



UNIVERSIDAD EAN  
GERENCIA DE INVESTIGACIONES  
SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN - ESPECIALIZACIÓN

ESTUDIO DESCRIPTIVO DE LOS FACTORES DETERMINANTES PARA LA  
PERMANENCIA DE LAS MICRO CERVECERÍAS EN EL MERCADO DE CERVEZA  
ARTESANAL EN BOGOTÁ

AUTORES  
HUMBERTO CORTÉS TRIANA  
MARÍA FERNANDA MORA HERREÑO  
JEIDY KATHERINE SEGURA TURRIAGO  
LEONARDO ZABALETA TAUTIVA

PROGRAMA ACADÉMICO  
ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

TUTORA  
ALEXANDRA PATRICIA ACUÑA ACUÑA

BOGOTÁ D.C., 31 DE MAYO DE 2020

## CONTENIDO

RESUMEN	5
INTRODUCCIÓN	6
1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	7
1.1 ANTECEDENTES	7
1.2 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA	8
1.3 MATRIZ PESTEL	11
1.4 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	11
2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	12
2.1 OBJETIVO GENERAL	12
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
3 MARCO TEÓRICO	13
3.1 MARCO HISTÓRICO	13
3.1.1 CERVEZA	13
3.1.2 PROCESO DE ELABORACIÓN	14
3.2 MARCO CONCEPTUAL	15
3.2.1 CERVEZA ARTESANAL	15
3.2.2 INDUSTRIA CERVECERA ARTESANAL EN LATINOAMÉRICA	15
3.2.3 INDUSTRIA DE LA CERVEZA ARTESANAL EN COLOMBIA	16
4.2.5 CIFRAS DEL SECTOR E INDICADORES FINANCIEROS	17
3.3 MARCO LEGAL	18
3.4 MARCO INSTITUCIONAL	19
3.4.1 CONSUMO DE CERVEZA EN EL ÚLTIMO AÑO	19
3.4.2 PRINCIPALES RETOS DE LA INDUSTRIA ARTESANAL EN EL PAÍS	20
4 DISEÑO METODOLÓGICO	21
4.1 ENFOQUE	21
4.2 DISEÑO	21
4.3 ALCANCE	22
4.4 CONTEXTO	22
4.4.1 UNIVERSO, POBLACIÓN Y MUESTRA	23
4.5 HIPÓTESIS PREDETERMINADAS DEL ESTUDIO CUANTITATIVO	23

4.6	HIPÓTESIS DERIVADAS DE LOS RESULTADOS CUALITATIVOS	24
4.7	VARIABLES CUANTITATIVAS	25
5	ANÁLISIS DE RESULTADOS	26
5.1	ANÁLISIS CUANTITATIVO DE ESTADOS FINANCIEROS	26
5.1.1	INDICADORES DE RENTABILIDAD	26
5.1.2	INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO O APALANCAMIENTO	27
5.1.3	INDICADORES DE LIQUIDEZ	28
5.1.4	INDICADORES DE EFICIENCIA	29
5.2	ANÁLISIS CUANTITATIVO DE ENCUESTAS A CONSUMIDORES	30
5.3	ANÁLISIS CUALITATIVO DE ENTREVISTAS A MICRO CERVECEROS	31
6	DISCUSIÓN	33
6.1	VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS CUANTITATIVAS	35
7	CONCLUSIONES	37
8	REFERENCIAS	38

## ÍNDICE DE GRÁFICOS, TABLAS E ILUSTRACIONES

### LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Tamaño del Mercado Bebidas alcohólicas, 2018. ....	13
Gráfico 2: Participación en el Mercado de la Cerveza por Categoría.....	13
Gráfico 3: ROA.....	28
Gráfico 4: ROE.....	27
Gráfico 5: Razón corriente.....	30
Gráfico 6: Capital de Trabajo.....	29
Gráfico 7: Lugares de mayor adquisición de cerveza artesanal .....	30
Gráfico 8: Preferencias de los consumidores de cerveza artesanal .....	30
Gráfico 9: Sectores de Bogotá de consumo de cerveza artesanal .....	31
Gráfico 10: Rangos de precios de venta de cerveza artesanal.....	32

### LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Número de cervecerías 2013-2018 .....	17
Tabla 2: Resumen del universo, población y muestra.....	23
Tabla 3: Definición de variables cuantitativas .....	25

### LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Número de cervecerías artesanales en Colombia.....	9
Ilustración 2: Matriz PESTEL para la industria cervecera en Bogotá .....	11

## RESUMEN

La industria cervecera artesanal en Colombia ha aumentado su participación hasta alcanzar un 0,5% de participación en el mercado en el 2020, en la cual existen alrededor de 255 empresas denominadas “micro cervecías” tan solo en Bogotá. A pesar del monopolio impuesto por Bavaria, estas compañías de cerveza artesanal han encontrado oportunidades para acceder a un mercado en el cual la demanda consumidora de esta bebida se encuentra en el 66% de la población. En adición, dicho público objetivo denota un interés en adquirir productos diferentes a la oferta corriente, al optar por sabores, aromas y conceptos diferentes que justamente son cualidades con las que la cerveza artesanal ha incursionado.

Las micro cervecías en Bogotá enfrentan múltiples desafíos que se imponen como barreras de entrada para generar mayores ingresos y más participación en el mercado, a pesar de la demanda creciente y el impacto que han tenido en la industria nacional. Por lo tanto, el objetivo es describir cuáles son los factores que determinan la permanencia de estas empresas, cómo se sostienen, y cuál es la percepción de los consumidores frente a los productos disponibles.

Con la metodología de investigación descriptiva y el diseño mixto de triangulación concurrente, se realizaron tres análisis simultáneos de indicadores financieros, encuestas a consumidores y entrevistas a micro cerveceros, de tipo cualitativo y cuantitativo que permitieron determinar los factores de permanencia de estas micro empresas en la industria de cerveza artesanal en Bogotá, los cuales se resumen como: informalidad, cultura cervecera, innovación, materia prima y rentabilidad financiera.

**PALABRAS CLAVE:** cerveza artesanal, micro cervecías, innovación, distribución, rentabilidad financiera.

## INTRODUCCIÓN

La cerveza se categoriza como “la bebida más consumida en el mundo después del agua y el té” (Guide, 2020). En esta industria, la cerveza industrial ha venido perdiendo participación en el mercado desde el 2013, dando lugar a nuevas opciones como lo es la cerveza artesanal, que brinda una alternativa diferente de productos atractivos para el consumidor (Euromonitor, Market Sizes, 2020).

La cerveza artesanal es producida por cerveceros más pequeños con ingredientes tradicionales como cereales, lúpulo y agua, y con aditivos que no poseen las cervezas industriales, tales como frutas, café, especias, otros cereales y demás productos locales, en razón a que dentro de los fundamentos de estos fabricantes está la distinción, innovación y creación de sus propias cervezas. En Colombia, la industria cervecera artesanal apenas ocupa el 1,2% de la fabricación total de cerveza en el país, pues el mercado se ve dominado por Bavaria y algunas marcas artesanales se han posicionado. (Euromonitor, COUNTRY REPORT | AUG 2019, 2020).

No obstante, la demanda de cerveza artesanal presenta un crecimiento significativo que se ha visto denotado por la disponibilidad en tiendas minoristas y pubs en las ciudades, lo que ha incentivado la creación de micro empresas dedicadas a la producción de cervezas artesanales que brindan una oferta variada y llamativa en el mercado. El presente estudio, de tipo descriptivo, tiene como objetivo determinar los factores de permanencia de estas empresas en el mercado de cerveza artesanal en Bogotá. A través de enfoque mixto de investigación y el diseño de triangulación concurrente (DITRIAC), se aplicaron técnicas de análisis a estados financieros de algunas empresas registradas, micro cerveceros del sector y consumidores de cerveza artesanal.

El estudio concluye que los factores determinantes para la continuidad de dichas empresas son la informalidad, el crecimiento de la cultura cervecera, la innovación que aplican los maestros cerveceros, la materia prima como factor clave de calidad y la rentabilidad financiera.

# 1 PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

## 1.1 ANTECEDENTES

A pesar del crecimiento acelerado de la industria cervecera artesanal en Colombia durante el periodo de 2006 a 2016, donde el número de cervecerías artesanales pasó de 11 a 164, a causa del interés evidente del consumidor en probar la variedad de sabores y nuevos productos que ofrece este segmento, solo 136 cervecerías artesanales permanecían activas y 28 habían ya dejado el mercado (Toro-Gonzalez, 2018). En la actualidad existen más de 255 cervecerías artesanales en el país, con una participación del 0,5% en el sector cervecero y una producción de 8 millones de litros por año (Dinero, 2019). Estas cifras evidencian un considerable y constante crecimiento en la industria cervecera artesanal nacional.

El incremento de oportunidades para pequeños fabricantes de productos cerveceros diferenciados en una industria madura, parece ser un punto de partida interesante para aquellas pequeñas empresas que quisieran participar de un mercado que factura 9,3 billones de pesos anualmente (El Espectador, 2018). La industria cervecera colombiana se caracteriza por un número cada vez menor de productores, convirtiéndose en un mercado monopolístico controlado por Bavaria con un 98,6% del mercado nacional, capacidad de producción de 23,5 millones de hectolitros por año (Toro-Gonzalez, 2018), apalancamiento financiero que le permite llegar a cualquier lugar del país a precios accesibles para todos los estratos socioeconómicos, presencia en los medios de comunicación más significativos y financiamiento de su producción a gran escala, lo que ha resultado en una variedad limitada en la oferta de productos innovadores hacia el consumidor. No obstante, dicho panorama genera espacio para la entrada al mercado de las micro cervecerías artesanales novedosas que deseen incursionar con sabores diferentes y productos distinguidos para satisfacer la demanda de usuarios que deseen degustar estas bebidas.

