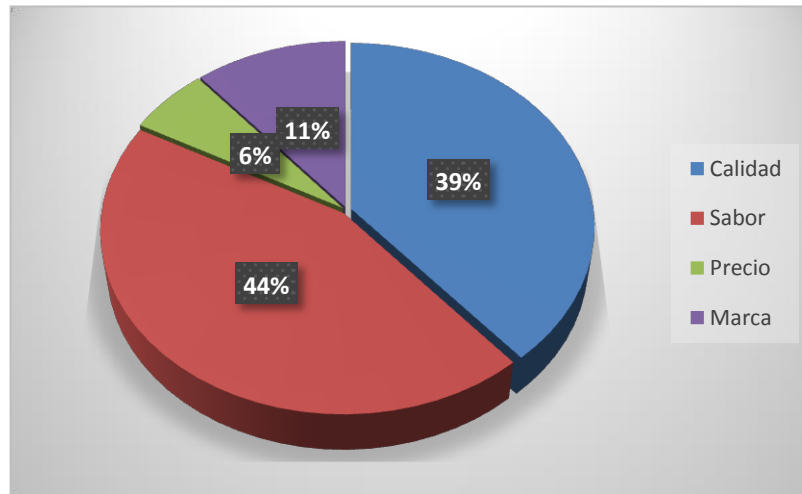
El 83% de los encuestados desconoce la existencia de alguna cerveza artesanal, tan solo el 17% contestó afirmativamente lo que da contrapeso a la hipótesis del fortalecimiento cultural de la cerveza artesanal con miras al impulso del consumo.

GRAFICA 8. ¿Cuántas consume habitualmente en cada oportunidad?



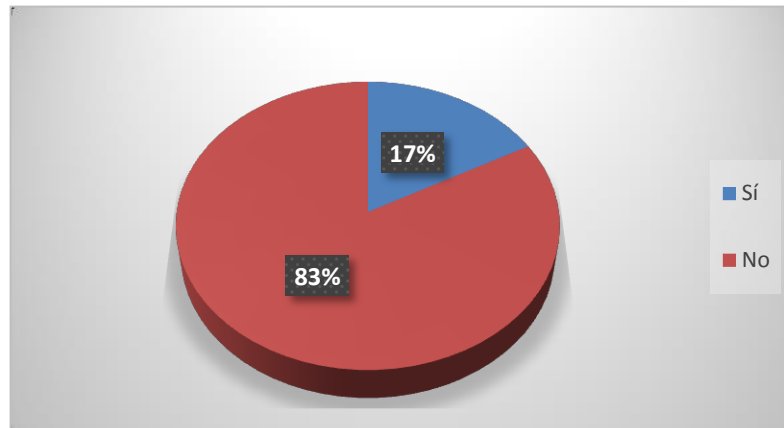
Considerando que los consumidores no conocen la cerveza artesanal en relación con el producto elaborado industrialmente, la cantidad que relacionaron consumirían podría variar dado las características de diferenciación de cada producto.

GRAFICA 9. ¿Cuáles es el atributo principal que tiene en cuenta a la hora de realizar la compra?



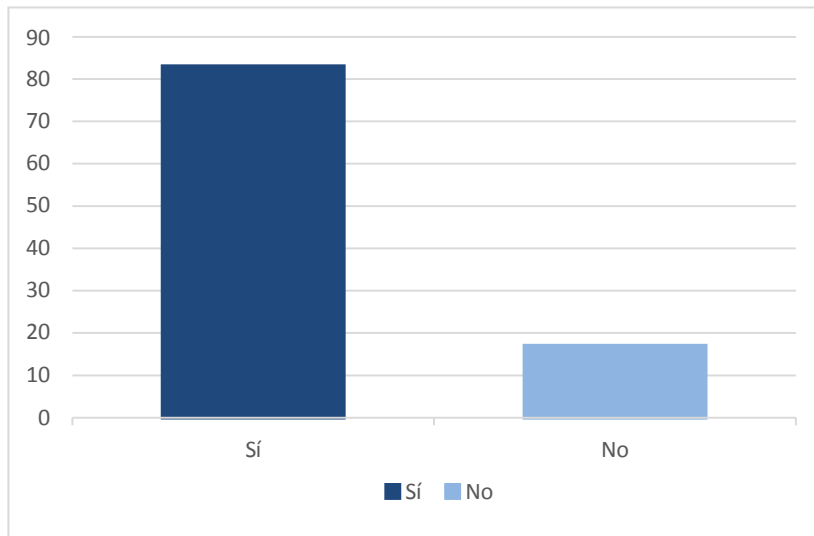
La muestra sustenta que factores como la calidad y el sabor son valores de mayor significancia a la hora de la compra sobre la marca y el precio. Lo que abre un margen a favor de la cerveza artesanal dado que estas son características propias del producto y que de ser resaltadas correctamente serían determinantes en la influencia sobre el comprador

GRAFICA 10 ¿Ha probado la cerveza artesanal?



