

**La Cervecería Artesanal, Crecimiento de una Experiencia, o un
Mercado en Expansión**

Leandro Yesid David vera
Tecnológico de Antioquia

Notas de autor

Leandro Yesid David Vera

Facultad de administración

Tecnológico de Antioquia, Medellín Antioquia

Contacto: leandro0311@hotmail.com

Tabla de Contenido

La Cervecería Artesanal, Crecimiento de una Experiencia, o un	i
Mercado en Expansión.....	i
Tabla de Contenido	ii
Índice de Tablas	iv
La cervecería artesanal, crecimiento de una experiencia, o un	1
Mercado en expansión.....	1
Planteamiento del problema	1
Justificación.....	2
Marco teórico.....	3
Breve historia del origen de la cerveza	3
Que es la cerveza.	4
Ingredientes de la cerveza	4
agua.....	4
levadura.	5
malta.	5
lúpulo.	5
Como se fabrica le cerveza	5
Maltaje	6
braceaje.....	6
lupulizarían.....	6
Tipos de Cerveza según su fermentación	7
Cervezas del tipo “ALE	7
Cervezas Lager	7
Cronología de la Cerveza Artesanal en Colombia.	11
Las cervecerías artesanales o micro cervecerías en Antioquia.....	15
Objetivos	18
Objetivo general.....	18
Objetivos específicos.	18

Diseño metodológico	19
Dimensión del panorama cervecero Artesanal en Medellín	20
Ventajas comparativas cerveza industrial contra cerveza artesanal.....	29
Ventajas competitivas, cerveza industrial contra cerveza artesanal.....	29
Medellín y sus cerveceras artesanales.....	30
La cerveza artesanal y el público al que llega.	32
El crecimiento en los últimos diez años.....	35
Conclusiones	38
Recomendaciones.....	39
Bibliografía	40
Cybergrafía.....	40

Índice de Tablas

Tabla 1 Ranking consumo de cerveza, en litros	9
Tabla 2. Clasificación de las cervezas, según su capacidad de producción.....	15
Tabla 3. Comparativo entre la producción real y la capacidad instalada	24
Tabla 4. Cervecerías fundadas, por año.....	25
Tabla 5. Cervecerías fundadas en el año 2016 y su tendencia	26
Tabla 6. Cervecerías fundadas en el año 2017 y su tendencia	27
Tabla 7. Cervecerías fundadas en el año 2018 y su tendencia	28
Tabla 8. Fundación de casas cerveceras en los últimos 10 años	31
Tabla 9. Dinámica de crecimiento por año, en los últimos 10 años	32
Tabla 10. Variación en volumen año a año.....	36

**La cervecería artesanal, crecimiento de una experiencia, o un
Mercado en expansión.**

Planteamiento del problema

¿Realmente ha crecido la cervecería artesanal en Medellín?

¿Existe una real expansión empresarial en el mercado de la cervecería artesanal en Medellín?

¿Existen estrategias realmente contundentes, que dinamicen el mercado de la cerveza artesanal en Medellín?

Justificación

La presente investigación, busca dilucidar qué tanto, se ha logrado dilatar el mercado cervecero en Medellín, con la entrada, o más bien con el posicionamiento de algunas marcas cerveceras de carácter artesanal, frente al gigante Bavaria, quien en números posee casi el 95 % del mercado, con un modelo de producción industrializada, frente a pequeñas empresas, que como algunas, empezaron en la sala de sus propias casas.

se quiere así, evidenciar, que tanto puede restarle a la torta de participación de mercado, estas pequeñas empresas, que tanto se expande dicho mercado y revisar esas estrategias, algunas disruptivas, con la cuales venden, no un producto, sino más bien una experiencia al consumidor, pues es ya la tendencia en mercadeo, no vender productos, sino experiencias.

Redondeando ideas buscaremos, revisar datos estadísticos, números de empresas cerveceras artesanales, tomando como punto de comparación la última década, y llegar particularmente a Medellín, donde este mercado ha creado una serie de actividades, en busca de fidelizar a sus consumidores.

Marco teórico

Breve historia del origen de la cerveza

Podemos encontrar varias reseñas históricas del inicio de la cerveza en el desarrollo de la humanidad, pero cada civilización tiene antecedentes y conceptos diferentes sobre sus inicios, como por ejemplo su antigüedad, los historiadores creen que existe desde el año 10.000 a.C. En España se han encontrado restos en Soria aproximadamente del año 4.000 a.C.

Como se puede leer en el siguiente artículo, el cual nos reseña, en brevedad, la historia de la cerveza:

En la antigüedad, los chinos elaboraban cerveza llamada "Kiu" utilizando cebada, trigo, espelta, mijo y arroz. Las civilizaciones precolombinas de América, utilizaban maíz en lugar de cebada, en la antigua Britania se elaboraba cerveza a base de trigo malteado antes de que los romanos introdujeran la cebada.

Los egipcios elaboraban la cerveza a partir de panes de cebada poco cocidos que dejaban fermentar en agua. La llamaban "zythum" que significaba vino de cebada.

En la Edad Media, fue en Bélgica, en donde los monjes refinaron el proceso prácticamente hasta la perfección e institucionalizaron el uso del lúpulo, planta

cannabácea que confiere a la cerveza su sabor amargo característico, a la vez que favorece la conservación.

En los países nórdicos con climas muy fríos como Alemania o Inglaterra, la cebada se cultivaba mejor que la uva, por lo que la producción de cerveza era mejor que la del vino, convirtiéndose éstas regiones en grandes productoras de cervezas (Expo gourmet Magazine s.f. Historia de la cerveza y la moda de la cerveza artesanal. España. Recuperado de [//www.expogourmetmagazine.com](http://www.expogourmetmagazine.com))

Que es la cerveza.

La cerveza es una bebida ligeramente alcohólica, obtenida por la fermentación de los azúcares de la cebada germinada o malteada bajo la acción de la levadura y perfumada con lúpulo. Cerveza al igual que cereal, viene de la diosa romana Ceres, Ceres que es la diosa de la agricultura, cerveza viene de Ceres-Vis (fuerza de Ceres) pues esta bebida es producto de la fermentación de trigo cebada y avena.

Ingredientes de la cerveza

A continuación, y según lo explica la página web <https://www.mahou-sanmiguel.com>, detallamos los ingredientes de la cerveza

agua.

Es pura, de composición óptima ligeramente mineralizada. La identidad y calidad de la cerveza están marcadas por las características del agua.

levadura.

Este elemento microscópico es el encargado de transformar, durante la fermentación, los azúcares del mosto en alcohol.

malta.

Aporta a la cerveza los elementos nutritivos esenciales que configuran su cuerpo, espuma y color. Se obtiene por la germinación de los granos de cebada, que se humedecen hasta alcanzar su punto óptimo; luego se frena el proceso reduciendo su humedad hasta que se secan. El grado de tostado posterior de la malta influirá en el color final de la cerveza.

lúpulo.