## 1.2 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA

Aun cuando el 66.1% de la población colombiana prefiere el consumo de la cerveza —muy por encima del aguardiente, ron, tequila y vino—, y si bien el número de microcervecerías artesanales es cada vez mayor, exhibiendo un notable crecimiento en este segmento de mercado, en la actualidad los micro cerveceros enfrentan un importante desafío frente al posicionamiento del mercado de sus productos, debido a que la mayor parte del consumo de las cervezas artesanales está concentrado en sitios urbanos donde el poder adquisitivo es mayor (Toro-Gonzalez, 2018), evidenciando selectividad en el enfoque de sus clientes.

Tal como lo dice Juan David Palacio, fundador de la cervecería Madre Monte en Medellín “nuestra cultura cervecera no es vasta, entre otras cosas, porque “el mercado está saturado de cervezas iguales, hay cuatro o cinco marcas que dominan y son muy similares, de bajo sabor y aroma. La gente está buscando opciones novedosas, más sabores, productos más locales” (Zamora, Revista Diners, 2019), actualmente hay una demanda existente que busca saciar la necesidad de probar productos diferentes a la oferta presente de cerveza, siendo más selectiva y particular que un bebedor de cerveza corriente.

La cervecera artesanal Beer confirmó a través de un estudio, que “en promedio un colombiano consumidor de esta bebida destina \$960.000 al consumo de cerveza artesanal al año. En cada oportunidad la persona invierte entre \$40.000 y \$45.000 que equivalen a dos litros de cerveza y un plato de comida.” (Finanzas Personales.co, 2018). Dado un consumo aproximado de 8 millones de litros por año, se evidencia que hay una demanda significativa y en crecimiento de este tipo de bebida; por otra parte, la ilustración 1 muestra la cantidad de cervecerías artesanales se encuentran en funcionamiento en Colombia en el 2019 para satisfacer esta demanda:

Ilustración 1: Número de cervecerías artesanales en Colombia



Fuente: (Colectivo Colombiano de Cervecerías Artesanales (como se cita en Dinero.com), 2019)

Según la información anterior, aproximadamente 255 cervecerías se encuentran activas, siendo la mayor concentración en Bogotá y los departamentos de Antioquia, Cundinamarca, Valle del Cauca, Boyacá y Santander. Como se mencionó anteriormente, la concentración mayor se encuentra en las ciudades, principalmente la capital del país. Aunque el sector micro cervecero se encuentre en desarrollo, es posible identificar algunas barreras de entrada para este tipo de negocio, como lo dice el fundador de Slow Beer, Carlos Agustí: “incursionar en esta industria no es fácil ni barato; elaborar la cerveza es caro. Por un lado, están los ingredientes, y por otro, los elementos de cocción: hay que contar con una planta que, aunque sea modesta, permita generar ciertos volúmenes de producción para que sea rentable. Es un sector en el que no todo el mundo puede emprender y en el que hay que

apuntarle a un público con cierto poder adquisitivo” (Portafolio, 2019). No solamente contemplando el costo de elaboración, sino el mercado monopolístico de la cerveza en Colombia y la normatividad sobre los altos impuestos, forman algunas de esas barreras de entrada que enfrentan las micro cervecerías artesanales, sobre lo cual se profundizará en el desarrollo del presente trabajo.

Tales limitaciones han permitido que las microempresas se vean amenazadas como lo manifiesta el dueño de la cervecera Nueva Granada en Cali, Carlos Quesada: “hay mucha carga impositiva y no generamos la suficiente producción como para asumirlas, nos comparan con las grandes compañías y somos una micro cervecería” (El Tiempo, 2019). Bajo este panorama, los negocios de cerveza artesanal se enfrentan a una desaparición latente en el mercado que puede concluir en un cierre total de sus actividades, o en la fusión o adquisición por compañías grandes en la industria, lo que sugiere que hay dificultad para ofrecer alternativas distintas a las actuales de una manera sostenible en el tiempo.

En síntesis, aunque existe un público objetivo en aumento, específico para las cervezas artesanales y con el poder adquisitivo necesario, las micro cervecerías presentes en la industria que han incursionado con sus sabores innovadores y atractivos, enfrentan actualmente muchos retos que perjudican su permanencia en este mercado. Sin embargo, el crecimiento de la demanda en las ciudades, especialmente Bogotá, y la llegada de más empresas al sector, abren una perspectiva para introducirse en la industria de la cerveza artesanal como alternativa a la cerveza corriente ofertada por el monopolio cervecero de Colombia.

### 1.3 MATRIZ PESTEL

Ilustración 2: Matriz PESTEL para la industria cervecera en Bogotá



Fuente: elaboración propia. Información de: (El Colombiano, 2019), (Dinero, 2019), (Portafolio, 2019), (ANDI, 2019), (Secretaría Distrital de Hacienda, 2020), (El Espectador, 2018), (Finanzas Personales.co, 2018), (Zamora, Revista Diners, 2019), (Toro-Gonzalez, 2018), (Universidad de los Andes, 2018), (Portafolio, 2018), (Portafolio, 2018), (Impacto TIC, 2019), (Barreto, Vidal, Romero, & Romero, 2019), (Publimetro Colombia, 2020), (Alcaldía de Bogotá, 2012).

### 1.4 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son los factores que determinan la permanencia de las micro cervecerías en el mercado de la cerveza artesanal en Bogotá?

## **2 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN**

### **2.1 OBJETIVO GENERAL**

Describir los factores que determinan la permanencia de las micro cervecías en el mercado de la cerveza artesanal en Bogotá.

### **3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Contextualizar el problema de investigación en el entorno empresarial del sector de cerveza artesanal en Latinoamérica, Colombia y enfocar su estudio en Bogotá.
- Construir el marco teórico, definiendo el comportamiento de la industria, los conceptos representativos y la normatividad vigente aplicables a las micro cervecías dentro del sector en la ciudad.
- Diseñar el método de investigación acorde a la metodología descriptiva para buscar información con micro empresas de la industria sobre su trayectoria en el sector y conocer la percepción del consumidor de cerveza artesanal.
- Recolectar información basados en la metodología y los instrumentos planteados aplicados a empresarios micro cerveceros de Bogotá y consumidores frecuentes de cerveza artesanal.
- Analizar la información para verificar las debilidades de las micro cervecías del sector y sus estrategias empleadas en la actualidad.
- Concluir y detallar los factores clave de éxito de las micro empresas que permanecen en el mercado en Bogotá.

### 3 MARCO TEÓRICO

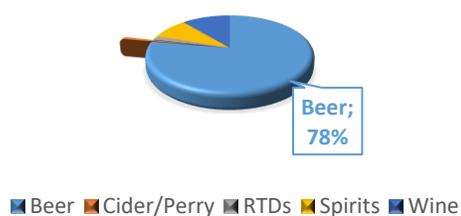
#### 3.1 MARCO HISTÓRICO

##### 3.1.1 CERVEZA

La cerveza es probablemente una de las bebidas alcohólicas más antiguas de la historia, su proceso de elaboración inició en el Medio Oriente hace más de 10,000 años (Fox, 2020). En la actualidad, la cerveza se obtiene a partir de cereales malteados en un proceso de fermentación con un contenido de alcohol superior al 0.5%. <<La cerveza es la bebida alcohólica más popular en todo el mundo. De hecho, después del agua y el té, la cerveza es la bebida más consumida en el mundo>> (Guide, 2020).

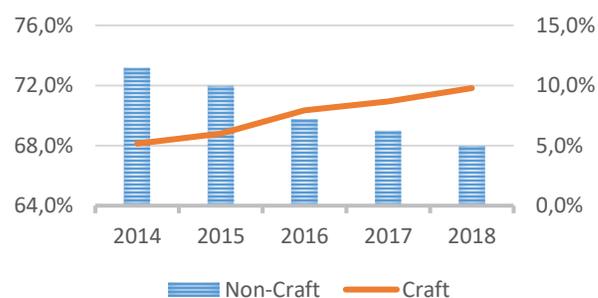
El contenido de alcohol para la cerveza es variado, cualquier cantidad de hasta 14% ABV (alcohol por volumen), aunque el 3.5% al 5% es más común (EUROMONITOR, 2020).

Gráfico 1: Tamaño del Mercado Bebidas alcohólicas, 2018.



Fuente: Elaboración propia, datos tomados de (Euromonitor, Market Sizes, 2020)

Gráfico 2: Participación en el Mercado de la Cerveza por Categoría



Fuente: Elaboración propia, datos tomados de (Euromonitor, Market Sizes, 2020)

El gráfico 1 muestra el tamaño del mercado de las bebidas alcohólicas en todo el mundo en el año 2018. La preferencia hacia el consumo de la cerveza —industrial y/o artesanal— es verdaderamente notable; alrededor del 78% de los consumidores optan por beber cerveza por encima de otras bebidas alcohólicas fermentadas como el vino, o inclusive

por encima de bebidas alcohólicas destiladas como brandy, ginebra, ron, tequila, whisky, vodka, aguardiente, cachaza y otros licores.

Aunque la cerveza industrial ha venido perdiendo participación en el mercado desde el año 2013 (gráfico 2), alcanzando una pérdida acumulada de 9.7% hasta el año 2018; parte de este espacio ha sido ocupado por los cerveceros artesanales, quienes han incrementado su participación en el mercado en 4.6% en el mismo periodo, reflejado en el crecimiento de la producción año tras año, pasando de un volumen de 2,949.80 millones de litros en el 2014 a 5,591.80 en el 2018 (Euromonitor, Market Sizes, 2020); evidenciando una aceptación por parte de los consumidores frente a una nueva alternativa de productos.

