

Proyecto cierre - Cervezas Artesanales

**Pablo Alfaro
German Blanco
Lorenzo Kopper**

**Investigación de mercados
Esmeralda Barreiro**



Objetivos

Objetivos generales

1. Entender al público meta y cómo se comporta, sus preferencias, gustos y disgustos con respecto a las cervezas artesanales dentro del país
2. Comprender el mercado actual de cervezas artesanales; los competidores, productores, puntos de venta, estrategias de mercado, etc.
3. Aprender acerca de las mejores maneras de producción de cerveza artesanal para el mercado local y entender cómo se puede introducir un producto diferenciado

Objetivos específicos

De la competencia actual

1. Ventajas y desventajas de la producción local o importación, incluyendo aspectos del origen del producto
2. Describir y caracterizar la competencia
3. Lugares y comercialización actual

De la categoría en general

1. Entender y medir hábitos de la compra y consumo
2. Entender y definir ocasiones y formas
3. Establecer los drivers de venta de la categoría de cerveza artesanal de forma particular y en comparación con la cerveza tradicional
4. Explorar tendencias de preferencias de los consumidores

5. Notoriedad de marcas
6. Entender indicadores de volumen de consumo
7. Perfil de consumidor de cerveza artesanal

De lanzamiento de nueva marca

1. Cumplir con necesidades insatisfechas en el mercado
2. Proponer precios competitivos que el consumidor está dispuesto a pagar
3. Explorar y medir variables claves para la construcción de imagen de marca categoría de cervezas artesanales
4. Generar información para desarrollo de comunicación de marca en lanzamiento

Metodología

1. Diseño de investigación
 - Se elaborará una investigación en fuentes secundarias que nos brinde un entendimiento extenso sobre el contexto del mercado de cervezas artesanales, la competencia actual, el crecimiento del mercado y la trayectoria para el futuro.
 - Se diseñará una encuesta en fuentes primarias estructurada para recopilar datos sobre las variables clave relacionadas con la satisfacción de los consumidores con el esquema actual del mercado de las cervezas artesanales.
 - Se medirán las opiniones y actitudes de los consumidores de cervezas artesanales en línea con nuestra propuesta para una nueva marca entrante
 - Se elaborará una marca nueva hipotética que refleje el conocimiento recopilado a través de nuestra investigación exploratoria en fuentes secundarias y primarias.
2. Investigación en fuentes secundarias

- De la categoría en general: Utilizaremos estudios y artículos que nos ayuden a entender cómo la cultura de la cerveza artesanal ha progresado en Costa Rica.
- De la competencia actual: Se va a investigar sobre los adentros y afuera del mercado de cervezas artesanales en Costa Rica. Se analizará las regulaciones del mercado, sus participantes, se comparará la importación y la producción local, el crecimiento del mercado y una visión al futuro de las cervezas artesanales.

- Se interpretarán los conocimientos recopilados para formular un tipo de conclusión que acomode lo aprendido.

3. Investigación en fuentes primarias

- Se elaborará un cuestionario que incluya preguntas relacionadas con las variables independientes y dependientes.
- Las preguntas serán formuladas de manera clara y objetiva para evitar sesgos en las respuestas, y así el encuestado puede brindarnos la información concisa que necesitamos.
- Se distribuye la encuesta por medio de las redes sociales personales de los encuestadores, a fin de encontrar un público diverso pero del nicho específico que se desea cuestionar.
- Finalizamos la encuesta con una conclusión que muestre lo aprendido con el cuestionario.

4. Creación de nuestra marca hipotética

- Con la información recopilada a través de fuentes primarias y secundarias, utilizaremos lo aprendido de manera práctica creando una marca hipotética, aplicando dicha información.