El 83% de los entrevistados no han consumido cerveza artesanal frente al 17% que ya la ha tomado antes, esto nos quiere decir que tenemos un alto rango de personas en convencer en que consuman la cerveza artesanal.

GRAFICA 11. ¿Consumiría cerveza artesanal elaborada en la Ciudad de Girardot?



A la pregunta si consumiría Cerveza elaborada en la Ciudad el 80% respondieron afirmativamente lo que viabiliza la opción de producción y/o distribución del producto.

8.3 ANÁLISIS GENERAL DE INVESTIGACIÓN

En este capítulo abarcamos y resaltamos el cumplimiento y desarrollo de los objetivos a lo largo del estudio de mercado consagrado en este trabajo como opción de grado.

Mediante la herramienta de recolección de información utilizada logramos concluir la intención de compra del consumidor final, lo que se logra mediante preguntas directas sobre hábitos de consumo y la posibilidad de adquirir cerveza artesanal, lo que arrojo que la población se encuentra en disposición y capacidad de

adquisición del producto sin importar el valor siempre que el producto sea de alta calidad. Dicho esto, y, conociendo la intención de los prospectos de consumidores finales del producto damos como viable el proyecto de introducción de birra artesanal como también se le conoce y que tendría la aceptación para ser éxito en su respectivo área del mercado local.

Para finalizar y tras análisis del autor, se determina que los establecimientos aptos para la comercialización al por menor del producto en la ciudad de Girardot son los que mejor infraestructura poseen y aportan una temática definida al usuario tales como:

Hotel Tocarema, Tocarema express, Hotel unión, Discoteca y restaurante Keops, Tropical club, Daikiry shots and drinks, Oasis bar, pizza al paso, el Hangar.

9. IMPACTOS

9.1 IMPACTO SOCIOECONÓMICO

El introducir una cerveza artesanal en un mercado en auge como el de la ciudad de Girardot, cuyo desarrollo viene en constante crecimiento en cuanto a infraestructura y turismo, pues este último convertido en motor de progreso sostenible para el crecimiento del mismo; hace que esta urbe se convierta en un mercado con gran potencial para un producto como el mencionado a lo largo de este trabajo de investigación y que representaría gran acogida por parte de propios y visitantes. Desarrollando un papel importante en la escala económica dado que proporcionaría trabajo de manera directa e indirecta dado el esquema que se utilizaría para su producción, distribución y posterior comercialización; además de ampliar la gama de atractivos gastronómicos del destino.

10. CONCLUSIONES

Mediante la ejecución y análisis del presente trabajo de grado se buscó concluir que tan viable es introducir una cerveza artesanal en el mercado de la ciudad de Girardot, la aceptación por parte del consumidor final y el impacto que tendría sobre la economía de la ciudad con miras al fortalecimiento de la oferta turística.

Las encuestas realizadas a la muestra de la población los resultados fueron satisfactoriamente, para despejar dudas y escuchar a los posibles clientes de este trabajo de investigación buscando la viabilidad de la cerveza artesanal.

Investigando todo sobre el mercado nacional, cuyos resultados estadísticos nos dice el posicionamiento del mercado nacional de cervezas artesanales sobre el mercado industrial. El 98% de los consumidores son los de la industrial. Tenemos todo ese mercado potencial para convencer a la cultura cervecera artesanal.

En los establecimientos perfilados por los investigadores donde se va a ofrecer el producto, son sitios donde hay que concientizar de la cerveza artesanal informándoles sobre su mejor calidad y su originalidad del producto elaborado en la ciudad.

