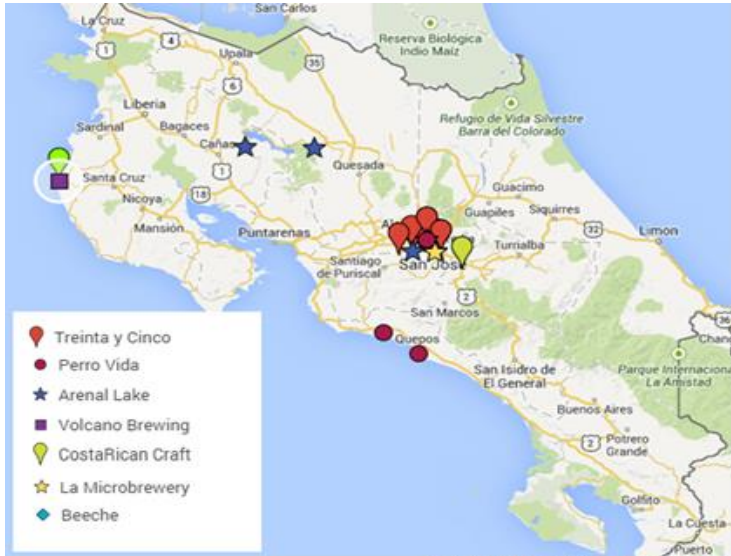


Análisis del mercado de cervecerías artesanales Antecedentes: En Costa Rica el consumo de cerveza artesanal ha incrementado durante los últimos cuatro años. <i>Dos Amigos Homebrewing Co.</i> es un emprendimiento que se especializa en la creación de cerveza artesanal. Parte de la etapa inicial del proyecto busca, además de introducir nuevos tipos de cervezas al mercado, aportar un valor agregado mediante la inclusión de un <i>tour</i> explicativo. Su objetivo es enseñar al público cómo elaborar cerveza artesanal. Aunado a esto, la opción de ofrecer conocimientos en el tema de maridaje al final del <i>tour</i> , para expandir el aporte brindado en relación con la experiencia gastronómica adquirida. Como se mencionó <i>supra</i> , la creación de nuevas cervezas de índole artesanal ha incrementado en los últimos años y en la actualidad, más de diez de ellas participan en diferentes congresos cerveceros y tienen presencia en diferentes bares y restaurantes.	Autor: M. Leiva, A. Zamora, S. Sherman Versión 0.0 Fecha: 28/9/2014 Análisis de resultados: La información reunida señala que si bien es cierto el mercado de la cerveza artesanal está en apogeo, existe gran concentración del producto en el Valle Central y que su distribución en botella no resulta la más fructífera, sino su presentación en <i>Keg</i> . Actualmente, las cervecerías artesanales han optado por ofrecer sus productos en diferentes restaurantes, así como un portafolio fijo de marcas (dos o tres de ellas posibles de encontrar en cualquier momento del año). Además, se procura incluir algún sabor diferente acorde a la temporada; según el <i>tap</i> . Esto significa que se saca provecho de las diferentes épocas del año y de la disponibilidad de materia prima para hacer variaciones en los sabores a ofrecer. De las cervecerías presentes en el mercado, solo una de ellas ofrece visitas guiadas, pero carece de un servicio de maridaje. Cabe agregar que tanto su ubicación (Cartago), como el horario que maneja resultan poco accesibles al público. Otro punto a considerar es que también algunos de los restaurantes donde se ofrece este tipo de cervezas, brindan servicio de maridaje, lo que aporta valor agregado al lugar y en consecuencia, las respectivas fábricas escapan de invertir en dicho servicio. En síntesis; la opción que se ajusta al proyecto de <i>Dos Amigos Homebrewing Co.</i> combina lo que las cervecerías artesanales ofrecen en cuanto al producto en sí y un valor agregado mediante el servicio de <i>tour</i> y maridaje. No obstante; estos últimos constituyen una carga extra para un negocio en desarrollo y con poca experiencia por parte de los emprendedores.																																																	
Problema a Resolver: Conocer si el producto ofrecido por <i>Dos Amigos Homebrewing Co.</i> , resulta ser una opción distinta a lo que ofrece el mercado. Además, distinguir las cervezas contra las que compite y resaltar el valor agregado por incorporar, para que sea posible tener una participación significativa en el plano comercial.	Recomendación: El contar con solo punto de distribución (de venta sólo en la cervecería), limita la viabilidad de expandir el producto en el mercado. Se recomienda poner <i>kegs</i> con cerveza dentro de algunos restaurantes, además de aumentar la variedad de sabores, junto con la inclusión de productos autóctonos en las recetas, lo cual resulta ser un ingrediente diferenciador. La cervecería abierta (srvcio de visitas guiadas), con restaurante para degustación es un producto separado del eje primordial del proyecto. También, ubicar el local en Heredia conlleva ser parte de una zona de alta densidad en cuanto a la competencia de cerveza artesanal, que dicho sea de paso, ya cuentan con el servicio de degustación que brindan algunos restaurantes. Se recomienda ofrecer visitas