Justificación

Poder realizar una investigación de un mercado relativamente nuevo puede ser una de las mejores prácticas para un estudiante. El mercado de la cerveza artesanal es

complejo, con muchos obstáculos que los competidores deben enfrentar. Con esta investigación esperamos poder recopilar la información más importante del mercado, así como las opiniones de los consumidores del producto, y poder racionalizar lo más importante para quien le conste. La elección de la metodología utilizada en este proyecto de investigación se basa en la necesidad de obtener resultados precisos y confiables para poder cumplir los objetivos propuestos. La metodología de investigación exploratoria nos ayuda a poder conocer los puntos de vista de las personas y así conocer las opiniones de los consumidores de. Así podemos abordar el problema de investigación en cuestión y su capacidad para recopilar y analizar datos de manera eficiente. Esta metodología ha sido ampliamente utilizada en estudios similares y ha demostrado ser efectiva en la obtención de resultados significativos. Al emplear esta metodología, se espera obtener datos confiables que permitan una interpretación precisa y una conclusión sólida que cumpla con los objetivos propuestos. Además, con la investigación del mercado a profundidad en fuentes secundarias podremos contribuir al avance del conocimiento en este campo específico, tanto en lo personal y para aquellos que le conste. Con la marca de cerveza artesanal hipotética podremos aplicar nuestros nuevos conocimientos de manera práctica, y así ponernos en los zapatos de los competidores de este mercado.

Introducción

En el 2010, Costa Rica se suma al impulso mundial de la iniciativa por las cervezas artesanales, bajo las innovaciones de Costa Rica Craft Brewing Co. El plan era centrarse fuertemente en vender estos productos a extranjeros, especialmente en las costas y playas del país. Rápidamente esto cambió cuando las cervezas artesanales empezaron a venderse exitosamente en San José. Al empezar a venderle a los costarricenses jóvenes entre veinte y treinta años, el negocio creció ampliamente. En el 2012 hubo entrantes al mercado como lo es TicoBirra y la Bodega de Chema, logrando acelerar el surgimiento de cervecerías costarricenses por la importación y venta de ingredientes para estos productos. eventualmente inaugurando 37 cervecerías y brewpubs en Costa Rica, y luego más en años recientes. Con esta investigación,

buscamos analizar y entender este mercado complejo en cuanto a sus participantes más influyentes, la cultura alrededor del mercado y los adentros y afuera de las actividades de los participantes activos y aquellos entrantes.

Esquema

1. De la categoría en general

En Costa Rica, cada vez más personas se interesan por la cerveza artesanal, que es un tipo de cerveza elaborada por pequeñas cervecerías independientes. A la gente le gusta probar diferentes tipos de cerveza artesanal y está dispuesta a pagar más por ella. También les gusta ir a eventos y festivales que tienen que ver con la cerveza artesanal. La gran popularidad de este producto en Costa Rica causó que surgieran bares centrados en estos productos, como los son Stiefel, Craic y Artisan Brewpub. Se crearon proyectos de tours y paseos educativos basados en la cerveza artesanal, como la iniciativa de Carpe Chepe, parecida a los tours de vinos pero con un ambiente diferente. La cerveza artesanal no es consumida con el fin de quedar intoxicados, o perder la conciencia, en cambio es una experiencia que logra trascender el alcohol que tienta a los jóvenes a pagar precios más altos. En agosto del 2018, Costa Rica se convierte en el cuarto país del mundo en tener su propio sello de calidad, el "sello indie" para las cervezas artesanales gracias a la Asociación de Cerveceros Artesanales de Costa Rica (ACACR), hoy con más de 40 marcas como miembros. Los consumidores también están comenzando a preocuparse más por el origen de su cerveza y cómo se elabora de una manera que sea buena para el medio ambiente.

En Costa Rica, los adultos suelen beber unos 40 litros de cerveza al año (comercial y artesanal). Esto no es demasiado en comparación con otros países. Si bien esto es cierto, la cerveza artesanal no es el mayor contribuyente a esta cifra. El desconocimiento del producto ha sido el obstáculo más importante que han enfrentado los oferentes de cerveza artesanal para atraer demanda. La combinación y sabores particulares a la mano de la preferencia del consumidor por lo local parecen ser los principales elementos que se utilizan para capturar al consumidor. Además se opta por

interesar a un cliente que le da importancia a un estilo de vida saludable tanto para él como para el ambiente.

