

**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
ESCUELA ADMINISTRACION DE NEGOCIOS**

**TESIS PARA OPTAR POR EL GRADO ACADEMICO DE LICENCIATURA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS CON ENFASIS EN GERENCIA**

**ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD TÉCNICA Y ECONÓMICA PARA LA INCURSIÓN
EN EL MERCADO CERVEZA ARTESANAL EN LA ZONA GAM PARA EL
PRIMER CUATRIMESTRE DEL AÑO 2019.**

**SUSTENTANTE:
SAUL FALLAS GARRO**

**TUTOR:
MSC. RONALD ORTIZ RAMIREZ**

MAYO 2019

Contenido

Tablas de contenido:.....	IV
Tablas de Ilustración:.....	V
Declaración jurada	VI
Carta de aprobación del tutor	VII
Carta de aprobación del lector	VIII
Carta del Filólogo	IX
Carta de autorización de los autores para la consulta, la reproducción parcial o total y publicación electrónica de los trabajos finales de graduación.	X
Dedicatoria.....	XII
Agradecimiento	XIII
Resumen.....	XIV
Capítulo 1: Problema de investigación.....	1
1.1 Planteamiento del problema	2
1.1.1 Antecedentes del problema	5
1.1.2 Problematización	9
1.1.3 Justificación del tema.....	13
1.2 Formulación del problema	17
1.3 Objetivos de la investigación.....	17
1.3.1 Objetivo general.....	18
1.3.2 Objetivos específicos	18
1.4 Alcances y limitaciones	18
1.4.1 Alcances.....	18
1.4.2 Limitaciones.....	19
Capítulo 2: Marco teórico	20
2.1 Contexto histórico – “Antecedentes la producción de cerveza artesanal”	21
2.1.1 Inicios de la cerveza en Costa Rica	21
2.1.2 Historia de la Compañía” Cervecería de Costa Rica”	21
2.1.3 La Cervecería Artesanal en Costa Rica.....	23
2.1.4 Influencia la comercialización de la Cerveza Artesanal en Costa Rica	24
2.1.5 Beneficios de la cerveza artesanal	26
2.2 Contexto teórico - conceptual	27

2.2.1 Método de mapeo para construir el marco teórico.....	28
2.2.2 Tipos de bebidas alcohólicas.....	29
2.2.3 La cerveza	30
2.2.4 Clasificación de la Cerveza.....	30
2.2.5 Diferencias entre la “Cerveza Industrial” y la “Cerveza Artesanal”	37
2.2.6 Tipos de establecimientos en relación con la producción de cerveza artesanal	38
Capítulo 3: Marco metodológico	41
3.1 Tipo de investigación.....	42
3.1.1 Finalidad (Teórico y/o aplicada)	43
3.1.2 Dimensión temporal (Transversal / longitudinal)	44
3.1.3 Marco (Mega- macro- micro)	45
3.1.4 Naturaleza (Cuantitativa y/o cualitativa)	45
3.1.5 Carácter (Exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa)	45
3.2 Sujetos y fuentes de información	46
3.2.1 Sujetos	46
3.2.2 Primera mano.....	46
3.2.3 Segunda mano.....	47
3.3 Selección del muestreo.....	47
3.3.1 Probabilística o no probabilística	48
3.4 Técnicas e instrumentos para recolectar información	49
Capítulo 4: Análisis e interpretación de datos.....	51
4.1 Diagnostico de los datos.....	52
4.1.1 Descripción de los datos	52
4.2 Estudio del Mercado.....	52
4.2.1 Agüizotes Gastro Pub, Calle 33 Barrio Escalante:.....	53
4.2.2 La República Casa Cervecera, Sabana, San José:.....	54
4.2.3 Ticobirra, San Rafael de Escazú.....	55
4.2.4 Stiefel Pub, San José Centro:	57
4.2.5 Beer Factory, Barrio Escalante, San José:.....	59
4.2.6 Florida Bebidas, Cervecería de Costa Rica:	60
4.3 Estudio Técnico.....	61
4.3.1 Elaboración de la cerveza artesanal	62
4.3.2 Macro localización:	71

4.3.3 Micro localización:	72
4.3.4 Tramitología para la apertura de una empresa en Costa Rica	72
4.3.4.1 Morosidad ante la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS):	73
4.3.4.2 Representación de la empresa – Persona Física o Jurídica:.....	77
4.3.4.3 Solicitud del Uso de Suelo - Municipalidad	79
4.3.4.4 Permiso Sanitario de Funcionamiento (PSF) – Ministerio de Salud	81
4.3.4.5 Póliza o Seguro de riesgos de trabajo – Instituto Nacional de Seguros (INS)	85
4.3.4.6 Registro de Contribuyente – Ministerio de Hacienda:	86
4.3.4.7 Patente o Licencia Comercial - Municipalidad:.....	90
4.3.4.8 Inscripción como Patrono – Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS):..	92
4.3.4.9 Registro de Sanitario de Productos – Ministerio de Salud:	94
4.4 Estudio Económico	94
4.4.1 Costos de Inversión.....	95
4.4.2 Financiamiento.....	99
4.4.3 Costos de Operación y Mantenimiento	99
4.4.4 Ingresos del Proyecto	100
4.4.4.1 Ingresos del Proyecto por Ventas a Bares.....	101
4.4.4.2 Capacidad de producción	102
4.4.5 Gastos opcionales a futuro	103
4.4.6.1 Evaluación del proyecto	105
Capítulo 5: Conclusiones y recomendaciones.....	110
5.1 Conclusiones	111
5.2 Recomendaciones	113
Capítulo 6: Propuesta	116
6.1 Nombre de la propuesta	117
6.2 Lugar de desarrollo, organización o población involucrada.....	117
6.3 Objetivo general y específico, propios de la propuesta.....	124
6.4 Cronograma de actividades y responsables.	125
6.5 Presupuesto necesario para su implementación.....	127
6.6 Desarrollo de la propuesta	128
Bibliografía.....	129
Glosario.....	133

Tablas de contenido:

Tabla 1: Ejemplo de Clasificación de las bebidas alcohólicas	30
Tabla 2: Diferencias entre la Cerveza “Industrial y la Artesanal”	37
Tabla 3: Distintos tipos de cerveza en el mundo: sus nombres y características	62
Tabla 4: Etapas del proceso de elaboración de cerveza y el equipo requerido	64
Tabla 5: Procedimientos para constituir una “Sociedad Anónima” y sus costos asociados	79
Tabla 6: Clasificación de la Actividad Económica según INEC y Riesgo según Ministerio de Salud	82
Tabla 7: Tipo de Cambio del dólar	95
Tabla 8: Inversión Inicial del Proyecto (Instrumentos)	96
Tabla 9: Inversión Inicial del Proyecto (Materia Prima para 300 litros)	96
Tabla 10: Inscripción de la Sociedad Anónima	97
Tabla 11: Pago de registro de la sociedad y especies fiscales	98
Tabla 12: Otros costos y gastos para poder operar	98
Tabla 13: Gastos fijos por mes	99
Tabla 14: Proyección de Ventas por mes	100
Tabla 15: Proyección Mensual de Ventas a Bares	102
Tabla 16: Capacidad de producción (en litros por mes)	102
Tabla 17: Costos para la inscripción en la ACACR	103
Tabla 18: Tasa Costo de Capital	104
Tabla 19: Proyección flujos de caja y calculo VAN, TIR con 300 litros de cerveza como proyección de ventas	107
Tabla 20: Proyección flujos de caja y calculo VAN, TIR con 600 litros de cerveza como proyección de ventas	109
Tabla 21: Grupos estratégicos para la vida de la propuesta del proyecto	118
Tabla 22: Matriz de Identificación de Actores	121
Tabla 23: Presupuesto para la implementación de la propuesta	127

Tablas de Ilustración:


Ilustración 1: Diagrama de proceso de elaboración de cerveza	64
Ilustración 2:Pasos Generales para la apertura de una empresa en Costa Rica, según el MEIC	72
Ilustración 3:“Consulta de Patrono al día / Consulta Morosidad” del sitio: https://www.ccss.sa.cr/morosidad	75
Ilustración 4:Consulta del Estado de Morosidad, Sr. Luis Fernando Murillo	76
Ilustración 5:Consulta del Estado de Morosidad, Sr. Saúl Fallas Garro	76

Declaración jurada

DECLARACIÓN JURADA

Yo Saúl Fallas Garro, mayor de edad, portador de la cédula de identidad número 1-1495-0989 egresado de la carrera de Licenciatura en Administración de empresas de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de éste acto y debidamente apercibido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de mi trabajo de tesis para optar por el título de Licenciatura, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: análisis de la viabilidad técnica y económica para la incursión en el mercado cerveza artesanal en la zona GAM para el primer cuatrimestre del año 2019, es una obra original que ha respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derecho de Autor y Derecho Conexos número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte; artículo 70. Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original. Asimismo, quedo advertido que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público.

En fe de lo anterior, firmo en la ciudad de San José, a los veintisiete días del mes de Mayo del año dos mil diecinueve.


Firma del estudiante

Cédula: 1-1495-0989

Carta de aprobación del tutor

CARTA DEL TUTOR

San José, 24 de mayo del 2019

Universidad Hispanoamericana
Sede Llorente
Facultad de Ciencias Económicas

Estimados señores:

El estudiante Saúl Fallas Garro, cédula de identidad número 1 1495 0989, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado, "ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD TÉCNICA Y ECONÓMICA PARA LA INCURSIÓN EN EL MERCADO CERVEZA ARTESANAL EN LA ZONA GAM PARA EL PRIMER CUATRIMESTRE DEL AÑO 2019". El cual ha elaborado para optar por el grado académico de Licenciatura en Administración de Negocios con Énfasis en Gerencia.

En mi calidad de tutor, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación; antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos; conclusiones y recomendaciones.

De los resultados obtenidos por el postulante, se obtiene la siguiente calificación:

a)	ORIGINAL DEL TEMA	10%	10%
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	20%
c)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	30%
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	20%
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	20%
	TOTAL		100%

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.

Atentamente,


MSc. Ronald Ortiz Ramirez
Cedula 1 0591 0178

Carta de aprobación del lector

CARTA DE LECTOR

San José, 04 de julio del 2019

Señor
Jorge Eduardo Vega Antonini, MBA
Director Administración de Negocios
Universidad Hispanoamericana

Estimado señor

El estudiante SAUL FALLAS GARRÓ, cédula de identidad 0114950989, me ha presentado para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado "Análisis de la viabilidad técnica y económica para la incursión en el mercado cerveza artesanal en la zona GAM para el primer cuatrimestre del año 2019.", el cual ha elaborado para obtener su grado de Licenciatura en Administración de Negocios con Énfasis en Gerencia.

He revisado y he hecho las observaciones relativas al contenido analizado, particularmente lo relativo a la coherencia entre el marco teórico y análisis de datos, la consistencia de los datos recopilados, la coherencia entre éstos y las conclusiones; asimismo, la aplicabilidad y originalidad de las recomendaciones, en términos de aporte de la investigación. He verificado que se han hecho las modificaciones correspondientes a las observaciones indicadas.

Por consiguiente, este trabajo cuenta con mi aval para ser presentado en la defensa pública.

Atentamente,



Lic. Luis Vargas Zúñiga.
Cédula de identidad 0107090057
Número carné Colegio Profesional, CPCECR # 33896.

Astrid Quirós Granados

Filología U.C.R.

A quien interese:

Yo, Astrid Quirós Granados, Filóloga de la Universidad de Costa Rica; con cédula de identidad 3-438-182, inscrita en el Colegio Licenciados y Profesores, con el carné N° 80791 y en la Asociación Costarricense de Filólogos, con el carné N° 0096, hago constar que he revisado el trabajo. Y he corregido en él, los errores encontrados en redacción, ortografía, gramática y sintaxis. El trabajo se titula:

**ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD TÉCNICA Y ECONÓMICA
PARA LA INCURSIÓN EN EL MERCADO CERVEZA
ARTESANAL EN LA ZONA GAM PARA EL PRIMER
CUATRIMESTRE DEL AÑO 2019.**

SAUL FALLAS GARRO

Se extiende la presente certificación a solicitud del interesado, en la ciudad de San José a los diez días del mes de julio del dos mil diecinueve. La filóloga no se hace responsable de los cambios que se le introduzcan al trabajo posterior a su revisión.



Teléfono: 8315 95 27 Correo: asqui24@hotmail.es

Carta de autorización de los autores para la consulta, la reproducción parcial o total y publicación electrónica de los trabajos finales de graduación.

**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA
CENTRO DE INFORMACION TECNOLOGICO (CENIT)
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA LA CONSULTA, LA
REPRODUCCION PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA
DE LOS TRABAJOS FINALES DE GRADUACION**

San José, Tibás, Llorente

Señores:
Universidad Hispanoamericana
Centro de Información Tecnológico (CENIT)

Estimados Señores:

El suscrito (a) Saúl Fallas Garro con número de identificación 1-1495-0989 autor (a) del trabajo de graduación titulado ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD TÉCNICA Y ECONÓMICA PARA LA INCURSIÓN EN EL MERCADO CERVEZA ARTESANAL EN LA ZONA GAM PARA EL PRIMER CUATRIMESTRE DEL AÑO 2019, presentado y aprobado en el año 2019 como requisito para optar por el título de LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS CON ENFASIS EN GERENCIA; SI autorizo al Centro de Información Tecnológico (CENIT) para que con fines académicos, muestre a la comunidad universitaria la producción intelectual contenida en este documento.

De conformidad con lo establecido en la Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos N° 6683, Asamblea Legislativa de la República de Costa Rica.

Cordialmente,

 1-1495-0989
Firma y Documento de Identidad

**ANEXO 1 (Versión en línea dentro del Repositorio)
LICENCIA Y AUTORIZACIÓN DE LOS AUTORES PARA PUBLICAR Y
PERMITIR LA CONSULTA Y USO**

Parte 1. Términos de la licencia general para publicación de obras en el repositorio institucional

Como titular del derecho de autor, confiero al Centro de Información Tecnológico (CENIT) una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

- a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, el autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito.
- b) Autoriza al Centro de Información Tecnológico (CENIT) a publicar la obra en digital, los usuarios puedan consultar el contenido de su Trabajo Final de Graduación en la página Web de la Biblioteca Digital de la Universidad Hispanoamericana
- c) Los autores aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.
- d) Los autores manifiestan que se trata de una obra original sobre la que tienen los derechos que autorizan y que son ellos quienes asumen total responsabilidad por el contenido de su obra ante el Centro de Información Tecnológico (CENIT) y ante terceros. En todo caso el Centro de Información Tecnológico (CENIT) se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.
- e) Autorizo al Centro de Información Tecnológica (CENIT) para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.
- f) Acepto que el Centro de Información Tecnológico (CENIT) pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.
- g) Autorizo que la obra sea puesta a disposición de la comunidad universitaria en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en las "Condiciones de uso de estricto cumplimiento" de los recursos publicados en Repositorio Institucional.

SI EL DOCUMENTO SE BASA EN UN TRABAJO QUE HA SIDO PATROCINADO O APOYADO POR UNA AGENCIA O UNA ORGANIZACIÓN, CON EXCEPCIÓN DEL CENTRO DE INFORMACIÓN TECNOLÓGICO (CENIT), EL AUTOR GARANTIZA QUE SE HA CUMPLIDO CON LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES REQUERIDOS POR EL RESPECTIVO CONTRATO O ACUERDO.

Dedicatoria

Dedico esta investigación a mis padres: Saúl y Damaris, quienes nunca me fallan, quienes han luchado hombro a hombro conmigo, quienes han estado a mi lado en cada una de las etapas de mi vida..., en los buenos momentos y en los no tan buenos... los amo.

Dedico este proyecto, también a mi otra madre; ya en el cielo, mi querida “Juanita”, porque sé, que está a mi lado, dándome fuerza día con día.

Agradecimiento

De corazón, agradezco a Dios, a mis padres, mis hermanas; a quienes he sacrificado tanto, gracias por su apoyo y su paciencia... Gracias por cada granito de arena que han aportado; está claro que hubiese sido más difícil sin su ayuda.

Resumen

La presente investigación tiene la finalidad de realizar un análisis de la viabilidad técnica y económica para la incursión en el mercado cerveza artesanal en zona GAM para el primer cuatrimestre del año 2019.

En primera instancia se realiza un análisis del problema de investigación desde su planteamiento, hasta su formulación y la justificación del tema de investigación.

Por otra parte, se cuenta con el planteamiento del objetivo general de la investigación, por medio del cual se pretende analizar la factibilidad de producir cerveza artesanal; esto mediante un análisis del mercado desde la perspectiva de las empresas productoras de cerveza artesanal y la realización del estudio técnico y financiero correspondiente.

El marco teórico de la investigación contempla el contexto histórico de la producción de cerveza artesanal en Costa Rica, así como el contexto teórico, donde se definen aspectos y términos importantes empleados en el negocio.

En cuanto a la metodología de la investigación, se establece su finalidad, naturaleza, sujetos y fuentes de información, así como las técnicas e instrumentos para recolectar información.

El documento contempla el desarrollo de los estudios “mercadológico, técnico y financiero” para demostrar la rentabilidad y viabilidad del proyecto; así como las recomendaciones y conclusiones correspondientes.

Y, por último, se desarrolla una propuesta relacionada con el planteamiento de una estructura de desglose de trabajo de la “tramitología” para abrir y formalizar la empresa e iniciar su operación.

Capítulo 1: Problema de investigación

1.1 Planteamiento del problema

Hoy en día se vive en un mundo altamente competitivo en el cual por cada producto nuevo que se cree o se posicione en el mercado existe un sin fin de productos sustitutos y complementarios, esto se aplica en la industria de la cerveza tanto industrial como artesanal que van desde pequeñas empresas nacionales que tratan de competir contra las transnacionales las cuales tienen mayor capacidad financiera y tecnológica.

Adicional a este punto surge la necesidad de incursionar en este mercado debido a la poca participación de mercado en comparación a la gran fábrica de cerveza que existe en Costa Rica, que por su dimensión es casi como un monopolio que cuenta y la urgencia en elaborar un estudio técnico, económico que pueda sustentar o demostrar que se puede ingresar en esta actividad económica con éxito, justificando toda la inversión inicial requerida y tratando de acaparar más participación en este mercado tan pequeño.

Pero como plantear emprender en un negocio saliendo de su zona de comodidad y arriesgándose de manera que se pueda tener una pérdida económica con la incertidumbre de no saber cómo es el mercado, si se lograra tener una solvencia en la cual no solo se pueda cubrir los gastos operativos si no también generar ingresos suficientes para dedicarse a esta actividad económica de manera permanente y lograr en el futuro una expansión en el porcentaje de participación del mercado, es por esta razón que antes de plantearse la idea de iniciar un proyecto de inversión se debe realizar los estudios técnicos, económicos y de mercadeo con

el fin de tener información suficiente para determinar las acciones preventivas como correctivas en las fases iniciales de las operaciones.

De igual manera, en la actualidad, se afronta una crisis económica a nivel general conformada por una lista enorme de variables que afecta de manera directa como indirecta, pero destaca que a raíz del desempleo que se presenta en el país, las personas optan por emprender en negocios propios mediante la creación de pequeñas empresas, para poder solventar sus necesidades básicas.

La importancia de realizar los estudios previos de una manera óptima y objetiva sería evitar el mal uso de los recursos con el afán de maximizarlos mediante una óptima distribución de estos evitando los desperdicios que puedan tener repercusiones en el futuro de la empresa.

De acuerdo con el autor Nassir Sapag Chain, en su libro Proyectos de Inversión, hace mención de la importancia de que si se desea emprender en algún tipo de negocio el cual requiere una inversión económica como en toda decisión que se va a tomar se cuenta con cuatro componentes básico los cuales se puede enlistar de la siguiente manera:

1. El decisor, el cual puede ser un inversionista, analista o un financista.
2. Las variables controlables por el decisor, las cuales pueden tener influencia en el resultado de la viabilidad del proyecto, claro esta este ente tendrá influencia a la hora de seleccionar estas constantes según el objetivo de investigación planteado.
3. Las variables que no son controladas por el decisor, estas son las que no se tiene influencia directa y pueden afectar el resultado de estos estudios.
4. Los proyectos u objetivos que se deben evaluar para buscar la solución de un problema o bien aprovechar una oportunidad negocio.