### **3.1.2 PROCESO DE ELABORACIÓN**

En el proceso de la elaboración de la cerveza se seleccionan granos de cereal para transformarlos en malta mediante un proceso de germinación controlado. El color y sabor de la cerveza está determinado por el grado de tostión de la malta; (Lea Andrew & Piggott, 2003); sin embargo, no es el único factor que establece el color y sabor de una cerveza; el tiempo de ebullición, el método de calentamiento y la capacidad de la levadura de consumir alcohol, son variables determinantes en el proceso de preparación de los caracterizados estilos de cerveza (Palmer, 2017).

En la cerveza, la mayor parte de los minerales se originan en la cebada, agua y lúpulo, éstos determinan las condiciones de sabor, en lo que se refiere a lo dulce, amargo o agrio de la cerveza. <<Alrededor del 75% proviene de la malta, mientras que el 25% restante proviene del agua, estos minerales tienen importancia nutricional y también contribuyen al sabor de la cerveza>> (Montanari, Mayer, Marconi, & Fantozzi, 2009).

La fermentación es una etapa diferencial para la elaboración de cervezas tipo lager o ale; condiciones como la especie de levadura, que para el caso de la producción de cervezas lager se usa la cepa *Saccharomyces pastorianus*, y para la producción de cervezas ale se usa la cepa *Saccharomyces cerevisiae*; así como el tipo de fermentación, baja para las lager y alta

para las ale; temperatura, 8-13°C para las lager y 15-25°C para las ale; son factores considerables para la fabricación y refinación de las dos familias principales de bebidas a base de granos, lager y ale (Palmer, 2017).

## **3.2 MARCO CONCEPTUAL**

### **3.2.1 CERVEZA ARTESANAL**

La cerveza artesanal es producida por pequeños cerveceros, con ingredientes tradicionales como cereales —por lo general cebada malteada—, lúpulo y agua; sin embargo, a diferencia de la cerveza industrial, para la elaboración de la cerveza artesanal se agregan adjuntos no tradicionales como frutas, café, especias y otros cereales (Hecht, 2015); en razón a que dentro de los pilares de los cerveceros artesanales están la innovación, distinción y diferenciación de sus cervezas.

La cerveza artesanal usualmente es producida en brewpubs —bares o restaurantes que venden la cerveza que producen directamente a sus clientes, cervecerías Taproom, cervecerías regionales, empresas cerveceras por contrato y propietarios alternos (Brewers Association, 2020). <<La cervecería artesanal generalmente se define como una cervecería pequeña, independiente y tradicional>> (POKRIVČÁK, y otros, 2019)

### **3.2.2 INDUSTRIA CERVECERA ARTESANAL EN LATINOAMÉRICA**

El volumen de producción de cerveza artesanal en América Latina es similar al de Europa Oriental; sin embargo, América Latina junto con Asia-Pacífico, Oriente Medio y África son las regiones de mayor crecimiento en el último año, convirtiendo a la industria cervecera en América Latina en un mercado atractivo para posibles emprendedores o inversionistas, no solo por el crecimiento en su producción en el 2018, sino por su aumento sostenido desde el 2016.

América Latina es una región heterogénea, y aunque en todos los países el consumo de cerveza es superior al 50%, el consumo de bebidas alcohólicas en la región es muy diverso. Mientras que en países como Argentina, Chile y Uruguay tienen una considerable preferencia por bebidas fermentadas como el vino; en El Salvador, Honduras y República Dominicana prefieren las bebidas destiladas. En los países donde el consumo de vino es alto, el porcentaje de participación en el mercado de la cerveza artesanal está por encima de la media, demostrando una relación recíproca entre los amantes de las bebidas fermentadas, vino y cerveza artesanal.

### **3.2.3 INDUSTRIA DE LA CERVEZA ARTESANAL EN COLOMBIA**

Hasta el 2018, Colombia era el cuarto más grande productor de cerveza artesanal en América Latina con un volumen total de producción de 30.30 millones de litros en este periodo, superado solo por Brasil, Argentina y Chile, los cuales registraron un volumen de producción de 188.40, 56.10 y 51.80 millones de litros respectivamente (Euromonitor, Market Sizes, 2020).

El crecimiento en la demanda de la cerveza artesanal en Colombia se debe no solo a los altos impuestos sobre las otras bebidas alcohólicas, sino a la <<creciente disponibilidad de cervezas artesanales en las tiendas minoristas, así como la expansión de los pubs en el país>>; además de la asequibilidad y diversificación de las marcas de cerveza (Euromonitor, COUNTRY REPORT | AUG 2019, 2020).

El 72.6% de la cerveza en el 2018 se comercializó a través de canales off-trade tales como minoristas, hipermercados, supermercados, pequeños supermercados independientes ubicados tanto en áreas urbanas como rurales, entre otros; mientras que el 27.4% restante se distribuyó en canales de consumo directo, on-trade, tales como bares, restaurantes, centros nocturnos, hoteles, entre otros (Euromonitor, Historical | % breakdown, 2020).

La tabla 1 muestra el número de cervecerías en el mercado colombiano; en promedio, en el sector de cervecería artesanal ingresan 28% de nuevas empresas cada año con productos innovadores; la mayor parte de estas nuevas empresas distribuyen sus productos a través de canales on-trade, por lo general sus propios puntos de venta, de la misma forma como alguna vez lo hizo la que hasta hoy en día es la más significativa empresa de cervecería artesanal, Bogotá Beer Company.

Tabla 1: Número de cervecerías 2013-2018

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Breweries	8	8	8	8	8	8
Craft breweries	56	66	84	106	136	176
Total	64	74	92	114	144	184

Fuente: (Euromonitor, COUNTRY REPORT | AUG 2019, 2020)

#### 4.2.5 CIFRAS DEL SECTOR E INDICADORES FINANCIEROS

A pesar de que el volumen de ventas ha decrecido durante los últimos dos años, el beneficio neto y los activos totales muestran una relación inversamente proporcional, creciendo año tras año desde el 2017 y 2016 respectivamente, evidenciando una buena gestión en lo que refiere a la rotación de los activos por parte de las compañías cervezas, como quiera que por cada peso invertido, las compañías fueron capaces de rendir los recursos confiados a ellas un 17.53% en el 2016, 18.63% en el 2017 y 22.88% en el 2018.

En lo que respecta a la rentabilidad, el sector cervecero demuestra tener capacidad de generar beneficios derivados de su actividad productiva sin considerar la totalidad de los gastos financieros procedente de intereses e impuestos, así como la depreciación de los activos fijos tangibles y la amortización de los activos fijos intangibles. Durante los últimos 4 años este indicador financiero ha mostrado resultados positivos, a excepción del 2017 donde presentó una caída del 18.63%.

Frente a la liquidez del sector, desde el 2014 hasta el 2018 las compañías cerveceras han demostrado que cuentan con suficiente solvencia para cumplir con sus compromisos financieros; en los últimos dos periodos, el sector posee 1.24 y 1.25 pesos para cubrir cada peso de deuda. Asimismo, el capital de trabajo ha crecido considerablemente desde el 2017, lo que podría llevar a la conclusión de que las firmas han llevado a cabo una buena gestión en el corto plazo.

### **3.3 MARCO LEGAL**

La inscripción de una empresa de cerveza artesanal en Colombia destaca los siguientes procedimientos reglamentarios:

- Registro de marca ante la Superintendencia de Industria y Comercio.
- Lineamientos del Decreto 1686 de 2012.
- Registros sanitarios de bebidas alcohólicas del INVIMA (individual).
- Certificación de Buenas Prácticas y Manufacturas (BPM).
- Requerimientos especiales de edificaciones, equipos y prácticas de higiene.

Adicionalmente, la tarifa aplicable para impuestos es la siguiente:

- Cervezas y sifones: 48%, según informe de Declaración y pago del impuesto al consumo de cervezas, sifones y refajos nacional y/o extranjera de la alcaldía de Bogotá. (Barreto, Vidal, Romero, & Romero, 2019)
- En adición, el producto debe ser gravado con el IVA de 19% para el 2020, lo que significa que la tributación total de la cerveza es del 67%.

En el contexto de aplicación en las micro cervecerías, es posible observar que el presente marco legal implica unas barreras de entrada para este tipo de negocios dada la dificultad de los trámites y extensión de tiempo para su aprobación. Un ejemplo es de la cervecería Antaño en Cali, donde su gerente, Hernán Felipe Apraéz manifiesta: “nos exigen

un registro por cada cerveza que vamos a lanzar al mercado, eso vale 3,5 millones de pesos en promedio y si uno quiere tener cerveza del barril y de botella, es uno para la del barril y otro para la de botella, son 7,5 millones que hay que invertir por un solo tipo de cerveza, es un costo muy alto que, a veces, es difícil que un cervecero casero lo asuma, por eso hay mucho cervecero informal” (El Tiempo, 2019).

### **3.4 MARCO INSTITUCIONAL**

Uno de los hechos más pioneros del consumo de cerveza es la cultura de festejo y alegría que tiene el colombiano y sin lugar a duda sus grandes fiestas y carnavales. La evolución de este proceso ha generado el crecimiento de grandes empresas y la oportunidad de pequeños empresarios para la creación de microempresas, para la elaboración de cervezas artesanales, dando a público diversidad de sabores y sensaciones al momento de consumirlas.