El interés por la cerveza artesanal en Costa Rica se ha extendido hacia aprender sobre cómo combinarla con comidas y cómo elaborarla en sí misma, encajando perfectamente con el estilo de vida que rodea a la cerveza artesanal. La ACACR en colaboración con la empresa Eka Consultores Internacional, observando este crecimiento y decidieron contribuir a la educación de los costarricenses en el mundo de la cerveza artesanal, logrando organizar el quinto Festival de Cerveza Artesanal. En su quinta edición, el festival destaca el talento local al presentar únicamente cervezas artesanales producidas en el país y por productores independientes, excluyendo las cervezas importadas de la exhibición. Los eventos como el Festival de la Cerveza Artesanal es un punto clave donde los productores pueden hacerse conocer, y atraer nuevos consumidores para competir. Iniciativas como esta han logrado que al día de hoy la cultura alrededor de la cerveza artesanal se haya expandido en el país.

2. De la competencia actual

En su origen, la cerveza artesanal en Costa Rica tuvo que resolver numerosos problemas. Estos implican problemas con las municipalidades, permisos de salud, registros tributarios e impuestos. El impuesto a la cerveza artesanal es calculado por su porcentaje de alcohol. Esto causa que estos productos suelen tener precios elevados. Las reglas para comercializar y las cargas impositivas suelen ser una barrera de entrada a estos mercados a través de todo centro américa. Las leyes de este mercado en Costa Rica fueron realizadas pensando en las transnacionales, y las PYMES se ven en obligación de tributar como una empresa de gran tamaño. Sin embargo Costa Rica produce (datos del 2019) 944.000 litros anuales de cerveza artesanal según ACACR, en comparación con la cifra de alrededor 650.000 litros anuales de El Salvador (segundo mayor productor en centro américa). Con estos números, PROCOMER ha impulsado un proyecto de exportación a Rusia, China y otros países de América latina de estos productos por parte de un cluster de empresas de cerveza artesanal.

Para poder participar en el mercado, los entrantes deben cumplir con la Ley de Regulación y Comercialización de bebidas con contenido alcohólico de la Asamblea Legislativa. Deben:

1. Conseguir una licencia apropiada para sus emprendimientos en su municipio, ya sea para solo vender y distribuir o para vender en una localidad física. Las licencias son vigentes por cinco años.
2. No ubicarse en zonas residenciales o en cercanía a centros educativos o similares.
3. Un pago a la municipalidad cada trimestre (multa por pago extemporáneo de hasta el 20%).
4. Ceder el control de la publicidad comercial de los productos al Ministerio de Salud (infringir el acuerdo correspondería a una multa entre uno y diez salarios base).

Entre otros requisitos y prohibiciones.

Recientemente, el mercado de las cervezas artesanales ha sufrido de saturación. Por ejemplo, en el Automercado hay unas setenta opciones de cervezas artesanales. Sin embargo, esto ha creado niveles de competencia favorables para el consumidor. En el 2018, Treintaycinco (una de las productoras más importantes del mercado) empezó una iniciativa para reducir significativamente los precios de sus cervezas. La cerveza artesanal promedio en Costa Rica tiene un precio de entre 2.000 colones y 4.500 colones. La iniciativa de Treintaycinco buscaba poder ofrecer cervezas a tan solo 1.300 colones. No obstante, esta iniciativa (como otras de esta naturaleza) se vieron afectadas fuertemente por los cierres de comercios por el COVID-19 en años recientes. Para poder competir entre las productoras más grandes del país, las empresas han tenido que afiliarse entre sí para crear clusters o intentar exportar y vender en el exterior.

Cuando hablamos de los mayores competidores costarricenses en este mercado encontramos numerosas empresas que han impulsado el mundo de la cerveza artesanal en este país, entre ellas:

- **Costa Rica Craft Brewing Company:** Esta cervecería es una de las pioneras en la escena cervecera artesanal de Costa Rica. Ofrecen una variedad de cervezas creativas y estilos tradicionales. Sus productos cuentan con distintos reconocimientos de talla internacional, y su cereveza sido galardonada con diferentes menciones como por ejemplo "The Best 100 breweries in the world" Misión: Crecer a nivel nacional en el mercado de cervezas artesanales inspirando orgullo, pasión y compromiso a los clientes, generando una cultura cervecera de talla internacional en Costa Rica. Desarrollar marcas y la

introducción de diferentes estilos en el segmento de cerveza nacional, que sean la primera elección de los consumidores que buscan diversidad y un producto de la más alta calidad. Visión: Ser una empresa ícono por su liderazgo e innovación en el mundo de la cerveza artesanal a nivel nacional y ser mundialmente reconocida por la pasión, calidad y particularidades autóctonas de nuestros productos.