(Sapag Chain, 2011, pág. 25)

Para ese proyecto de investigación se tomará en cuenta los estudios técnicos, económicos y de mercado con el fin de poder determinar si es viable o no incursionar en el negocio de la cerveza artesanal sin gastar en los recursos que se pondrán en ejecución mediante la inversión inicial y tener en claro un plan estratégico con un panorama favorable para garantizar no solo la supervivencia de la empresa, si no que con el tiempo se pueda posicionar de una mejor manera en este mercado que es altamente competitivo, en el cual muchas PYMES no solo enfocados a este tipo de entorno comercial si no en general cualquier persona que desee emprender tiene que tener en cuenta estos estudios de viabilidad porque de lo contrario se puede recaer en el fracaso.

Ya que el problema se focaliza que para mantenerse en un negocio propio con todos los costos y gastos y tratar de encontrarse vigentes en un entorno en donde la competencia es sumamente feroz; se convierte en una de las grandes dificultades para el surgimiento de las PYMES en sus inicios por los múltiples factores para su creación y mantenimiento.

Como una manera de poder diversificar las fuentes de ingreso y de garantizarse tener otra opción de ingresos para en primera instancia poder satisfacer las necesidades básicas y con el tiempo poder generar ingreso se plantea la idea de poder emprender en Costa Rica en el mercado de la fabricación de cerveza artesanal, ya que a priori se puede determinar que es un mercado en el cual se consumen año a año una cantidad exorbitante de bebidas alcohólicas en su mayoría por adultos. Claro que existe una incertidumbre de que si será factible realizar una inversión en este tipo de actividad comercial y lograr triunfar en un ambiente que se desconoce o no han estudiado todas estas factoras que pueden reflejar un indicador positivo o negativo para comenzar o no la inversión previa para poner en funcionamiento la producción de la cerveza artesanal.

Según el libro "PYMES, un componente importante del sector productivo en Costa Rica" detalla de una manera amplia que se encuentran detectado una serie de debilidades o carencias que pueden propiciar a un mal desarrollo a nivel comercial por parte de las pequeñas empresas, ya que si se corrigen estas fallas

puede lograr un mejor desempeño en las funciones operativas de cada PYME, logrando así evitar alguna crisis que pueda originar problemas financieros y eventualmente el cierre de la misma, algo que repercutirá de manera negativa para el desarrollo de la comunidad donde se ubica la empresa como su aporte en la economía del Costa Rica.

“Las PYMES tienen serias debilidades, de manera puntual se pueden señalar las siguientes: financiamiento, capacitación, investigación y desarrollo, acceso y manejo de información, en tramamiento burocrático, informalidad y cultura empresarial”. (Gonzalez Murillo, 2004, pág. 6)

Todos estos elementos se encuentran en cualquier tipo de industria, aunque algunos tengan un mayor impacto dependiendo del entorno económico que las empresas deseen competir, pero da como una muestra que estos temas se deben tratar con la importancia del caso para lograr así crear planes estratégicos que fomenten un mejor uso de los recursos disponibles enfocándolos en lograr la supervivencia y crecimiento exponencial tan anhelado por los dueños de las micro o pequeñas empresas.

1.1.1 Antecedentes del problema

Las PYMES se han caracterizado en el entorno costarricense de diversas maneras, sus características incluyen factores políticos, sociales, económicos. De manera influenciados por los avances en la globalización al igual que con la tecnología generando una obligación para el país en generar en buscar condiciones necesarias para la obtención de un fortalecimiento de la economía, ya que las micro, pequeñas empresas son una fuente de empleos y recursos que contribuyen de una manera muy positiva a la nación siempre y cuando estas logren mantenerse activas, generando ingresos y logrando su estabilidad financiera con el pasar de los años.

Entre sus características se encuentran que las estructuras jerárquicas de las PYMES promueven una toma de decisiones más flexible y menos formal porque no hay una división entre el control y la propiedad como sucede en las compañías más

grandes. Por lo general son empresas individuales de responsabilidad limitada, administradas por sus propios dueños o sus familiares cercanos.

Sin embargo, pocas veces cuentan con la información necesaria para tomar la decisión más acertada, por ejemplo, más del 70% de las 36.400 pequeñas y medianas empresas del país no utilizan Internet y cerca de la mitad ni siquiera tiene acceso a una computadora para realizar sus transacciones o procesar la información. (Ugalde Binda , 2009, pág. 295)

Lo anterior resulta una problemática grave para estas organizaciones, ya que se convierten en grandes limitaciones tanto tecnológicas como estratégicas para el funcionamiento de sus operaciones. El acceso a la información debe ser el pilar fundamental para la mejora de sus funciones y las herramientas que se dispongan deben influir e impactar en su accionar diario.

Un error muy recurrente es que en la mayoría de los casos el gerente o dueño en las pequeñas empresas suele tener muchas funciones debido a que no se cuenta con mucho personal para delegar funciones generando así recargo en las tareas que esta persona pueda realizar de una manera óptima, dando como resultado que no se cumplan de una manera efectiva las tareas necesarias para mantener el funcionamiento adecuado de la empresa como lo menciona Nadia Ugalde Binda en el artículo de la revista: "El impacto de la cultura en el desarrollo de las PYMES". el cual hace mención a este tema que se cita textualmente: "Otra característica es que el gerente o dueño de la PYME es polifuncional y principalmente realiza labores operativas como comprar materia prima, cancelar los salarios o supervisar la producción, lo que le impide establecer estrategias de crecimiento o desarrollo tecnológico". (Ugalde Binda , 2009, pág. 295)

Por otro lado, la información estadística sobre las PYMES es escasa y de difícil comparación entre las fuentes disponibles, debido a que no es sino hasta recientemente que se hacen esfuerzos para homogenizar la definición de micro, pequeña y mediana empresa. Además, entre la poca información existente, los datos disponibles corresponden principalmente a PYMES formales. Esta situación dificulta la evaluación de la solvencia y sostenibilidad de las empresas, lo cual puede obstaculizar su acceso al financiamiento bancario. (Gonzalez, 2009, pág. 58)

El financiamiento constituye uno de los primeros factores que inciden directamente para el funcionamiento de las PYMES, este factor se encuentra ligado a la existencia de información confiable y veraz para toma de decisiones, sin embargo, se encuentra limitada por su escasez y lo que se busca es la estandarización de datos para la mejora en el sistema bancario y su accesibilidad.

No obstante, en el libro "Desarrollo de Elementos de Diferenciación Competitiva" relata otra realidad que afronta los posibles emprendedores en Costa Rica, pues dice que: "se reconoce que las pequeñas empresas tiene una altísima tasa de fracaso por la manera improvisada que son creadas, contribuyendo así al concepto popular de que para ser empresario hay que tener mucho dinero y el don empresarial." (Gonzalez Bejarano, 2013, pág. 18)

Se puede apreciar que el factor del financiamiento pasa a un segundo plano, claro que es de suma importancia para el desarrollo o bien la apertura de un negocio contar con una fuente de capital sumamente aplica o al menos que cubra todos los gastos y costos operativos desde el inicio con toda la tramitología requerida para comenzar a operar cumpliendo todos los requisitos necesarios sin faltar con alguna ley que les pueda originar alguna falta o amonestación pero principalmente se debe buscar buenos asesores que les puedan ayudar a plasmar la idea de abrir un negocios a verla reflejada en el paso a paso hasta ya estar operando e inclusive que los acompañe en las demás etapas de crecimiento de la empresa, pues sin una buena estrategia o la realización y análisis adecuado de los estudios de mercado donde se encuentran la competencia, determinar un público meta para así enfocarse en las necesidades reales de las los posibles o actuales consumidores.

Se debe tener en cuenta que cuando se analiza una empresa nueva o en desarrollo, se presentan similitudes en la información y como se realiza a cuando queremos hacer un plan de negocio previo (este último se confecciona usualmente antes de la creación de la empresa), la diferencia más importante que podemos apreciar es que en el caso de un negocio que ya está operando se cuenta con datos reales mientras que en un plan de negocio usualmente se usan proyecciones o estimados para dar una idea de cómo afrontar los posibles escenarios que les

puedan afectar y tener en cuenta posibles planes de contingencia para tratar de revertir estas fallas o anomalías detectadas y lograr seguir en el desarrollo de las PYMES.

Además se ha comprobado que en las PYMES no se acostumbra trabajar con planes de mercadeo, sino que usualmente se conforman con sistemas de ventas tradicionales sin basamento estratégico: fuerza de venta en la calle e inversiones en publicidad masiva que demandan un alto desembolso sin resultados sorprendes Sin temor a exagerar, se puede afirmar que la mayoría de las PYMES carecen de planes promocionales organizados, de estrategias pensadas e inclusive, de departamentos o encargados de mercadeo. (Garita, 2005, pág. 48)

Es por esto por lo que el fortalecimiento de las PYMES en funciones estratégicas para promover su sostenibilidad, resulta ser un eje de acción dentro de esta investigación. Ya que se cuenta con muy poca información y datos para la toma de decisiones dentro de estas organizaciones, por lo cual se busca aportar en el campo, pues las investigaciones existentes no incluyen la totalidad de factores que inciden en el accionar de las PYMES.

Por otro lado, en la revisión bibliográfica de Trabajos Finales de Graduación se encuentra “Una propuesta de un Modelo Dirección Estratégica a través de un Cuadro de Mando Integral para la Empresa PYMES de Costa Rica S.A”, en dicho documento destaca la creación de un modelo a partir de bases teóricas y evaluativas que busca incidir de manera positiva dentro de la organización.

Aporta la siguiente referencia: “las pequeñas empresas producen catorce veces más patentes por empleado que las grandes empresas, y existe el doble de probabilidad de que esos inventos se conviertan en éxitos, según un informe del Congreso. Dan razón de la mitad de todo el producto interno bruto privado, crean más del 60% de nuevos empleos netos de cada año y pagan 44.3% de la nómina privada”. (Mora Vargas, Perez Zambrano, & Vindas Rodriguez, 2011, pág. 72)

Debido a lo anterior, se desprende la importancia de las PYMES para la economía de cualquier país, ya que contribuyen directamente con el producto interno bruto, creación de empleo y generación de condiciones laborales adecuadas para sus empleados. Es por esto por lo que las mejoras que se puedan hacer en distintos factores que involucran las PYMES, inciden positivamente en su funcionamiento y calidad del país.

En la misma tesis, la cual tiene como título “Propuesta de un modelo de dirección estratégica a través de un cuadro de mando integral para la empresa PYMES de Costa Rica S.A.”, hace énfasis que existen dos tipos de empresas las cuales se pueden catalogar como las que se encuentran en el entorno de negocio de servicios y de comercio lo cual esta anidado a la necesidad de que estas PYMES usualmente no cuentan con la capacidad de recibir una evaluación adecuada por un agente externo que pueda determinar cómo está la empresa marchando y determinar las acciones correctivas o preventivas para mejorar su rendimiento en el mercado altamente competitivo, ya que refleja la realidad de las pequeñas empresas en esta mención:

Es importante recalcar que son muchas la razones por las cuales se crea la necesidad de contratar un consultor.....Responde a la necesidad de un evaluador externo que no se encuentre viciado, que posee una posición imparcial y que además sea experto en temas específicos, con el fin de actuar en el momento que se está generando una problemática interna. (Mora Vargas, Perez Zambrano, & Vindas Rodriguez, 2011, pág. 29)

1.1.2 Problematización

Cuando se habla de emprender en un negocio en muchas ocasiones las personas que toman dicha decisión tan importante lo hacen sin tomar en cuenta las variables necesarias que se deben estudiar para realizar una buena planeación, que

cuenten con una especie de cronograma o bien puntos clave que se deben completar antes de crear una pequeña empresa.

Debido a que la mayoría de los casos estas personas cuenta con alguna habilidad y/o destreza o bien una buena idea que pasa de un pasatiempo, alguna actividad ocasional hasta que lo puedan poner en práctica a una mayor escala hasta poner lograr percibir alguna remuneración cada vez mayor logrando así poder lograr vivir de dicho ingreso, pero carecen de los lineamientos básicos para crear un negocio, ya que en muchas ocasiones no realizan estudios demográficos para determinar cuál es su población meta, cual es el ingreso de los mismos para así fijar sus precios que sean justos y al alcance de sus posibles clientes para que sea más frecuente el consumo de sus productos.

Binda Ugalde expone en la revista: "El impacto de la cultura en el desarrollo de las PYMES" varios componentes o diagnósticos que reflejan la realidad de los directivos de las PYMES en Costa Rica, ya que menciona que: "Por otro lado, a pesar de su iniciativa, su alta necesidad de éxito, confianza en sí mismos y coraje, (todas cualidades positivas al logro de objetivos), los directores de las PYMES limitan la delegación de tareas administrativas y en raras ocasiones consultan sus decisiones estratégicas". (Ugalde Binda , 2009, pág. 294)

Agregando a esta idea planteada, se puede identificar que existe una deficiencia en las funciones estratégicas donde se desenvuelven las PYMES dando como resultado un mal uso en los recursos financieros como de talento humano que cuentan dichas empresas para laborar mediante un deterioro en las distintas etapas administrativas que repercuten en el éxito o fracaso de las pequeñas empresas.

Una pregunta muy recurrente por los dueños de las PYMES es como competir en un entorno altamente demandante donde se puede apreciar la creación de muchas pequeñas empresas, mientras que los grandes empresarios ya están posicionados, entonces entra la duda de cómo lograr posicionarse en el entorno mediante el acaparamiento de un porcentaje aceptable de participación del mercado como indica (Gonzalez Bejarano, 2013, pág. 63) "Participar en un mercado competitivo implica mucho más que solo tener el producto en sí, implica identificar y

desarrollar elementos que diferencien el producto y la empresa, le den una ventaja a los ojos del cliente”.

La falta de capacitación es una falla muy grande por parte de los empresarios, ya que usualmente consideran como un gasto realizar algún taller, curso o charla y no lo visualizan como una inversión a futuro que pueda dar como resultado: reducción en el desperdicio de la materia prima, un mejor servicio al cliente, motivación al personal generando un colaborador que se sienta a gusto con lo que hace dando como resultado una persona que se comprometa con la empresa en su totalidad y no solo un colaborador que solo realice sus tareas asignadas por hacerlas, este elemento competitivo es sin duda alguna una pieza clave en la búsqueda de diferenciarse con respecto a los demás competidores.

Por esta razón es que se presenta la incertidumbre entre los emprendedores de cómo crear una PYME y cuáles son las herramientas o tácticas que deben emplear para obtener un crecimiento constante con el tiempo tratando de lograr su supervivencia con el tiempo como lo demuestra el siguiente artículo tomado del periódico el financiero que dice:

Los emprendedores generalmente inician con mucho entusiasmo la creación de su empresa y dentro de sus propósitos ciertamente está el tener éxito. Sin embargo, muchas de ellas —especialmente las más pequeñas— no alcanzarán una ‘edad de madurez’ o de consolidación y desaparecen en poco tiempo. Así lo revelan varios estudios, los cuales muestran altas tasas de mortalidad de las micro, pequeñas y medianas empresas (miPYMES), así como qué tipo de negocios son los más propensos a morir más temprano. De acuerdo con Marcelo Lebendiker, presidente de Parque TEC, la tasa de mortalidad de emprendimientos en los primeros tres años de vida es del orden del 80%. Ese dato se basa en un estudio denominado Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Reporte Nacional de Costa Rica 2012: La Situación del Emprendimiento en Costa Rica, y del cual Lebendiker fue uno de los investigadores. (Pymes El Financiero, 2018)

Determinar cuáles son los gustos y preferencias que los consumidores actuales y futuros es de vital importancia para el sostenimiento prologando de la

empresa con el fin de adaptar los alimentos comercializados de una mejor manera garantizándose el consumo más reiterado generando así la fidelidad de los clientes. Del mismo modo se puede adecuar o parametrizar la rotación del inventario evitando el riesgo que los alimentos se puedan estropear generando pérdidas.

Como se menciona en la tesis "Estudio de la Evolución Histórico-Económico de las PYMES en Costa Rica (1950-2013)", arroja un indicio acerca de cuál es el panorama que presentan las pequeñas empresas, ya que menciona: "Un factor negativo para subsistir en el mercado: el tamaño de las PYMES, dado que cuanto más pequeña sea esta empresa, menores oportunidades posee de utilizar apropiadamente sus recursos y en consecuencia, más posibilidades tiene para desaparecer, como resultado, una gran mayoría revela numerosos asimetrías en sus capacidades empresariales, las cuales deben ser corregidas a tiempo". (Cousion Brenes, 2015, págs. 151-152)

Conocer cuáles son las causas, factores o variables que puedan repercutir en la sobrevivencia de las PYMES en Costa Rica es de suma importancia, pues si se tienen identificados se pueden tomar medidas o decisiones preventivas o correctivas en el transcurso de sus labores, como lo indica en el artículo del periódico La Prensa Libre hace referencia a un indicador sumamente alarmador que el 80% de las PYMES cierran sus actividades en sus primeros tres años de vida desde que se crearon.

"El 80% de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) de Costa Rica no llega al tercer año, una tasa de mortalidad que mantiene su tendencia desde hace al menos dos años, según Laura López, directora de la Dirección General de Pequeñas y Medianas Empresas (DigePYME) del Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC). "Del 20% que quedan, en los siguientes 10 años solo sobrevive el 50%. Ya se están procesando los datos para un nuevo estudio en la materia que debería salir a inicios del próximo año, pero la percepción es que la tendencia se mantiene", comentó López.

Este porcentaje responde a una tendencia latinoamericana de alta mortalidad de los pequeños emprendimientos, que ronda entre el 70% y el 80%, la cual a su vez responde a una realidad global que, de acuerdo con la directora de

DigePYME, no resulta diferente ni siquiera en economías más grandes, como las europeas. (Pérez Damasco, 2018)

Otro punto importante es que en otros casos carecen de un uso adecuado de los registros contables de los costos, gastos e ingresos para determinar si el negocio es rentable y sostenible o si se deben realizar medidas de contingencia para revertir el deterioro de las finanzas, cuántos negocios están en la misma zona o cuántos comparten el mismo público meta así limitando la participación del mercado que puedan llegar a obtener, en otras circunstancias crean sus negocios de una manera que no esté en el marco de la legalidad de la ley ya que desconocen cuáles son los requerimientos para crear una empresa.

1.1.3 Justificación del tema

Los puntos que influyeron en la elección de este tema se basa en la necesidad de conocer los requerimientos básicos para plantearse la idea de que si es viable o no la apertura de un negocio que se basa en la fabricación de cerveza artesanal esto antes de realizar alguna inversión y procurando evitar el fracaso de esta actividad, ya que es de suma importancia contar con información referente al mercado (si hay suficiente demanda o), un estudio técnico que logre demostrar que en Costa Rica se pueden obtener toda la materia prima para lograr la elaboración de este producto alcohólico y finalmente pero no menos importante un estudio económico que logre determinar si es financieramente viable o no realizar todas las inversiones previas o si es mejor no incursionar en este mercado, ya que se supone un eventual pérdida.

Todos estos puntos son sumamente importantes ya que si bien es cierto como un objetivo principal de la administración es lograr dirigir un negocio de una manera asertiva garantizando así el crecimiento exponencial procurando tomando decisiones entorno al mercado para lograr su estabilidad y que sea una fuente rentable de ingresos fomentando el empleo en el país, aportando al producto interno bruto que se usa para financiar todos los gastos que se debe incurrir para mantener todas las instituciones que depende del presupuesto asignado por el gobierno.

Según El Ministerio de Economía, Industria y Comercio, en su “Informe de Situación de las PYME en Costa Rica”, se desprende que las PYME contribuyen con el 33% del PIB Nacional. Por otra parte, dentro del total de empresas existentes, las PYME (micro, pequeñas y medianas empresas de los sectores industria, comercio, servicios, y tecnologías de información) representan el 74,2%, por ende este aporte económico dinamiza la economía nacional.

Este estudio también permite que, al analizar las empresas por tamaño, las microempresas representan la mayor cantidad de empresas del parque empresarial PYME, con una participación de 73%; seguidas por medianas con un 14% y el restante 13% corresponde a pequeña.

Por otra parte, las PYMES impactan directamente en la generación de empleo nacional, dado que este estudio indica que la distribución del empleo para el 2013 fue de la siguiente forma: el 67% fue generado por empresas grandes, 24,6% por PYME, 4,6% por las PYMPA, y el 3,6% restante pertenece a otros. Además, según el periódico “La Nación” (2014), en su artículo “PYMES aportan un 50% del empleo en sector privado”, se dice que “las pequeñas y medianas empresas (PYMES) aportan unos 350.000 empleos”. (Ministerio de Economía y Comercio, 2018)

Según la sección del libro “Algunas lecciones de la experiencia reciente de financiamiento a las PYMES Colombia, Costa Rica y México”, se realiza un énfasis en como las PYMES se logran financiar sus operaciones, pero alertando que en muchas ocasiones recurren a utilizar sus fondos propios en lugar de recurrir a una entidad financiera que les pueda suministrar el capital requerido para comenzar su actividad comercial o bien tratar de expandirse.