guiadas exclusivamente en la fábrica, a la vez que ofrecer muestras de los diferentes sabores para crear clientela y limitar la degustación a posibles cursos cortos. Mediante la venta de muestras se procede a implementar los ciclos cortos de <i>Lean Start Up</i> y a la vez, utilizar una estrategia de mercado para que los clientes consuman en mayor volumen la que resulte ser más de su agrado. También, se recomienda continuar con la participación del negocio en eventos cerveceros próximos, al lado de las marcas consideradas tradicionales y de este modo, ofrecer aquellas que se hayan creado <i>a posteriori</i> . De este modo, se abren oportunidades ante los conocedores de este tipo de producto. El uso de redes sociales, como por ejemplo <i>Facebook</i> , debe ser explotado, con la finalidad de hacer del conocimiento del público la cerveza, las visitas guiadas y los cursos de maridaje a su debido tiempo. Por último, pero no menos importante; realizar visitas a diferentes restaurantes y entablar relaciones de negocios con sus respectivos dueños, lo que permite la posibilidad de que incorporen en su menú la cerveza artesanal. Además, es una manera de ofrecer el producto para su distribución, al resaltar aquellas características que la diferencien para constituir una buena elección (por ejemplo sabor, precio o variedad).																																																	
Estado Ideal Conocer el estado del mercado actual, las fortalezas de la competencia y la disponibilidad del sector donde <i>Dos Amigos Homebrewing Co.</i> tenga presencia.																																																		
Estado Actual: Los datos manifiestan un incremento en la cantidad de cervecerías artesanales que ofrecen sus productos al público en distintas partes del país. En consecuencia, la tabla a continuación constituye una sinopsis de siete de las cervecerías con mayor presencia en el mercado actual. Así mismo, el gráfico con el nombre de " <i>Distribución de presencia de las diferentes cervecerías en el mercado</i> ", muestra los sectores del país donde existe mayor concentración de la competencia. La presencia de estas cervecerías no implica que sea necesariamente debido a la ubicación de la fábrica en sí, sino que se toman en cuenta los restaurantes donde el producto se vende. De las siete cervecerías tomadas en cuenta para este análisis, solamente <i>Costa Rica Craft</i> ofrece visitas guiadas, además de vender su cerveza en el mismo establecimiento. Las demás, son distribuídas mediante terceros. El mercadeo por parte de estas cervecerías se lleva a cabo mediante el uso de redes sociales, en las que se publican los eventos donde éstas vayan a participar. Es así como la cervecería anuncia los lugares donde se pueden encontrar sus productos. Por su parte, los restaurantes publican en sus respectivas cuentas de internet, las cervezas que tienen a disposición del cliente. Otra forma de hacer publicidad es mediante la participación de eventos cerveceros realizados en diferentes puntos del país, como por ejemplo, la Península de Osa, Avenida Escazú; San José y Pedregal; en Heredia. En dichos eventos se ofrecen muestras de cerveza al público presente, no obstante, el objetivo principal es la venta del producto y así, dar a conocer los lugares donde comúnmente se puede adquirir.	