- **Cervecería Independiente:** Conocida por su enfoque en la calidad y la innovación, Cervecería Independiente ofrece una amplia gama de cervezas artesanales. "Nos gusta beber buena cerveza". Esta marca busca agregar excelentes cervezas locales a la experiencia. Con la mirada puesta en ingredientes de calidad y un proceso cuidadosamente controlado, se inspiran en el carácter de las frutas tropicales que se encuentran cerca y los sabores que hacen que el país sea especial. Cervecería Independiente es la primera cervecería de su tipo en la ciudad costera de Potrero.
- **Treintaycinco Brewery:** Fueron creados en 2011 Se centran en la elaboración de cervezas con ingredientes locales y creatividad en sus recetas. En Cervezas Artesanales Treintaycinco todos los procesos de fabricación y distribución realizados por la empresa son realizados bajo criterios conservacionistas. Ningún empleado realizará acción alguna que implique contaminación indebida del medio ambiente ni acatará órdenes que impliquen riesgos para el medio ambiente. De la mano, todos los detergentes utilizados por la empresa son biodegradables. Los químicos utilizados para la limpieza son desechados de forma cónsena con la conservación ambiental. La Planta de Tratamiento de Aguas Residuales de la empresa está en capacidad de tratar dichos químicos para asegurar su inocuidad. La empresa se niega a utilizar recipientes no reciclables, y especialmente se aleja del uso de plásticos para el envase de sus productos. Exportan a varios países como Panamá, Rusia y China.
- **La Selva Cerveza Artesanal:** Esta cervecería se ha propuesto un compromiso con la sostenibilidad y la utilización de ingredientes orgánicos en sus cervezas. Inspirada por la naturaleza y el estilo de vida que para Re'em Jacob caracteriza a la zona de Cabuya, al sur de la Península de Nicoya, nace La Selva Cerveza Artesanal. La empresa se constituye hace aproximadamente cuatro años, resultado de la experimentación y de la búsqueda constante de una bebida alcohólica equilibrada, obtenida a través de la mezcla de malta, lúpulo, levadura y agua de la reserva natural Cabo Blanco. Actualmente, La Selva produce más de 10.000 litros al año y vende en localidades de todo el país seis variedades de cerveza. La empresa también ha logrado introducir sus productos en el mercado

canadiense y se encuentra en negociaciones para exportar a Guatemala, Perú, Panamá y Nicaragua. De acuerdo con Jacob, la relación con PROCOMER ha sido clave en el proceso de internacionalización de la cerveza, sirviendo de guía para el contacto con clientes potenciales y la apertura de nuevos mercados.

- **Costa Rica Beer Factory:** Con una gama diversa de cervezas, esta cervecería busca satisfacer los gustos de una variedad de consumidores. Esta marca busca crear cervezas de categoría mundial para que el consumidor tenga una increíble experiencia. Están dentro de la iniciativa de lograr el maridaje perfecto desarrollando la cultura de cerveza artesanal a través de la más alta calidad y la transferencia de conocimiento. Visión: ser un referente mundial de cervezas con propósito social y ambiental con los mejores estándares de calidad a través de la constante innovación y mejora tecnológica.

Estas empresas operan en un marco competitivo local, pero también hay presencia de marcas extranjeras en el país. Las diferencias entre la producción local y la importación son vastas, pero sus efectos son fuertes y concretos en el mercado de cerveza artesanal.

Producción Local:

Beneficios:

- a. Apoyo a la Economía Regional: La manufactura local contribuye al crecimiento económico local al generar empleos y estimular la actividad económica en la zona, involucrando a productores, distribuidores y minoristas locales.
- b. Gestión de Calidad: Los productores locales pueden ejercer un mayor control sobre la calidad de sus cervezas, ya que tienen la capacidad de supervisar cada etapa del proceso de producción de manera cercana.
- c. Variedad y Personalización: Los productores locales tienen la libertad de experimentar con recetas y estilos únicos que reflejan la cultura y las preferencias locales, lo que puede resultar en una amplia gama de cervezas artesanales disponibles.
- d. Sustentabilidad: La producción local puede reducir la huella de carbono al eliminar la necesidad de transporte a larga distancia. Además, las cervecerías locales pueden adoptar prácticas más amigables con el medio ambiente en términos de ingredientes y procesos.