En todo caso, parece que el debate sobre el papel de la banca para desarrollo y el financiamiento a las PYMES, continuará en Costa Rica. ¿Cómo medir y distribuir el riesgo?, es el punto central de la discusión. En una presentación reciente, el presidente del Banco Central de Costa Rica reconoce el papel muy importante de la Banca de Desarrollo para el acceso al financiamiento y el crecimiento, pero advierte: No debe ser incentivado por medio de una

regulación más laxa que no cubra bien los riesgos o los traslade a otros créditos. (Valenzuela, 2018, pág. 24)

Por ende, el objetivo país es que estas PYMES puedan crecer y generar diversos beneficios económicos: como la generación de empleo, reducción de la pobreza, encadenamientos productivos y en general propiciar el crecimiento económico del país.

Con la detección de los determinantes del fracaso de las PYMES en su primer año de operaciones y con propuesta de mecanismos para su crecimiento, se pretende también beneficiar a las empresas actuales o las que planean incursionar en un mercado y desconocen las variables necesarias que se tienen que evaluar antes de iniciar sus operaciones en el mercado.

Otro gran inconveniente que presentan en las PYMES es que en muchas ocasiones inician su actividad cuando no cumplen a cabalidad los requisitos para su creación en Costa Rica, esto generando una incertidumbre por parte de los clientes actuales o potenciales como a su vez limitando el desarrollo potencial que estas empresas puedan lograr si se encontrarán bajo el marco de la ley como lo menciona el siguiente artículo:

Es muy importante aclarar que, de acuerdo con un estudio realizado por el Ministerio de Economía Costarricense, en el año 2004, se estima que en Costa Rica existen cerca de 40.000 PYMES que operan de manera informal y de las cuales no se dispone información, así es que no debemos olvidar esta realidad que también se presentan en la mayoría de los países latinoamericanos, y que viene a ratificar el papel preponderante del sector en el desarrollo de las sociedades. (Arroyo Venegas, 2018, pág. 26)

Muchos empresarios en Costa Rica desconocen que existen políticas o lineamientos que fomentan las aperturas de las PYMES como lo estipula el siguiente apartado de la estrategia nacional de empleo y producción llevada a cabo por el Ministerio de Economía y Comercio.

Facilitar a las PYME y emprendedores el acceso efectivo al crédito, direccionar la demanda pública hacia sus productos, reducir los costos de transacción para la exportación, brindar capacitación en prácticas

comerciales modernas, el apoyo para el mejoramiento tecnológico, las inversiones complementarias para facilitarles el acceso a los mercados, favorecer su formalización (principalmente reduciendo restricciones, simplificando trámites y brindando asistencia técnica) y brindar acompañamiento empresarial diferenciado, son algunas de las medidas que se incorporan en el Plan de Articulación Productiva. (Ministerio de Economía y Comercio, 2018, pág. 17).

Para el país la contribución que genera las PYMES es exorbitante mediante la creación de fuentes de empleo a través de sus actividades comerciales da como resultado a la larga una reducción en las tasas de desempleo fomentando el crecimiento económico del país. “Durante el año 2016, la cantidad de empleados registrados en las empresas del DEE de Costa Rica fue de 708.547; de los cuales el 24.8% (175.801) fue generado por las PYME (2015:25%). En cuanto a la contribución porcentual de PYME según tamaño se encontró que las empresas medianas representaron un 54% del total de los empleados en PYME seguida por las microempresas (28%), y las pequeñas empresas (18%), distribución igual al 2015”. (Ministerio de Economía, Industria y Comercio, 2018, pág. 35)

Cuando una PYME realiza la gestión para solicitar un crédito o préstamo para solventar sus gastos diarios en su operativa o bien buscar una fuente de capital extra para realizar alguna diversificación de producto y/o servicio, expansión o inversión en la empresa deberán tener en cuenta que las entidades financieras les solicitarán una lista de requisitos entre los cuales uno de los más representativos sería un estado financiero actualizado que refleje la realidad de la empresa, por lo cual en muchas ocasiones por desconocimiento o porque no se tiene la relevancia correcta se dejan de hacer o no se alimentan de una manera acertada. “Las PYMES tienen problemas en este aspecto pues generalmente no tienen la contabilidad al día, por eso al empezar con estas empresas se debe desde el principio recalcar la conveniencia de mantener la contabilidad actualizada”. (Chaves, 2002, pág. 47).

Lo anterior refleja una debilidad financiera y organizativa que se encuentra latente en el día a día de las pequeñas empresas a nivel nacional, ya que se pone en evidencia que los mínimos controles financieros se pasan por alto siendo así

omitidos por los directivos de estas organizaciones; lo cual genera un reproceso en el momento que se pretenda obtener un crédito por parte de un banco o bien una institución financiera que solvente la necesidad existente generando un riesgo para el empresario.

1.2 Formulación del problema

Establecer el punto de equilibrio en la producción de cerveza artesanal, para la toma de decisiones según el comportamiento del mercado, a fin de obtener resultados favorables en dicha actividad. Debido a que, según se conozca el punto en el cual la empresa se logre formar manteniendo o cubriendo todos sus gastos, se puede tomar medidas preventivas o correctivas con el fin de poder planear estrategias que se puedan ser beneficiosas para tratar de maximizar los recursos obtenidos generando así el éxito del planteamiento de los objetivos. En resumen, el problema se define en:

Analizar la viabilidad técnica y económica para la incursión en el mercado cerveza artesanal, con una utilidad que incentive su desarrollo y permanencia en dicho mercado.

1.3 Objetivos de la investigación

En la actualidad, se puede apreciar que el modelo generador de Costa Rica ha pasado desde sus inicios como productor a ahora ser exportador esto se ha dado en respuesta al mercado cambiante, ya que las demandas de productos y servicios han evolucionado muy de la mano con el uso de las tecnologías, dando como enfoque los países de Latinoamérica los cuales la mayoría están catalogados como del tercer mundo es importante, con una población que cada vez va en aumento.

Las fuentes de empleo son limitadas e inclusive escasa dando como una buena alternativa la creación de negocios propios mediante las PYMES micro o

pequeñas empresas pero no es solo apertura un negocio con solo una buena idea realizando un gran esfuerzo por la obtención de los recursos iniciales para poner en marcha el negocios sin antes tener un buen conocimiento de todos los requisitos como estrategias requeridas para garantizar un aprovechamiento óptimo de los insumos logrando así que se puedan adaptar mejor ante algún cambio drástico que pueda afectar de manera directa o indirecta la empresa. Presentando así una necesidad constante a la hora de buscar una mejora continua en todos los procesos puestos en práctica por los empresarios y sus colaboradores.

1.3.1 Objetivo general

Analizar la factibilidad de producir cerveza artesanal en la zona GAM para el primer cuatrimestre del año 2019, a fin de prever que sea una actividad exitosa.

1.3.2 Objetivos específicos

- a. Analizar el mercado desde la perspectiva de empresas productoras de cerveza artesanal en San José.
- b. Realizar el estudio correspondiente que permita verificar la factibilidad técnica del proyecto, por medio de la verificación de la disponibilidad técnica de la fabricación del producto.
- c. Efectuar un estudio financiero del proyecto para determinar tanto su factibilidad como su rentabilidad y los recursos económicos necesarios para ejecutarlo.

1.4 Alcances y limitaciones

1.4.1 Alcances

La investigación se centralizará en la “Gran Área Metropolitana (GAM)”, ya que es donde encontramos una mayor concentración de población como también es el sector que cuenta con una economía más estable y superior en comparación de las zonas más alejadas de la capital.

Se tomará en cuenta solo el sector mayor de edad para no incurrir en una falta ante la ley y los locales que cuenten con todos los requisitos según lo estipula las diferentes normas, políticas y la legislación en Costa Rica.

1.4.2 Limitaciones

Escasa información sobre estudios de viabilidad técnica y económica enfocado en la creación de una fábrica de cerveza artesanal, ya que es un tema poco explorado en Costa Rica.

Con respecto a este tema, no existe información disponible en cuanto a tesis, libros que documenten los requisitos o los procedimientos referente a la cerveza artesanal.

Actualmente solo se encuentra un proveedor a nivel nacional que comercialice los insumos necesarios para confeccionar la cerveza artesanal, dando como resultado una dependencia parcial para realizar la investigación, pues para realizar esta investigación se usó solo estos datos suministrados sin poder tener más opciones para consultar.

Se ha tratado de obtener información en los comercios tipo bares que vendan cerveza artesanal, pero se han negado a suministrar información, ya que consideran que pueden poner en riesgo sus ingresos al considerar que con estos datos les puedan robar su mercado existente.

En algunos establecimientos que se han planeado realizar la entrevista no han querido brindar información acerca de la fabricación de cerveza artesanal en cuanto a procesos, cuáles son los proveedores y formulas, ya que consideran que es un peligro para el carácter de sus intereses puesto que se sienten amenazados y desean mantener lo más confidencial todo lo referente a la elaboración de la cerveza artesanal.

Capítulo 2: Marco teórico

2.1 Contexto histórico – “Antecedentes la producción de cerveza artesanal”

2.1.1 Inicios de la cerveza en Costa Rica

Según el reportaje para la Nación publicado el 26 de agosto del 2016, detalla el inicio de la historia de la cerveza en Costa Rica con varias fechas específicas las cuales dan como resultado la industria como la conocemos actualmente.

En febrero del 1852 se estableció que para formar una fábrica de cerveza se debía pagar un monto de 50 pesos mensuales, esto propuesto por el estado de Costa Rica, para abril del año 1856 se comienza a comercializar la “cerveza Torres” esto por la fábrica de cerveza de Joy & Von Schröter, la cual tenía un precio menor a la cerveza importada.

En 1867 se establece una nueva fábrica de cerveza en la provincia de Cartago esto dirigido por el alemán Arthur Kopper y su colaborador inglés James Hasland, un año posterior el Gobierno Costarricense anhela iniciar la construcción y todas las operaciones de una cervecería en San José por lo cual le encarga esta labor a Karl Johanning, el cual provenía del país de Alemania.

Esto como respuesta a la crisis que afrontaba el país por que el comercio del café enfrentaba por lo cual el estado de Costa Rica se ve obligado a buscar otras alternativas que puedan lograr abastecer los ingresos recogidos principalmente por la entrada fiscal, no obstante, dicha cervecería comenzó a reportar pérdidas económicas generando así su fracaso como tal y desde ese entonces el estado decide retirar cualquier tipo de inversión en esta industria. (La Nación, 2019)

2.1.2 Historia de la Compañía” Cervecería de Costa Rica”

En todo este periodo en Costa Rica se crearon, unificaron y cerraron varias cervecerías por todo el territorio nacional. La empresa más importante en Costa Rica en este entorno es la Cervecería de Costa Rica es por esta razón que se debe hacer hincapié en la historia de cómo se formó desde sus inicios hasta la actualidad, para lo cual se tomara el artículo del periódico financiero que nos detalla todos los

hechos que formaron a lo que actualmente en Costa Rica se conoce como la empresa líder en la fabricación y distribución de la cerveza la cual es Florida Ice & Farm Co. (FIFCO) esta compañía fue fundada en 1908 por los hermanos Rupert, Stanley y Cecilio, quienes tenían origen de Jamaica.

Durante sus inicios solo se dedicaban a la fabricación de hielo y a la agricultura en la finca que fue destinado a esta tarea fue llamada como: “La Florida” y esta sociedad fue inscrita bajo el nombre de: Florida Ice & Farm Co. Para el año 1912 adquirieron la cervecería Traube, fábrica de cerveza y refrescos gracias a esta absorción se convirtieron en la principal empresa distribuidora de bebidas en el territorio nacional.

Otros acontecimientos que marcan hechos importantes durante la vida de la empresa Florida Ice & Farm Co son los siguientes:

- **1924:** La cerveza Imperial con su logo característico de un águila de color negro comenzó a ganar mayor cantidad de consumidores logrando así se una de las marcas preferidas por los costarricenses.
- **1957:** Florida Ice & Farm Co. S.A decide comprar la Cervecería Ortega invirtiendo una cantidad de 12 millones de colones lo que en esta época fue una la transacción muy grande vista en Costa Rica.
- **1966:** Florida Ice & Farm Co. S.A. logra aumentar su capacidad de producción al inaugurar su planta de fabricación ubicada en Río Segundo de Alajuela.
- **1987:** Florida Ice & Farm Co. S.A., comienza su inversión en el resto de Centroamérica esto gracias a la asociación que se realizó con la empresa con Envases del Istmo S.A. (Endelis), la cual se dedicada a la producción de envases de lata, y con una empresa que produce envases de vidrio la cual se llama:” Comegua S.A.
- **1993:** Se realiza una fuerte inversión para adquirir un terrero con un área de 900 hectáreas, logrando así incursionar en el campo del desarrollo inmobiliario en Reserva Conchal.
- **1995:** Mediante un producto fabricado con un sistema llamado “Ice Brew” el cual rompió los estándares en el proceso de fabricación de la

cerveza nace la marca: "Rock Ice". Pero que en muy poco tiempo se convirtió en un fenómeno comercial de enorme éxito.

- **2001:** Como una manera de diversificar en su mercado tratando de acaparar mayor cantidad de clientes nace el refresco de frutas Tropical adicional a esto también se comercializa un tipo de refresco de cítricos el cual se comienza a producir y distribuir bajo el nombre de Tampico.
- **2002:** En este año Florida Ice & Farm Co, se convierte en un holding poseedora de tres diferentes empresas, Florida Bebidas S.A. (que a su vez tiene dos subsidiarias: Productora La Florida y Distribuidora La Florida), Florida Capitales y Florida Inmobiliaria esto para diferenciar sus marcas debido a la naturaleza a lo que estas se dedicaban.
- **2003:** El 7 de mayo sale al mercado costarricense una bebida carbonatada de vodka con limón llamada: "Smirnoff Ice", la cual ofrecía otra alternativa a los consumidores que no se basara solo en la cerveza clásica. (Calvo, 2019).

Durante estos 111 años que FIFCO ha logrado expandir tanto a nivel nacional como internacional, todo esto gracias a la adquisición de varias compañías con el fin de fortalecerse en sus operaciones como también el hecho que constantemente podemos apreciar su deseo de mantenerse vigente en el mercado mediante su renovación de marcas, invertir en investigación y desarrollo para lograr satisfacer las necesidades de los clientes actuales y potenciales que pueden obtener gracias a los diferentes tipos de productos que se fabrican y se distribuyen.

2.1.3 La Cervecería Artesanal en Costa Rica

Pero para los inicios propiamente en el mercado de la cerveza artesanal se usará el artículo publicado en el 14 de enero del 2016 para la revista "Digital Vacio", donde se detallan los inicios de la cerveza artesanal en Costa Rica, para el año 2010 los consumidores de cerveza a nivel nacional solo estaban familiarizado con el tipo de producto comercializa por la Cervecería de Costa Rica entre los

principales productos destacan las siguientes marcas: Pilsen, Rock Ice, Imperial con sus diferentes presentaciones. Pero para un mercado orientado a las cervezas internacionales se destacan: Gallo, Budweiser, Corona, Heineken. (Fifco, 2019)

Con un mercado que era tan cerrado y tan marcado producto a que con el pasar del tiempo los costarricenses se habían identificado solo con las marcas locales de cerveza industrial desarrollaron un apego fuerte y fidelidad a estos productos como lo era en su momento, es por esta razón que Gilman, Brandon Nappy y Chris Derrick decidieron incursionar en el mercado de cerveza artesanal en Costa Rica formando así la empresa llamada: Costa Rica Craft Brewing Co. (CRCB), con el fin de romper los esquemas en el patrón de consumo de cerveza y poder ofrecer otro tipo de alternativa como un producto.

Sobre estos inicios, el fabricante de cerveza Stefano Marín hace mención de que de inmediato dicha empresa comenzó a vender todo lo que se producía y la mayor parte se vendía ya sea en la misma empresa a nacionales como también a cuentas en San José. Fue tanto el auge que tuvo este emprendimiento que se comenzó a popularizar entre una población que tiene un rango entre 20 a 30 años, en estos últimos 5 años este nicho de mercado ha crecido a pasos gigantes ya que se han aperturado 37 cervecerías y Brewpubs generando una rentabilidad en todas las PYMES que trabajan en este entorno. (Revista Vacío, 2019)

2.1.4 Influencia la comercialización de la Cerveza Artesanal en Costa Rica

Si bien es cierto se puede apreciar a simple vista que el público en su mayoría no se siente tan atraído en consumir un producto pagando de más al precio establecido en el mercado ya existente esto mirándolo desde la arista financiera de esta población, pero este producto sustituto ha tenido un impacto positivo en la sociedad, ya que no solo se han creado muchas opciones para suplir los gustos y preferencias de los consumidores, pues existen una gran cantidad de cervezas artesanal entre sus sabores, porcentaje de alcohol, textura o bien componentes si no que se han realizado una gran cantidad de eventos durante los años ayudando

a dar a conocer este entorno de negocio generando así una mayor exposición para atraer más clientes potenciales.

A pesar de las diferencias tanto de calidad, recursos disponibles en los productos disponibles en el mercado hay cervecerías artesanales que están dando saltos en cuanto a la calidad de sus cervezas y su competitividad a nivel mundial. Para el año 2015, tanto la Cervecería Primate y Costa Rica Craft Brewing Co. trajeron al país medallas de plata con la San José IPA y la Malacrianza Scottish Ale respectivamente. Calle Cimarrona, la primera cervecería constituida solo por ticos, y Treinta y cinco ganaron medallas de bronce. (Revista Vacío, 2019)

De igual manera se visualizó que existen a lo largo del año varios festivales dedicados solo a el consumo de este tipo de producto, dando como resultado una mejor exposición en el tema, motivados claro está por lograr conseguir una independencia en los trabajos actuales y buscando otras opciones laborales en un mercado cada vez más saturado, con una fuerte competencia entre los candidatos hacia un puesto cuando se participa en un concurso para obtener un mejor empleo nace la alternativa de incursionar en el mercado de cerveza artesanal en Costa Rica.

En una publicación para el sitio web del periódico La república Jeffrey Garcia comenta como se encontró este nicho de mercado, su evolución con los diferentes emprendedores que se aventuraron en incursionar en esta actividad económica, de igual manera, hace mención a la importancia que ha tenido este fenómeno, como ha crecido exponencialmente a tal punto que para el año 2015 un total de treinta y un micro cervecerías se unieron a la Asociación Nacional de Cerveceros Artesanales en Costa Rica conocida por sus sigas ANCACR, aunque no todos logran comercializan sus productos fuera de su instalación.

Por otra parte, continuando con el artículo un punto importante fue la respuesta que hizo el presidente de ANCACR Luis Arce al consultarle si habría mercado para esta actividad en Costa Rica para lo cual él responde: “Es un efecto

'bola de nieve'. Hay más actores en el mercado, el producto ha tenido éxito y eso ha motivado a que entre más gente". (Garza, 2019)

La idea de crear una fábrica para la producción de cerveza artesanal nace mediante una conversación analizando las posibles ideas, productos o mercados en los que se puedan incursionar, que sea viable y sostenible con el tiempo para poder así dejar de trabajar para alguien más dando el paso de convertirse en nuestros propios jefes, depositando cada esfuerzo en el trabajo en algo que es meramente propio, justo en este momento se encontró mediante la observación que las cervezas artesanales en Costa Rica comenzaron a llamar la atención, ya que era mucho más frecuente encontrarlas en lugares no solo en bares y restaurantes con un target de población media-alta sino que también existe la posibilidad de hallarlas en diferentes supermercados de conveniencia en San José.