11. RECOMENDACIONES

El perfeccionamiento de este proceso de investigación el cual reviste exclusiva importancia para los investigadores por cuanto permite poner de manifiesto la práctica de la investigación, como también la presentación de los logros de la formación recibida desde los distintos que hacen parte de la formación de la carrera.

Después de realizada la investigación y de realizar el análisis debido de los resultados obtenidos se debe pretender profundizar con otra investigación el tema de la creación de una empresa de Cervecería Artesanal y distribución de este producto, ya que con los resultados obtenidos tenemos un gran porcentaje de viabilidad de un producto hecho en el municipio.

En los sitios perfilados para la comercialización de nuestro producto, hay que investigar más a fondo en otros establecimientos, visitando cada uno de ellos inquiriendo información con encuestas, entrevistas, etc. Con cualquier tipo de recolección de información ayudándonos buscar esa satisfacción a los comerciantes y junto ellos o de nuestros consumidores.

BIBLIOGRAFIA

1. ARABIA, María. Cuáles son las cervezas artesanales hechas en Colombia. {En línea}. {23 de abril de 2015} disponible en: (<http://www.cocinasemana.com/vinos-y-licores/articulo/cervezas-artesanales/29953>)
2. Autor desconocido. ¿Cuál ha sido el secreto del éxito de las cervezas artesanales? En: Revista Semana. (May-08-2015). Disponible en:

<http://www.dinero.com/edicion-impresas/negocios/articulo/cual-ha-sido-secreto-del-exito-cervezas-artesanales-colombia/212031>
3. SCHIPANI, Andrés. El Espectador, La cerveza artesanal llega a un punto crucial. {En línea}. {14-Mar-16} disponible en:
<http://www.elespectador.com/noticias/bogota/cerveza-artesanal-llega-un-punto-crucial-articulo-537742>
4. BASCUR, Guillermo. PLAN DE NEGOCIO DE UNA CERVECERÍA ARTESANAL EN LA REGIÓN METROPOLITANA. Santiago de Chile, 2013, 101 páginas, Universidad de Chile, facultad de ciencias físicas y matemáticas, Departamento de Ingeniería Industrial, consultado 23 de sept de 2016, Disponible en:
http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/113903/cf-bascur_gp.pdf?sequence
5. RIQUELME, Karla. Los orígenes históricos de la cerveza. {En Línea} 7 de Agosto 2012 {16-Abr-2016}. Disponible en:
<https://www.sabrosia.com/2012/08/los-origenes-historicos-de-la-cerveza/>
6. ABLIN, Amalie (2014); El mercado de la cerveza; Área de Industria Agroalimentaria - Dirección de Promoción de la Calidad de Productos

Agrícolas y Forestales - Subsecretaria de Agregado de Valor y Nuevas Tecnologías. Disponible en: http://www.alimentosargentinos.gob.ar/contenido/sectores/bebidas/Informes/Cerveza_02_2011_05May.pdf

7. DE LEÓN, Francisco (1990); Michael Porter: la ventaja comparativa; Javier Vergara Editores, Buenos Aires, Argentina. Disponible en: <file:///C:/Documents%20and%20Settings/Administrador/Mis%20documentos/Downloads/Porter%20VCN.pdf>
8. ORJUELA CÓRDOBA, Soledad; SANDOVAL MEDINA, Paulina (2002); Guía de Estudio de Mercados para la Evaluación de Proyectos; Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Universidad de Chile, Santiago. Disponible en: http://www.eenasque.net/guia_transferencia_resultados/files/Univ.Chile_Tesis_Guia_del_Estudio_de_Mercado_para_la_Evaluacion_de_Proyectos.pdf
9. Oficina Comercial de ProChile Colombia; Estudio de Mercado Cerveza en Colombia; 2011, Bogotá, Colombia. Disponible en: http://www.prochile.gob.cl/wp-content/files_mf/documento_04_25_11110415.pdf
10. DANTUR, Mario Alejo; Estudio de Mercado para la Organización de una PYME de bases biotecnológicas: cerveza de elaboración artesanal; Facultad de Bioquímica, Química y Farmacia, Universidad de Tucumán, Argentina. (2006) Disponible en: <http://www.ilustrados.com/documentos/eb-Estudio%20de%20Mercado%20para%20la%20Organizac%20Tesis%20.pdf>
11. NIÑO E., José; Monografía Histórica de Girardot. Tomo I; El Diario Ediciones, 1918. Disponible en: http://www.javeriana.edu.co/ier/recursos_user/documentos/revista52/9_47.pdf