Esta flor de origen asiático es el alma de la cerveza. A ella se debe en gran parte su aroma, amargor y sensación de frescor. Es una planta que comenzó a utilizarse en su elaboración en el S. IX con la función de higienizar y conservar la cerveza. (Fundacion Mahou-Sanmiguel, 2016).

Como se fabrica le cerveza

En articulo extraído de el periódico El tiempo, no hace un breve resumen de como se hace una cerveza.

La cerveza se hace con agua pura, lúpulo, que le da el sabor amargo y el aroma y cebada malteada que se consigue en el proceso de malteo de los granos de cebada

Para su elaboración es necesario realizar los siguientes pasos:

Maltaje.

Es la etapa en la que se convierte el grano en maltosa. Por tal razón la cebada se calienta a 34 grados, con el fin de que la semilla germine. A la semana se detiene el proceso de germinación, se seca y se enfría hasta que se eliminan el germen y el grano en el que el almidón se convirtió en azúcares solubles.

braceaje.

Aquí el grano se muele para dejarlo en infusión con agua caliente a 60 grados. En ese instante se comienzan a disolver los fermentos de la malta y los azúcares solubles producto del almidón.

lupulizarían.

El filtrado o mosto se hierve en grandes proporciones y luego se le agrega la cantidad deseada de lúpulo. Su objetivo consiste en conservar la cerveza y clarificarla.

Al líquido obtenido se le añade levadura. Luego se fermenta a 30 grados si se desea una cerveza gaseosa, ó a 4 y 5 grados si se busca una cerveza más alcoholizada (REDACCION EL TIEMPO, 2018)

Al adentrarnos aún más en el desarrollo de este texto, veremos varias denominaciones o términos a los que se refieren a la cerveza, según su fermentación, color, etc.

A continuación detalláramos los tipos de cerveza según su fermentación, cuyas definiciones se extrajeron de la página www.tiposde.online.com

Tipos de Cerveza según su fermentación

Cervezas del tipo “ALE”.

Son todas las cervezas que emplean en su fabricación levaduras de fermentación alta, En la forma más básica de elaboración, durante la fermentación en caliente, que dura unos tres o cuatro días, se llega a una temperatura de unos veinticinco grados, no obstante, muchos fabricantes dejan fermentando la cerveza durante, al menos, catorce días. Después, todas las cervezas tienen algún tipo de proceso de maduración, que puede consistir en una maduración en frío, en unos días de acondicionamiento en caliente entre trece y dieciséis grados o en un segundo proceso de fermentación.

Cervezas Lager.

Las cervezas lager son aquellas que implican en su proceso de elaboración levaduras de fermentación baja. Estos son los tipos de cerveza más comunes en todo el mundo. El estilo de cervezas lager más conocido es el conocido como pilsen, aunque existen muchos otros, por ejemplo el estilo bock, el doppelbock, el estilo vienés, el estilo Munich o el estilo dortmunder, entre otros. (tiposde.online, s.f.)

Una bebida, que según estadísticas es la bebida más consumida del mundo, teniendo algunas derivaciones, por ejemplo, en sus componentes, o cervezas sin alcohol, cervezas con sabores a frutos, en fin se encuentran un abanico de nuevas opciones diferentes a las tradicionales que brinda el mercado convencional de la cerveza de producción industrial.

Esto lo podemos ver más claro en el siguiente estudio realizado por, <http://www.ofertia.com.>, la App y web que ayuda a los consumidores a preparar y ahorrar en sus compras locales, allí se detalla el consumo per cápita en litros, de los 20 países que más consumo de cerveza tienen, en el año 2017.

Tabla 1 Ranking consumo de cerveza, en litros

PAIS	LITROS PER CAPITA
01. República Checa	142.6
02. Austria	104.8
03. Alemania	104.7
04. Namibia	104
05. Polonia	97.8
06. Irlanda	97
07. Lituania	96.6
08. Belice	93.8
09. Estonia	93.5
10. Gabón	88.9
11. Rumanía	85.9
12. España	80.6
13. Finlandia	78.5
14. Letonia	78.2
15. Panamá	76.6
16. Estados Unidos	75.8
17. Eslovenia	75
18. Australia	74.2
19. Eslovaquia	74.1
20. Rusia	73.5
35. Colombia	48.9

Tabla 1. En esta tabla podemos apreciar la ubicación que tiene Colombia en el Ranking Mundial.

Lo anterior es solo un abrebocas, que nos muestra la validez de la teoría de oferta y demanda, en el mercado de la cerveza, esto solo hablando de la industrializada, según el modelo económico de Marshall (1890), donde se afirma:

La ley de la Oferta y la Demanda es el principio básico sobre el que se basa una economía de mercado. Este principio refleja la relación que existe entre la demanda de un producto y la cantidad ofrecida de ese producto teniendo en cuenta el precio al que se vende el producto.

Entonces podemos ver, como el mercado cervecero es un mercado bastante amplio, y tiende a expandirse aún más.

Así pues, encontramos en el mercado, la cerveza artesanal, que se vuelve más particular, mas intima, pues cada maestro cervecero le da su toque, o más bien, el maestro cervecero busca darle atributos, sabores, texturas diferenciadoras, o como un sello personal a la cerveza que elabora.

Allí es donde el maestro cervecero, hace gala de sus conocimientos, de su verdadera maestría, pues hacer cerveza se convierte, prácticamente en un arte, un arte el cual empezó a llegar a Colombia hace, o más bien a retomarse, aproximadamente hace 11 años.

Cronología de la Cerveza Artesanal en Colombia.

1826, primer registro que se tiene de una cervecería en Colombia, J Meyer funda en Bogotá, la cervecería Meyer.

1831, cervecería Meyer pasa a manos de J Cantrell.

1834, Cantrell la vende a la sociedad Martínez y Galinee.

Para los años 30, hay cervezas producidas por el señor Gaulier.

Para los 40, encontramos una mayor actividad, y se ven nuevas cervecerías artesanales, la de Ileras, Pizano y Restrepo, Santamaría, los tres puentes, Tomas Thompson, Francisco Stevenel.

1845, se funda la cervecería Samuel Sayer, las más reconocida y sobrevivió hasta 1914.

1850, se tiene el primer registro de fabricación de cerveza fuera de Bogotá, en Ibagué, más exactamente en el convento de san Simón.

1868, en Bogotá es funda la Fábrica de cervezas Cuervo.

1869, en Bucaramanga nace la cervecería de José Delfino Lambole.

1875, en Medellín, Gonzalo Vélez Restrepo funda La cervecería Colon.

1876 igualmente en Medellín, el señor Julio Restrepo, funda la fábrica de cervezas Restrepo y Arango.

1878, nace en Bucaramanga cervecería Otalara

1882, nace en Bucaramanga la cervecería de Restrepo y Villa

1882, la fábrica de cerveza cuervo, es vendida al señor Mamerto Montoya, cambiando su razón social por Fábrica de Cerveza M. Montoya y cia, a finales de siglo vuelve a ser vendida, y funcionara hasta 1914, con el nombre de cervecería Rey Gambrinus.