2.1.5 Beneficios de la cerveza artesanal

Se pueden mencionar diversos beneficios que se desprenden del consumo de cerveza artesanal, se detallan a continuación, tales beneficios se toman como referencia del Sitio Web de Cerveza Artesana de España:

1. Existe una menor probabilidad de tener piedras en los riñones: la deshidratación aumenta significativamente las posibilidades de desarrollar piedras en los riñones. Como todos sabemos, la cerveza contiene más de un 90% de agua, por lo que, es muy beneficiosa para los riñones.
2. Evita el estreñimiento: se cree que la cerveza es la bebida que aporta una mayor cantidad de fibra soluble a nuestra dieta (un 17% aproximadamente). La fibra se caracteriza por aumentar los movimientos peristálticos del intestino y, por lo tanto, también aumenta la frecuencia de las deposiciones.
3. Previene la formación de coágulos sanguíneos: los coágulos sanguíneos pueden crearse dentro de las venas y las arterias, o incluso en el corazón, y bloquear de forma parcial o total el flujo de sangre. Por otra parte, se confirma que el consumo de una o dos cervezas por día puede ayudar a reducir la

formación de coágulos sanguíneos, a partir del aumento de los niveles de colesterol HDL (el colesterol bueno) (Curtis, año, pág. XX)

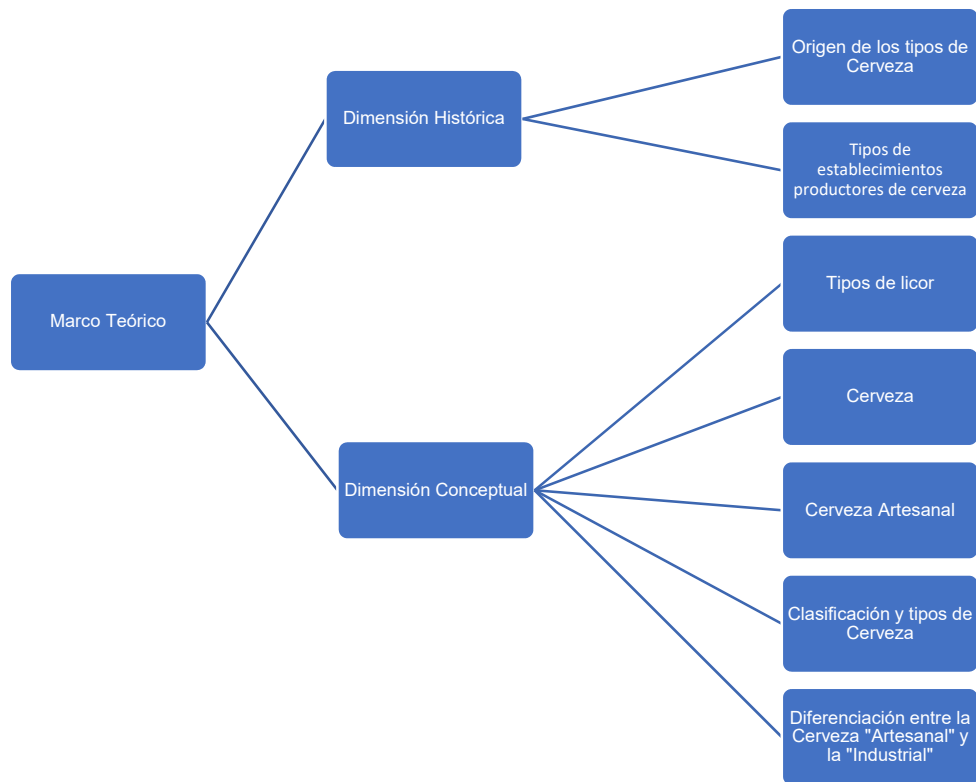
4. Reduce las posibilidades de sufrir ataques de corazón: de acuerdo con un estudio de Harvard realizado a 70.000 mujeres de entre 25 y 40 años, aquellas que consumen cerveza de forma moderada son menos propensas a desarrollar una alta presión sanguínea (un factor de riesgo de los ataques de corazón) que las mujeres que beben vino.
5. Incrementa la densidad ósea y frena la pérdida de hueso. La cerveza artesana contiene una gran cantidad de minerales. Entre ellos, destaca el silicio biodisponible, participe en la creación y reparación de los huesos.
6. Previene el insomnio: la cerveza artesana también tiene la tendencia natural de poner soñolientas a las personas, cosa que ayudará a dormir de forma plácida.
7. Reduce el riesgo de sufrir cáncer. Está bastante claro que el consumo excesivo de alcohol es un factor de riesgo que puede producir cáncer. Sin embargo, algunos teóricos sugieren que el consumo moderado de bebidas alcohólicas puede reducir la probabilidad de sufrir determinados cánceres.
8. Retrasa la menopausia: en el caso de la cerveza, éste fermentado contiene fitoestrógenos, unos compuestos químicos muy similares a los estrógenos naturales. Uno de los síntomas y las complicaciones de la menopausia se debe a la disminución de la producción de estrógenos, por lo que los beneficios de la cerveza artesanal en este caso caen por su propio peso.
9. Previene las enfermedades crónicas y el envejecimiento celular. La cerveza artesana se caracteriza por contener polifenoles, provenientes tanto de la malta como del lúpulo. Estos polifenoles, a su vez, contienen antioxidantes, los cuáles previenen las enfermedades crónicas. (Sitio Web Cerveza Artesana, 2019)

2.2 Contexto teórico - conceptual

Para el contexto teórico – conceptual se desarrollará según este esquema que se adjunta a continuación para establecer los puntos a abarcar en este apartador de la investigación.

2.2.1 Método de mapeo para construir el marco teórico

Ilustración N° XX: Mapeo de construcción del “Marco Teórico”



Fuente: Elaboración propia, 2018.

Los componentes del marco teórico se dividen en dos aspectos denominados “dimensiones”, una de ellas es la “Histórica” y el otra corresponde a la “Conceptualización”. En la primera dimensión se pueden identificar aspectos históricos enfocados en el origen y antecedentes de los tipos de cerveza y los establecimientos productores de cerveza artesanal que han surgido y evolucionado en el tiempo. Por otra parte, la dimensión conceptual pretende como su nombre lo indica, expresar los conceptos importantes relacionados con la temática en estudio,

que permita entender los diferentes procesos, diferencias entre los términos, clasificaciones y demás, en torno a la “Cerveza Artesanal” y su producción.

Se realiza de esta manera dado que la empresa no existe en la actualidad y se pretende realizar la apertura del negocio en caso de que se cuente con las viabilidades correspondientes.

2.2.2 Tipos de bebidas alcohólicas

Se debe diferenciar cuáles son las bebidas alcohólicas más conocidas, entre ellas se destacan:

1. La cerveza
2. El vino
3. Los destilados

En todas estas bebidas, el alcohol es elaborado por el mismo proceso bioquímico conocido como fermentación; el azúcar presente en las frutas o los vegetales es mezclado con agua y levadura; luego al fermentarse, la mezcla genera alcohol y gas carbónico.

Según estudios sobre las culturas en diferentes y épocas, todos los pueblos han producido bebidas alcohólicas y este proceso de fermentación es probablemente, uno de los primeros que el hombre realizó; por ejemplo, la cerveza era una de las bebidas de los antiguos egipcios y en los países templados, donde crece la uva, se toma vino desde hace siglos.

En la Edad Media, se inició la práctica de la destilación de las bebidas alcohólicas fermentadas; por medio de este proceso, se obtuvieron bebidas más fuertes (con una mayor concentración de alcohol).

Las bebidas alcohólicas ocupan el primer lugar, en volumen de producción, dentro del ámbito de las empresas biotecnológicas. La bebida alcohólica que más se consume (por volumen) a escala mundial es la cerveza. Las bebidas alcohólicas se pueden clasificar en dos formas:

- Con base en el sustrato del que preceden
- En función si son sometidas a un proceso de destilamiento.

Tabla 1: Ejemplo de Clasificación de las bebidas alcohólicas

Sustrato	No destiladas	Destiladas
Uva	Vino, champaña y vinos espumosos	Brandy, coñac, pisco
Manzana	Sidra	Calvados
Pera	Perry	
Cebada	Cerveza	Whisky
Maíz	Chicha	Whisky de maíz
Papa		Vodka
Maguey	Pulque	Tequila
Arroz	Sake, vino de arroz	
Sorgo	Cerveza africana	
Jugo de caña y melazas		Ron, aguardiente

Fuente: **Fuente especificada no válida.**

2.2.3 La cerveza

La cerveza es una bebida alcohólica no destilada, elaborada por medio de la fermentación con levadura de una solución de cereales, con la adición o no de otros productos. En un sentido amplio, se denomina cerveza a la bebida preparada a partir de cualquier cereal (cebada, sorgo, trigo, maíz entre otros) pero normalmente se elige la malta de cebada.

La existencia de la cerveza se remonta, según estudios, a una época comprendida entre los años 4000 y 2300 A.C., en la cultura egipcia; sin embargo, se cree que su fabricación empezó antes, con el desarrollo de las culturas sedentarias por los sumerios en Mesopotamia. (Hernández, 2003, pág. 113)

2.2.4 Clasificación de la Cerveza

Es indudable que la cerveza posee una diversidad tan extraordinaria que clasificarla puede resultar una actividad abrumadora hasta para el experto más versado. Esta complejidad se deriva del hecho de que ella es un producto de múltiples variables, lo cual la hace considerablemente difícil de tipificar. (González, 2017)

A continuación, se exponen algunos criterios de clasificación según “González (2017)”:

- **Según su aspecto:** esta es una categorización basada en los rasgos visuales que presenta una cerveza, como son el color y la turbidez. Para el consumidor tradicional constituye la clasificación más fácil de distinguir. Por ejemplo, puede hablarse de cervezas: rubias, ámbar o negras, así como de turbias o claras.
- **Según su modo de elaboración:** basado en las técnicas específicas que han sido aplicadas durante el proceso de fabricación. Un ejemplo típico lo constituyen las cervezas ahumadas, en las cuales, se permite que el humo de leña impregne de aroma al grano. También, están las cervezas doble malta, que rinden mayor porcentaje de alcohol.
- **Según los ingredientes empleados:** Establece categorías de cervezas considerando los componentes que son utilizados en la fabricación. La malta y el grano de cebada son los ingredientes básicos empleados en la elaboración de cervezas. Sin embargo, por razones técnicas o económicas, suele sustituirse parte de este último por diversos cereales como trigo, avena, centeno o maíz. Cuando solo se emplea malta la cerveza puede denominarse 100% malta. Si en cambio se utilizan granos complementarios son llamadas: cervezas de trigo, cerveza de avena, etc.
- **Según su procedencia:** Corresponde a una clasificación que toma consideración la región geográfica donde es fabricada. En ella se agrupan cervezas alemanas, las belgas, las británicas, las americanas, las escocesas, entre otras. En cada una de estas regiones es habitual que las diferentes comarcas elaboren su propia cerveza con características únicas, lo cual, hace a este sistema de tipificación bastante profuso.

A modo de ejemplo, se puede considerar la cerveza “Pilsner o Pilsen”, la cual, nació en la ciudad de Pilsen, República Checa, y que hoy en día representa el estilo con mayor difusión a nivel global.

- **Según el tipo de fermentación:** Este sistema utiliza un criterio bastante técnico para categorizar cervezas y establece dos grandes grupos definidos de acuerdo a la forma como se realiza la fermentación: Cervezas “Ale” y Cervezas “Lager”. Las primeras se elaboran a relativamente alta temperatura (15 a 25 C°). Las segundas, al contrario, requieren ambientes fríos para su fermentación (4 a 9 C°). En apariencia simple, esta clasificación resulta de gran alcance por cuanto los dos grupos incluyen casi todos los estilos de cerveza existentes. De ahí que este sea el criterio de clasificación más utilizado por los entendidos al momento de hablar sobre categorías o tipos de cerveza.

- o **Cervezas Ale:** Son elaboradas con levaduras que tienden a permanecer cerca de la superficie del mosto al final del proceso fermentativo, de ahí que a estas cervezas se les denomina “de fermentación alta”.

La levadura empleada para este tipo de cerveza es generalmente “*saccharomyces cerevisiae*”, la cual, se utiliza también en fabricación del pan y del vino. Su temperatura óptima para el desarrollo está comprendida entre los 15 y los 25 C°, por lo que se dice con frecuencia que realiza una fermentación “caliente”. Esto permite que puedan ser producidas a temperatura ambiente y no requieran de un ambiente frío. El tiempo de fermentación es relativamente corto, pudiendo ser culminado en una o dos semanas. Debido a estas características, las cervezas tipo “ale” son las más preferidas por los fabricantes artesanales.

Las cervezas catalogadas como “ale” lo son independientemente de su color, graduación, o región geográfica, pero lo que sí las diferencia de las “lager” es su mayor complejidad y una amplia gama de aromas afrutados consecuencia de un alto contenido de ésteres.

Algunos de los estilos más representativos del grupo de las “ales” son las *cervezas de trigo, pale ale, lambic, barley, stout y porter*.

- **De trigo:** Las cervezas de este estilo son elaboradas a base de trigo malteado. Sin embargo, como la malta de trigo no posee las suficientes enzimas que necesitan para transformar el almidón en azúcar, es común, combinarla con malta de cebada para poder lograr la fermentación completa. Muestra un color que va desde dorado pajizo hasta casi blanco.
- **Pale Ale:** Son elaboradas con una porción de maltas pálidas o “pale malt” pero a pesar de ello, pueden variar de color desde el dorado profundo hasta el ámbar. Esto es debido a que el término “pálido” en este caso es relativo. En verdad son pálidas con respecto a los estilos de cervezas muy oscuras que existían cuando aparecieron en 1703.
- **Lambic:** Elaborada sólo en Bélgica, específicamente en la ciudad de Leembek de donde deriva su nombre. Cuatro características básicas definen este estilo:
 - Ser elaborada mediante fermentación espontánea (sin añadir levadura).
 - El proceso de fabricación dura varios años.
 - En lugar de ser aromatizadas con lúpulos que emplean frutas.
 - Se utiliza hasta un 40% del trigo crudo (sin maltear) en su producción.
- **Barley:** También conocido como “barley wine” o “vino de cebada”, como su nombre lo indica, es elaborado a base de cebada. Aunque tiene su origen en la Inglaterra del siglo XIX, es hasta 1903 cuando se identifica con ese nombre. Por su alta graduación (8-12%), y por su conservación en barrica durante meses o años, es considerado por algunos más un vino que una cerveza, si bien, hasta ahí llega la semejanza. Las

cervezas de este estilo muestran una gran complejidad y mucho aroma, así como un dulce sabor y maltoso.

- **Porter:** Se originó en Londres, alrededor de 1722. Debido a las cualidades nutritivas, llegó a convertirse en la bebida preferida de los estibadores portuarios. De ahí proviene su nombre, que en inglés significa “maletero” o “cargador”. En la era moderna, y con el predominio de las lager claras y brillantes, la cerveza porter tuvo una cierta decadencia, llegando casi a su desaparición. Afortunadamente a partir de la década de 1980 el estilo resurgió y hoy goza de una gran popularidad entre los cerveceros artesanales, especialmente en los Estados Unidos.
- **Stout:** En el siglo XVIII, cuando las cervezas “porter” estaban en el auge, el vocablo “stout” (corpulento en inglés) era empleado para denominar aquellas de mayor densidad dentro de la oferta de diferentes establecimientos. Para el declive del uso de la palabra “porter”, se terminó por imponer el término “stout” para todas las cervezas negras, fueran densas o no. La característica más resaltante de las cervezas “stout”, reside en el grado de tostado extremo de las diversas maltas de cebada empleadas en su elaboración. La mayoría alcanza un color negro intenso con una espuma densa y cremosa. El aroma muestra intensas notas de chocolate.
- **Cervezas Lager:** Este es el segundo de los dos grandes grupos de cervezas. A diferencia de las “ales” son elaboradas mediante el empleo de levaduras “*saccharomyces carlsbergensis* (o *pastorianus*)”, las cuales, tienen a descender hasta depositarse en el fondo del tanque, de ahí la expresión “de baja fermentación”. Estas levaduras se fermentan de manera óptima a temperaturas entre 4 y 9 C°, en contraste con las de alta fermentación que lo hacen a temperaturas más altas. Requieren almacenamiento prolongado en tanques fríos luego de la fermentación. Antiguamente este almacenamiento era

realizado en profundas y frías cavernas, lo que dio origen a la denominación “lager”, término proveniente del alemán “lagerm” que significa almacenar. Los estilos más difundidos del grupo “lager” son: *Pilsen, draf, ice, marzen, bock, y rauch*. Dentro de ellos, sin duda, el más comercializado a nivel global es el primero.

- **Pilsen o Pilsner:** Constituye la primera cerveza de baja fermentación dorada y transparente de la historia. Fue elaborada por primera vez en la Ciudad de Pilsen (República Checa) en 1842. Nace como consecuencia de la insatisfacción de un grupo de ciudadanos checos por los rígidos estándares de producción que establecían los fabricantes de la ciudad vecina de Bohemia (cervezas oscuras y densas). Por tal motivo deciden fabricar su propia bebida, más ligera y clara, a la cual, denominaron “cerveza burguesa” como derivación de la fábrica que la elaboraba, la Cervecería Burguesa. Suele tener un contenido alcohólico bajo (3 ó 5 %), con color dorado intenso, y un sabor acentuado pero ligero de cuerpo. Es una de las pocas cervezas elaboradas con su propia y única malta, la malta Pilsen.
- **Draft o Draught:** Es conocida también como cerveza de barril o de sifón, ya que es servida la mayoría de las veces directo desde las pequeñas barricas de acceso utilizadas para su almacenamiento. Involucra un procedimiento de elaboración simple, sin adición de aditivos, filtración ni pasteurizado. Su denominación proviene del inglés “draft”, que significa “tirar del barril con una bomba”. Otra acepción que suele darse de manera errónea a este término es “borrador”, lo cual, en realidad carece de significado cuando se refiere al contexto cervecero. La cerveza “draft” es servida casi exclusivamente en bares, siendo realmente escasa en tiendas. Debido a que contiene levaduras remanentes activas y no ha sido

pasteurizada, el tiempo para su consumo resulta relativamente corto de 4 a 6 semanas.

- **Ice:** Es una cerveza que se caracteriza básicamente por la técnica empleada en su elaboración, la cual consiste en congelarla parcialmente, luego eliminar los cristales de hielo mediante filtración. Esto da origen a un producto con mayor graduación y de un color más brillante, con carácter fuerte y refrescante.
- **Marzen:** El origen de este estilo se halla en la ciudad de Munich (región de Baviera, Alemania). Algunos autores datan su nacimiento con precisión en el año 1872, mientras otros van más allá del tiempo y la ubican en el siglo XVI. Se caracteriza esta cerveza porque es elaborada durante el último mes de invierno – marzo, de donde se deriva su nombre, para ser almacenada en frías cavernas por los meses cálidos del verano. Las cervezas marzen son lager de color bronce cobrizo, con sabor maltoso, mucho cuerpo y más alcohol (5,8 a 6,4 %) que las larger doradas.
- **Bock:** Esta cerveza nace en la ciudad de Einbeck, al norte de Alemania. Algunos autores aseguran que ya se elaboraba para los siglos XIV y XV. Se cree que este estilo tuvo su origen en la necesidad de disponer de una bebida de alta graduación alcohólica durante el tiempo de cuaresma, época en la cual los cristianos se privan de consumir ciertos alimentos como la carne y el vino. Por su fuerza y robustez es asociada universalmente con la imagen del “macho cabrío”, convirtiéndose esta figura en el emblema que la identifica. El grado alcohólico de esta cerveza está por encima de 6%. Su color puede ir desde el dorado hasta el marrón.
- **Rauch:** En la elaboración de estas cervezas se utilizan maltas que literalmente han sido ahumadas sobre ascuas de madera

de haya, lo que ha dado origen al nombre “rauch”, cuyo significado es “ahumado” en alemán. Las maltas empleadas para la fabricación de este estilo suelen mostrar diferentes intensidades y formas de ahumado, lo cual, introduce cierta variabilidad en estas cervezas.

2.2.5 Diferencias entre la “Cerveza Industrial” y la “Cerveza Artesanal”

Los productores de cerveza artesanal han encontrado un nicho de mercado interesante, dado que los conocedores y fanáticos de este líquido han desarrollado con el tiempo un “paladar más exigente” en relación con el sabor original o procesado de la cerveza, por ende, muchos están dispuestos a pagar más por un producto que satisface su experiencia y gustos. (Rojano , 2015, pág. 18)

Por ende, es importante para esta investigación tener claras las diferencias entre la producción de la cerveza artesanal y la producción de cerveza industrial, dado a que potenciar algunos de estos, puede convertirse en una ventaja competitiva, que puede permitir también establecer estrategias de diferenciación y valor agregado.

El siguiente cuadro muestra las diferencias más importantes entre estos dos tipos de cerveza, tanto en su elaboración como en el proceso productivo:

Tabla 2: Diferencias entre la Cerveza “Industrial y la Artesanal”

Cerveza Industrial	Cerveza Artesanal
Elaboración por medio de maquinaria y de forma masiva	Pasión y cuidado en la elaboración, la cual, en ocasiones es a mano.