En enero de 2019 el Colectivo Colombiano de Cervecerías Artesanales logró que 140 cerveceras fueran acreditadas como PINE (Proyectos de Interés Nacional y Estratégico) en el sector de comercio, industria y turismo, lo que evidencia la creciente importancia de los nuevos cerveceros. (Revista Dinero, 2019)

#### **3.4.1 CONSUMO DE CERVEZA EN EL ÚLTIMO AÑO**

En Colombia el año 2019, el consumo fue de 2.544 millones de litros, cifra que creció 16,7% si se compara con el dato de cinco años atrás (2.179 millones de litros), según un informe reciente de Euromonitor. Desde el punto de vista monetario, este significó US\$24,4 billones en 2018 con variación de 51,9% respecto al dato de 2013. Cabe mencionar que, el tamaño de mercado de Euromonitor mide las ventas al consumidor final a través del canal retail u off trade y food service. (Portafolio, 2019)

En cuanto a las cervezas artesanales, el señor Daniel Lozano, vocero del Colectivo Colombiano de Cerveceras Artesanales (COLCAS), actualmente hay 255 empresas de este

tipo, las cuales están distribuidas en 19 departamentos y 83 municipios. Según Lozano, en Colombia esta industria estaría vendiendo un poco más de \$40.000 millones al año, lo que le daría 0,5% del mercado total de la cerveza en el país. Además, destacó que estas empresas en total podrían estar generando, a la fecha, cerca de 760 empleos, cifra que esperan crezca 965% en cuatro años y llegue a 8.100. (Portafolio, 2019)

### **3.4.2 PRINCIPALES RETOS DE LA INDUSTRIA ARTESANAL EN EL PAÍS**

El principal reto que enfrenta esta industria es que los colombianos dejen a un lado el consumo de las cervezas tradicionales y se atreva a probar nuevos sabores y tipo de cervezas. Por lo anterior los empresarios han enfocado sus esfuerzos en la generación de nuevas estrategias para que las personas aprendan a diferenciar la artesanal de la industrial, que conozcan sus orígenes, su proceso de elaboración, sus características, entre otras.

Otro reto que presenta esta industria (cervecería artesanal) es el Gobierno y la normatividad que se aplican a dicho nicho de mercado. Indicaba Lozano, quien es cofundador de Cervecería Non Grata, que hay tres ejes principales en los que se debe trabajar con el Gobierno. El primero es “en la actualización de la normativa con el Invima para que se certifiquen las plantas con alta calidad y no tener que sacar un registro por receta porque es más costoso”. En segundo lugar, está la regulación “no deberíamos pagar los mismos impuestos que la gran industria”. En tercer lugar, está la financiación, en la que “estamos hablando con el Gobierno para que se incluya a la industria en las líneas de crédito de economía naranja para que nos ayude a impulsar el crecimiento”. (Portafolio 2019)

## **4 DISEÑO METODOLÓGICO**

### **4.1 ENFOQUE**

El enfoque que se determinó para la elaboración de la presente investigación es mixto, puesto que combina características, procesos y bondades expuestos en la investigación cuantitativa y cualitativa, permitiendo que a través de la recolección, análisis e integración de datos se logren probar hipótesis basados en información confiable, profunda y enriquecedora. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014). La composición del análisis del estado de situación financiera, estado de resultados, flujos de efectivo y razones financieras del sector cervecero y de las compañías que forman parte del sector; así como la recolección y estudio de la información proporcionada por empresarios y consumidores, resulta absolutamente conveniente para aceptar o rechazar las hipótesis establecidas en el estudio.

### **4.2 DISEÑO**

Para el desarrollo del presente trabajo se ha determinado el diseño de triangulación concurrente (DITRIAC) dentro del enfoque investigativo mixto, el cual consiste en recolectar y analizar datos cuantitativos y cualitativos de manera simultánea y separada sobre el problema de investigación, para llevar a cabo su análisis aproximadamente en el mismo tiempo. Los dos tipos de resultados se explican durante la interpretación y discusión (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014). De forma simultánea se procederá a analizar los estados financieros de las empresas seleccionadas según la muestra calculada, se llevará a cabo un análisis cuantitativo de la percepción de los consumidores sobre la cerveza artesanal y se realizará un análisis cualitativo hacia algunos micro cerveceros que relatarán los aspectos más relevantes de su negocio. De la misma manera, se sigue la tipología no experimental de tipo transversal descriptivo como parte del esquema metodológico, dado que este admite la recopilación de datos en un único período para describir variables y analizar el efecto que éstas producen en la investigación en un periodo específico. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

### **4.3 ALCANCE**

El alcance de la investigación es de tipo descriptivo, ya que se pretende recoger información relacionada con el entorno cervecero, detallar sus características en términos de tamaño y crecimiento del mercado, rentabilidad, endeudamiento, eficiencia, liquidez, entre otros, y explicar por medio de análisis financiero las incidencias de estos elementos en el fenómeno en estudio (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

El estudio descriptivo resulta de gran utilidad no solo para mostrar los sucesos desde la perspectiva financiera, sino desde la experiencia de los cerveceros artesanales y consumidores de cerveza artesanal. El propósito del presente estudio es explicar el impacto de características naturales del negocio tales como: certificación como maestro cervecero, innovación, cultura cervecera, importación de materias primas, valor de la inversión, capacidad de producción, legalidad del negocio, impuestos, devaluación del peso y otros; afectan y definen notablemente la continuidad de las micro cervecerías en el mercado (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014).

### **4.4 CONTEXTO**

De acuerdo con el planteamiento del problema, se identificó que la participación de las micro cervecerías artesanales en Colombia es del 0,5% del total del mercado cervecero. Por lo anterior este proyecto está enfocado en realizar una investigación descriptiva para conocer los factores que determinan la permanencia de las micro cervecerías artesanales en este mercado. Por lo anterior, a continuación, se realiza la descripción detallada del universo, población, muestra e instrumentos utilizados para la recolección de información.

#### 4.4.1 UNIVERSO, POBLACIÓN Y MUESTRA

Tabla 2: Resumen del universo, población y muestra

Fuente	Universo	Población	Muestra	Instrumentos
Primaria	255 micro cervecerías artesanales constituidas legalmente bajo lo establecido en el artículo 333 de la Constitución Política de Colombia, que sean productores, comercializadores y/o distribuidores de cerveza artesanal. (Lozano, 2019)	151 micro cervecerías artesanales que abastecen la ciudad de Bogotá D.C. (Lozano, 2019)	8 empresarios dedicados a la fabricación y comercialización de cerveza artesanal en Bogotá D.C.	Método de la recolección de la información: entrevistas. permite obtener datos que de otro modo serían muy difícil de conseguir ya que se basa en experiencia y conocimiento del entrevistado.
Secundaria	32.918.193 habitantes en Colombia, entre los 15 a 65 años. (DANE, 2020)	4.692.343 habitante de Bogotá entre los 20 y 60 años. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2020)	300 consumidores de cerveza en la ciudad de Bogotá D.C.	Método de la recolección de la información: Encuestas. Se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito.
Terciaria	29 empresas del sector cervecero registrado en la base de datos de EMIS University. (Universidad EAN, 2020)	13 empresas cerveceras artesanales registradas en la base de datos de EMIS University. (Universidad EAN, 2020)	4 empresas dedicadas a la fabricación y comercialización de cerveza artesanal con estados financieros de los años 2015 a 2018	Método de la recolección de la información: Inspección y análisis de documentos (Estados financieros de 2015 a 2018).

Fuente: Elaboración propia

#### 4.5 HIPÓTESIS PREDETERMINADAS DEL ESTUDIO CUANTITATIVO

Para su formulación se tuvo en cuenta la metodología de investigación no experimental, descriptiva y transeccional, dentro de la cual se busca predecir una posible respuesta derivada de la pregunta de investigación sin alterar ninguna de las variables que se verán en el siguiente punto.

##### Pregunta de investigación

¿Cuáles son los factores que determinan la permanencia de las micro cervecerías en el mercado de la cerveza artesanal en Bogotá?

## **Hipótesis**

- a. Un factor de permanencia en el mercado es la preferencia de los consumidores por los sabores novedosos y la innovación ofrecida por la cerveza artesanal; aspectos que inciden en un 60% sobre la decisión de compra.
- b. Los consumidores actuales que se encuentren entre los 20 y 30 años, prefieren en más de un 70% adquirir la cerveza artesanal en bares especializados, gracias a la experiencia ofrecida.
- c. Las micro cervecerías artesanales permanecen en el mercado gracias a su rentabilidad sobre sus activos de más del 20%, que les permite dar continuidad en su operación.
- d. Las micro cervecerías artesanales también permanecen en el mercado gracias a su rentabilidad sobre su patrimonio de más del 20%, que les permite ser atractivas para los inversionistas del negocio.
- e. Otro factor de permanencia es el capital de trabajo (KT) de las micro cervecerías, que consiste en sus activos menos pasivos de corto plazo, el cual arroja un valor positivo que contribuye al sostenimiento de las compañías.

## **4.6 HIPÓTESIS DERIVADAS DE LOS RESULTADOS CUALITATIVOS**

Para su formulación se tuvo en cuenta la metodología del estudio cualitativo, cuyas hipótesis son derivadas de los resultados una vez los instrumentos fueron aplicados a la muestra primaria. Para este estudio se plantearon de la siguiente manera, las cuales serán objeto de análisis dentro de la discusión del trabajo:

- f. Con los precios manejados por las micro cervecerías artesanales, se compensa la alta carga impositiva que tiene la cerveza en Colombia (que es más del 70%) para asegurar su permanencia en el mercado. Respecto a este enunciado, el precio aumenta desde un 50% respecto al precio de una cerveza industrial (en su mayoría con un precio de \$6.000 a \$8.000 pesos).
- g. La adquisición de materia prima es un factor que facilita la permanencia, debido al aumento de proveedores nacionales e internacionales, que, a pesar del incremento de los precios, brindan consensos a los maestros cerveceros que lo requieren.