1881 los hermanos Vicente y Pastor fundan en la ciudad de Medellín (Antioquía) la Cervecería Hermanos Restrepo y Miraflores (La Ceja en Antioquía) una cervecería más moderna utilizando una licencia adquirida a la cervecería inglesa Lockwood Brewery.

1890 la Cervecería Alemana Kopp& Cia es fundada en el Almacén Fenicia de la población de El Socorro.

1891 se convierte en la Cervecería Fenicia

1882 se funda la Cervecería La Rosa Blanca que elabora la cerveza “Rosa Blanca” teniendo bastante éxito en la época, siendo cerrada aproximadamente en el año 1910, la que posteriormente es comprada por Leo Koop en 1895.

1895 hasta 1930. En este periodo se cierran y abren un número grande de cervecerías artesanales y a su vez se fundan las primeras cervecerías con enfoque industrializado orientaciones de higiene de fabricación higiénica y moderna

En cuanto a las cervecerías artesanales las más importantes en la ciudad de Bogotá tenemos:

Fábrica de Cerveza Murillo fundada por Emilio Murillo que produce la Cerveza “Maizola” 1896

Lino Casas, funda Fábrica de Cerveza La Camelia Blanca

1900 nace la Cervecería de C.F. Lozano que se llamara años después

Cervecería Sucursal y cerrara sus puertas en 1916,

1935, la Cervecería Nacional con su marca “Pilsener” que desaparece.

1928, desaparece la Cervecería Continental llamada también Cervecería del Sur

1903 Rudolf Kohn, Maestro Cervecerero de Bavaria después de unos malos entendidos con Leo Kopp renuncia y funda la Cervecería Germania.

1905, Kohn, termina una moderna fabrica y salen al mercado las marcas “Germania”, “Pilsener”, “Maltogen” y “Biomalta”. Desde ese momento se vuelve en él más fuerte competidor de Bavaria.

1985, es fundada, en la población de Málaga (Santander) por el Señor Juan José Valderrama quien produce una cerveza negra de marca “La Violeta”, cuando este fallece en 1935 sus hijas Susana y Angélica heredan la empresa y le cambian la razón social a

Hnas. Muños Valderrama.

1975, es comprada por el Señor Efraín Mendoza llamándola, Fábrica de Cerveza La Violeta

1986, es vendida y trasladada, por el Señor Isidoro Lizcano y Familia, con una nueva razón social de Cervecería Violeta

Es esta la última cervecería artesanal que queda en el país, además de estar funcionando. En este periodo se debe destacar muy especialmente al señor José A. Tamañoque fundador en Medellín (Antioquía) en el año 1885 la Cervecería Tamañoque

1887 podemos considerarlo como el verdadero año del origen de la industria cervecera moderna colombiana y es cuando el inmigrante danés Christian Peter Clausen funda en Floridablanca (Santander) la Cervecería La Esperanza.

1992, se considera como el año del renacimiento de la cervecería artesanal, o micro cervecerías, término adoptado ya al nuevo milenio, esto se debe al señor Enrique Gonzales Terffry, con la fundación de la cerveza de la casa, en Guarne, Antioquia y luego aparecen: Orlando Jara, Álvaro Flores y Víctor Jairo Fonseca, fundadores de la cervecería Ltda, quienes en su corto tiempo de funcionamiento ayudaron a construir nueve micro cervecerías en todo el país.

Entre muchas otras cervecerías que nacieron y murieron con el siglo, la industria cervecera, estaba llamada, no solo a ser un motor dinamizador de la economía de inicios del siglo XIX, sino también un mercado que empezaba a surgir, y una cultura cervecera solo relegada a las naciones europeas.

En este lapso de tiempo, 1992, a la fecha, se tiene indicios de haberse creado 285 micro cervecerías, de las cuales se tiene datos de que aun funcionan 225, en la actualidad, en toda Colombia.

Las cervecerías artesanales o micro cervecerías en Antioquia.

Antes que nada, revisemos como se clasifican las cerveceras según su cantidad de hectolitros¹ producidos por año, y según su capacidad instalada así:

Tabla 2. Clasificación de las cervezas, según su capacidad de producción

TAMAÑO	PRODUCCION EN HLTS X AÑO
Grande	más de 3.500
Artesanal Mediano	de 1.001 a 3.500
Artesanal Pequeña	de 250 a 1.000
Artesanal	menos de 250
Artesanal Casera	hasta 25 (no comerciales)

Tabla 2. Podemos ver, como aparecen casa cerveceras, las cuales tiene una capacidad de producción muy baja.

Ahora bien, llevando la apertura de este trabajo, a detalles más particulares, entraremos a listar las cervecerías artesanales o micro cervecerías, en Antioquia, creadas y desaparecidos y las que siguen aún vigentes al día de hoy, adicional veremos la clasificación de las plantas cerveceras según su capacidad instalada de producción en hectolitros.

- 4SUR CERVEZA ARTESANAL

Micro Cervecería Artesanal.

- CERVECERIA ARTESANAL AMARELLA BEER

Micro Cervecería Artesanal

¹ Hectolitro, unidad de medida, equivalente a 30 botellas de 330 ml por botella.

- ABADIA BEER COMPANY (CERRADA)

Micro Cervecería Artesanal

- ARTESANOS DE CERVEZAS S.A.S.

3 Cordilleras

Micro Cervecería Grande

- CERVECERIA ARTIS BIUZA

Micro Cervecería Artesanal

- BREW HOUSE

Micro Cervecería Artesanal

- BREW WARRIOR BEER COMPANY

Micro Cervecería Artesanal

- DOG PI BREWERY

Micro Cervecería Pequeña

- CERVECERIA ESPIGA

Micro Cervecería Pequeña

- FOLKLOR

Micro Cervecería Artesanal

- CERVEZA ILEGAL

Micro Cervecería Artesanal

- LA PLANTA BREW-PUB

Micro Cervecería Artesanal y Pub

- CERVECERIA LIBRE DE COLOMBIA S.A.S.
Micro Cervecería Artesanal
- BEER LOBOS
Micro Cervecería Artesanal
- MADRE MONTE CERVEZA ARTESANAL
Micro Cervecería Artesanal
- CERVECERIA MAESTRE
Micro Cervecería Artesanal
- CERVECERIA OTRAPARTE COLOMBIANA S.A.
Micro Cervecería Pequeña
- CORPORACION PAISABEER
Micro Cervecería Artesanal
- PRIMAVERA BREWING COMPANY
Micro Cervecería Artesanal
- SIERRA BLANCA CERVECERIA
Micro Cervecería Artesanal
- SON DEL BARRIL
Micro Cervecería Artesanal
- UNO ENTRE MIL
Micro Cervecería Artesanal

(Danai, 2018)

Objetivos

Objetivo general.