Cerveza Industrial	Cerveza Artesanal
Se le añaden conservantes no naturales para alargar el tiempo de vida del producto	No utilizan aditivos artificiales
Diferencias en los procesos de molido, filtrado y embotellado, incluso en ocasiones se pasteuriza el producto, afectando las cualidades finales de la bebida.	Las cualidades finales de la bebida se ven mucho menos alteradas, y se tiene un producto final de calidad.
Se elabora bajo procesos controlados al extremo y de forma masiva, muchos de los pasos son realizados por máquinas que controlan cada detalle para producir, esto ayuda a mantener el estándar y reducir gastos.	Son productos mucho más delicados para elaborar y mantener en buen estado, pero tienen notas mucho más atractivas en su sabor, apariencia, color, etc. Pero se debe ser cuidadoso para repetir una fórmula exitosa.
Costo menor	Puede tener un costo mayor, dado que es una cerveza de autor. Desarrollado por un “maestro cervecero” que cuida cada detalle desde la selección de granos hasta el tiempo de maduración.

Fuente: Elaboración propia con información del Libro “Cómo Hacer una Cerveza en Casa”, Rojano, Basilio, 2015; páginas 18, 19,20.

2.2.6 Tipos de establecimientos en relación con la producción de cerveza artesanal

En materia de elaboración de cervezas, el volumen de producción de un establecimiento, sin duda alguna, marca una diferencia fundamental. De ello se deriva la enorme distancia que separa empresas como Guinness, Heineken, Budweis, Corona y las pequeñas fábricas artesanales diseminadas por todo el mundo.

Entre las cervecerías de pequeña producción pueden encontrarse diferentes categorías como son las descritas a continuación. Esta clasificación es solo un esbozo y no tiene carácter universal, pudiendo variar de acuerdo con la apreciación de los diferentes autores (González, 2017):

- **Fábrica casera:** Cualquier entusiasta que elabore cerveza en su casa, empleando utensilios de cocina, con el objeto de destinarla a consumo propio, cae dentro de esta categoría. Los fabricantes de cerveza casera no producen para el comercio, si no para su círculo más próximo de allegados.

El espacio para ellos constituye con frecuencia la cocina, el garaje o el patio trasero. Su volumen de producción está normalmente alrededor de 20 litros por lote.

La mayoría de las veces esos fabricantes caseros emplean kits o pequeños sistemas comerciales que facilitan su labor y que pueden ser adquiridos a través de las tiendas especializadas en suministros para pasatiempos.

La fabricación casera de cerveza se remonta prácticamente a los albores de la humanidad, pero la popularidad que muestra en la actualidad viene a ser una reminiscencia de los años de la Ley seca implantada durante el periodo 1920-1933 en Estados Unidos (Ley Volstead). Durante estos años, muchos produjeron su propia cerveza clandestinamente en forma casera, llegando a desarrollarse la subcultura del “homebrewing”, la cual se ha mantenido vigente y próspera hasta nuestros días.

- **Cervezas Pub:** Estas son pequeñas fábricas asociadas a tabernas o “pubs” que elaboran la mayor parte de la cerveza que ofrecen a los clientes. De forma ocasional, dichas cervecerías forman parte de una cadena de bares, pero, con mayor frecuencia son establecimientos independientes.

Como concepto, el “pub” nace en el Reino Unido, pero se ha extendido a las naciones angloparlantes de Irlanda, Canadá, Australia y Nueva Zelanda.

El prestigio de un “pub” es medido normalmente por la selección de las cervezas de barril y de botella que pueda ofrecer.

- **Cervecería Artesanal o Microcervecería:** Las cervecerías artesanales o microcervecerías son fábricas que producen un volumen limitado de cerveza.

Siempre son mucho más pequeñas que las fábricas corporativas de gran escala y en todos los casos sus dueños son independientes y trabajan a título personal. Se consideran con frecuencia entre aventura comercial y un entretenimiento. Si un cervecero que trabaja en la cocina de su casa consigue acomodarse en un lugar adecuado y exclusivo para su actividad, alcanza a elaborar cantidades interesantes con la calidad sostenida y logra vender su cerveza, se le puede considerar entonces como cervecero artesanal. En general, los microcerveceros no elaboran su propia malta, si no que la compran a proveedores especializados, simplificando enormemente su proceso de fabricación.

Capítulo 3: Marco metodológico

3.1 Tipo de investigación

Esta investigación se compone de la mezcla del enfoque cualitativo y cuantitativo, a tal unión de ambas aristas se conoce como enfoque mixto.

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, estos definen las características del enfoque cuantitativo como: un conjunto de procesos, secuencial y probatorio, cada etapa precede a la siguiente y no podemos “brincar o eludir” pasos, el orden es riguroso, aunque se puede redefinir alguna fase. Parte de una idea, que va acotándose y, una vez delimitada, se derivan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco o una perspectiva teórica”. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010, pág. 4)

Como se puede apreciar este tipo de enfoque usualmente es usado para probar una hipótesis originada mediante la formulación de las preguntas y la determinación de las variables las cuales se deberán probar.

De igual manera, Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio definen las características del enfoque cualitativo: se guía por áreas o temas significativos de investigación, pero en lugar de que la claridad sobre las preguntas de investigación e hipótesis preceda a la recolección y el análisis de los datos (como en la mayoría de los estudios cuantitativos), los estudios cualitativos pueden desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección y el análisis de los datos. (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2010, pág. 7)

El enfoque cualitativo utilizará la recolección de datos sin recaer en una medición numérica para dar respuestas a todas las preguntas previamente planteadas por el investigador o bien los cuestionamientos que se desarrollen cuando se avanza en todo este proceso de recopilar información, clasificarla y afinarla para solucionar todas las encrucijadas.

El enfoque mixto por el cual esta investigación va dirigida implica: recolección, análisis e integración de los datos cualitativos y cuantitativos. Utilizan evidencia de datos numéricos, verbales, textuales, simbólicos y de otras clases para

entender los problemas en las ciencias. (Sampiere, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014)

Bajo esta premisa, las investigaciones mixtas son recopilaciones y convergencia entre los enfoques cualitativos y cuantitativos, de los cuales se busca lograr los objetivos propuestos.

Es importante destacar que lo que conlleva la necesidad de utilizar los métodos mixtos es la naturaleza compleja de la gran mayoría de los fenómenos o problemas de investigación abordados en las distintas ciencias. Estos representan o están constituidos por dos realidades, una objetiva y la otra subjetiva. (Sampiere, Fernandez Collado, & Baptista Lucio, 2014, pág. 536)

Lo anterior puede ser ejemplificado de la siguiente manera: la parte objetiva constituye el mercado de las cervezas artesanales, la infraestructura, productos y cadena de valor de las empresas generadoras de cerveza; por otro lado, se encuentra lo subjetivo, es decir, aquello que no se encuentra explícito dentro del mercado como lo representan tendencias, comportamientos, consumos y perfiles de los consumidores y clientes del mercado.

3.1.1 Finalidad (Teórico y/o aplicada)

La finalidad de la investigación representará un importante aporte en el campo de la administración y el negocio de las PYMES. Cabe mencionar que la finalidad teórica constituye la generación de nuevo conocimiento a partir de una depuración del mismo, mientras que la finalidad aplicada consiste en resolver problemas prácticos y los convierte en soluciones para un mejor entendimiento del objetivo alcanzar.

La investigación teórica es aquella actividad orientada a la búsqueda de nuevos conocimientos y campos de investigación, para crear un cuerpo de conocimiento teórico en algún campo de la ciencia, en cambio la investigación aplicada tiene la finalidad de resolver problemas prácticos, para transformar las condiciones de un hecho que nos preocupa. (Barrantes, 2014, pág. 64)

Una vez realizada la distinción de las finalidades, se puede argumentar que la finalidad se enfoca en la aplicada, ya que se busca aportar en estudios financieros en las PYMES puesto que se afirma que actualmente no existen tales insumos para las tomas de decisiones financieras y análisis de los negocios.

Adicionalmente, se pretende que la investigación incida en la toma de medidas de prevención dentro de estudios viabilidad financiera referida a grandes inversiones que no cuentan con el aval técnico y financiero para su financiamiento.

Es por esto que la finalidad aplicada que aspira la investigación identifica una problemática clara y busca una solución concreta ante la situación definida en las PYMES, incluye la creación de un análisis financiero apto para una mejor toma de decisiones dentro del mercado de la cerveza artesanal.

3.1.2 Dimensión temporal (Transversal / longitudinal)

La dimensión puede ser desde dos enfoques: la transversal y la longitudinal. La transversal estudia aspectos del desarrollo de los sujetos y de los temas en un momento dado. Es decir, “acortar” el tiempo, en sentido metafórico, para investigar un tema específico y a profundidad en un momento específico. Para la investigación transversal, lo más importante es poder analizar y comprender el tema de estudio en profundidad; es decir, en detalle, más que el analizar el comportamiento del tema a lo largo del tiempo. (Barrantes, 2014, pág. 64)

La longitudinal, en cambio, analiza el desarrollo del tema investigado, tanto en diversos momentos como a lo largo del tiempo; todo con el fin de poder identificar y comparar los diversos comportamientos del tema conforme pasa el tiempo. (Barrantes, 2014, pág. 86)

Para este caso, la dimensión longitudinal responde a la investigación debido a que el eje central responde al cambio histórico donde se desarrollan los principales acontecimientos del negocio de las PYMES en el mercado de la cerveza artesanal. Tales cambios involucran aspectos relacionados con el marco de legalidad costarricense y otros elementos inmersos dentro del contexto nacional que incide en el mercado.

3.1.3 Marco (Mega- macro- micro)

El tamaño de la investigación relacionado con la magnitud y extensión de los diferentes componentes que lo conforman es el marco de la misma, esta puede ser: mega, macro o micro. Dependerá del tipo de investigación y los elementos que incluyen datos para así definirla.

Para este caso, el marco micro responde a la necesidad investigativa del mercado artesanal de la cerveza dentro de las PYMES, ya que involucra distintos negocios de estos productos que funcionan como insumos de fuente primaria para obtener datos que enriquezcan la investigación dentro de un mercado selecto de negocio.

3.1.4 Naturaleza (Cuantitativa y/o cualitativa)

La naturaleza investigativa se conforma de elementos cuantitativos y cualitativos que convergen en un enfoque mixto. Debido a que no solo se va a considerar un solo tipo de naturaleza, sino que se busca una mayor visión en el criterio de investigación.

Esto ya que la naturaleza mixta proporciona un enfoque más integral y mejora la comprensión de las variables por investigar, además brinda una recopilación y análisis de ambas aristas para la obtención de un resultado más amplio y enriquecedor.

3.1.5 Carácter (Exploratoria, descriptiva, correlacional o explicativa)

El carácter de la investigación es la exploratoria ya que constituye un aporte considerado como nuevo e innovador dentro del marco investigativo de las PYMES relacionadas al mercado de la cerveza artesanal. En el apartado anterior, se mencionó que las investigaciones relacionadas con PYMES y cervezas artesanales son pocas, por lo que la presente investigación es relevante para el campo

mencionado y proporciona un marco de referencia para futuras investigaciones o negocios.

3.2 Sujetos y fuentes de información

3.2.1 Sujetos

Como parte sustantiva, los sujetos y las fuentes de información constituyen el pilar fundamental investigativo dentro de los proyectos. Los sujetos son definidos como aquellas personas físicas o corporativas que brindarán información. Debe especificarse con claridad cuál es la población o universo y la muestra que se utilizara en cada caso. (Barrantes, 2014, pág. 124)

Un concepto importante es la muestra la cual está conformada por el total de individuos con los que se realizó la investigación en la práctica, esta muestra, al ser una investigación mixta es de un tipo no probabilístico. Ya que fueron seleccionados criterios de selección previos para que pudieran ser sujetos y fuentes de información.

Estos criterios principalmente se centran en negocios que comercialicen cervezas artesanales y que se encarguen tanto de su preparación como ventas, estos representan elementos de juicio cruciales para la obtención de insumos que proporcionarían datos relevantes para el objetivo de la investigación.

3.2.2 Primera mano

Para llevar a cabo la detección de la información puedo hacer uso de fuentes primarias o directas, ósea, las que me proporcionan información de primera mano, de fuentes secundarias, que son compilaciones, resúmenes y listados de referencias publicadas en un área del conocimiento y a fuentes terciarias que son documentos que compendian nombres y títulos de publicaciones periódicas, boletines. (Barrantes, 2014, pág. 127)

Basado en lo anterior, la investigación realiza una búsqueda de documentación pertinente que permita brindar un primer acercamiento con el tema

de las PYMES y el negocio cerveza artesanal. Se realiza una investigación bibliográfica de trabajos finales de graduación y otros trabajos pertinentes a la temática por trabajar.

3.2.3 Segunda mano

Como fuente de segunda mano se hace referencia aquellos estudios o consultas vía web que complementan el trabajo buscado con las fuentes primarias. Tales fuentes se indican dentro de la bibliografía y se refieren a materiales de consulta sobre PYMES y cerveza artesanal.

3.3 Selección del muestreo

Es pertinente aclarar que una muestra es el subconjunto de la población, pocas veces podrá medirse a toda la población, por eso se tiene que trabajar con base en muestras, que deben ser el reflejo fiel de la población. Por eso, deben ser representativas. Decir que una muestra es al azar o aleatoria, no dice el tipo de muestra, sino el procedimiento mecánico con la selección de los elementos. (Barrantes, 2014, págs. 183, 184)

Aunado a lo anterior, es importante también aclarar que “existen tres circunstancias concretas en las que no podemos estudiar a la población y en ese caso tendremos que recurrir al estudio de una muestra. Estas tres circunstancias son: primero, cuando la población es desconocida; segundo, cuando la población es inaccesible y tercero, cuando la población es inalcanzable (Supo, 2014, pág. 3)

Por consiguiente, la muestra la constituyen un total de 6 de los negocios y establecimientos que laboran con productos de cerveza artesanal, ya que para efectos de esta investigación la población total es inalcanzable e indefinidamente, ya que no existe un dato numérico que mediante algún estudio previo de indique cuántos fabricantes de cerveza artesanal existen en Costa Rica, también se solicitó información

al Instituto Nacional de Estadística y Censos, pero estos indicaron que de igual manera no existe algún tipo de indicador que se pueda suministrar, todo esto declinó a la elección de esta población, la cual está constituida por los establecimientos y negocios que se dedican a la producción, venta, comercialización y distribución de cerveza artesanal, esto con el fin de tener la opinión de los expertos de la materia de la elaboración, comercialización o en su efecto provee los materiales necesarios.

Es necesario aclarar reiterar los 6 esto, pues la población en general no estaba dispuestos a brindar información, ya que estos dueños de las empresas consideraron que si colaboraban en estas entrevistas pudieran tener un efecto negativo ya que se puede filtrar información sensible que atente contra sus intereses tanto económicos, reputaciones, entre otros, adicional se seleccionaron estos sitios ya que se había realizado una exploración previa de manera de cuáles son los lugares que ofrecen este producto por lo cual se dio a la tarea de recorrer estas zonas.

3.3.1 Probabilística o no probabilística

Las muestras pueden clasificarse en dos grandes grupos: las probabilísticas y las no probabilísticas. Las probabilísticas son aquellas en que todos los elementos de la población tienen la misma posibilidad de ser escogidos y las no probabilísticas es cuando la selección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de otras causas relacionadas con el investigador o el estadígrafo. El procedimiento de relación no es mecánico ni responde a una fórmula, sino que la decisión depende de una persona o grupo de personas. La elección de uno u otro depende del tipo de investigación, del esquema del investigador y de la proyección que ésta pretenda dar. (Barrantes, 2014, pág. 184)

Para este caso, la muestra no probabilística constituye el eje central del muestreo. Ya que se definieron criterios de selección tales productos o servicio por comercializar, es decir, solo los negocios que promuevan la venta, distribución, comercialización y elaboración de cervezas artesanales son objetivo de estudio para

la investigación, lo cual representa una muestra no probabilística dentro de la población definida.

Por otra parte, se utilizó la técnica de muestreo no probabilística denominada: "Muestreo por conveniencia". El muestreo por conveniencia recibe diversos nombres, como, por ejemplo: deliberado, porque no hay ningún procedimiento, ninguna acción ni razón; en suma, no hay ninguna forma de seleccionar la muestra, es simplemente deliberado. (Supo, 2014, pág. 55)

Por lo que se indicó en la sección anterior, la muestra constituye un total de 6 establecimientos que tienen experiencia en la elaboración, comercialización, venta y distribución de cerveza artesanal, esto basado en la técnica de muestreo por conveniencia considerándose así expertos en la materia.

3.4 Técnicas e instrumentos para recolectar información

Para recolectar información y para alcanzar los objetivos propuestos, confirmar o rechazar las hipótesis planteadas, se requiere de una serie de datos, los cuales nos permitan llegar al conocimiento. La recolección de datos es un proceso tan importante y requiere de prudencia, paciencia y orden. Esto implica la necesidad de utilizar instrumentos capaces de captarlos tal cual son, con sus medidas apropiadas y su exacto valor (Barrantes, 2014, pág. 193)

Estos instrumentos resultan de vital importancia para la investigación ya que implican el principal insumo de información que sirve para el análisis de variables y demás objetivos que se pretenden alcanzar.

Entre los instrumentos que se pueden utilizar en este proceso están las escalas, los cuestionarios, las entrevistas, las hojas de registro, el análisis de contenido. Pero también puede acudir a archivos, el análisis de redes (para las comunicaciones), las escalas multidimensionales. (Barrantes, 2014, pág. 195)

Para este caso, el principal instrumento a utilizar es la encuesta oral conocida como entrevista. Será aplicada bajo el enfoque no probabilístico y de acuerdo con criterios de selección establecidos dentro del mercado de la cerveza artesanal. Los

encuestados serán dueños y trabajadores de negocios que comercializan la cerveza artesanal, tales son: Ticobirra, Aguzotes, la República, Stiefel Pub, entre otros.

Capítulo 4: Análisis e interpretación de datos

4.1 Diagnostico de los datos

4.1.1 Descripción de los datos

Para este apartado se procederá a la recopilación de la información necesaria y requerida con el fin de poder desarrollar los objetivos específicos que previamente se plantearon en aras de tener resultados que puedan reflejar la perspectiva del entorno de la cerveza artesanal en Costa Rica y poder determinar si es viable o no realizar una inversión económica sustentado por estos tres estudios, los cuales son de mercado, técnico y económico.

4.2 Estudio del Mercado

Debido a la necesidad de conocer el entorno compuesto por los diferentes competidores, gustos y preferencias del consumidor final y para tener una noción más clara y acertada a la realidad de este mercado, se realizó una serie de entrevistas de modo presencial a diferentes empresas que producción y/o comercializan cerveza artesanal, cabe destacar que todas estas instituciones están bajo el marco de la legalidad, es decir que cuentan debidamente inscritas ante las entidades gubernamentales y cumplen sus responsabilidades como lo es reportar sus ingresos a hacienda con su respectivo pago de tributos, mantener en regla todos los permisos entre otros puntos. Adicional a esto, se entrevistó a el proveedor más grande de Costa Rica de materia prima para la elaboración de la cerveza artesanal tanto en maquinaria como en insumos, esta empresa debido a su buena oferta que realiza se ha generado en casi un monopolio por la demanda de los clientes, ya que al ser un proveedor tan especializado con una cantidad de años operando, han convertido en la empresa líder en este nicho de mercado gracia a toda su experiencia y generando una cantidad de clientes con una fidelidad de marca que cada vez aumenta. Por esta razón, se procedió a realizar una serie de entrevistas a las partes involucradas en este negocio con el fin de poder tener la suficiente información necesaria para poder sustentar el estudio de mercado que se planteó y

ayudar así a tener una visión más clara a los requerimientos por parte de los consumidores que se transformaran mediante los gustos y preferencias de los cliente en una demanda potencial dando la oportunidad de plantear la idea de que este este negocio es rentable o no con la situación actual.

4.2.1 Agüizotes Gastro Pub, Calle 33 Barrio Escalante:

En este sitio ubicado en San José, se entrevistó al señor Víctor Hernández, quien labora para “Bar Restaurante Agüizotes” el día el 29 de marzo del 2019 a las 3 pm, en dicho establecimiento se ubicado en la zona gourmet de Barrio Escalante, desde hace un mes aproximadamente Víctor Hernández fue ubicado en el puesto de bartender, en reconocimiento a su desempeño en otras labores afines. La entrevista aplicada fue semiestructurada, donde arrojó datos importantes sobre el negocio.