12. Plan de Desarrollo del municipio de Girardot Seguir Avanzando 2016-2019. Alcaldía de Girardot. Disponible en: http://girardot-cundinamarca.gov.co/Nuestros_planes.shtml?apc=gbxx-1-&x=2006487
13. HAIR, Bush y Ortinau; Investigación de Mercados; Mc Graw Hill, segunda edición, 2004. Disponible en: <http://www.casadellibro.com/libro-investigacion-de-mercados-2-ed-incluye-cd-rom/9789701039687/941772>
14. ALVAREZ S., Mónica; CASTAÑEDA, A., Nayibe; Estudio de mercados que permita identificar las razones por las cuales los propietarios de vehículos particulares no consumen gas natural vehicular como opción alterna de combustible en Bogotá; Fundación Universitaria Politécnico Grancolombiano, Bogotá, febrero de 2007. Disponible en: <http://repository.poligran.edu.co/bitstream/10823/117/1/mercados.pdf>
15. El DANE, Tabla de población por edades y sexo, disponible en: <https://www.dane.gov.co/files/censo2005/perfiles/cundinamarca/girardot.pdf>
16. PEÑAHERRERA BUNCE, Andrea; Estudio de Mercado y análisis financiero para la creación de una empresa productora de cerveza artesanal en el distrito metropolitano de Quito, con énfasis en el uso de la marca de la primera cervecería creada en América; Pontificia Universidad Católica del Ecuador; Facultad de Ciencias Administrativas y Contables; 2013. Disponible en: <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/6322/T-PUCE-6510.pdf?sequence=1>

ANEXOS

CARTA DE PRESENTACIÓN

ESTUDIO DE MERCADOS- ENCUESTA REALIZADA A TURISTAS Y HABITANTES DE GIRARDOT

La siguiente encuesta tiene como finalidad conocer la opinión de la población de Villavicencio acerca de la CERVEZA ARTESANAL. Su opinión es de gran valor para nosotros, por favor responda con toda la sinceridad del caso.

Marque con una X la respuesta

Se refiere, si en algún momento la ha consumido

¿En qué Rango de Edad se encuentra?

- 18 a 30
- 31 a 45
- Más de 45

2. ¿Con qué frecuencia consume usted cerveza?

- A diario
- Semanal
- Quincenal
- Mensual
- Semestral
- En fechas especiales

4. ¿Conoce el término cerveza artesanal?

- Sí
- No

6. ¿Conoce alguna cerveza artesanal, en Colombia?

- Sí
- No

Si su respuesta fue afirmativa, ¿Cuál?

¿De donde es originaria?

- Departamento:

1. ¿Consume usted cerveza?

Si su respuesta es negativa absténgase de responder este cuestionario.

- Sí
- No

¿De qué tipo?

- Artesanal
- Industrial (Ej. productos bavaria)

3. ¿En qué lugar frecuentemente compra o consume cerveza?

- Bar
- Discoteca
- Restaurante
- Tienda, Supermercados

5. ¿A que le hace referencia la cerveza artesanal?

- Una bebida refrescante
- Una bebida con alcohol
- No sabe / No responde

8. ¿Cuántas consume habitualmente en cada oportunidad?

- Una cerveza de **335 cc - 350 cc**
- Entre dos cervezas
- Tres a cinco cervezas de
- Más de 6 cervezas

7. ¿Cuál es el atributo principal que tiene en cuanto a la hora de realizar la compra?

Calidad

Sabor

Precio

Marca

9. ¿Ha probado la cerveza artesanal?

Sí

No

10. ¿Consumiría cerveza artesanal elaborada en la Ciudad de Girardot?

Sí

No

Gracias por su tiempo

Salud!!

REGISTRO FOTOGRÁFICO DE LAS ENCUESTAS

ESTUDIO DE MERCADOS- ENCUESTA REALIZADA A TURISTAS Y HABITANTES DE GIRARDOT

La siguiente encuesta tiene como finalidad conocer la opinión de la población de Girardot acerca de la CERVEZA ARTESANAL. Su opinión es de gran valor para nosotros, por favor responda con toda la sinceridad del caso.

Marque con una X la respuesta

Sexo:

Masculino
 Femenino

¿En qué Rango de Edad se encuentra?