Determinar cuál es la situación real de la cervecería artesanal en Medellín, que perspectivas tienen en cuanto a crecimiento y consolidación en este mercado, y si sus expectativas se están cumpliendo para el consumidor final.

Objetivos específicos.

1. Identificar qué diferencias comparativas y competitivas tiene, las cervecerías artesanales, entre sus empresas pares y frente las moles industrializadas, en el mercado local
2. Determinar cuántas cerveceras artesanales han empezado su vida comercial, y cuantas se han mantenido, en Medellín durante la última década
3. Analizar sus estrategias comerciales, con el target, al que le están apuntando.
4. Evaluar, si hay creciente consumo de cerveza a artesanal en el último año en Medellín.

Diseño metodológico.

Según la situación presentada en esta investigación, se hará uso del método cuantitativo, y un tipo descriptivo, donde la población será el mercado de las cervecerías artesanales en Colombia, y la muestra se reduce al mercado de dicho tipos de cerveceras en Medellín.

La realización de esta investigación se apoyara, en varias fuentes de información, como los son textos de consulta, páginas WEB, además de entrevistas a funcionarios de cervecerías artesanales en la ciudad de Medellín

Dimensión del panorama cervecero Artesanal en Medellín

Según estudios realizados por la firma experta en consumo Raddar, el mercado de cervezas industrializadas representa cerca del 1,3 % del gasto total de los hogares colombianos. Esto significa que de cada 100 pesos que gasta una persona, en promedio 1,3 pesos se destinan a la compra de cerveza, (pressreader, 2018), y si tenemos presente que el consumo de cerveza solo representa, aproximadamente, el 0,8% del consumo total de cerveza, es decir, que de esos 1,3 pesos, que equivalen al 0,0014 pesos del gasto.

Estos es un desembolso muy bajo, debido a muchos factores, Colombia, aunque tiene zonas muy fuertes en esta bebida, no posee una cultura tan arraigada en dicho sector, adicional a esto uno de los mayores obstáculos con los que se encuentra este sector, son los costos que tienen que pagar para poder comercializar su producto.

Adicional según el artículo del periódico el colombiano, donde e *Sergio Cabrera*, presidente y fundador de Ascca, Asociación de Cerveceros Artesanales de Colombia (Ascca). otros obstáculos son:

“el costo del registro sanitario, que cuesta, por producto, 3 millones de pesos. Además, para febrero de 2019 todos debemos contar con registro de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), que tiene un precio de 8 millones de pesos, por orden del Ministerio de Salud. Sin ninguno de esos permisos se puede vender”, puntualizó.

El pago de impuestos es otro de los dolores de cabeza que tiene el sector.

Cabrera indicó que el sector debe cancelar 48 % por impuesto al consumo y 19 % por Impuesto sobre el Valor Agregado (IVA). “Es mucha la carga tributaria”, expresó.

El líder señaló que la asociación está trabajando en el frente de educación para que los productores hagan cervezas de mejor calidad, es decir, que su aroma, color y sabor sean de los más altos estándares posibles.

Juan Abascal, uno de los ocho fundadores de El Sindicato de cerveceros colombianos, señaló que el valor del producto ronda entre los 7 mil y 20 mil pesos (Peridico el Colombiano, 2018)

Pero también esta estadística brinda una oportunidad de negocio, un nicho de mercado que se puede llevar a una expansión considerablemente buena. Este mercado, en expansión, no es un idilio o un sueño de emprendedor, es una total odisea empezar a crear empresa en Colombia, y como lo veremos a continuación, la cervecería artesanal sí que es un gran reto, no solo por los temas tributarios, sino también por temas sanitarios y de registros etc.

Tenemos marcas reconocidas, 3 Cordilleras, Apóstol y Madre Monte; y más de 20 micro cervecerías artesanales, que se listaron en el marco teórico.

Podemos decir que hasta finales del años 2018 en el país se contabilizaban 313 cervecerías artesanales, 15 %, es decir 44, ubicadas en Antioquia, y de ese pequeño universo de 44

cerveceras artesanales, 22 están en Medellín, es decir el 50 %, o por lo menos aquellas que brindaron información a la fuente donde se extrajeron estos datos. (Danai, 2018)

Sumado a todo esto otro de los obstáculos, es la consecución de las materias, como ya se mencionó son: cebada, malta, levadura y lúpulo, que aunque importadas, se puede producir en Colombia, pero es demasiado bajo su producción, dado que en Colombia es un tipo de cultivo poco común, adicional que su producción decreció de 50.000 hectáreas hace 25 años a 4.725 en el año 2017, siendo, las importaciones por el contrario, una actividad que representa aproximadamente las 127.000 toneladas anuales, se debe aclarar que la malta debe pasar por proceso de germinado, tueste y molienda (malteado), para poder disponer de ella en la fabricación de cerveza. Mientras estas importaciones, se realizan desde países como: Alemania, Bélgica; Chile y estados Unidos, dichas importaciones se ven afectadas considerablemente por la fluctuación del precio del dólar y el Euro frente al peso

Como los vinos, los quesos, entre muchos otros tipos de alimentos y bebidas, requieren un tipo de arte y técnica para su elaboración, la cerveza requiere cierto tipo de conocimiento, unas papilas gustativas sensibles y algo de mística, para así poder saber diferenciar la cerveza industrial, de la cerveza artesanal, que la hace especial, operacional, y más costosa, que su par, producido bajo el modelo de producción en serie.

Para empezar, aclaremos algo, ambas cervezas la industrial y la artesanal, cuentan con los mismos ingredientes: cebada, agua, lúpulo y levadura. La diferencia, relevante, entre estos dos tipos de cerveza, radica en las proporciones, en el tratamiento que se le da a las materias primas y en el proceso de elaboración. Para las materias primas su proporción es menor en las cervezas industriales, las cuales, que además utilizan conservantes artificiales. Las cervezas artesanales

no utilizan ningún tipo de aditivo artificial, el proceso de elaboración es manual desde moler las maltas hasta el embotellamiento.

La cerveza artesanal es una cerveza completamente diferente de la cerveza industrial, no solo porque no tiene ningún tipo de aditivo químico, desde el momento que es realmente artesanal, hecha por gente que investiga, se informa, y que además le quiere dar un toque personal y diferenciador, esto es ponerle más que un número al pull de cervecerías de la ciudad, es ponerle pasión y mística en su producción.

Al no tener un proceso industrial, esto la hace más atractiva en el sabor y en la presentación. Cada maestro cervecero desarrolla su propia fórmula o su propia receta, para conseguir lo que el consumidor y la filosofía que él le impregna al proceso, sea aceptable. Eso hace que sea un producto un poco más costoso que la cerveza industrial. Como el ejemplo del Roll Roys, no tendrá el mismo valor un vehículo ensamblado, en serie, Mazda, Renault, que este tipo de vehículo, que primero se hace sobre pedido, además es prácticamente ensamblado a mano.

Continuando con nuestro objetivo principal, enunciado al inicio de este proyecto, vamos a analizar la proyección de producción de las cerveceras fundadas en los últimos tres años, incluyendo el presente año.