Según Hernández, el patrón de consumo de la cerveza artesanal basado en diez personas corresponde a que de cuatro-cinco personas consumen el producto. De ellos, la mayoría se concentra en edades de los veinte a los veinticinco años aproximadamente. Adicionalmente, se indicó que el consumo no es usual para acompañar alimentos sino solamente para consumir en el bar.

En Agüizotes Gastro Pub no se producen cervezas artesanales, solo son comercializadas. Según datos proporcionados se solicitan de uno a dos estañones cilíndricos conocidos como “kegs” cada quince días. El precio de la cerveza artesanal ronda los mil quinientos colones hasta los dos mil colones.

Para que el producto sea distribuido en el Bar los requisitos que se solicitan son relacionados con: sabor, imagen, detalles de diferenciación y apariencia. Todos ellos son identificados previamente para poder contar con el aval y consentimiento para su distribución.

Un aspecto importante que destacar es la falta de cultura y sensibilización que existe con respecto a las cervezas artesanales, la falta de costumbre ante el sabor y aroma, resultan importantes en el paladar del consumidor. Esto provoca que

el mercado de cervezas artesanales no sea objeto de popularización entre los perfiles de los consumidores.

De esta entrevista se concluye, que es necesario una estrategia de comercialización de las bebidas de cerveza artesanal, pues la población no se encuentra sensibilizada al consumo de estos productos y se requiere un mejor manejo de los servicios para así lograr un mayor consumo y mejor posicionamiento de la cerveza artesanal en el negocio.

4.2.2 La República Casa Cervecera, Sabana, San José:

En este lugar se entrevistó a Diana Abarca quien labora para la República desde hace cinco meses como bartender en este establecimiento, igualmente, la entrevista fue semiestructurada, complementa la anterior y fue efectuada el día 29 de marzo a las 5pm.

La señorita Abarca detalla que la edad del perfil de consumo se concentra en veinte años en adelante, donde normalmente se acompaña de alimentos y no propiamente del consumo solo. Sin embargo, se coincide con los datos arrojados en Agüizotes Gastro Pub, donde se confirma que al consumidor le hace falta conocimiento sobre el mercado artesanal, ya que solo se enfoca en lo tradicional.

Además, indica que en la República Casa Cervecera se produce cerveza artesanal y también se distribuyen otros productos. “Es más popular consumirlo de barriles” indica la señorita Abarca, además que el precio influye en los consumidores. Sin embargo, hace énfasis en que el mercado artesanal de cerveza debe ser más conocido y popular entre el público meta, para un mejor consumo y aceptación de los consumidores.

En cuanto a los precios en este local rondan entre el vaso pequeño de vidrio de cualquier cerveza artesanal de la casa en 1700 colones y también ofrecen una presentación en una jarra de vidrio que aumenta la capacidad en el doble llegando a tener 700ml por un precio de 3300 colones, también ofrecen una gama amplia de sabores como lo son de temporada, en el menú suministrado a cada cliente se encuentra el detalle de cada cerveza disponible que va desde la composición de

cada bebida, sus características en cuanto al sabor, aroma, porcentaje de alcohol y otras características que ayuden a los clientes a tener una noción más clara de lo que ellos deseen probar, además, ofrecen un menú de comida amplio al estilo de un “sport bar” los cuales hacen recomendación del tipo de alimentos que el cliente opte por consumir con su respectiva cerveza para así lograr una mejor experiencia con su bebida alcohólica sugerida por las personas que trabajan en este local.

Otra característica que llama poderosamente la atención de este local es que cuenta dentro del bar una sala con paredes de vidrios los cuales dejan ver el paso a paso que realiza la persona encargada en realizar las cervezas artesanales de la casa, dando así una mayor tranquilidad por parte de los consumidores al saber cuál es el proceso que lleva la elaboración de la cerveza como también las normas de salubridad.

Para este lugar de comercialización, destaca que el producto posee una mayor variedad de sabores y presentaciones, lo que distingue en el servicio y entrega de cerveza artesanal. Suele ser utilizado como complemento a los servicios de comida y no solamente para consumo único del producto, además del espacio que posee el comercio para observar el proceso de elaboración de la cerveza artesanal.

4.2.3 Ticobirra, San Rafael de Escazú

El día 16 de Marzo del 2019 a las 11 am se visitó el establecimiento de Ticobirra, ya que para los intereses de esta investigación es de suma importancia recopilar información sobre la perspectiva del proveedor de todos los insumos requeridos para la elaboración de la cerveza artesana, pues sin duda esta empresa fue pionero en el mercado de distribución y asesoramientos de todo lo referente a la elaboración y/o fabricación de la cerveza artesanal en Costa Rica, ya que aparte de la gran gama de productos que estos tienen a su disposición se han logrado posicionar en el mercado a tal punto que se ha creado casi un monopolio, en muchos establecimientos que se dedican a este entorno de negocio solo compran

los insumos y se asesoran en Ticobirra, cuentan con dos locales ubicados en Escazú y en Curridabat para poder abarcar mayor cantidad de público meta.

Para esta entrevista se logró contactar con Andrés González lleva un año y cuatro meses trabajando para Ticobirra el cual era el encargado del local ubicado en San Rafael de Escazú, la entrevista fue semiestructurada y se arrojó información importante. Este lugar corresponde al primer establecimiento que provee de materia prima en el mercado de la cerveza artesanal. Este negocio lleva siete años en el mercado.

En este establecimiento como tal proveen materia prima como lo son: malta, levadura, lúpulo y equipo como: ollas, quemadores, hidrómetros, termómetros. Todos estos productos son importados de Bélgica, China y Estados Unidos de América. Sin embargo, el señor González informa que en ocasiones experimentan dificultades con los proveedores más que todo con los diferentes tipos de maltas empleadas para poder elaborar cerveza artesanal, ya que los cuales como son importados de otros países pueden ser retenidos en aduanas afectando el tiempo de espera que deben tener en cuenta los clientes que deseen suplir sus inventario, es por esta razón que ellos cuentan con una página web que les facilita la compra o encargo de estos suministros con el fin de realizar los pedidos en el caso de ser necesario lo antes posible y evitar el desabastecimiento. No obstante, se observó que en el local ubicado en Escazú cuentan con una cantidad enorme grados, variedades de lúpulos, levaduras y entre otros materiales con el fin de mitigar el riesgo de que no puedan completar un pedido con un cliente.

González afirma que desde hace cuatro años a la actualidad el Mercado de cerveza artesanal va creciendo en aumento y con esto los cerveceros caseros influyen en la producción de los productos. Por otro lado, en este local todos los encargados están en constante capacitación, ya que cuentan con el conocimiento necesario para poder guiar a los clientes en todas las dudas o consultas acerca de los diferentes productos que estos cuentan para así atender de una manera oportuna y orientar a los consumidores para que estos puedan sacar el mayor rendimiento a la cerveza artesanal que posteriormente deseen elaborar.

Ticobirra representa un importante negocio para la apertura en el mercado de la cerveza artesanal, ya que logra incidir en los productos que se requieren para iniciar un negocio o bien para diversificar los ya existentes. Además de proveer materia prima son pioneros en asesorías y capacitaciones para los productores y comerciantes. Ellos logran un impacto en los negocios y permiten disponer de herramientas para elaboración, distribución y comercialización del producto de cerveza artesanal.

4.2.4 Stiefel Pub, San José Centro:

Como es habitual para la conmemoración del aniversario del Barrio Amón ubicado en San José, se realizó la V edición del festival Cultural de dicho lugar el día 2 de Marzo del 2019, para este evento una gran cantidad de actividades propuestas por las diferentes organización y dueños de los diferentes comercios ubicados en esta zona, es por esta razón que la administración del Pub Stiefel tomaron la decisión de aperturar un curso gratuito y abierto a todo el público de cómo elaborar cerveza artesanal, en el cual ellos brindaron un espacio para que no solo se conozca todas las etapas de fabricación, si no que dieron una degustación de diferentes tipos de bebidas entre las cuales las que más destacaron fueron las cerveza artesanal con sabor a cas y a mango, estas son de temporada y altamente atractivas por los clientes que se encontraban en este local, además se podía hacer cualquier tipo de pregunta referente a las diferentes fases para así con esta acción compartir el conocimiento forjado por todos los años que cuentan esta empresa en la elaboración de cerveza artesanal, entre puntos como materiales empleados, técnicas de fabricación, usos de instrumentos, limpieza de los diferentes componentes, control y mitigación de desperdicios, consejos para el almacenamiento del producto terminado pero que se deba guardar para que se produzca la fermentación, entre otros puntos importantes.

En este lugar el entrevistado no brindó su nombre completo, indicó que se llamara "Yasser". La entrevista arrojó información como que el negocio de la cerveza artesanal es rentable y de gran crecimiento, ya que los gustos de los clientes son

variados relacionados a las cantidades de alcohol y amargura en los distintos sabores. Además, se indicó que el principal reto es el factor económico para la preparación y distribución.

El perfil del consumidor ronda los veinte hasta treinta años. Pero se indicó que el principal obstáculo es la desinformación de las personas con respecto al negocio. Se menciona que los consumidores prefieren el consumo del producto directamente del barril, ya que se considera que se mejora la experiencia de la cerveza artesanal.

Stiefel Pub maneja una gama de productos durante todo el año y adicionalmente una gama por temporada, esto con el fin de generar una mayor atracción para los clientes relacionados con los productos de cantidad limitada y poder alcanzar una fidelidad de las personas consumidoras.

El Pub dentro de sus productos cuenta con una “tabla” de varias cervezas artesanales ofreciendo así la posibilidad de degustación de las diferentes líneas de cerveza que ofrecen la cual tiene un precio de ¢4000 ya que se degustan 6 tipos de cervezas artesanales pero servidas en vasos de vidrios con menor capacidad a un vaso normal. Por otro lado, en cuanto al precio de estas bebidas, inician desde los ¢2000 por vaso hasta los ¢3000 para las cervezas más exclusivas o las que se cuenta con menos cantidad disponible.

Como valor agregado este establecimiento participa constantemente en los concursos de cerveza artesanal con el fin de poder dar a conocer sus productos y lograr así un mejor una mayor exposición en este mercado, adicionalmente ofrecen talleres en el centro de la capital para mostrar a los consumidores diferentes opciones de degustación y conocimiento de la preparación de la cerveza.

Este negocio aporta una importante experiencia al intentar llevar a conocer sus procesos de elaboración y fabricación de cerveza artesanal a sus consumidores y buscar una mayor sensibilización con estos talleres que realizan. Además, es relevante que para el consumo de cerveza artesanal sea de preferencia directamente del barril, ya que dicha característica es distintiva en los negocios donde se comercializan bebidas artesanales.

4.2.5 Beer Factory, Barrio Escalante, San José:

El día 29 de marzo del 2019 alrededor de la 1p.m. se ingresó a este establecimiento para realizar una entrevista formal y obtener información acerca de la comercialización de la cerveza artesanal, no obstante, se negaron a brindar información sobre el este negocio ya que según su opinión los datos proporcionados podrían afectar los intereses de su negocio porque quieren acaparar la mayor cantidad de proporción en el mercado.

Sin embargo, se pudo observar que en este lugar venden cerveza artesanal de otros fabricantes en botellas de vidrio y en “Kegs” o bien estañones cilíndricos, también ellos producen su línea de cerveza la cual es muy degustada por los clientes ya que durante el tiempo de estancia en este establecimiento que fue 1 hora con 20 minutos pude descubrir que había un patrón de consumo el cual consta de cada cinco de diez personas consumían cerveza artesanal fabricada de en este lugar y también dos de tres personas consumían cerveza con comida.

En cuanto a los precios la más barata que se puede conseguir sería en ¢2.950 a ¢3.950 por copa o vaso, por su lado cuentan con un porcentaje de alcohol que va desde los 4% a llegar incluso al 8% siendo una de las más altas encontradas, cuentan con diferentes tipos de cerveza en cuanto al sabor, desde amargas hasta la tipo lager que sería como una imperial o Pilsen adicional a esto cuentan con diferentes texturas que pueden ser más o menos espesas e inclusive una de color rojo también ofrecen la oportunidad de degustar antes la cerveza que se desee comprar mediante una muestra en un vaso mucho más pequeño pero que permite apreciar las cualidades como lo pueden ser el sabor, color, aroma y cantidad de alcohol presente para así estar seguros de que se vaya a disfrutar a cabalidad y no desperdiciar este producto.

Pese a que en este lugar no obtuve una entrevista como tal podemos concluir que en este local aparte de comercializar cerveza artesanal también la fabrican, dando así una mayor rentabilidad, como este local está en una zona gastronómica muy concurrida como lo es barrio Escalante los precios relacionados con las bebidas y comida tiende a ser elevado los clientes.

4.2.6 Florida Bebidas, Cervecería de Costa Rica:

El día 13 de abril de 2019 se procedió a entrevistar al señor Carlos Rojas ingeniero químico quien labora para el Departamento de Producción de Florida Bebidas desde hace cuatro años. Durante la entrevista se lograron recabar datos importantes que apoyan la investigación.

El tema de la cerveza artesanal es muy nuevo y el rango de edad es relativo. Se venden en bares como Escalante, playas como Tamarindo, entre otros. Incluye gente joven desde los veintidós hasta treinta años. Estas edades son relacionadas con el poder adquisitivo de los consumidores y el nivel de vida que tengan. Ya después de los cuarenta, las personas dejan de consumir cerveza artesanal. Sin embargo, un dato importante corresponde a que en Estados Unidos de América el rango de consumo está dentro de los treinta y cuarenta años, siendo muy diferente el comportamiento es nuestro país.

El precio es un tema importante para considerar, debe ser sostenible para la empresa y razonable para los clientes. El rango anda de 2000 colones en adelante. El precio debe estar acorde con el mercado, pero debe ser equilibrado y debe lograr cubrir los costos de producción y distribución.

Las grandes empresas de cerveza artesanal no compiten con la Cervecería, por ejemplo, sino que se complementan. La cerveza no es para tomarla en cantidad, pero es un negocio rentable para estos negocios como la Cervecería

La Empresa que se dedique tiene que tener claro el nicho donde desee que se ubique el negocio, Contemplando envasando en barriles en lugar de botellas, todo esto va ligado a lo que la empresa quiere, su capacidad y lo que el negocio necesite. Posteriormente, ya más adelante se podrían considerar el embotellamiento con marcas establecidas y definidas previas en su comercialización

Para que la gente consuma cerveza artesanal, se debe conocer e informar al cliente como un producto alternativo, cuál es la diferencia de tomar ambas cervezas. Las empresas deben buscar reducir costos para que se vea evidenciado en el

producto, pero solo en el precio no calidad, bajar los precios para que sea más accesible.

Si existe un mercado para la cerveza artesanal, se diversificó el mercado en supermercados y negocios. Es un país con buenos recursos, ya que se considera como “cervecero”. Se deben hacer estudios de mercado y pruebas de campo para la cerveza artesanal. Para ser aceptada se debe fijar en los gustos y preferencias de los clientes. Estas cervezas van ligada a las experiencias que se cuentan cuando se empiezan a tomar, ya sea solas o acompañadas con comida. La cerveza debe ser constante en su sabor, debe ser diferente a las demás, debe contar una historia, un valor agregado.

Los precios deben ser más accesibles, se debe conocer más del negocio de la cerveza artesanal, se debe contar con una estrategia de captación y atracción de clientes de cerveza artesanal. Se trata de crear consumidores inteligentes, que no se basan en cantidad de cervezas ingeridas, sino que en la calidad del consumo de dos cervezas.

Dentro de la entrevista, es claro el papel que tiene la cerveza artesanal y que debe ser incentivado por sus productos guiado por una buena estrategia de mercado donde se busque una mejor elaboración y comercialización de los productos. Se debe optar por una búsqueda de sensibilización para promover la atracción de mayores consumidores dentro del mercado.

4.3 Estudio Técnico

Para realizar el presente estudio técnico se realizará una breve explicación de todos los conceptos referentes la fabricación de la cerveza artesanal y se evaluará si es viable o no desarrollar esta actividad en Costa Rica mediante una investigación que arroje un resultado en el cual se pueda determinar si es posible obtener todos los insumos necesarios, herramientas y capacidad necesaria para lograr con éxito culminar todo este proceso para que el proyecto de incursionar en este mercado sea teóricamente posible o bien si se deben tomar medidas

necesarias para cerrar las posibles brechas que puedan interferir en el desarrollo de la cerveza artesanal.

4.3.1 Elaboración de la cerveza artesanal

Se entiende que para que una cerveza se considere artesanal debe de cumplir el requisito que no se usen algún tipo de conservante, colorante o ningún otro tipo de químico usado en todo el proceso de fabricación, ya que la base de esta elaboración se compone de:

1. Levadura
2. Agua
3. Lúpulo
4. Y la malta (la cual puede ser de trigo, cebada o arroz).

Existen fundamentalmente dos grandes tipos de cerveza, de acuerdo con el tipo de levadura que se usa:

-Las cervezas tipo lager, elaboradas con levadura de floculación baja

-Las cervezas tipo ale, elaboradas con levaduras de floculación alta.

(Hernández, 2003, pág. 114)

Es necesario diferenciar los tipos de cerveza en el mundo de acuerdo con sus nombres y características que son detalladas a continuación:

Tabla 3: Distintos tipos de cerveza en el mundo: sus nombres y características

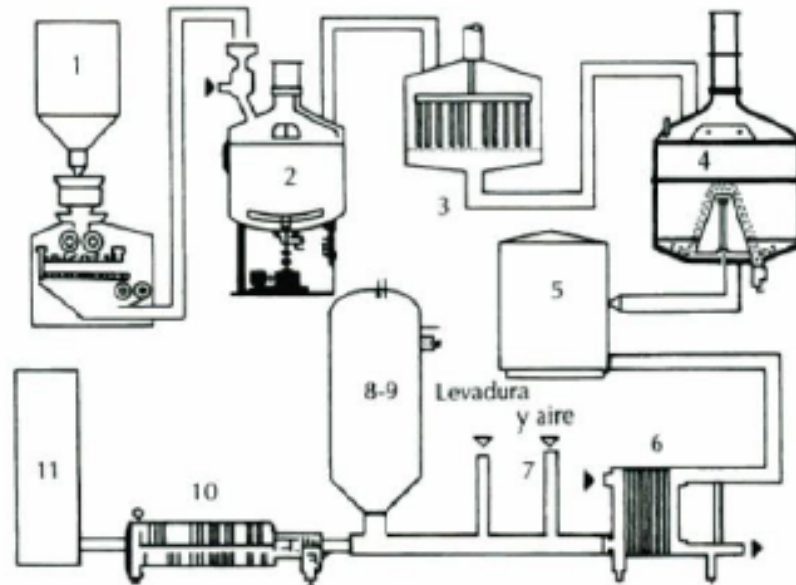
Tipo de cerveza	Características
	<i>Lager</i>
Pilsener, Hell o Pale	Clara, mucho lúpulo, seca, poco cuerpo
Dortlmunder	Igual que la pilsener, pero con menos lúpulo y sabor más suave

Munich, Dunkel o Dark	Oscura, sabor intenso, aromática, poco lúpulo, poco amarga, dulce, mucho cuerpo
Bock, Marzen o Marzenbier	Igual que la Munich, pero con más alcohol
	<i>Ale</i>
Pale Ale	Clara, mucho lúpulo, seca, muy amarga
Brown Ale	Oscura, poco lúpulo, dulce
Bittter	Clara, mucho lúpulo, mucho cuerpo (pale ale de barril)
Mild Ale	Semioscura, dulce, poca densa, amarga
Stout o Porter	Muy oscura, mucho cuerpo, mucho lúpulo, amarga, dulce o seca

Fuente: **Fuente especificada no válida.**

A continuación, se puede apreciar un diagrama de proceso de la cerveza industrial, podemos notar que no existe mucha variación en comparación con la elaboración de la cerveza artesanal, ya que los cambios se centran en los insumos necesarios para crear el producto final.

Ilustración 1: Diagrama de proceso de elaboración de cerveza



Fuente: Diagrama del proceso de elaboración de la cerveza industrial (Hernández, 2003, pág. 118)

Tabla 4: Etapas del proceso de elaboración de cerveza y el equipo requerido.