18 a 30
 31 a 45
 Más de 45

Se refiere, si en algún momento la ha consumido
¿Es consumidor de cerveza?

Sí
 No

1. ¿Con qué frecuencia consume usted cerveza?

A diario
 Semanal
 Quincenal
 Mensual
 Semestral
 En fechas especiales

2. ¿En qué lugar frecuentemente compra consume cerveza?

Bar
 Discoteca
 Restaurante
 Tienda, Supermercados

3. ¿Conoce el término cerveza artesanal?

Sí
 No

4. ¿A que le hace referencia la cer artesanal?

Una bebida refrescante
 Una bebida con alcohol
 No sabe / No responde

5. ¿Conoce alguna cerveza artesanal, en Colombia?

Sí
 No

6. ¿Cuántas consume habitualmen cada oportunidad?

Una cerveza de 335 cc - 350 cc
 Entre dos cervezas
 Tres a cinco cervezas de
 Más de 6 cervezas

Si su respuesta fue afirmativa, ¿Cuál?

¿De donde es originaria?

Departamento: EUNDIRA
 Municipio: BOSOTA

ESTUDIO DE MERCADOS- ENCUESTA REALIZADA A TURISTAS Y HABITANTES DE GIRARDOT

La siguiente encuesta tiene como finalidad conocer la opinión de la población de Girardot acerca de la CERVEZA ARTESANAL. Su opinión es de gran valor para nosotros, por favor responda con toda la sinceridad del caso.

Marque con una X la respuesta

Sexo:

- Masculino
 Femenino

¿En qué Rango de Edad se encuentra?

- 18 a 30
 31 a 45
 Más de 45

Se refiere, si en algún momento la ha consumido

¿Es consumidor de cerveza?

- Sí
 No

1. ¿Con qué frecuencia consume usted cerveza?

- A diario
 Semanal
 Quincenal
 Mensual
 Semestral
 En fechas especiales

2. ¿En qué lugar frecuentemente compra o consume cerveza?

- Bar
 Discoteca
 Restaurante
 Tienda, Supermercados

3. ¿Conoce el término cerveza artesanal?

- Sí
 No

4. ¿A que le hace referencia la cerveza artesanal?

- Una bebida refrescante
 Una bebida con alcohol
 No sabe / No responde

5. ¿Conoce alguna cerveza artesanal, en Colombia?

- Sí
 No

Si su respuesta fue afirmativa, ¿Cuál?

¿De donde es originaria?

- Departamento: Boyacá
 Municipio: Duitama (Páramo de Yaracumense).

6. ¿Cuántas consume habitualmente en cada oportunidad?

- Una cerveza de 335 cc - 350 cc
 Entre dos cervezas
 Tres a cinco cervezas de
 Más de 6 cervezas

ESTUDIO DE MERCADOS- ENCUESTA REALIZADA A TURISTAS Y HABITANTES DE GIRARDOT

La siguiente encuesta tiene como finalidad conocer la opinión de la población de Girardot acerca de la CERVEZA ARTESANAL. Su opinión es de gran valor para nosotros, por favor responda con toda la sinceridad del caso.

Marque con una X la respuesta

Sexo:

- Masculino
 Femenino

¿En qué Rango de Edad se encuentra?

- 18 a 30
 31 a 45
 Más de 45

Se refiere, si en algún momento la ha consumido

¿Es consumidor de cerveza?

- Sí
 No

1. ¿Con qué frecuencia consume usted cerveza?

- A diario
 Semanal
 Quincenal
 Mensual
 Semestral
 En fechas especiales

2. ¿En qué lugar frecuentemente compra o consume cerveza?

- Bar
 Discoteca
 Restaurante
 Tienda, Supermercados

3. ¿Conoce el término cerveza artesanal?

- Sí
 No

4. ¿A que le hace referencia la cerveza artesanal?

- Una bebida refrescante
 Una bebida con alcohol
 No sabe / No responde

5. ¿Conoce alguna cerveza artesanal, en Colombia?

- Sí
 No

Si su respuesta fue afirmativa, ¿Cuál?

¿De donde es originaria?

- Departamento: _____
 Municipio: _____

6. ¿Cuántas consume habitualmente en cada oportunidad?

- Una cerveza de 335 cc - 350 cc
 Entre dos cervezas
 Tres a cinco cervezas de
 Más de 6 cervezas