Tabla 3. Comparativo entre la producción real y la capacidad instalada

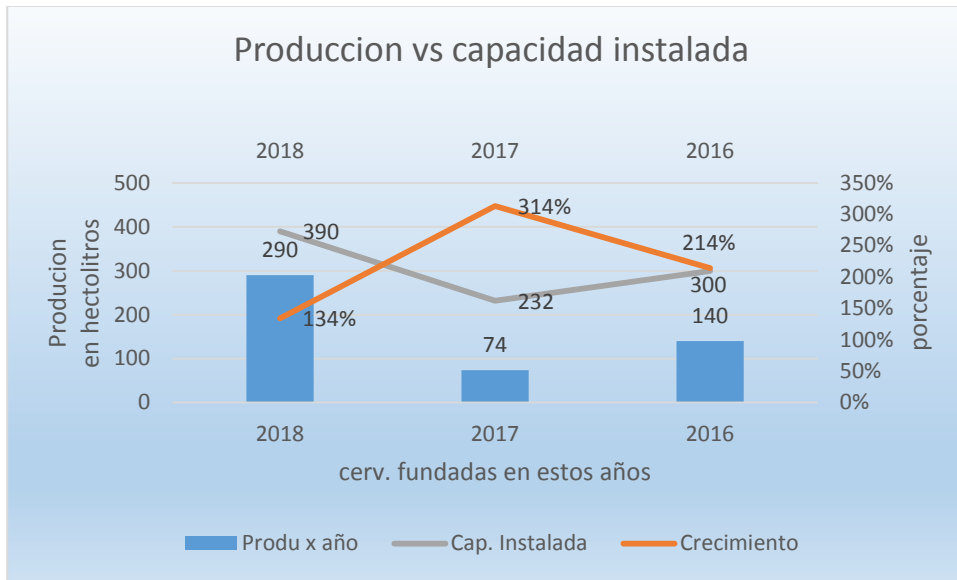


Tabla 3. Apreciamos como algunas casas cerveceras, realmente, no llevan al máximo su capacidad instalada.

Como podemos apreciar en la gráfica, porcentualmente, el crecimiento más alto se da en el año 2016, contra la capacidad de producción que se tiene, pero ya en el 2018, es más bajo, de hecho es el más bajo de dicho periodo, pero en proyección el alcance del crecimiento en litros, será mucho más alto que en los años anteriores, estos valores son tomados en referencia de las cerveceras fundadas en este periodo de tiempo.

Se debe tener presente que la gráfica solo muestra el año, en la tabla construida a continuación, podemos ver, no solo el año, sino también, el detalle de las cerveceras fundadas en cada uno de ellos, su producción y capacidad instalada.

Tabla 4. Cervecerías fundadas, por año

CERVECERA	año fundacion	produccion por año	capacidad instalada	% estimado
DOG PI BREWERY	2018	50	150	300.0%
LA PLANTA BREW-PUB	2018	240	240	100.0%
CERVECERIA ARTIS				
BIUZA	2017	20	120	600.0%
BREW WARRIOR				
CERVECERIA	2017	24	48	200.0%
FOLKLOR	2017	30	64	213.3%
4SUR CERVEZA				
ARTESANAL	2016	40	200	500.0%
CERVECERA MAESTRE	2016	100	100	100.0%

Tabla 4.la anterior tabla muestra, el número de cerveceras fundadas en los últimos tres años.

Ahora bien, revisemos año a año, y solo las cerveceras fundadas en dicho periodo, 2016, 2017 y 2018 su producción y capacidad instalada, podemos ver, con sorpresa como siete cerveceras fueron fundas en este período de tiempo, además de como su producción versus su capacidad instalada muestran tendencias de crecimientos hasta de tres dígitos, solo dos, o empezaron a tope su producción o simplemente no han logrado aumentar su optima capacidad instalada.

La idea es mirar al detalle, el comportamiento de estas cerveceras, y de cómo fue su tendencia.

Tabla 5. Cerveceras fundadas en el año 2016 y su tendencia

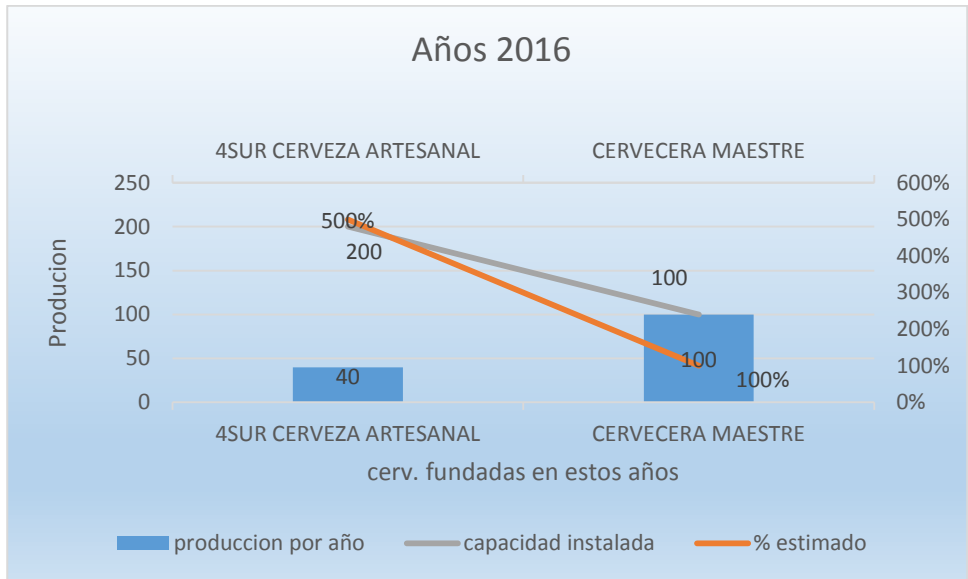


Tabla 5. Podemos ver incrementos de tres dígitos, en esta tabla, es algo realmente positivo.

Comencemos con el años 2016,a las casas cerveceras ya existentes, se suman 4sur cerveza artesanal y Cervecería Maestra, las cuales al día de hoy siguen activas, produciendo en ese año 40 y 100 hectolitros, respectivamente, solo 4sur cerveza Artesanal, muestra una proyección de crecimiento frente a la capacidad instalada, mientras cerveza maestra se sostiene.

Ya en el año 2017, muestra una actividad mucho más dinámica, pues se inauguran tres cerveceras más, que aunque tiene un promedio de producción muy bajo, el crecimiento estimado

en capacidad instalada es demasiado alto, considerando a la Cervecera Artis, como una gran excepción, llegando al 600% de crecimiento estimado.