Distribución de presencia de las diferentes cervecerías en el mercado: <table><tr><th>Cervecería</th><th>Variedad en cervezas</th><th>Presencia en el mercado</th><th>Precio</th><th>Presentación</th><th>Tour Cervecero</th><th>Maridaje</th></tr><tr><td>TreintayCinco</td><td>Buena variedad, 10+ marcas</td><td>Presencia en el valle central y en diferentes certámenes cerveceros</td><td>Alto</td><td>Botella cierre italiano y tap</td><td>No</td><td>No, solo a preferencia del restaurante</td></tr><tr><td>Costa Rican Craft</td><td>Poca variedad, solo 2+ marcas en botella/tap</td><td>Presencia en el valle central</td><td>Alto</td><td>Botella tradicional y tap</td><td>Si</td><td>No, solo a preferencia del restaurante</td></tr><tr><td>La Microbrewering Co</td><td>Variedad en incremento</td><td>Presencia en el valle central y en diferentes certámenes cerveceros</td><td>Moderado</td><td>Botella tradicional y tap</td><td>No</td><td>No, solo a preferencia del restaurante</td></tr><tr><td>Perro Vida</td><td>Poca variedad, alrededor de 3 marcas</td><td>Presencia en el valle central y en diferentes certámenes cerveceros</td><td>Moderado</td><td>Botella tradicional y tap</td><td>No</td><td>No, solo a preferencia del restaurante</td></tr><tr><td>Lake Arenal</td><td>Poca variedad, solo 2+ marcas en botella/tap</td><td>Presencia en el valle central, en sitios rurales turísticos y en diferentes certámenes cerveceros</td><td>Moderado</td><td>tap</td><td>No</td><td>Si</td></tr><tr><td>Volcano Brewing</td><td>Poca variedad, solo 2+ marcas en botella/tap</td><td>Presencia en el valle central, y en sitios rurales turísticos</td><td>Moderado</td><td>tap</td><td>No</td><td>No, solo a preferencia del restaurante</td></tr></table>  <p>Fuente: Elaboración Propia</p>	Cervecería	Variedad en cervezas	Presencia en el mercado	Precio	Presentación	Tour Cervecero	Maridaje	TreintayCinco	Buena variedad, 10+ marcas	Presencia en el valle central y en diferentes certámenes cerveceros	Alto	Botella cierre italiano y tap	No	No, solo a preferencia del restaurante	Costa Rican Craft	Poca variedad, solo 2+ marcas en botella/tap	Presencia en el valle central	Alto	Botella tradicional y tap	Si	No, solo a preferencia del restaurante	La Microbrewering Co	Variedad en incremento	Presencia en el valle central y en diferentes certámenes cerveceros	Moderado	Botella tradicional y tap	No	No, solo a preferencia del restaurante	Perro Vida	Poca variedad, alrededor de 3 marcas	Presencia en el valle central y en diferentes certámenes cerveceros	Moderado	Botella tradicional y tap	No	No, solo a preferencia del restaurante	Lake Arenal	Poca variedad, solo 2+ marcas en botella/tap	Presencia en el valle central, en sitios rurales turísticos y en diferentes certámenes cerveceros	Moderado	tap	No	Si	Volcano Brewing	Poca variedad, solo 2+ marcas en botella/tap	Presencia en el valle central, y en sitios rurales turísticos	Moderado	tap	No	No, solo a preferencia del restaurante
Cervecería	Variedad en cervezas	Presencia en el mercado	Precio	Presentación	Tour Cervecero	Maridaje																																												
TreintayCinco	Buena variedad, 10+ marcas	Presencia en el valle central y en diferentes certámenes cerveceros	Alto	Botella cierre italiano y tap	No	No, solo a preferencia del restaurante																																												
Costa Rican Craft	Poca variedad, solo 2+ marcas en botella/tap	Presencia en el valle central	Alto	Botella tradicional y tap	Si	No, solo a preferencia del restaurante																																												
La Microbrewering Co	Variedad en incremento	Presencia en el valle central y en diferentes certámenes cerveceros	Moderado	Botella tradicional y tap	No	No, solo a preferencia del restaurante																																												
Perro Vida	Poca variedad, alrededor de 3 marcas	Presencia en el valle central y en diferentes certámenes cerveceros	Moderado	Botella tradicional y tap	No	No, solo a preferencia del restaurante																																												
Lake Arenal	Poca variedad, solo 2+ marcas en botella/tap	Presencia en el valle central, en sitios rurales turísticos y en diferentes certámenes cerveceros	Moderado	tap	No	Si																																												
Volcano Brewing	Poca variedad, solo 2+ marcas en botella/tap	Presencia en el valle central, y en sitios rurales turísticos	Moderado	tap	No	No, solo a preferencia del restaurante																																												