## 4.7 VARIABLES CUANTITATIVAS

A continuación se definen las variables con su medición para el análisis cuantitativo únicamente de acuerdo a la metodología:

Tabla 3: Definición de variables cuantitativas

Hipótesis	Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Instrumento de Medición
Un factor de permanencia en el mercado es la preferencia de los consumidores por los sabores novedosos y la innovación ofrecida por la cerveza artesanal; aspectos que inciden en un 60% sobre la decisión de compra.	Preferencias de consumo	Son los motivadores de compra establecidos por los consumidores. Estos criterios satisfacen las necesidades que los consumidores tienen y que pueden conseguir teniendo en cuenta sus restricciones presupuestarias. (Economipedia, 2020)		Encuesta. Medición porcentual.
Los consumidores actuales que se encuentren entre los 20 y 30 años, prefieren en más de un 70% adquirir la cerveza artesanal en bares especializados, gracias a la experiencia ofrecida.	Lugar de compra	El lugar de compra de cerveza artesanal es el sitio idóneo donde el cliente lleva a cabo la adquisición del producto. Por definición el punto de venta es el punto de contacto del consumidor con las marcas o productos para su compra. (Informa BTL, 2015)		Encuesta. Medición porcentual.
Las micro cervecerías artesanales permanecen en el mercado gracias a su rentabilidad sobre sus activos de más del 20%, que les permite dar continuidad en su operación.	Rentabilidad sobre activos (ROA).	El rendimiento sobre los activos (ROA, siglas de return on assets) es una medida de la utilidad por dólar de activos.	$ROA = \frac{Utilidad\ Neta}{Total\ de\ Activos}$	Análisis de ratios financieros. Medición porcentual.
Las micro cervecerías artesanales también permanecen en el mercado gracias a su rentabilidad sobre su patrimonio de más del 20%, que les permite ser atractivas para los inversionistas del negocio.	Rentabilidad sobre el patrimonio (ROE).	El rendimiento sobre el capital (ROE, siglas de return on equity) es una medida de cómo les fue a los accionistas durante el año. Debido a que la meta consiste en beneficiar a los accionistas, el ROE, en términos contables, es la verdadera medida del desempeño del renglón básico. (Ross, Randolph, & Bradford, 2010).	$ROE = \frac{Utilidad\ Neta}{Patrimonio}$	Análisis de ratios financieros. Medición porcentual
Otro factor de permanencia es el capital de trabajo (KT) de las micro cervecerías, que consiste en sus activos menos pasivos de corto plazo, el cual arroja un valor positivo que contribuye al sostenimiento de las compañías.	Capital de Trabajo (KT)	El término capital de trabajo se refiere a los activos de corto plazo de una empresa, como el inventario, y a los pasivos de corto plazo, como dinero adeudado a los proveedores. La administración del capital de trabajo es una actividad cotidiana que le garantiza a la empresa suficientes recursos para seguir adelante con sus operaciones y evitar costosas interrupciones.	$KT = AC - PC$ AC = Activo Corriente PC= Pasivo Corriente	Análisis de ratios financieros. Medición en pesos colombianos.

Fuente: Elaboración propia.

## **5 ANÁLISIS DE RESULTADOS**

Para efectuar el análisis se siguió el procedimiento analítico del diseño mixto de investigación en el cual se comparan directamente los resultados provenientes de la recolección de datos cuantitativos con la recolección de datos cualitativos. Para ello, se realizó un análisis cuantitativo de estados financieros bajo el modelo de “cualificación de datos cuantitativos”, donde se le atribuyen significados a lo arrojado por datos numéricos. El siguiente análisis cuantitativo se hizo a las encuestas, bajo el método de estadística descriptiva a través de la aplicación Google Forms por medio de la cual se distribuyó la encuesta, se reunieron los datos, agruparon por distribución de frecuencias y se graficaron, donde la medida de tendencia central utilizada fue la moda. Por último, el análisis cualitativo realizado a las entrevistas se aplica bajo el modelo de codificación y análisis de tendencias (Ver Anexos).

### **5.1 ANÁLISIS CUANTITATIVO DE ESTADOS FINANCIEROS**

#### **5.1.1 INDICADORES DE RENTABILIDAD**

La rentabilidad sobre los activos (ROA), conocida también como rentabilidad económica, de las cuatro empresas ilustradas en los gráficos 1 y 2 tuvo una recuperación año contra año del 9.00% en el 2018; sin embargo, el ROA en este periodo fue negativo, -5.61%, muy por debajo del sector, el cual se ubicaba en un 18.63%; evidenciando la baja capacidad que tenían los activos de las cervecerías artesanales para generar renta.

En lo que respecta a la rentabilidad financiera, la situación es bastante satisfactoria para las cervecerías artesanales, por lo menos en el 2018, dado que tres de las cuatro compañías han logrado una rentabilidad después de impuestos sobre el patrimonio, como en los casos de Artesanos De Cervezas S.A.S. y Cervecería BBC S.A.S. con un 60.11% y 64.36% respectivamente, muy por encima del sector que se encuentra en un 29.67%. La tercera firma que tuvo rentabilidad financiera en el 2018 fue la Cervecería Colon S.A.S. con un 21.68%. La rentabilidad sobre el patrimonio es una de las razones financieras de mayor importancia para los inversionistas actuales o posibles

inversionistas, puesto que para mantener la inversión o invertir en nuevos proyectos se requiere una apropiada administración sobre los recursos propios e inversiones ejecutadas.

Gráfico 3: ROA

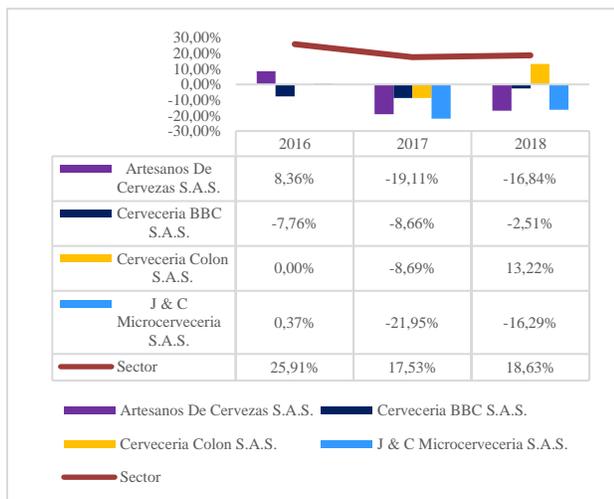
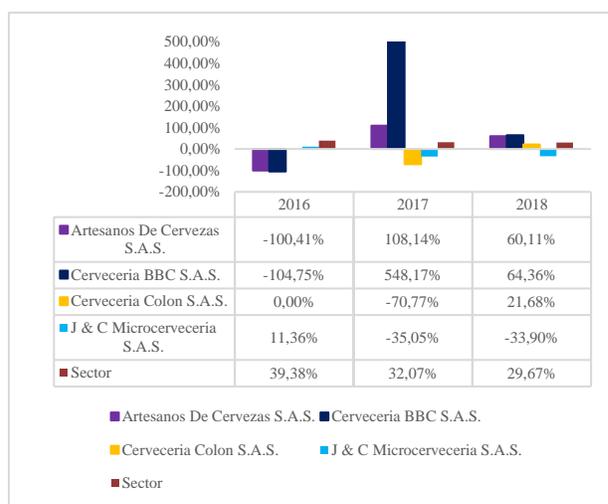


Gráfico 4: ROE



**Fuente:** Elaboración propia. Datos tomados de EMIS University, bases de datos de la Universidad EAN.

### 5.1.2 INDICADORES DE ENDEUDAMIENTO O APALANCAMIENTO

El propósito del análisis de este grupo de ratios financieros es abordar la capacidad de la empresa a largo y corto plazo de cumplir con sus obligaciones financieras, o de manera más general, su apalancamiento financiero (Ross, Randolph, & Bradford, 2010). Partiendo de una referencia del 60% como un endeudamiento óptimo para cualquier compañía en general, en las cervecerías seleccionadas se observan endeudamientos totales desde el 51,95% hasta el 128,02% para el 2018, lo cual se relaciona con el sector cervecero que se encuentra en el 54,05% para el mismo año. Es posible evidenciar que las empresas optan por mayor enfoque en el apalancamiento a corto plazo para el desarrollo de su operación, a excepción de Cervecería BBC, que concentra su apalancamiento en el largo plazo en un 87,75%.

La relación del capital sobre el total de activos, es decir, la capitalización empresarial, se comporta de manera variable en las cuatro compañías, dos de ellas con un porcentaje superior al

40% y las otras dos con valores negativos, que contrastan con el sector que está en el 45,94%. Lo anterior indica que mientras algunas compañías se encuentran en un estado óptimo de capital, otras presentan dificultades para financiar sus activos con recursos propios, por lo cual acceden al apalancamiento por diversas fuentes de financiación. La relación de deuda sobre patrimonio también varía en todas las cerveceras, destacando la evolución a un alto valor de J&C Micro Cervecería S.A.S. (108,11%) que muestra la dificultad de la compañía de generar efectivo para solventar su deuda. Por otra parte, Cervecería BBC S.A.S. arroja un indicador de -2663,12%, es decir que su generación de efectivo es óptima y puede ser de mayor aprovechamiento para el apalancamiento financiero de la empresa.

### **5.1.3 INDICADORES DE LIQUIDEZ**

Dentro del análisis de los estados financieros realizado al sector cervecero y las 4 micro cerveceras artesanales seleccionadas en la muestra; se evidenció que el sector cervecero durante los últimos 3 años no ha presentado indicadores de liquidez negativos. Dentro de los más destacados está el indicador de razón corriente, el cual indica la capacidad que tienen las empresas de cubrir sus obligaciones o pasivos corriente (menos de 1 año) con sus activos corrientes (activos que se convierten en dinero en menos de 1 año); este indicador a nivel del sector se encuentra en un promedio de 1,2, durante los años 2015 y 2018. En cuanto a las empresas seleccionadas dicho indicador tiene un promedio de 0,9, lo que indica que las empresas no cuentan con liquidez suficiente para cubrir sus obligaciones, ya que tienen solo 0,9 pesos de activos para cubrir un peso de sus obligaciones. Ver gráfico 5.