Tabla 6. Cerveceras fundadas en el año 2017 y su tendencia

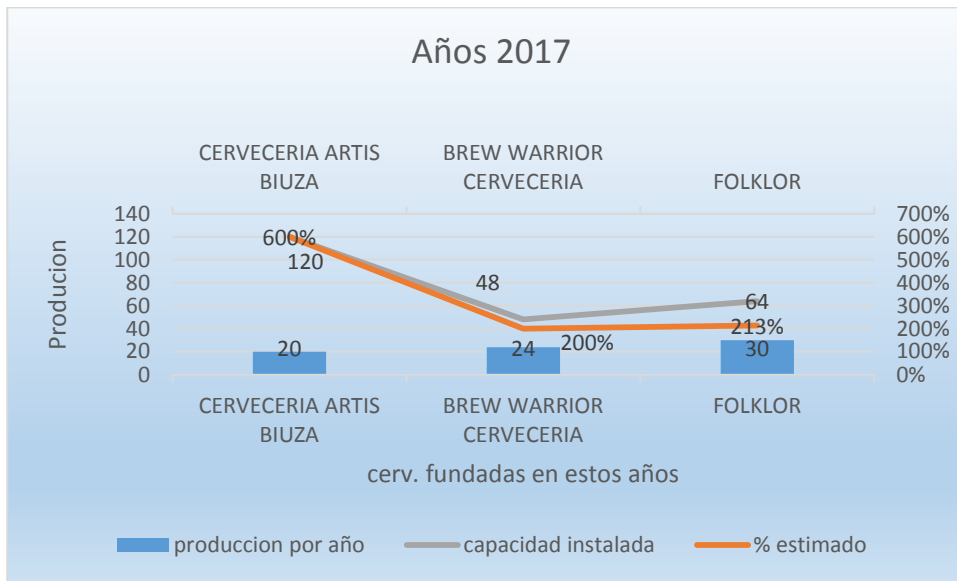


Tabla 6. La tendencia en este año, se evidencia con el número de casas y la proyección de sus ventas.

Terminando con el detalle año a año, llegamos al año 2018, el cual aún no termina, pero deja en Medellín dos nuevas marcas cerveceras, y sin importar el volumen que aporte, ayuda significativamente al crecimiento de este sector.

Tabla 7. Cerveceras fundadas en el año 2018 y su tendencia

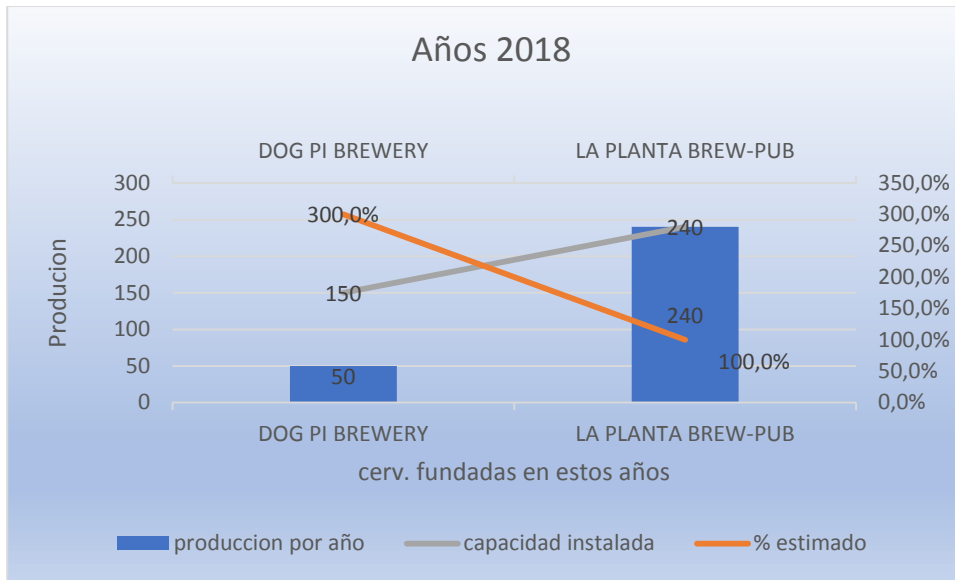


Tabla 7. La misma situación positiva se ve claramente en esta gráfica.

Concluyendo con este aparte, sin ahondar en un largo estudio, o desgastantes análisis, se puede vislumbrar un horizonte prometedor para la cerveza artesanal, pues la puesta en marcha de varias cerveceras año en año, y los más dicente, el cierre en menor medida de cerveceras, nos lleva a pensar que apuntar un negocio de estos, no es rentable, pues sus costos de apertura producción y sostenimiento son elevados, pero es más por pasión y persistencia.

Así pues, también podemos llegar a una pequeña conclusión, basándonos en un uno de los apartes del objetivo principal: (...y si sus expectativas se están cumpliendo para el consumidor final.), ¡claro que se están cumpliendo!, pues la cultura cervecera, a empezado a calar en nuestra idiosincrasia paisa, esto ayudado de los cambio generacionales, de la avalancha de información que hoy día nos traen las redes sociales, lo fácil que es copiar modelos culturales y sociales de otras países, de cómo nuestra sociedad, ya es más pluralistas multicultural, siendo esto más

sociológico, y en lo cual no quiero adentrarme, pero si este mismo acceso a la información y todas las innovaciones de mercadeo llegan rápido crean y cambian hábitos, además que al ser la cerveza un producto con un sabor, diferenciado, crea en el consumidor un entorno, en donde más que tomar una cerveza está viviendo una experiencia, está tomando los sorbos del esfuerzo y la pasión de un maestro cervecero

Ventajas comparativas cerveza industrial contra cerveza artesanal.

Partiendo de la definición de ventaja comparativa, esta ventaja la tiene en su totalidad la cerveza producida a nivel industrial, si a costos nos referimos, pues al ser una producción masificada, que regularmente la realiza una industria con un modelo de distribución optimo, lo cual permite llegar a más puntos de ventas, por ende el costo al consumidor final es mucho menor que el de una cerveza artesanal.

Resumiendo estas líneas, el precio y la fácil adquisición son las únicas ventajas que se rescatan.

Ventajas competitivas, cerveza industrial contra cerveza artesanal.

Ahora bien, si tomamos esta ventaja desde el punto de vista de la cerveza artesanal, nos encontramos con un consumidor más sofisticado, al cual entiende, disfruta y busca los sabores nuevos, diferenciados del sabor tradicional que puede brindar una cerveza comercial, por así decirlo, y esto lo permite la cerveza artesanal, esa mezcla o variedad de sabores, pues es el principio de toda fabricación artesanal, el maestro le da su toque.

Para concluir este paralelo, podemos ver la cerveza artesanal comparada con la cerveza de origen industrializado, como una bebida demasiado costosa sofisticada y de alto desembolso,

pero competitivamente, el sabor y las combinaciones, las cuales son el arte que posee el maestro cervecero, le dan ese toque único e inigualable, la cual la convierte en una bebida operacional, y brindan al consumidor, no una cerveza, sino más bien una experiencia.

Medellín y sus cerveceras artesanales.