Desventajas:

- a. Posibles Costos Superiores: La manufactura local podría conllevar costos más altos debido a los gastos laborales y de materias primas que tienden a ser más elevados en algunas áreas.
- b. Limitación de Recursos: Las cervecerías locales pueden enfrentar desafíos en cuanto al acceso a ingredientes de alta calidad que no estén disponibles a nivel local.
- c. Producción en Escala Menor: En algunos casos, las cervecerías locales podrían tener una capacidad de producción limitada en comparación con las grandes cervecerías importadoras.

Importación:

Beneficios:

- a. Acceso a Ingredientes Exóticos: Las cervecerías importadoras pueden aprovechar ingredientes únicos de diferentes regiones, lo que les permite crear cervezas con sabores y características distintivas.
- b. Economías de Escala: Las cervecerías importadoras de gran envergadura pueden beneficiarse de economías de escala, lo que podría resultar en costos de producción más bajos.
- c. Variedad Internacional: Los consumidores pueden disfrutar de una amplia gama de cervezas artesanales procedentes de distintas partes del mundo, lo que enriquece su experiencia.

Desventajas:

- a. Control de Calidad Reducido: La distancia entre la cervecería de origen y el consumidor final podría dificultar la garantía de calidad y frescura del producto.
- b. Impacto Ambiental: El transporte de cervezas importadas a larga distancia podría tener un impacto negativo en el medio ambiente, especialmente si no se emplea un transporte sustentable.
- c. Menor Impacto Económico a Nivel Local: La importación podría disminuir la demanda de cervezas locales, lo que potencialmente afectaría la economía local y las pequeñas cervecerías artesanales.

Tanto la producción local como la importación de cervezas artesanales tienen sus propias ventajas y desventajas. La elección entre ambas alternativas dependerá de factores como la preferencia por la calidad local, la diversidad de sabores, la sostenibilidad y la economía.

Crecimiento del mercado

El mercado de cervezas artesanales en Costa Rica ha experimentado un notable aumento en tamaño durante los últimos años. A medida que más personas buscan opciones de cerveza con sabores diversos y una calidad superior, ha habido un surgimiento de numerosas cervecerías locales que satisfacen esta demanda. Este crecimiento se debe, en parte, a que los consumidores están cada vez más conscientes de la importancia de los ingredientes de alta calidad y el proceso de elaboración como mencionado previamente, además de su deseo de apoyar productos originados en su región.

La disponibilidad de cervezas artesanales locales ha crecido considerablemente, y diversas cervecerías ofrecen una amplia variedad de estilos y sabores. Muchas de estas cervecerías se enorgullecen de utilizar ingredientes autóctonos y métodos de producción tradicionales para crear cervezas únicas y distintivas. Paralelamente, ha aumentado la demanda de cervezas artesanales debido a que los consumidores están en busca de opciones más intrigantes y personalizadas en comparación con las cervezas comerciales convencionales. La tendencia hacia la sostenibilidad, la búsqueda de alta calidad y el deseo de respaldar la economía local también han influido en la preferencia por las cervezas artesanales. En lo que respecta a las importaciones, algunas cervecerías artesanales pueden importar ingredientes especiales o equipos, pero la producción local sigue siendo un aspecto destacado en el mercado de Costa Rica. La fabricación local tiende a ser fundamental en la identidad de muchas cervecerías artesanales, y los consumidores a menudo valoran la autenticidad y la conexión con la comunidad local.

Proyección a futuro

El mercado de la cerveza artesanal en Costa Rica es algo que ha salido muy bien con el pasar de los años, cada vez se van viendo más marcas y más eventos de cervezas artesanales tanto nacionales como internacionales, como lo explica Daniel Wong. En los inicios de la producción de cerveza artesanal en Costa Rica, por supuesto que existieron retos, dificultades y barreras que romper. Muchos sufrieron como cualquier PYME al principio. Sin embargo, muchos siguen vivos hoy en día y creciendo. Matías