#	Etapa	Equipo
1	Moliendo de la malta	Molino
2	Maceración	Ollas de maceración
3	Filtración del mosto	Filtro (Lauter)
4	Ebullición del mosto	Olla de ebullición
5	Separación de los precipitados	Whirlpool
6	Enfriamiento del mosto	Enfriador de placas
7	Inoculación de la levadura (y aireación del mosto)	Tuberías
8	Fermentación	Tanques de fermentación

9	Maduración	Tanques de maduración
10	Filtración	Filtro de cerveza
11	Envasado	Línea de envasado

Fuente: (Hernández, 2003, pág. 118)

Según el sitio web Cervezas Enigma, el proceso elaboración de la cerveza artesanal se puede enumerar en varias fases, las cuales serán detalladas a continuación:

A. Molienda de la malta:

Esta fase consiste en tomar todo el grano de los diferentes tipos de malta para proceder a desmenuzarlo procurando cuidar en la medida de lo posible conservar la cascara o envoltura para así lograr formar la pulverización de la harina, usualmente la malta es comprimida en cilindros del molino de grano para conservar la cascara que más adelante se usara como especie de filtro en la etapa de clarificación.

B. Maceración:

La maceración es uno de los pasos más importantes a la hora de la elaboración de la cerveza ya que se extrae el resultado de la malta, procurando obtener la mayor cantidad de concentrado y de mejor calidad todo esto relacionado a el tipo de producto que se quiere elaborar. Se mezcla la malta resultante que esta molida con agua a una temperatura entre 60° y 70° centígrados (esto dependiendo del tipo de que se empleara en el proceso). La maceración tiene un tiempo aproximado de entre una a dos horas y el resultado es un mosto azucarado, para esto el agua se debe calentar y mantener la temperatura, la relevancia de esta etapa es que se puede dese puede elegir el grado de concentración de alcohol como también el cuerpo que obtendrá la cerveza una vez se termine toda la elaboración ya que dará más o menos azúcares fermentables que se pueden transformar

mediante en la fermentación en alcohol de igual manera el resultado dará más o menos azúcares no fermentables los que aportaran en el cuerpo y características finales que caracterizaran a la cerveza. Se necesitarán varias enzimas para poder desdoblar el almidón contenido en la marta de azúcares.

C. Separación y agotamiento del bagazo:

Una vez ya se hayan disuelto los materiales solubles de la malta y transformando el almidón en azúcares es estrictamente necesario el mosto de la parte insoluble de la malta la cual es llamada como bagazo, para realizar esto se debe cumplir dos fases en el lauter al que es enviado el mosto y bagazo después de la maceración en el macerador- hervidor. Como primera fase mediante el recirculado de esta mezcla a través de la cama de bagazo se procederá a separar y lograr clarificar el mosto logrando así que se deposite en el fondo ranurado del lauter, seguidamente cuando el mosto este completamente clarificado se enviara de nuevo al macerador-hervidor para continuar con el lavado del extracto resultante ya que aún se está reteniendo el bagazo, (este último se puede volver a reutilizar para maximizar la cantidad de cerveza que se puede obtener mediante el mismo concentrando) mediante la aplicación directa de agua caliente, será de nuevo enviado al macerador-hervidor para la siguiente etapa.

D. Ebullición / Lupulización:

La finalidad de esta fase es estabilizar enzimática y microbiológicamente el mosto y lograr coagular las proteínas, por otra parte, el esterilizar el mosto se logra mediante la ebullición y mediante de esta última se forman productos reductores que aportan al resultado final de la cerveza. Cuando se añade el lúpulo al mosto en ebullición se logra el lupado, es importante destacar que no se debe agregar desde el inicio de la evaporización si no que se debe agregar

el lúpulo en diferentes momentos de la ebullición ya que esta aplicación de este ingrediente afectara en si tendrá un mayor o menor sabor (si será más o menos amarga) y en el aroma, es parte esencial para darle la identidad única y deseada que se le quiere caracterizar a la cerveza artesanal. Usualmente esta etapa se demora entre una hora y media a dos horas.

E. Clarificación y enfriamiento del mosto: en esta etapa es necesario separar los restos de lúpulo y las partículas sólidas generadas durante la ebullición del resto del mosto (que es en donde se encuentra el concentrado de las maltas junto con el líquido que se convertirá en cerveza) para esto se realizará el proceso llamado clarificación, se realiza mediante un movimiento centrífugo al mosto contenido dentro del macerador-hervidor. Este movimiento crea un remolino o torbellino que arrastra las partículas sólidas hacia el centro y hacia el fondo del macerador-hervidor, que en este paso es usado también como Whirlpool. Tras dejar que decanten estas partículas en el fondo del equipo se procederá a extraerlas por medio de la válvula situada en el centro del fondo de este. Después de haber logrado hervir el mosto y realizando la correcta de las partículas sólidas, éste está caliente (a unos 95°C), por lo que antes de pasar a la fermentación, hay que enfriarlo y prepararlo con el fin que lleve a la temperatura adecuada para que las levaduras trabajen bien. Este enfriamiento se realiza en un intercambiador (el cual es un instrumento que permite un enfriamiento rápido del mosto acelerando este proceso versus dejándolo enfriar de manera natural) de calor de doble efecto. El mosto caliente es enviado al intercambiador de calor, donde el mosto es enfriado en una primera fase, desde los 95°C iniciales, hasta los 25-30°C, por medio de agua que circula a contracorriente, mientras se calienta por el efecto de intercambio de calor entre el mosto y el agua. Esta agua caliente se recuperará en el tanque de agua caliente para

su uso durante el agotamiento del bagazo, o para la limpieza de los equipos, reduciendo así el consumo energético y de agua de la planta. En una segunda fase, se enfriará el mosto desde los 25-30°C de la primera fase, hasta los 10-22°C necesarios para que las levaduras trabajen de manera óptima durante la fermentación de los diferentes tipos de cerveza.

F. **La primera fermentación:** La fermentación junto con la maceración son las más importantes etapas en todo el proceso de elaboración de cerveza ya que de estas dos etapas depende que el resultado sea positivo y no se arruine provocando un desperdicio tanto de tiempo como de materia prima generando así una pérdida económica y con consecuencias que no se logre cumplir un pedido u orden. El mosto el cual ya fue enfriado en el intercambiador de calor se envía a alguno de los tanques para realizar la fermentación, a la vez que se oxigena este mosto para permitir el crecimiento de la levadura, la cual es añadida al fermentador para dar inicio el proceso de fermentación, que consiste en la transformación de los azúcares del mosto en alcohol y anhídrido carbónico. Para que la levadura trabaje en condiciones óptimas es necesario obtener una temperatura adecuada que varía entre los 10° y 22°C dependiendo claro esta del tipo de cerveza que se esté deseando realizar. Esta temperatura se deberá mantener constante por medio de la circulación de agua glicolada a través de la cámara de refrigeración que disponen los fermentadores para este cometido, ya que, durante el proceso de fermentación se emite calor que debe ser eliminado para no alterar los sabores y características de la cerveza que se quiere elaborar con el fin de tener un producto lo más estable y homologado posible. Al concluir la fermentación, las levaduras se depositan en el fondo del fermentador y son retiradas de éste por medio de la válvula de fondo que poseen estos equipos para que su descomposición no altere el sabor de la cerveza, el proceso de

fermentación dura entre 5 y 20 días, dependiendo del tipo de cerveza y el grado de alcohol que se quiera obtener.

G. La segunda fermentación y la maduración en frío: seguidamente se procederá con una segunda fermentación y maduración en frío a una temperatura de entre -5° y -1°C esto en el mismo fermentador donde se ha producido la primera fermentación. Esta etapa durará entre 7 a 30 días aproximadamente dependiendo del tipo de cerveza y en todo este tiempo, las levaduras que quedaron en suspensión en la cerveza durante el paso anterior, adicional a esto se procesarán algunos compuestos indeseados por sus sabores y aromas que se han generado en la primera fermentación, afinando así las características de la cerveza gracias a la eliminación de sabores y aromas indeseados, adicional en este paso se eliminan las proteínas y otros compuestos que precipitan en el frío, por lo que la cerveza es también clarificada de manera natural. Al finalizar este proceso, se eliminan los sólidos que han precipitado en el fondo (turbios fríos), mediante la misma válvula que se usó para extraer la levadura tras la primera fermentación. Una vez eliminados los turbios fríos, se añade a la cerveza en proceso el mosto frío procedente del proceso de clarificación y enfriado del mosto explicado anteriormente. En esta fase, dependiendo del tipo de cerveza que se quiera obtener serán sometidas a un lupulado en frío (dry hopping) el cual consiste en añadir lúpulos secos a la cerveza ya elaborada y tras haber fermentado con el fin de aumentar los frescos aromas a lúpulo.

H. La tercera fermentación: Se procede a embotellar la cerveza y se guarda en una sala con temperatura controlada para que se produzca una tercera fermentación que transformará los azúcares del mosto añadido en el paso anterior, en gas carbónico el cual es el responsable de las famosas burbujas que recorren por toda la cerveza. En esta

tercera fermentación en botella aún hay levadura clara en menor cantidad la cual hace que las cervezas sigan desarrollando su carácter en la botella y pueda “envejecer” durante el tiempo que se almacenan y se dejan reposar el cual tiene un tiempo aproximado que durará entre 3 semanas y varios meses, en función del tipo de cerveza elaborada. Las cervezas sometidas a una segunda o tercera fermentación en la botella pueden contener en el fondo de esta un depósito de levadura (vitamina B) o sedimento. Este último no sólo no es perjudicial para la salud, sino que es señal de que se trata de una buena cerveza que ha tenido una maduración final en botella y que contiene vitaminas y minerales beneficiosos para la salud.

- I. **Acabado y expedición:** este es el último proceso en la elaboración de la cerveza artesanal ya que este producto ya se encuentra terminado, madurado con su respectivo tiempo según el tipo de cerveza por lo cual solo se requiere proceder a etiquetar las botellas o en su efecto “kegs” se introducen en cajas y se procede a distribuirlo hacia los consumidores o clientes. (Sitio Web Cerveza Enigma, 2019)

Como se puede apreciar mediante esta explicación de cada fase en este proceso llamando así poderosamente la atención se necesita una gran cantidad de insumos requeridos para poder elaborar y/o crear con éxito cerveza artesanal. No obstante, en Costa Rica, todos estos se puede conseguir desde la materia prima como lo puede ser los diferentes tipos de levaduras, maltas y lúpulos para generar la bebida, los cuales se deberán reponer u obtener cada vez que se desee iniciar con una nueva fabricación de la cerveza como también los instrumentos que se necesitaran comprar una única vez los cuales pueden ser: quemadores, mangueras, recipientes, instrumentos para el control y monitoreo el líquido producido con el fin de garantizar un comportamiento que se constante y no existan muchas variaciones entre los lotes de producción para lograr así una bebida muy similar y que se mitiguen los desperdicios para recudir tanto los costos por los

productos no conforme como también evitar los reprocesos y, por ende, evitar el incumplimiento en los tiempos establecidos para la entrega del producto terminado.

Todos estos materiales se pueden obtener mediante la compra directa con el proveedor más grande en Costa Rica para este mercado, el cual es Ticobirra, ya que por su gran experiencia en esta actividad económica y sus años operando en el país han logrado expandirse acaparando una gran participación en este mercado, lo que comenzó como un pequeño nicho u oportunidad de invertir en esta actividad les han permitido estar presente como la primer opción para suplir la necesidad de insumos para elaborar cerveza artesanal por los demás fabricantes.

(Cervezas Enigma, 23)

4.3.2 Macro localización:

En cuanto al alcance que tendrá dicho proyecto comprende en la zona GAM de Costa Rica inicialmente limitada a los bares de la localidad ubicados en el distrito El Carmen más preciso en el barrio Escalante de San José Costa Rica, ya que la oferta gastronomía es sumamente alta por que cuentan con muchos locales que tienen licencia para comercializar bebidas alcohólicas adicional a este punto el público meta están dispuesto a pagar un precio más elevado, pues cuentan con un poder adquisitivo mayor, adicional a esto esta zona presenta una gran cantidad consumidores que a lo largo de la semana frecuentan todos estos establecimientos en sus ratos de ocio o inclusive para almorzar antes de seguir con sus jornadas laborales. En este caso se puede apreciar mediante la investigación que en la mayoría de los bares y restaurantes tienen a la venta una gran gama de licores y cervezas tanto industriales como artesanales dando varias opciones a los comensales para poder tener alternativas de consumo.

4.3.3 Micro localización:

El proyecto se desarrollará en la provincia de San José, Cantón Central y en el distrito de San Sebastián, el cual se encuentra a 6 kilómetros aproximadamente del distrito El Carmen, ya que en la mayor concentración de población meta está ubicada en el Barrio Escalante donde es más frecuente que las personas consuman o demanden el producto de cerveza artesanal, dando como resultado una mejor distribución del producto terminado ahorrando así en el costo y tiempo para lograr suplir a todos los clientes, adicional a esto se cuenta en un punto estratégico, pues se tiene acceso tanto al centro de San José como también a la vía de la circunvalación para poder llegar a otros puntos de una manera más eficaz o para ir a reabastecer la materia prima.

4.3.4 Tramitología para la apertura de una empresa en Costa Rica

Según el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC), los siguientes son los “Pasos Generales” que se deben realizar para la apertura de una empresa en nuestro país, de estos se derivan otros trámites dependiendo de la actividad económica que va a realizar el empresario:

Ilustración 2: Pasos Generales para la apertura de una empresa en Costa Rica, según el MEIC



Fuente: (Sitio web el Ministerio de Economía y Comercio, 2019)

4.3.4.1 Morosidad ante la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS):

Cualquier persona que requiera hacer un trámite relacionado con la apertura de un negocio debe en primera instancia, encontrarse al día con la Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS) - Morosidad.

Para este caso, las personas que deseen emprender un negocio deben cumplir con el requisito de encontrarse al día con la CCSS, es decir, no deben tener ninguna deuda con esta institución. Esto según lo establecido en la Ley N° 17, Ley Constitutiva de la Caja Costarricense de Seguro Social CCSS, artículo N° 74, el cual indica:

Artículo 74.- ... Los patronos y las personas que realicen total o parcialmente actividades independientes o no asalariadas deberán estar al día en el pago de sus obligaciones con la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS), así como con otras contribuciones sociales que recaude esta Institución conforme a la ley. Para realizar los siguientes trámites administrativos, será requisito estar inscrito como patrono, trabajador independiente o en ambas modalidades, según corresponda, y al día en el pago de las obligaciones, de conformidad con los artículos 31 y 51 de esta Ley...

Para la verificación de lo anterior, la CCSS pone esta información en línea a disposición de los ciudadanos y de las instituciones del Estado, por medio de su plataforma <https://www.ccss.sa.cr/morosidad>:

Ilustración 3: “Consulta de Patrono al día / Consulta Morosidad” del sitio: <https://www.ccss.sa.cr/morosidad>



Fuente: (Sitio web de la Caja Costarricense del Seguro Social, 2019)

En este caso se verifica que los futuros dueño de la empresa se encuentran al día con la CCSS:

- Luis Fernando Murillo Zamora, portador de la cédula de identidad N°402000532:

Ilustración 4: Consulta del Estado de Morosidad, Sr. Luis Fernando Murillo

The screenshot shows the 'Consulta Morosidad Patronal' page. The search form is titled 'Búsqueda de Patrono por identificación'. It contains two input fields: 'Tipo Identificación' with a dropdown menu set to 'CEDULA DE IDENTIDAD EN REGISTRO CIVIL', and 'Número Identificación' with the value '402000532'. A 'Buscar' button is located below the second field. The results section displays 'LA PERSONA LUIS FERNANDO MURILLO ZAMORA' and 'NO APARECE INSCRITA COMO PATRONO A LA FECHA ACTUAL'. The search date is '07/05/2019'.

Fuente: (Sitio web de la Caja Costarricense del Seguro Social, 2019)

- Saúl Jesús Fallas Garro, portador de la cédula de identidad N°114950989:

Ilustración 5: Consulta del Estado de Morosidad, Sr. Saúl Fallas Garro

The screenshot shows the 'Consulta Morosidad Patronal' page. The search form is titled 'Búsqueda de Patrono por identificación'. It contains two input fields: 'Tipo Identificación' with a dropdown menu set to 'CEDULA DE IDENTIDAD EN REGISTRO CIVIL', and 'Número Identificación' with the value '114950989'. A 'Buscar' button is located below the second field. The results section displays 'LA PERSONA SAUL JESUS FALLAS GARRO' and 'NO APARECE INSCRITA COMO PATRONO A LA FECHA ACTUAL'. The search date is '07/05/2019'.

Fuente: Fuente: (Sitio web de la Caja Costarricense del Seguro Social, 2019)

En este caso, el trámite no tiene costo, consiste en una consulta en línea. Por otra parte, ambos empresarios nos tienen deudas con la institución.

4.3.4.2 Representación de la empresa – Persona Física o Jurídica:

Los empresarios pueden decidir si su empresa operará con la representación de una persona jurídica o física. Para este caso, se opta por operar a través de una representación jurídica mercantil bajo el modelo de una “Sociedad Anónima”, esta figura se encuentra regulada en la Ley N° 3284, “Código de Comercio”, en su Capítulo VII, De las Sociedades Anónimas, Sección I, artículos del 102 al 119, de conformidad con lo siguiente:

...Artículo 103.- La denominación se formará libremente, pero deberá ser distinta de la de cualquier sociedad preexistente, de manera que no se preste a confusión; es propiedad exclusiva de la sociedad e irá precedida o seguida de las palabras "Sociedad Anónima" o de su abreviatura "S.A.", y podrá expresarse en cualquier idioma, siempre que en el pacto social se haga constar su traducción al castellano...

Artículo 104.- La formación de una sociedad anónima requerirá:

- a) Que haya dos socios como mínimo y que cada uno de ellos suscriba por lo menos una acción;*
- b) Que, del valor de cada una de las acciones suscritas a cubrir en efectivo, quede pagado cuando menos el veinticinco por ciento en el acto de la constitución; y*
- c) Que en acto de la constitución quede pagado íntegramente el valor de cada acción suscrita que haya de satisfacerse, en todo o en parte, con bienes distintos del numerario.”*

Artículo 105.- La sociedad anónima se constituirá en escritura pública, por fundación simultánea, o por suscripción pública...

Dado lo anterior, la escritura pública debe ser realizada por un Notario Público, debidamente inscrito en la Dirección Nacional de Notariado y el registro de la sociedad la realiza este notario en el Registro Nacional.

Para este caso, en primera instancia, la empresa tendrá un “presidente y vicepresidente” con la representación judicial y extrajudicial de su compañía, en ese caso el Sr. Luis Fernando Murillo Zamora, fungirá como “presidente” y el Sr. Fallas Garro, será el “vicepresidente” y un capital de 20,000.00 colones para su inscripción.

También, es importante optar por la conformación de un “Nombre Comercial” de la empresa, esto también para efectos de autoría de derechos y estrategia comercial. Lo anterior, de conformidad con lo establecido en la Ley N° 3284, “Código de Comercio”, artículos N° 242 y 243:

Artículo 242.- Todo comerciante ejercerá el comercio y suscribirá los documentos relativos a su giro, con un nombre que constituirá su distintivo comercial. Ningún comerciante podrá, individualmente, usar como razón comercial nombre distintivo del suyo.

Artículo 243.- El comerciante podrá inscribir en el Registro de Marcas de Comercio, su firma o nombre comercial. En ese caso, gozará de la protección que la ley respectiva otorga a todas las inscripciones que se practican en ese Registro.

Según el Doing Business 2019 del Banco Mundial, para el indicador “Apertura de Empresas”, estos son los costos aproximados en los que se debe incurrir para este procedimiento:

Tabla 5: Procedimientos para constituir una “Sociedad Anónima” y sus costos asociados.

Procedimiento	Costos Asociados
Escritura pública notarial de constitución de “Sociedad Anónima”	€165,000.00
Impuestos de presentación del trámite en línea (www.crearempresa.go.cr)	€8,000.00
Pago de registro de la sociedad y especies fiscales:	
Archivo Nacional CRC 20	€20.00
Colegio Contadores Privados	€75.00
(Libros legales)	€15,000.00
Colegio de Abogados	€750.00
Educación y Cultura	€625.00
Fiscal	0.2% del capital:
Impuesto Municipal	€40.00
Registro Nacional	€42,620.00
Libros legales	€17,150.00
Agrario	0.15% del capital:
	€30.00
Publicación del Edicto para el nombre de la sociedad anónima	€6580.00
Total	€255,890.00

Fuente: Doing Business 2019, Banco Mundial.