En los últimos diez años, y un poco más, la dinámica de la cultura cervecera en Medellín, denota un constante movimiento, con aperturas de nuevas casas cerveceras, y lo que es más particular, el cierre de muy pocas, lo cual de entrada indica un dinamismo positivo, aunque , como ya se mencionó, no fácil, en la siguiente tabla podremos observar cronológicamente el año de fundación y su respectivo cierre, si lo hubo, en un lapso de 10 años, aunque se tomó el año de 1995, como referente, por la connotación que tuviese la Cervecería Otraparte Colombiana en la historia de este mercado.

Tabla 8. Fundación de casas cerveceras en los últimos 10 años

CERVECERIA ARTESANAL	AÑO FUNDACION	AÑO CIERRE
CERVECERIA OTRAPARTE COLOMBIAN	1995	2011
ARTESANOS DE CERVEZAS S.A.S.	2007	
CORPORACION PAISABEER	2009	
UNO ENTRE MIL	2010	
CERVECERIA LIBRE DE COLOMBIA S.A.S	2012	
BREW HOUSE	2013	
SON DEL BARRIL	2013	
BEER LOBOS	2014	
PRIMAVERA BREWING COMPANY	2014	
ALAMEDA CERVEZA ARTEZANAL	2015	
CERVECERIA ESPIGA	2015	
ABADIA BEER COMPANY	2015	2017
MADRE MONTE CERVEZA ARTESANAL	2015	
CERVEZA ILEGAL	2015	
SIERRA BLANCA CERVECERIA	2015	
4SUR CERVEZA ARTESANAL	2016	
CERVECERA MAESTRE	2016	
CERVECERIA ARTIS BIUZA	2017	
BREW WARRIOR CERVECERIA	2017	
FOLKLOR	2017	
DOG PI BREWERY	2018	
LA PLANTA BREW-PUB	2018	

Tabla 8. Vemos como, el año 2015, es el año glorioso, en cuanto a fundación de casa cerveceras.

Como se observa, solo dos cerveceras cerraron en ese lapso de tiempo, Cervecera Otraparte y Abadía Beer Company, siendo esto solo el 9% de las allí listadas, además vemos como el 2015 es el año donde más casas cerveceras inician operaciones con seis casas, las cuales representan el 27,2 %, del total registradas en el presente estudio.

Tabla 9. Dinámica de crecimiento por año, en los últimos 10 años



Tabla 9. Como se mencionó anteriormente, 2015, año productivo

Así pues, podemos evidenciar como en los últimos tres años, este mercado ha ganado más espacio, con incremento notable en la apertura de casa cerveceras, el mercado se expande, y según la tendencia del año 2018 podría llegar a igualar al año anterior

La cerveza artesanal y el público al que llega.

Este producto, como ya lo hablamos es de un desembolso alto, su valor promedio ronda por los \$ 6.000 a 9.000 pesos, incluso más. Ahora bien, en un mercado donde encontramos cervezas, hasta de un valor de \$ 1.500, la ventaja competitiva de la cerveza industrializada, cobra más relevancia, y es allí donde las cerveceras artesanales, deben recurrir prácticamente a

comercializar un producto intangible, el cual como sabemos es algo más dispendioso de comercializar y por ende debe de ser más creativo su modelo de publicidad y distribución, pues como se mencionó anteriormente, la filosofía de la cerveza artesanal es brindar experiencias, dar al consumidor final una alternativa diferenciadora, aspiracional y sensorial.

Para todo lo anterior, no basta decir que se tiene la mejor cerveza, es mas no hay pautas publicitarias de este producto en medios masivos (TV y radio), dar a conocer el producto y fidelizar al cliente es más complejo de lo que se piensa, ya que influir en la decisión de compra del consumidor, al ofrecerle un abanico de cervezas, con una variedad de precios, es bastante complejo.

Dar a conocer la cerveza, es un trabajo muy complejo, dado, que por lo regular las casas cerveceras no tienen el musculo financiero, lo suficientemente fuerte, como para tener un plan de agresivo, para dar a conocer la marca, fidelizar su target, es más la incursión al mercado generalmente se da de una forma muy peculiar, mediante alianzas informales, basadas en una amistad, donde una amigo o persona allegada, que posee un negocio, sea bar, restaurante, Pub, le permite a este cervecero comercializar este producto en su establecimiento, es en este entorno de camaradería, que se empieza a conocer la marca, ya de entrada la marca crea una fidelidad en los primeros consumidores, que perciben que quien les vende la cerveza, no es una gran empresa, es un amigo, quien tiene un proyecto, al cual le está poniendo el corazón, y quiere llevar su producto aun nivel que sea fácil de diferenciar de la cerveza industrializada, que esa botella, aparte de tener componentes de buena calidad, es diferente en calidad sabor y aroma, adicional que es una creación, la cual debe ser consumida de una forma, que realmente se pueda saborear, como si fuese una obra de arte, y claro está que el ser humano por naturaleza, le gusta saberse obtenido un producto exclusivo y sofisticado, esto hace que el target sea fiel a la marca además

de hacer que mediante el modelo de referidos cree en otro consumidor el deseo de probar la cerveza, de la cual le están hablando.

Claro está, para que la cereza artesanal, logre generar flujo de efectivo, esta debe optar por otras actividades, las cuales apreciaremos a continuación.

Ya dejando de lado la amistad, los cerveceros han logrado crear alianzas comerciales, con unas condiciones claras y definidas con, como lo es el caso de la cervecera 3coordilleras, quien se valió de esta estrategia y se alió con la cadena de restaurantes El corral, además esta misma empresa ha abierto sus puertas, las de su planta de producción, al público, en un denominado tour cervecero, quien acceden por una suma de aproximadamente \$ 28.000, por los cuales se tiene derecho a realizar paseo guiado por las instalaciones, además de poder consumir cinco cervezas y disfrutar, en algunas ocasiones de música en vivo.

Otras actividades que se realizan son las catas cerveceras, donde una casa cervecera abre sus puertas y permite degustar su portafolio, este es el caso de cervecera Madre monte o podemos también enumerar, el concepto del pub, o estos bares cerveceros donde se reúnen varias casas cerveceras, y dan al público asistente, la oportunidad de comparar y afinar el sentido del gust y olfato con la variedad de cervezas que se ofrecen.

Estas actividades comerciales, son la que están ayudando a que el crecimiento de consumo de cerveza artesanal, no este estático, por el contrario se está dinamizando año a año, además de lograr generar una cercanía con el su público objetivo, lo cual hace que se genere un lazo fraterno entre la marca y el target.

Este nicho de mercado, como lo hemos podido dejar claro desde el inicio de este trabajo, es un nicho al cual se puede explotar mucho más aun, dada a que el consumo de cerveza artesanal,

solo representa el 1% a nivel nacional, lo que para Medellín representa casi la misma cifra, una cantidad ínfima, comparada con las transacciones que realiza el mercado de cerveza industrializada, es decir, se tiene un producto con una ventaja competitiva importante, un target definido y lo más importante este mismo público objetivo, es un consumidor diferente, al cual gusta lo disruptivo e innovador, y esto lo brinda la cerveza artesanal.