Castiglioni de Cervecería Uno Cero Uno destaca que el reto principal fue romper el miedo de la gente al cambio. Si bien existen personas que quieren nuevos productos, como el hecho de probar nuevas cervezas artesanales por ejemplo, también hay una gran cantidad que no quiere dar el paso, como ocurre con otros productos. Aún queda mucho trabajo para que la cerveza artesanal se dé a reconocer como un producto de excelente calidad, muy por encima de las cervezas a las que el público está acostumbrado a tomar. El hecho de crear un producto homogéneo, estandarizado y de calidad es retador. Jaime Zuluaga de Fábrica de Cerveza Artesanal, menciona que uno de los principales retos era estandarizar la cerveza. Es muy fácil hacer birra artesanal, pero lo difícil es estandarizarla, producir y comercializar a escalas más grandes. La calidad de las cervezas hablan por sí solas y eso es lo que le gusta al cliente, algo atractivo y que al tomarla sea de algún agrado.

A nivel global, el mercado de la cerveza artesanal se encuentra dividido en múltiples partes y se distingue por la presencia de numerosos participantes tanto locales como internacionales. Los fabricantes están poniendo su atención en introducir nuevos productos y ampliar sus capacidades con el objetivo de lograr una posición de ventaja en la competencia del mercado.

Encuesta

La investigación en fuentes secundarias es importante para darse una idea del marco de un mercado. La investigación en fuentes primarias con una metodología de investigación exploratoria nos ayuda a entender los puntos de vista de las personas, en este caso los consumidores de cerveza artesanal en Costa Rica. El cuestionario a continuación fue construido basado en la información recopilada en el análisis del esquema de este mercado, a fin de poder obtener respuestas enriquecedoras.

Cuestionario

1. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una cerveza artesanal?
2. ¿Dónde le gustaría encontrar este producto?
3. ¿En qué ocasión usted desearía consumir estos productos?
4. ¿Cuántas presentaciones de esta cerveza le gustaría que ofreciéramos?
5. ¿Usted compraría por six pack o cada unidad suelta?

6. Del 1 - 10, ¿cuánta importancia le da a que el producto sea nacional o internacional?
7. Del 1 - 10, ¿cuánta importancia le da a que los proveedores del producto tengan en cuenta el bienestar del medio ambiente en el momento de producción y transporte?
8. La presencia en redes sociales del producto suele tener un impacto en su decisión de compra con productos de este estilo?
9. Productos adicionales de una marca como ropa y accesorios sueles acercarlo/la a usted hacia ese producto?
10. ¿Qué factores influyen en tu decisión de cerveza artesanal en lugar de cerveza comercial?

Informe de resultados

Tras 90 respuestas recolectadas por parte de nuestro equipo de trabajo, logramos llegar a la conclusión de que el precio está rondando entre los 1.300 y 1.700 colones, lo cual nos da a entender que las cervezas artesanales en Costa Rica suelen tener precios muy elevados en comparación con los ideales del consumidor. Les gustaría encontrarlos básicamente en cualquier lado que esté a su disposición. Usualmente suelen consumir todo en ambiente de fiestas, conciertos o estando en la playa (o lugares que relacionan con el calor).

Entre todos los entrevistados logramos reconocer que les gustaría más de dos presentaciones para tener variedad en su consumo. Tras la primera compra (cuando prueban por primera vez el producto) nos indican que siempre preferirían comprar en cantidades mayores adjuntas, como un six pack (entendemos que esto puede estar significativamente influenciado por el tema del precio). Todos los entrevistados excepto dos de ellos dijeron que no les importaba si era nacional o internacional, en cambio en el tema ambiental todos respondieron que sí es muy importante. En cuanto a la presencia en redes sociales dijeron que sí sería mucho mejor si tuviéramos buena publicidad y usarían ropa y accesorios de nuestra marca en el caso de que les guste el

producto. En cuanto a la decisión de los factores entre la cerveza artesanal y la comercial, la gran mayoría de los entrevistados expresaron que les gusta más la cerveza comercial y que la cerveza artesanal es para momentos más importantes o para "darse un lujo".

Los resultados de la encuesta nos hacen entender que los consumidores de esta marca son apasionados por el producto. Si bien, los problemas en el precio y la falta de presencia del producto en ciertos ambientes dificultan que las marcas logren expandir su mercado, estos retos son superables. Es importante mencionar que este mercado en específico no tiene como meta crecer al punto donde su marca pueda ser confundida con una cerveza comercial. Tomando esto en cuenta los retos más "tediosos" vienen con el territorio, y el esquema debe cambiar por parte de las entidades regulatorias, no tanto por los productores.