Otro indicador importante para conocer la liquidez de las compañías es el capital de trabajo, el cual indica con cuantos recursos cuentan las empresas para operar si se pagan los pasivos u obligaciones a corto plazo (menos de 1 año). Como es de esperarse y de acuerdo con ellos resultados del indicador anterior, el sector presenta un capital de trabajo positivo de \$2.434.360 miles COP promedio, mientras que las empresas analizadas presentan un capital de trabajo promedio de -36.122 miles COP, indicador no favorable, cabe resaltar que dentro del sector

cerveceros se encuentran las empresas industriales como Bavaria S.A., que hace que los resultados sean más favorables para el sector. Ver gráfico 6.

A pesar de ver que los indicadores nombrados anteriormente no son positivos para las micro cerveceras seleccionadas en la muestra, esto no quiere decir que estas no puedan operar en el mercado, solo significa que sus pasivos u obligaciones corrientes son superiores a sus activos corrientes, y es posible que sus activos corrientes sean suficientes para operar, lo que sucede es que, al ser los pasivos u obligaciones corrientes iguales o superiores a los activos corrientes, se corre un alto riesgo de sufrir de iliquidez, en la medida en que las exigencias de los pasivos u obligaciones corrientes no alcancen a ser cubiertas por los activos corrientes, o por el flujo de caja generado por los activos corrientes.

Gráfico 5: Razón corriente

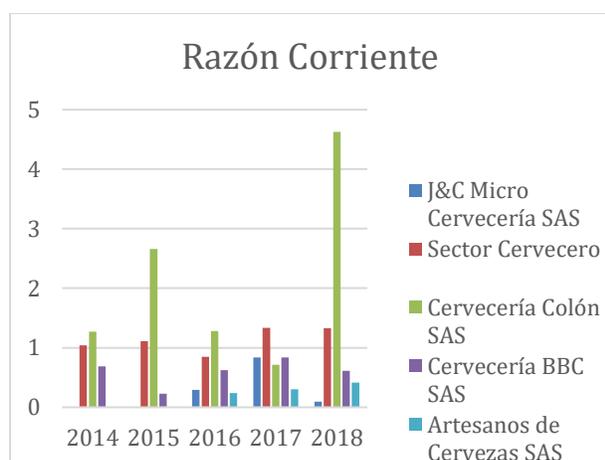
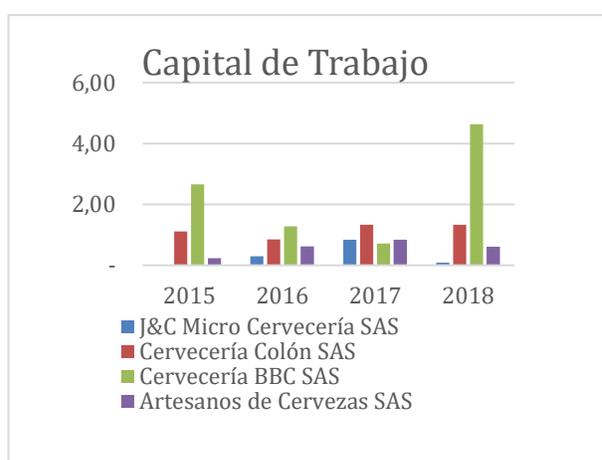


Gráfico 6: Capital de Trabajo



**Fuente:** Elaboración propia. Datos tomados de EMIS University, bases de datos de la Universidad EAN.

#### 5.1.4 INDICADORES DE EFICIENCIA

Los ratios de eficiencia del sector cervecero en general son bajos, teniendo en cuenta que las cervecerías industriales tienen la mayoría de la producción y el mercado. De acuerdo a lo anterior podemos resaltar que las micro cervecerías tienen indicadores que se aproximan y en algunos casos están por encima de los del sector, mostrando que si bien son empresas con pocos años en el mercado, con una buena administración, pueden perdurar en el tiempo y en un futuro ir ganando participación en el mercado de la cerveza en Colombia.

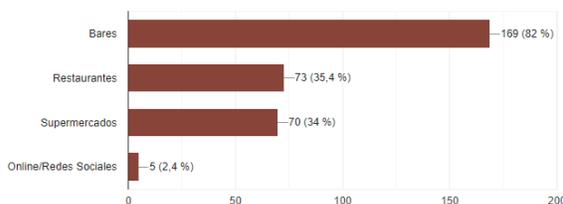
## 5.2 ANÁLISIS CUANTITATIVO DE ENCUESTAS A CONSUMIDORES

Se observa que el 41,6% de los encuestados tienen entre 20 y 30 años y un segundo rango entre 31 y 40 años con un 31,8%, un grupo interesante para la investigación, ya que por su edad son personas que pueden tener un mejor poder adquisitivo. Otro punto importante es que el 76,1% de los encuestados consumen cerveza, siendo este el grupo de investigación. Se preguntó a los encuestados las marcas de cerveza artesanal más reconocidas, siendo la más conocida BBC, pero como dato importante se puede observar que Tres Cordilleras es reconocida en la ciudad de Bogotá siendo una marca fuerte en la ciudad de Medellín. El 46,9% de los encuestados piensan que el precio ideal de la cerveza artesanal está entre \$4.000 a \$6.000, pero muy cerca con el 41,1% el rango de \$6.000 a \$10.00, estas respuestas tienen una relación directa con el poder adquisitivo de acuerdo a los rangos de edades.

Gráfico 7: Lugares de mayor adquisición de cerveza artesanal

5. ¿Dónde compra usted la cerveza artesanal normalmente? Seleccione sólo los lugares más frecuentes, máximo 2.

206 respuestas

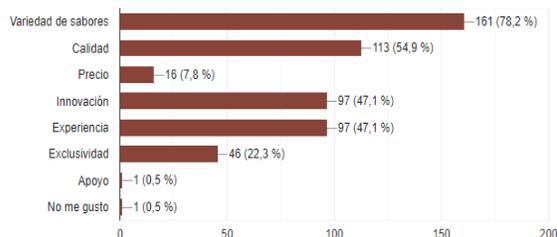


De acuerdo a las respuestas, la cerveza artesanal es de fácil adquisición, y se compra en un porcentaje alto en Bares y Restaurantes, teniendo una distribución y venta importante en grandes superficies.

Gráfico 8: Preferencias de los consumidores de cerveza artesanal

8. ¿Por qué prefiere usted consumir cerveza artesanal? Seleccione máximo 3 opciones.

206 respuestas

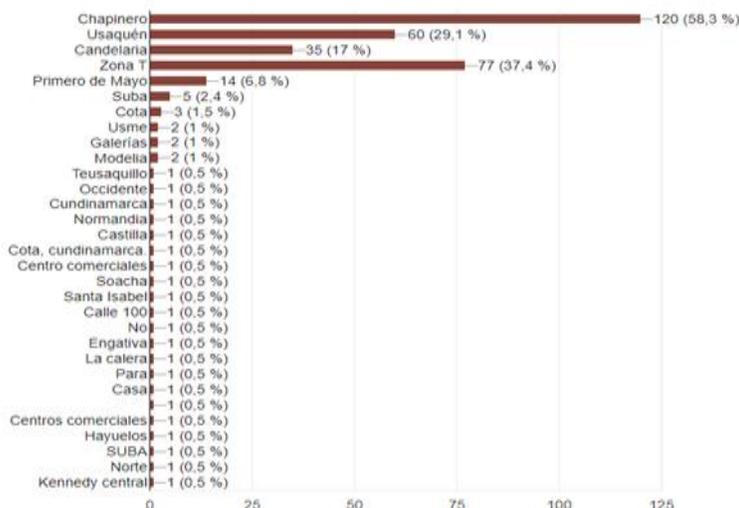


El consumo de cerveza artesanal está relacionado con su variedad de sabores y como una experiencia diferente, la encuesta lo ratifica, encontrando una variable adicional e importante: la calidad del producto, ya que los cerveceros artesanales se preocupan por cada

detalle (sabor, aroma, empaque, etc.).

Gráfico 9: Sectores de Bogotá de consumo de cerveza artesanal

10. ¿En qué sectores de Bogotá D.C. usted frecuentemente consume cerveza artesanal?  
 Seleccione máximo 2 opciones.  
 206 respuestas



El consumo de cerveza artesanal se concentra en las localidades de Chapinero, Usaquén y Candelaria, pero es importante resaltar la incursión que está tomando en otros sectores de Bogotá como la Primera de Mayo, localidades del sur y occidente de la ciudad.

### 5.3 ANÁLISIS CUALITATIVO DE ENTREVISTAS A MICRO CERVECEROS

Con el desarrollo de cada una de las entrevistas, se encontraron cervecerías artesanales caseras y algunas más tecnificadas, pero en todas está presente las ganas de crecer, fortalecer y posicionar su marca. Todas tienen claro que este es un sector que lleva poco tiempo y que tiene mucho potencial para crecer. La globalización en las grandes ciudades del país, ha sido un punto muy importante para la incursión de bares y micro cervecerías, enfocadas a la cultura de la cerveza artesanal, los cuales están abriendo un mercado para estas nuevas empresas, que con ideas nuevas o importadas quieren abrirse un espacio en el sector.

Cuando se habla de cerveza artesanal, se puede pensar que es para un nicho de mercado específico, para personas con un nivel socioeconómico alto, porque se vende en sitios exclusivos y con un precio elevado y se utilizan productos importados, pero estas premisas no son tan ciertas. Con base en la información de los entrevistados se puede observar, primero, que las materias primas para la elaboración de la cerveza artesanal son fáciles de conseguir; según información de los cerveceros entrevistados, ya hay sitios especializados en la importación, distribución y venta

de estos insumos, por lo que no hay desabastecimiento y al tener varios distribuidores, hay variedad de precios, lo cual ayuda en los costos de producción de las micro cervecerías.