El crecimiento en los últimos diez años.

Llevando este texto casi a su final, entraremos a revisar que tan representativo ha sido el crecimiento del mercado cervecero artesanal en Medellín. Gráficamente, y solo tomando las casas cerveceras que se han fundado y desaparecido en los últimos 10 años, no cabe duda que hay un crecimiento año a año, salvo en 2011, cuando se cierra la cervecería Otraparte

Tabla 10. Variación en volumen año a año



Tabla 10. Podemos reconocer el crecimiento año a tras año, aunque ínfimo, se sostiene

Estos indicadores registrados en la gráfica, dan cuenta, de cómo, esta muestra de 22 cerveceras, en sí solas representan un crecimiento, algo tímido, pero constante.

Debemos tener presente, que la muestra es solo el pull de cerceras ubicadas en el área metropolitana, no se tuvo presente, los corregimientos, pues se tiene cuneta de una casa cervecera en san Antonio de prado con una capacidad de producción de 20 hectolitros anuales, y una más en Santa helena, que además hace las veces de Pub, la cual puede producir alrededor 48 hectolitros años

No cabe duda, que por más ínfimos que sean los resultados, al final del ejercicio podemos ver que vale la pena el esfuerzo para incrementar su crecimiento, que vale la pena la propuesta de valor que cada casa cervecera el impregna a su producto, pues esa unidad de crecimiento

porcentual, son el fruto del esfuerzo y la dedicación de un emprendedor, que más que emprendedor es un verdadero soñador.

Conclusiones.

Las nuevas tendencias de consumo, el cambio que en si implica, hoy tener un consumidor más exigente, un consumidor que día a día busca satisfacer necesidades y encontrar nuevas experiencias, un consumidor sofisticado, de buen gusto, sin llegar a lo ostentoso, este es el consumidor promedio de la cerveza artesanal, empezamos mencionado este eslabón en la cadena de producción , distribución y comercialización de la cerveza artesanal pues es el extremo de dicha cadena, pero es el extremo que equilibra, pues ingeniarse y materializar una marca de cerveza artesanal, es igual de complicado a estimular un público objetivo, pero a lo largo de esta investigación se logra dimensionar, que se está bien encaminado con esta tarea, pues los adeptos a este segmento de la bebidas alcohólicas, crece cada día más, pero a la par de este crecimiento, llegan al mercado nuevas alternativas para este consumidor, es decir, se denotan crecimientos horizontales, pero de igual forma evidenciamos un crecimiento vertical, dado que las cerveceras al incrementar su número de fieles consumidores aumentan el volumen de botellas vendidas.

Adicionalmente, el brindar experiencias al consumidor diferenciadoras, acompañadas de actividades, que atraen y enriquecen el entorno cultural del consumidor de cerveza, llevándolo a desarrollar una mística sobre esta, es una verdadera estrategia de mercadeo, el convertir estos centros de producción de cerveza, en bares, ambientarlos con el concepto de Pub, ha llevado a que el crecimiento, mencionado en el primer párrafo de esta conclusión, se logre.

Cabe aclarar, que no es fácil, pues hacer empresa, y más en Colombia, se convierte en un reto, que a la postre, lleva a sus actores a apasionarse más con el cuento de la cervecería artesanal.

Recomendaciones

1. La cervecera artesanal, tiene mucho potencial, pues se evidencia una ínfima participación de mercado, pero se observa una oportunidad mucho más grande, la producción de cerveza artesanal cero alcohol, este nicho está muy poco explorado, pues solo se evidencio una marca relevante de cerveza cero alcohol, la marca Paramo de 3coordilleras.
2. Pautar masivamente, es una oportunidad que tienen, y si bien, la idea no es masifica el producto, haciendo un tipo de publicidad, discreta, ayudaría un poco en el crecimiento, un poco más acelerado.
3. Realizar actividades de mercadeo, es otra opción, que puede ayudar al incremento de las ventas, ejemplo: se hacen alianzas con cadenas de restaurantes, y todo el esfuerzo se centra en estas grandes restaurantes, y si nos enfocamos en los pequeños restaurantes de mantel, llevando P.O.P, como lo sería, manteletas, portavasos, vasos con la marca, como se hace en las grandes cadenas, además de ofrecer en el menú “combos”, es decir tener opciones de un producto de la casa, agregando una cerveza artesanal.
4. Incrementar el volumen, no implica ofertar la cerveza artesanal a todos, es decir, una estrategia que aplico 3coordilleras, cuando fue adquirida por Postobon, fue aprovechar la capacidad logística de esta última, muy bien por apostar esta ventaja competitiva de Postobon, pero se entregó el producto, a todo tipo tiendas, el problema radica en que por el costo de desembolso de dicho producto, no genera rotación, por lo tanto el detallista percibe este producto como una mala inversión y que no le genera retorno.

Bibliografía

Jackson, Michael. (1994). El Libro de la cerveza.

Barcelona, España: Naturat, s.a. p 16

Jackson, Michael. (1998). cerveza. p 8

Londres: Dorling Kindersley Limited

Kennig, D., Jackson, R. (2006). Cervezas del Mundo.

Barcelona, España: Parragón Books Ltd. p 24-28

Cybergrafia

Chefuri.com. (2010). ¿Qué es la cerveza? septiembre 16, 2018, de chefuri.com, La comunidad gastronómica Sitio web: <https://www.chefuri.com/v4/reportaje-que-es-la-cerveza-154.html>.

www.mahou-sanmiguel.com. (s.f). Cultura cervecera. Agosto 27,2018, de fundación Mahou-sanmiguel Sitio web: <https://www.mahou-sanmiguel.com>.

Redacción el tiempo. (2018). Como se hace la cerveza. Octubre 10, 2018, de Casa editorial El

Tiempo Sitio web: <https://www.eltiempo.com>.

tiposde.online. (s.f.). Tipos de cerveza. Octubre 16,2018, de tiposde.online Sitio web:

<https://tiposde.online/tipos-de-cerveza/>

Ofertia! (2018). ¿Dónde se bebe más cerveza en el mundo?. Octubre 4, 2018, de Ofertia! Sitio

web: <https://www.ofertia.com.mx/investigacion/birracracia/>

Ing. Ricardo Plano Danais. (2018). DIRECTORIO CERVECERO COLOMBIANO 2017/2018.

Octubre 10,2018, de CERVEZA-PASION-CERVEZA COLOMBIA Sitio web:

<http://www.minipassionmini.com/cerveza/>

Periódico El Colombiano. (2018). Así se mueve el mercado de cerveza artesanal en Antioquia.

Octubre 10, 2018, de Peridoto el Colombiano Sitio web:

<http://www.elcolombiano.com/negocios/mercado-de-cerveza-artesanal-en-antioquia->

[II8802749](http://www.elcolombiano.com/negocios/mercado-de-cerveza-artesanal-en-antioquia-II8802749)