Creación de nuestra marca de cerveza artesanal

Nuestra marca de cerveza artesanal entrante tiene la visión de competir localmente con las marcas existentes, absteniéndose de unirse a un cluster o unirse al movimiento de la exportación al exterior.

Propuesta de valor: Nuestra marca de cerveza artesanal, además de ofrecer los mejores precios y calidad, ofrece una experiencia para el consumidor inigualable, a través de nuestras alianzas, eventos, artículos de ropa y accesorios y asociaciones con grupos.

Estrategia en Redes Sociales: Nos enfocaremos en formar una relación fuerte con nuestros clientes. Nuestro nicho serían adultos jóvenes con intereses en el consumo de alcohol, el bienestar del medio ambiente, aventureros y orgullosos de su comunidad.

Visual atractivo: El perfil de los consumidores que queremos atraer suele ser uno interesado en la expresión artística, por tanto, en la etiqueta del producto, a través de nuestras redes sociales, en eventos que participemos, ropa y accesorios de la marca, y demás, vamos a crear un arte identificable con la marca y la cerveza. Este arte debe comunicar un sentimiento de pertenencia y disfrute.

Eventos: En cuanto a eventos vamos a enfocarnos más en eventos pequeños y nichos pero de gran aclamación. Funcionaremos como promotores de conciertos de bandas específicas, fiestas y/o festivales de música rock, reggae, electrónica, etc. Nos sumaremos a los eventos centrados en el impulso de cervezas artesanales donde podremos demostrarle a los consumidores el valor agregado que proponemos.

Colaboraciones y Alianzas: Colaboraremos tanto con otras marcas competidoras como con personalidades de internet, tiendas de cualquier producto alineado con nuestro modelo y grupos de activistas del medio ambiente.

Conclusión

Finalmente, este grupo de trabajo ha logrado alcanzar los objetivos propuestos. El público meta en Costa Rica es uno joven, con interés en el cambio de lo comercial con el bien del medio ambiente en consideración. Actualmente, si bien hay muchos problemas que han surgido, las marcas de cerveza artesanal han logrado metas sumamente complicadas, posicionando a Costa Rica como uno de los países de la región con presencia de cultura alrededor del producto más fuerte. Las marcas más exitosas son aquellas que logran entender a su cliente, incluyéndose en eventos para hacerse conocer, compitiendo con precios y diferenciándose ofreciendo al consumidor una experiencia a la mano del producto final. De esta investigación sacamos un aprendizaje útil, tanto en teoría como en práctica, y ofrecemos conocimiento de valor a quién le conste.

Bibliografia

1. *Se prevé que mercado de cerveza artesanal alcance los 47,790 mdd para 2024.* (n.d.). Enalimentos.lat. Citado el 26 de agosto, 2023, from Disponible en: <https://enalimentos.lat/noticias/5820-se-preve-que-mercado-de-cerveza-artesanal-alcance-los-47-790-mdd-para-2024.html>
2. Cubero, A. (2018, septiembre 7). *Cerveza artesanal tica se abre paso al exterior.* La República. Disponible en: <https://www.larepublica.net/noticia/cerveza-artesanal-tica-se-abre-paso-al-exterior>
3. Amador, A. (n.d.). *Negocio de cerveza artesanal no deja de crecer en el país.* Crhoy.com | Periodico Digital | Costa Rica Noticias 24/7. Citado el 26 de agosto, 2023, Disponible en: <https://archivo.crhoy.com/negocio-de-cerveza-artesanal-no-deja-de-crecer-en-el-pais/economia/>
4. (N.d.). Tripadvisor.Es. Citado el 26 de agosto, 2023, Disponible en: https://www.tripadvisor.es/Attractions-q291982-Activities-c36-t133-Costa_Rica.html
5. Flores, A. Y. (2018, julio 20). *Cerveza artesanal producida en Costa Rica se independiza.* La Nación. Disponible en: <https://www.nacion.com/somos-celebres/cerveza-artesanal-producida-en-costa-rica-se/ZITRQORHHVETXNULUA7K2EUUJA/story/>
6. Castro, C. (2016, enero 14). *La cerveza artesanal en Costa Rica, un mercado en fermentación.* Revista Vacío. Disponible en: <http://revistavacio.com/cultura/cerveza-artesanal-en-costa-rica/>
7. (N.d.-b). Forbescentroamerica.com. citado 26 de agosto, 2023, Disponible en: <https://forbescentroamerica.com/2019/06/24/cerveceras-un-negocio-que-crece-como-espuma>
8. Flores, S.-C. D. N. (n.d.). *Sistema Costarricense de Información Jurídica.* Pgrweb.Go.Cr. Citado el 26 de agosto, 2023, Disponible en: http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=73058&nValor3=95858&strTipM=TC