Gráfico 10: Rangos de precios de venta de cerveza artesanal



El costo de preparar una cerveza artesanal está en un rango de \$2.000.00 a \$4.000.00 pesos y el precio de venta al público está entre \$6.000.00 y \$8.000.00 en el 63% de los entrevistados, inclusive existen cervezas artesanales de \$3.000.00, teniendo un margen de ganancia importante. Si se comparan estos precios con los de la cerveza industrial en un Bar o Restaurante son muy parecidos a los anteriormente

mencionados, por lo tanto, el precio de la cerveza artesanal es competitivo en el sector, teniendo una producción minúscula y con la misma carga impositiva que la cerveza industrial.

## 6 DISCUSIÓN

Los resultados arrojados por la encuesta realizada para la presente investigación muestran que el 76.1% de los encuestados consumen cerveza frecuentemente, lo que está estrechamente relacionado con el hecho de que la cerveza es por mucho la bebida alcohólica más consumida por los colombianos. De esta población, el 88.8% manifiesta haber consumido cerveza artesanal, lo que se traduce en un incremento en la cultura cervecera artesanal y por consiguiente un aumento en el consumo, como lo manifiestan los maestros cerveceros en las entrevistas y lo ratifican las cifras de producción de cerveza en Colombia por categoría publicadas por Euromonitor.

En la actualidad el sector cervecero artesanal es de alto riesgo para el sector financiero, dificultando el apalancamiento de las firmas en el largo plazo y, por ende, la obtención de nuevos activos e inversiones, como por ejemplo la adquisición de bares donde puedan vender su propia cerveza, puntos de venta propios o bodegas que ayudarían a subir el margen de ganancia hasta en un 80%, según los empresarios.

A pesar de que las materias primas (malta, lúpulo y levaduras) son importadas; el margen de explotación ha sido sobresaliente en los periodos de 2017 y 2018, evidenciando la capacidad que tienen las compañías de generar rendimientos por sí solas derivado de su actividad económica. Sin embargo, la mayor parte del sector formal muestra una rentabilidad económica negativa, así como pérdida del ejercicio, lo que resulta en una disminución patrimonial para las empresas, causado no solo por los altos gastos por intereses a causa del apalancamiento operativo, sino por los gastos propios de la operación y el pago de impuestos, reduciendo considerablemente el margen de ganancia.

Los empresarios mencionaron en las entrevistas que uno de los principales factores que afecta notablemente los rendimientos del negocio es el alto de pago de tributaciones, que está compuesto por el impuesto al consumo de cervezas equivalente al 48% y el impuesto de valor agregado que es de un 19%. Adicionalmente, las firmas deben pagar el licenciamiento exigido por el INVIMA para la comercialización de sus cervezas, lo que en ocasiones podría tomar hasta 6

meses, según comentan los entrevistados. No obstante, los cerveceros artesanales ven con buenos ojos el hecho de que el INVIMA exija las licencias para operar, dado que esta medida ayuda a formalizar el sector, que hoy en día se sitúa en alrededor del 80% de informalidad.

Actualmente las micro cervecerías artesanales tienen una participación en el mercado del 0.5%, lo cual puede indicar que estas empresas no permanecen o no surgen rápidamente dentro de esta industria. Sin embargo, se identificó que este mercado se encuentra en proceso de crecimiento, ya que los consumidores se están interesando en adquirir productos que brinden experiencias, factor relevante de la cerveza artesanal. Adicional, los productores y comercializadores de este producto son personas jóvenes, de 20 a 30 años, conectados con la tecnología y tendencias contemporáneas que hacen que surjan ideas para expandir el negocio en varios lugares de Bogotá, con el fin de ampliar la demanda que se encuentra centralizada en la Zona T, Teusaquillo, Chapinero, La Candelaria y Usaquén.

Así como se espera un crecimiento del mercado durante los próximos años, los cerveceros actualmente se enfrentan a varios retos como empresas, entre los más destacados se encuentran: la devaluación de la moneda, tasas impositivas, altos costos por certificaciones de calidad para poder comercializar los productos y los altos costos de importación de la materia prima. Todos estos factores han llegado a que las empresas no tengan una buena liquidez, con un capital de trabajo y una razón corriente negativa, es decir que sus activos corrientes no logren cubrir sus pasivos u obligaciones de corto plazo (1 año). Sin embargo, aun presentando estos indicadores negativos, las micro cervecerías han operado durante los últimos 5 años bajo estos parámetros, manteniendo el riesgo de iliquidez constante, pero, con tendencia a convertirlos en indicadores positivos derivados del crecimiento del mercado y a través de producciones a mayor escala.

Con el desarrollo de la investigación del sector, específicamente de la cerveza artesanal, se utilizaron varias herramientas para poder conocer el comportamiento de la industria, para profundizar en los aspectos positivos, negativos y las oportunidades de mejora. Con base en la encuesta y las entrevistas, se pudo determinar que es un sector que ya es reconocido, que tiene un mercado actual que se está fortaleciendo y en crecimiento, es un sector que se está atomizando y

ya se pueden encontrar micro cervecerías, bares y restaurantes que comercializan este tipo de bebidas en casi todas las localidades de la ciudad. Parte de esta expansión se ha dado al buen comportamiento de los estados financieros de las empresas, los cuales fueron analizados en esta investigación.

Otro aspecto obtenido a través de las entrevistas se fundamenta en el tiempo que dichas empresas llevan en marcha, el cual no supera los 10 años. Dado que no han alcanzado una solidez financiera amplia, han optado por varias alternativas de apalancamiento en el corto y mediano plazo, por ejemplo, a través de leasing operativo, donde pagan un arrendamiento para su propia planta de producción y efectuar su crecimiento en el mediano plazo para decidir si comprarla o no de acuerdo a su proyección de ampliación. Otra opción es por medio de prestamistas con intereses mayores al 4% mensual. Estas alternativas conllevan a los empresarios a realizar su administración financiera con una mejor eficiencia, ya sea, la gestión de cartera, sus pagos de proveedores y rotación de inventarios.

## **6.1 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS CUANTITATIVAS**

a. Un factor de permanencia en el mercado es la preferencia de los consumidores por los sabores novedosos ofrecidos por la cerveza artesanal; aspectos que inciden en un 60% sobre la decisión de compra.

Comprobación: Se acepta la Hipótesis debido a que el 78,2% de los encuestados, consumen la cerveza artesanal debido a su variedad de sabores.

b. Los consumidores actuales que se encuentren entre los 20 y 30 años, prefieren en más de un 70% adquirir la cerveza artesanal en bares especializados, gracias a la experiencia ofrecida.

Comprobación: Se acepta la hipótesis, debido a que el 82% de los encuestados prefiere consumir la cerveza artesanal en pubs, brewpubs y restaurantes.

c. Las micro cervecerías artesanales permanecen en el mercado gracias a su rentabilidad sobre sus activos de más del 20%, que les permite dar continuidad en su operación.

Comprobación: Se rechaza la hipótesis, debido a que la rentabilidad sobre activos de las empresas estudiadas en el último periodo fue de -5,61% en promedio.

d. Las micro cervecerías artesanales también permanecen en el mercado gracias a su rentabilidad sobre su patrimonio de más del 20%, que les permite ser atractivas para los inversionistas del negocio.

Comprobación: Se acepta la hipótesis, debido a que la rentabilidad sobre el patrimonio de la mayor parte de las empresas estudiadas es de 2 a 3 veces el del sector.

e. Otro factor de permanencia es el capital de trabajo (KT) de las micro cervecerías, que consiste en sus activos menos pasivos de corto plazo, el cual arroja un valor positivo que contribuye al sostenimiento de las compañías.

Comprobación: Se rechaza la hipótesis, debido a que el capital de trabajo en la mayor parte de las empresas estudiadas arroja valores negativos.

## 7 CONCLUSIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos del análisis cuantitativo, cualitativo, y discusión, a continuación, se enumeran los factores que determinan la permanencia de las micro cervecerías en el mercado de cerveza artesanal en Bogotá:

- La informalidad. Generalmente el margen de utilidad operativa de las micro cervecerías es significativo, sin embargo, al momento de formalizar la empresa, recaen en una carga impositiva alta (67%) que reducen su margen de utilidad neta, llegando incluso a generar pérdidas. Por lo anterior, alrededor del 80% de las compañías optan por permanecer informales.
- La cultura cervecera. Actualmente el consumo de cerveza artesanal en Bogotá ha venido en un crecimiento de alrededor 40% anual y ampliando su zona de distribución en más localidades y estratos de la ciudad, siendo más accesible para el consumidor y rompiendo el paradigma de la exclusividad en áreas de Bogotá, ya que cada vez hay más ventas a mayor escala de este producto que ofrece variedad de sabores y experiencias nuevas.
- La innovación. Se ha comprobado que los maestros cerveceros artesanales centran esfuerzos en no solamente ofrecer el producto, sino también una experiencia completa a través de la distribución en bares temáticos, creación de una imagen basada en un concepto o historia, sabores hechos a partir de ingredientes y mezclas especiales.
- La materia prima. De acuerdo con la información suministrada por los maestros cerveceros, la materia prima importada es un factor clave para la calidad y diferenciación de la cerveza artesanal frente a la industrial, como lo es, la malta, la cual es uno de los principales ingredientes importados que determina el grado de dulzura o acidez, generando diferentes matices de la cerveza que produce su sabor particular.
- Rentabilidad financiera. Es uno de los factores determinantes para un inversionista o futuro inversionista, ya que muestra la gestión de la compañía frente a sus recursos. En el caso de las micro cervecerías artesanales estudiadas, la rentabilidad financiera es de dos a tres veces mayor que la del sector cervecero.

## 8 REFERENCIAS

- Alcaldía de Bogotá. (2012). *Documentos para BEBIDAS ALCOHOLICAS*. Obtenido de Elaboración, Envase, Almacenamiento, Transporte y Expendio: <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/listados/tematica2.jsp?subtema=30192&cadena=b>
- ANDI. (2019). *Balance 2019 y Perspectivas 2020*. Obtenido de <http://www.andi.com.co/Uploads/ANDI%20-%20Balance%202019%20y%20Perspectivas%202020%20-%20VF.pdf>
- Baiano, A., Conte, A., & Alessandro Del Nobile, M. (2012). Beer: Advances in Processing and Preservation. *Recent Patents on Engineering*, 83-95.
- Birrapedia.com. (2010). *Cervecerías en Colombia*. Obtenido de [https://birrapedia.com/cervecerias/de-colombia?cl\\_tipo=ce](https://birrapedia.com/cervecerias/de-colombia?cl_tipo=ce)
- Brewers Association. (2020). *Craft Beer Industry Market Segments*. Obtenido de STATS AND DATA: <https://www.brewersassociation.org/statistics-and-data/craft-beer-industry-market-segments/>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2020). *Población, Pobreza y desigualdas*. Obtenido de Economía: <https://www.ccb.org.co/observatorio/Economia/Economia-dinamica-incluyente-e-innovadora/Poblacion-pobreza-y-desigualdad/En-los-rangos-de-edad-mas-jovenes-hay-mayor-numero-de-poblacion-masculina>
- Colectivo Colombiano de Cervecerías Artesanales (como se cita en Dinero.com). (20 de Octubre de 2019). *Infografía*. Obtenido de Otra forma de brindar, así está el consumo de cerveza artesanal: <https://www.dinero.com/empresas/articulo/como-va-el-consumo-de-cerveza-artesanal-en-el-pais/278007>
- DANE. (2020). *Censo nacional de población y vivienda 2018*. Obtenido de Estadísticas por tema: <https://www.dane.gov.co/files/censo2018/infografias/info-CNPC-2018total-nal-colombia.pdf>
- Dinero, R. (2019). *La cervecera más grande del mundo vende una de sus filiales por US\$11.300 millones*. Obtenido de INFOGRAFÍA: <https://www.dinero.com/empresas/articulo/como-va-el-consumo-de-cerveza-artesanal-en-el-pais/278007>
- Economipedia. (2020). *Preferencias del consumidor*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/preferencias-del-consumidor.html>
- El Colombiano. (21 de Febrero de 2019). *¿Cuánta cerveza se toma en Colombia?* Obtenido de <https://www.elcolombiano.com/negocios/economia/cerveza-un-negocio-de-9-1-billones-en-colombia-FF10266542>

- El Espectador. (2018). *Colombia, el tercer país que más toma cerveza en la región*. Obtenido de Economía: <https://www.elespectador.com/economia/colombia-el-tercer-pais-que-mas-toma-cerveza-en-la-region-articulo-818769>
- El Tiempo. (12 de Agosto de 2019). *Cerveceros artesanales no quieren que los saquen del mercado*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/colombia/cali/cerveceros-artesanales-no-quieren-que-los-saquen-del-mercado-399880>
- EMIS Company Database. (2020). *Benchmark*. Obtenido de Breweries: [https://bdbiblioteca.universidadean.edu.co:2208/php/benchmark/sector/indicators?pc=CO&subp=&indu=31212&change\\_selected\\_countries=1&prod\[\]=CO](https://bdbiblioteca.universidadean.edu.co:2208/php/benchmark/sector/indicators?pc=CO&subp=&indu=31212&change_selected_countries=1&prod[]=CO)
- Euromonitor. (2020). *COUNTRY REPORT / AUG 2019*. Obtenido de Beer in Colombia: <https://www-portal-euromonitor-com.ezproxy.unal.edu.co/portal/analysis/related>
- EUROMONITOR. (2020). *DEFINITIONS*. Obtenido de CATEGORY DEFINITIONS: <https://www-portal-euromonitor-com.ezproxy.unal.edu.co/portal/help/definitionstab>
- Euromonitor. (2020). *Historical / % breakdown*. Obtenido de Distribution: <https://www-portal-euromonitor-com.ezproxy.unal.edu.co/portal/statisticsevolution/index>
- Euromonitor. (2020). *Historical / Actuals*. Obtenido de Craft vs Standard: <https://www-portal-euromonitor-com.ezproxy.unal.edu.co/portal/statisticsevolution/index>
- Euromonitor. (2020). *Market Sizes*. Obtenido de Historical : <https://www-portal-euromonitor-com.ezproxy.unal.edu.co/portal/statisticsevolution/index>
- Finanzas Personales.co. (08 de 01 de 2018). *¿Cuánto gasta un colombiano en cerveza artesanal?* Obtenido de <https://www.finanzaspersonales.co/consumo-inteligente/articulo/cuanto-gasta-un-colombiano-en-cerveza-artesanal/77104>
- Fox, G. (2020). The Brewing Industry and the Opportunities for Real-Time Quality Analysis Using Infrared Spectroscopy. *Applied Sciences*, 1-12.
- Guide, A. R. (2020). *Undistilled Drinks*. Obtenido de Types of Alcohol: <https://www.alcoholrehabguide.org/alcohol/types/>
- Hecht, E. (2015). *Picking Pints: Craft Beer Unfiltered*. First Printing.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación (Vol. 6)*. México D.F.: Mc Graw Hill.
- Impacto TIC. (2 de Agosto de 2019). *Conozca la ciencia tras la evolución de la 'pola'*. Obtenido de <https://impactotic.co/transformacion-e-innovacion-en-industria-cervecera/>
- Informa BTL. (25 de Junio de 2015). *¿Qué es el punto de venta?* Obtenido de <https://www.informabtl.com/que-es-el-punto-de-venta/>

- Lea Andrew, G., & Piggott, J. R. (2003). *Fermented Beverage Production*. New York: Kluwer Academic / Plenum Publishers.
- Lozano, D. (2019). *En cinco años se vendería 33,8% más en cerveza en Colombia*. Obtenido de Portafolio: <https://www.portafolio.co/negocios/en-cinco-anos-se-venderia-33-8-mas-en-cerveza-en-colombia-532179>
- Montanari, L., Mayer, H., Marconi, O., & Fantozzi, P. (2009). Minerals in Beer. *Beer in Health and Disease Prevention*, 359-365.
- Palmer, J. J. (2017). *How to brew: everything you need to know to brew great beer every time*. Boulder: Brewers Publications.
- POKRIVČÁK, J., SUPEKOVÁ, S. C., LANČARIČ, D., SAVOV, R., TÓTH, M., & VAŠINA, R. (2019). Development of beer industry and craft beer expansion. *Journal of Food and Nutrition Research*, 63–74.
- Portafolio. (23 de Noviembre de 2018). *Con el IVA, el precio de la cerveza subiría entre 10% y 15%*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/economia/con-el-iva-el-precio-de-la-cerveza-subiria-entre-10-y-15-523690>
- Portafolio. (4 de Febrero de 2018). *Las cervezas artesanales, un negocio que pide más participación en Colombia*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/las-cervezas-artesanales-en-colombia-513904>
- Portafolio. (05 de Junio de 2019). *El Boom de las microcervecías en Bogotá*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/negocios/emprendimiento/el-boom-de-las-microcervecias-en-bogota-528476>
- Portafolio. (01 de Agosto de 2019). *En cinco años se vendería 33,8% más en cerveza en Colombia*. Obtenido de <https://www.portafolio.co/negocios/en-cinco-anos-se-venderia-33-8-mas-en-cerveza-en-colombia-532179>
- Publimetro Colombia. (27 de Febrero de 2020). *El negocio de la cerveza en Colombia crece como espuma*. Obtenido de <https://www.publimetro.co/co/economia/2020/02/27/negocio-la-cerveza-colombia-crece-espuma.html>
- RateBeer. (2020). *Colombia Breweries*. Obtenido de Breweries: <https://www.ratebeer.com/breweries/colombia/0/48/>
- Ross, S., Randolph, W., & Bradford, J. (2010). *Fundamentos de Finanzas Corporativas. 9na Edición*. México D.F.: Mc. Graw Hill Education.
- Secretaría Distrital de Hacienda. (2020). *Impuesto al consumo de cervezas, sifones y refajos*. Obtenido de <https://www.shd.gov.co/shd/impuesto-cerveza>

- Toro-Gonzalez, D. (2018). The craft brewing industry in Latin America: The case of Colombia. En C. Garavaglia, & J. Swinnen, *In Economic Perspectives on Craft Beer* (págs. 115-136). Milan: Palgrave Macmillan.
- Universidad de los Andes. (6 de Septiembre de 2018). *Agronegocios e industria de alimentos*. Obtenido de ¿Por qué volver a la cerveza artesanal?: <https://agronegocios.uniandes.edu.co/2018/09/06/por-que-volver-a-la-cerveza-artesanal/>
- Universidad de los Andes. (2 de Septiembre de 2018). *Las limitaciones de la cerveza artesanal*. Obtenido de <https://agronegocios.uniandes.edu.co/2018/09/06/las-limitaciones-de-la-cerveza-artesanal/>
- Universidad EAN. (2020). *EMIS University*. Obtenido de Breweries (31212): <https://www-emis-com.bdbiblioteca.universidadean.edu.co/php/dashboard/index?>
- Zamora, D. (04 de Septiembre de 2018). *Revista Diners*. Obtenido de Cervecerías artesanales en Colombia: el club de la resistencia: [https://revistadiners.com.co/gastronomia/58906\\_cerveza-artesanal-el-club-de-la-resistencia/](https://revistadiners.com.co/gastronomia/58906_cerveza-artesanal-el-club-de-la-resistencia/)
- Zamora, D. (14 de Mayo de 2019). *Revista Diners*. Obtenido de El mercado de cerveza artesanal: los dueños del 1%: [https://revistadiners.com.co/gastronomia/67190\\_el-mercado-de-la-cerveza-artesanal-los-duenos-del-1/](https://revistadiners.com.co/gastronomia/67190_el-mercado-de-la-cerveza-artesanal-los-duenos-del-1/)