9. Arce, M. A. (2018, diciembre 9). *¿Una cerveza artesanal en ¢1.300? Productores ticos apuestan por bebidas de bajo costo para crecer*. El Financiero. Disponible en: <https://www.elfinancierocr.com/negocios/una-cerveza-artesanal-en-1300-productores/UYK25BOIMFGJ5FYASEMLM5UAJI/story/>
10. Economista, E. (2019, febrero 6). *Costa Rica: cerveceros artesanales ensayan fórmula para enfrentar la saturación de mercado*. El Economista. Disponible en: <https://www.eleconomista.net/economia/Costa-Rica-cerveceros-artesanales-ensayan-formula-para-enfrentar-la-saturacion-de-mercado---20190206-0048.html>
11. Cervecería independiente. (2019, octubre 10). Tropical Homes of Costa Rica, Flamingo Beach, Marina Resort, Gold Coast, Beach Front, Marina Flamingo, Liberia Airport, Catering Service, Restaurants, Rent a Car; Tropical Homes of Costa Rica. Disponible en: <https://tropicalhomesofcostarica.com/area-guide/cerveceria-independiente/>
12. Restaurante. (n.d.). Costaricabeerfactory.com. Citado el 26 de agosto, 2023, Disponible en: <https://www.costaricabeerfactory.com/restaurante/>
13. Inicio. (n.d.). Costa Rica Craft Bre. Citado el 26 de agosto, 2023, Disponible en: <https://www.beer.cr/>
14. Leyva, E. R. (2016, marzo 1). *Quinto Festival de la Cerveza Artesanal llega a Avenida Escazú*. EKA. Disponible en: <https://ekaenlinea.com/v-festival-de-la-cerveza-artesanal-se-realizara-en-avenida-escazu/>
15. Smith, J. (2020). "Craft Beer: A Global Perspective." CRC Press.
16. Bamforth, C. (2018). "Brewing: Science and Practice." CRC Press.
17. Alworth, J. (2015). "The Beer Bible." Workman Publishing.
18. Oliver, G. (2011). "The Oxford Companion to Beer." Oxford University Press.
19. Jackson, M. (2014). "The World Guide to Beer." Mitchell Beazley.
20. American Homebrewers Association. (Sitio web: <https://www.homebrewersassociation.org/>)
21. Brewers Association. (Sitio web: <https://www.brewersassociation.org/>)
22. CraftBeer.com. (Sitio web: <https://www.craftbeer.com/>)
23. Bart Watson. (Twitter: @BrewersStats)
24. Stan Hieronymus. (Blog: <https://appellationbeer.com/blog/>)

25. RateBeer. (Sitio web: <https://www.ratebeer.com/>)
26. BeerAdvocate. (Sitio web: <https://www.beeradvocate.com/>)
27. Euromonitor International. (Base de datos de investigación:
<https://www.euromonitor.com/>)
28. Mintel. (Base de datos de investigación: <https://www.mintel.com/>)
29. Nielsen CGA. (Sitio web: <https://www.nielsen.com/us/en/solutions/capabilities/cga/>)
30. Brewer's Friend. (Sitio web: <https://www.brewersfriend.com/>)
31. National Brewers Association. (Sitio web: <https://www.nationalbrewersassociation.org/>)
32. Craft Beer & Brewing Magazine. (Sitio web: <https://beerandbrewing.com/>)
33. The New Brewer. (Sitio web: <https://www.brewersassociation.org/resources/the-new-brewer/>)