4.3.4.3 Solicitud del Uso de Suelo - Municipalidad

La solicitud del “uso de suelo” se realiza en la Municipalidad correspondiente, y le permitirá a los empresarios de previo a la producción y demás, conocer si el lugar en el que se va a instalar la empresa para su operación, es un sitio apto para la actividad que se va a realizar, esto de conformidad con los parámetros establecidos por la Municipalidad correspondiente. En este caso, la empresa operará en la Provincia: San José, Cantón: San José, Distrito: San Sebastián, por lo que es necesario recurrir a la Municipalidad de San José, para solicitar el “Uso de Suelo” y la posterior “Patente Comercial”.

Para el caso de la Municipalidad de San José, las siguientes son las resoluciones para el “Uso de Suelo”:

- Resoluciones para uso de suelo CONFORMES O PERMITIDOS: Son todas aquellas actividades y obras de edificación acordes con los requisitos y lineamientos de los Reglamentos de Desarrollo Urbano (RDU).
- USOS EXISTENTES NO CONFORMES: Son todas aquellas actividades y obras de edificación existentes conforme al ordenamiento jurídico, a la fecha de entrada en vigencia del PDU y los RDU, pero que no son compatibles con sus requisitos y lineamientos.
- CONDICIONADOS: Son todas aquellas actividades y obras de edificación que pueden darse en una zona, siempre y cuando cumplan requisitos especiales para evitar contaminación, ruidos, molestias, o bien algún otro requisito, los cuales deben estar especificados en los RDU o en otras leyes y reglamentos conexos. Estas condiciones se indicarán en el certificado de uso de suelo correspondiente.
- NO PERMITIDOS: Son todas aquellas actividades y obras de edificación que no pueden ser llevadas a cabo en un lote, por no cumplir con los requisitos y lineamientos del RDU.

Por parte, los siguientes son los requisitos que se deben presentar para la solicitud:

- Solicitud respectiva (formulario debidamente lleno) firmada por el interesado.
- Fotocopia del plano catastrado, si reducir y sin pegas, debidamente visado por el municipio.

Esta certificación no tiene costo en la Municipalidad.

4.3.4.4 Permiso Sanitario de Funcionamiento (PSF) – Ministerio de Salud

Según el Decreto Ejecutivo N° 39472-S, denominado “Reglamento General para Autorizaciones y Permisos Sanitarios de Funcionamiento Otorgados por el Ministerio de Salud”, el PSF es un documento que emite el Ministerio de Salud como requisito previo para que un establecimiento en una ubicación determinada pueda operar, en cumplimiento de la legislación vigente que previene el impacto que los establecimientos puedan generar sobre el ambiente y la salud pública durante su funcionamiento.

El artículo N° 5 de la normativa supra indicada, establece la Clasificación de los Establecimientos según riesgo, para efecto de la obtención del PSF, por ende, los establecimientos industriales, comerciales y de servicios, definidos en ese reglamento se clasifican según su riesgo sanitario y ambiental en tres categorías:

- Grupo A (RIESGO ALTO): Son aquellos establecimientos que por las características de las actividades que desarrollan pueden presentar un riesgo sanitario y ambiental alto, lo que podría eventualmente afectar la integridad de las personas y el ambiente.
- Grupo B (RIESGO MODERADO): Son aquellos establecimientos que por las características de las actividades que desarrollan, pueden presentar un riesgo sanitario y ambiental moderado, por lo que eventualmente la integridad de las personas y el ambiente no estarían expuestos a daños significativos.
- Grupo C (RIESGO BAJO): Son aquellos establecimientos que por las características de las actividades que desarrollan, presentan un riesgo sanitario y ambiental bajo, por lo que la integridad de las personas y el ambiente eventualmente no se ven afectados.

Por lo anterior, es necesario saber dentro de cuál de las clasificaciones anteriores, se encuentra la actividad comercial relacionada con la empresa, para

posteriormente saber el costo de la obtención del PSF, por lo que según la Clasificación de Actividades Económicas de Costa Rica (CAECR – 2011), el cual se elaboró como parte de una adaptación al país de la Clasificación Industrial Internacional de todas las actividades económicas CIIU revisión 4, por parte del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) indica que:

Tabla 6: Clasificación de la Actividad Económica según INEC y Riesgo según Ministerio de Salud

Sección	División	Grupo	Clase	Subclase	Título	Riesgo PSF – Ministerio de Salud
C	11				Elaboración de bebidas	
		110			Elaboración de bebidas	
			1101		Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	A
				1101.0	Destilación, rectificación y mezcla de bebidas alcohólicas	A
			1103		Elaboración de bebidas malteadas y de malta	A
				1103.0	Elaboración de bebidas	A

malteadas
y de malta

Fuente: Elaboración propia con información del INEC y del Ministerio de Salud

Por lo que el riesgo de la actividad económica del negocio es "A".

En otro orden, el costo para obtener el PSF, se encuentra establecido en el Decreto Ejecutivo N° 39472-S, en su artículo 12 de la siguiente manera:

... Artículo 12.-El trámite de los Permisos Sanitarios, autorizaciones, acreditaciones o renovaciones, tendrá un costo, cuyo pago se realizará en dólares americanos o su equivalente en moneda nacional según el cambio de tipo oficial del día y ha de ser reinvertido en los programas y actividades del Ministerio de Salud.

El pago que se realice será de acuerdo a la clasificación contenida al efecto en el Reglamento General para Autorizaciones y Permisos Sanitarios de Funcionamiento el otorgados por el Ministerio de Salud:

- Grupo A: US\$ 100.00.
- Grupo B: US\$ 50.00.
- Grupo C: US\$ 30.00.
- Con el objeto de fortalecer a las MicroPYMEs, indistintamente del grupo de riesgo, éstas pagarán US\$20.00..."

Dado lo anterior, en este caso al ser una empresa que se encuentra iniciando, la misma sería una "MiPYME" y aunque la actividad económica es de "Riesgo A", el costo del PSF es de US\$20.00".

Por otra parte, los siguientes son los requisitos que se deben presentar para obtener el PSF, mismos establecidos en la normativa indicada, artículos N° 9 y 10:

- Condiciones previas para el trámite por primera vez. Las personas interesadas en instalar un establecimiento, independientemente del grupo de riesgo al que este pertenezca, podrán iniciar el trámite de solicitud de PSF por primera vez, cuando su establecimiento cumpla con las siguientes condiciones, según corresponda:
 - Documento sobre Uso de Suelo emitido por la Municipalidad respectiva, a excepción de los establecimientos que estén exentos según pronunciamientos oficiales emitidos por las Municipalidades respectivas.
 - Estar inscrito y estar al día con la CCSS sea como patrono, trabajador independiente o en ambas modalidades, según corresponda, según la Ley N° 17 del 22 de octubre de 1943 "Ley Constitutiva de la Caja Costarricense de Seguro Social", y de las obligaciones con el FODESAF, según lo establecido en el artículo 22 de la Ley N° 5662 del 23 de diciembre de 1974 "Ley de Desarrollo Social y Asignaciones Familiares".
 - En el caso de pequeñas y microempresas, deberán estar inscritas en el Sistema de Información Empresarial Costarricense (SIEC) que para dichos efectos lleva el Ministerio de Economía, Industria y Comercio. El MS deberá verificar tal condición, accediendo a la información de dicho Sistema.

- Requisitos para la solicitud del trámite de PSF por primera vez: El responsable del establecimiento en el trámite de un PSF por primera vez, independientemente del grupo de riesgo al que su establecimiento pertenezca, debe presentar los siguientes documentos ante la DARS correspondiente o mediante el sistema informático o digital que se habilite para tales efectos:

- Formulario de solicitud de PSF.
- Declaración Jurada.
- Copia del comprobante de pago de servicios, otorgado por el banco recaudador según lo establece el Decreto Ejecutivo No. 32161-S del 09 de setiembre del 2004 "Reglamento de Registro Sanitario de Establecimientos Regulados por el Ministerio de Salud".
- Calificación del IMAS como beneficiario, en el caso de solicitar exoneración del pago por el trámite de Permiso Sanitario de Funcionamiento.
- Copia de la cédula de identidad o DIMEX (libre condición) del responsable legal. En caso de persona jurídica debe aportar certificación registral o notarial de la personería jurídica vigente con no más de un mes de emitida.

4.3.4.5 Póliza o Seguro de riesgos de trabajo – Instituto Nacional de Seguros (INS)

Según el INS; el Título IV del Código de Trabajo en su artículo 193, establece como una obligación de los patronos la suscripción de este seguro para proteger a sus trabajadores, tanto aquellos que trabajan directamente para él, como aquellos que trabajan para sus intermediarios.

Artículo 193.- Todo patrono, sea persona de Derecho Público o de Derecho Privado, está obligado a asegurar a sus trabajadores contra riesgos del trabajo, por medio del Instituto Nacional de Seguros, según los artículos 4º y 18 del Código de Trabajo.

Esta institución indica que “la responsabilidad del patrono, en cuanto a asegurar contra riesgos del trabajo, subsiste aun en el caso de que el trabajador esté bajo la dirección de intermediarios, de quienes el patrono se valga para la ejecución o realización de los trabajos. La póliza de Riesgos del Trabajo protege a los trabajadores que sufren un riesgo de trabajo brindándoles la asistencia

médico-quirúrgica, hospitalaria, farmacéutica y de rehabilitación que necesitan para reincorporarse a la sociedad, además le brinda un subsidio económico durante el periodo de incapacidad temporal y una indemnización en caso de incapacidad permanente o muerte por un riesgo de trabajo”.

El INS tiene la siguiente póliza que se puede obtener para este caso de estudio:

- Póliza Permanente RT-General: Este seguro le permite asegurar a los trabajadores que usted contrate (en calidad de patrono) para desarrollar su actividad comercial permanente. Esta póliza puede ser suscrita por personas físicas y personas jurídicas, en calidad de patronos de los trabajadores contratados.

Los siguientes son los requisitos generales para suscribir este seguro:

- La suscripción de cualquier seguro solo puede ser realizado de forma personal. En el caso de Personas Jurídicas, solo puede ser realizado por el representante legal que conste en la Personería Jurídica.
- En caso no poder presentarse personalmente, puede enviar a una persona autorizada con un poder autenticado por un notario, indicando claramente el trámite que va a realizar.
- Para todo trámite es requisito indispensable presentar el documento de identificación en original, vigente y buen estado.
- Presentar debidamente cumplimentado el formulario "Solicitud de Seguro".

Por las características del tipo de póliza existe un formulario para cada producto.

El costo anual por la adquisición de esta póliza para dos trabajadores con un salario de 309.134,36 colones (trabajador no calificado genérico de conformidad con el MTSS), es de 94.222,00 colones.

[4.3.4.6 Registro de Contribuyente – Ministerio de Hacienda:](#)

Los representantes de la empresa deben inscribirse como contribuyente ante el Ministerio de Hacienda. Para este proceso, existen dos regímenes de contribución:

- Régimen tradicional: el contribuyente debe emitir facturas, presentar la declaración del impuesto de ventas cada mes, y presentar la declaración sobre el impuesto de renta anual.
- Régimen simplificado: el contribuyente no está obligado a emitir facturas y solo hace un único pago correspondiente al impuesto de ventas y el de renta de manera trimestral.

Este trámite es requerido por todas las personas que realicen una o más actividades económicas y es requisito indispensable para emitir electrónica facturas por los servicios brindados en Costa Rica.

Los siguientes son los requisitos que se deben aportar para formar parte de este registro, y se encuentran establecidos en la Resolución N° DGT-R-060-2017 de la Dirección General de Tributación Directa del Ministerio de Hacienda:

Artículo 8. Requisitos generales. Los requisitos generales para realizar la inscripción, modificación de datos y desinscripción en el Registro Único Tributario de la Dirección General de Tributación, que serán validados automáticamente por medio del portal ATV o presentados ante la Administración Tributaria cuando se realice el trámite en forma presencial, son los siguientes:

- Documento de identificación original, vigente y en buen estado de la persona física que realiza el trámite:
 1. En caso de ser costarricense se debe presentar la cédula de identidad vigente.
 2. Cuando sea extranjero residente en el país deberá exhibir el Documento de Identidad Migratorio para Extranjeros (DIMEX) o en caso de no

residentes, el pasaporte vigente. Cuando sea el contribuyente o representante legal, si el DIMEX esté vencido o en trámite, se deberá presentar la solicitud correspondiente con el recibido de la Dirección General de Migración y Extranjería para hacer constar que está en trámite.

3. Tratándose de un representante legal extranjero, el documento y número de identificación debe coincidir con el de la certificación de personería, o demostrar con un documento fehaciente el cambio respectivo.
- Certificación de personería jurídica. La Administración Tributaria acreditará de oficio al representante legal de sociedades mercantiles que se inscriban ante Registro Nacional y su vigencia. Solamente se requerirá la certificación original de personería jurídica cuando:
 1. El representante legal sea extranjero y su nombramiento haya sido inscrito con pasaporte u otro documento diferente al DIMEX.
 2. La inscripción del nombramiento o renovación de la representación legal tenga menos de un mes de realizada.
 3. La representación legal contenga cláusula de prórroga automática.
 4. La representación legal se inscriba en una entidad distinta del Registro Nacional, por ejemplo: Registro de asociaciones cooperativas del Ministerio de Trabajo, registro de asociaciones de desarrollo de la Dirección Nacional de Desarrollo de la Comunidad, entre otras.
 - Indicar el número de medidor o el Número de identificación del Servicio eléctrico (NISE) o el número de contrato del servicio público de electricidad del domicilio fiscal del obligado tributario y del domicilio de residencia del representante legal, según corresponda. Este requisito aplica cuando se registre el domicilio fiscal o su cambio, así como el domicilio del representante legal o apoderado generalísimo. Los datos del domicilio fiscal deben ser ciertos, completos, claros y actuales y comprenden la provincia, cantón, distrito, barrio y las señas adicionales que permitan la fácil ubicación del establecimiento, oficina, negocio, empresa o lugar donde se lleve a cabo

la actividad económica o en caso de personas jurídicas donde esté centralizada la gestión administrativa y la dirección de sus negocios. En el caso del domicilio del representante legal corresponde al lugar de su residencia habitual, según lo establecen los artículos 34 al 39 del Reglamento de Procedimiento Tributario, Decreto Ejecutivo N° 38277-H del 2 de abril de 2014 y sus reformas. Este requisito se omitirá cuando el obligado tributario demuestre, por los medios que resulten idóneos y a satisfacción de la Administración Tributaria, que no tiene suscrito ningún servicio eléctrico por generar su propia electricidad o que reside en una zona donde no se brinda este servicio público.

En cuanto a la facturación electrónica, Están exentos de emitir comprobantes electrónicos, los contribuyentes acogidos al **“Régimen de Tributación Simplificada”** según lo dispuesto en la Ley del Impuesto sobre la Renta y en la Ley del Impuesto General sobre las Ventas.

Este trámite no tiene costo ante la entidad correspondiente.

4.3.4.6 Registro PYME – Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC):

De conformidad con la Ley N° 8262, “Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas”, artículo N° 3, se entiende por pequeñas y medianas empresas (PYMEs) toda unidad productiva de carácter permanente que disponga de los recursos humanos los maneje y opere bajo las figuras de persona física o de persona jurídica, en actividades industriales, comerciales, de servicios o agropecuarias que desarrollen actividades de agricultura orgánica.

Este trámite se realiza en el MEIC, específicamente en el área de la Dirección General de la Pequeña y Mediana Empresa; y es de gran importancia realizar este registro, cuando una empresa se encuentra iniciando sus operaciones con el objetivo de que pueda obtener beneficios de su condición PYME y que no sea

tratada como una gran empresa, las cuales tienen mayores recursos para solventar aspectos importantes como lo es el acceso al crédito, gastos en trámites, etc.

Para realizar este registrarse como PYME, se deben cumplir con los siguientes requisitos:

- Llenar y firmar el formulario correspondiente (Anexo XX).
- Adjuntar al menos 2 de los siguientes 3:
 1. Fotocopia de la última declaración del Impuesto sobre la Renta del último período fiscal (formulario D-101 o D-105).
 2. Fotocopia de la planilla presentada ante la CCSS o comprobante de trabajador independiente según sea el caso.
 3. Fotocopia del pago de la póliza de riesgos del trabajo (último recibo cancelado vigente y que contenga la fecha).

Este trámite es gratuito ante la entidad correspondiente.

4.3.4.7 Patente o Licencia Comercial - Municipalidad:

En cuanto a este trámite y requisito para la apertura de un negocio, la Municipalidad de San José indica que conforme a lo estipulado en el art 79 del Código Municipal, el art 1 de la Ley de Impuestos de Patentes de Actividades Lucrativas No. 5694 y al art 9 de su Reglamento, “nadie podrá abrir establecimientos dedicados a actividades lucrativas o realizar comercio en forma ambulante sin contar con la respectiva licencia municipal”. Asimismo, de conformidad con la Ley 9047 y el reglamento municipal a dicha ley publicado en La Gaceta N°110 del 10 de junio del 2013 y sus reformas nadie podrá expender ni comercializar licor sin contar con la licencia correspondiente.

Los siguientes son los requisitos que se deben presentar para la solicitud de la patente comercial:

- Solicitud mediante formulario de trámite para patentes y licencias de licores autorizadas, firmado por el solicitante (autenticada por un abogado). No obstante, si la firma se realiza en presencia del Plataformista, no es necesaria la autenticación. (Ley 8220, art.1, Ley 5694, art.6, Ley de licores 9047 art.8, reglamento municipal a la Ley 9047 art.26).
- En caso de sociedades aportar Personería Jurídica vigente original o copia certificada, con tres meses de expedida como máximo. (Ley 8220 art.2, reglamento municipal a la Ley de licores 9047 art.26, Código Civil art. 33, 466 y art. 20 del Código de comercio).
- Contrato de Póliza de Riesgos del Trabajo del INS y recibo al día o exoneración a nombre del solicitante. (Código de Trabajo art.193,194).
- Permiso Sanitario de Funcionamiento (PSF) del Ministerio de Salud o Certificado Veterinario de Operación (CVO) de SENASA, según lo determine la actividad principal del comercio. Corresponderá a SENASA la emisión del CVO en aquellas actividades en las que medie manipulación animal según se describe el artículo 56 de la Ley General del Servicio Nacional de Salud Animal (Nº 8495); en las demás actividades le corresponderá al Ministerio de Salud la emisión del PSF. (Decreto ejecutivo 6755 reglamento a la ley de patentes art. 16, Ley de licores 9047 art.8).
- Aportar documento notarial o registral idóneo que acredite la procedencia del trámite a realizar. (Ley de patentes 5694 art.6, Ley de licores 9047 art. 3 y 8).
- Certificado de uso de suelo (C.U.S) vigente. (Reglamentos de Desarrollo Urbano RDU art.11 del reglamento disposiciones generales Gaceta #29 del 11/02/2014).
- Comprobante de estar al día en el pago de impuestos de Cerveza a favor de la Junta de Educación de San José (Reglamento municipal de licores art.26 inciso d), Gaceta N° 11 0 del 10/06/2013 y art 39 inciso 2 del Código de Educación). Solo para trámite de licores.
- Obligaciones al día: Constancia de la Caja Costarricense del Seguro Social de estar al día con las cuotas obrero-patronales o documento de exoneración (Ley constitutiva de la CCSS art.74, Ley de licores 9047 art.8).

- Constancia de estar al día con los tributos municipales (Decreto ejecutivo #6755 del 20/01/1977 art.10, Ley de licores 9047 art.8).
- Constancia de estar al día con el Fondo de Asignaciones Familiares (Ley #5662, Ley de Desarrollo Social y asignaciones Familiares arts.15,22, Ley de licores 9047 art.8).

Costo: ¢150.000

4.3.4.8 Inscripción como Patrono – Caja Costarricense del Seguro Social (CCSS):

Reglamento N° 7877 “Reglamento para la Afiliación de los Trabajadores Independientes”, indica que las coberturas del seguro social y el ingreso al mismo son obligatorias para todos los trabajadores independientes manuales o intelectuales que desarrollen por cuenta propia algún tipo de trabajo o actividad generadora de ingresos; sin perjuicio de lo que dispone el artículo 4° de la Ley Constitutiva de la Caja Costarricense de Seguro Social. El monto de las cuotas que con base en el artículo 3° de la Ley Constitutiva se deban pagar por parte de los Trabajadores Independientes, se calculará sobre el ingreso de referencia que establezca la Junta Directiva, en el tanto la Caja no determine que el ingreso del Trabajador Independiente es superior a dicho ingreso de referencia, en cuyo caso las cuotas se pagarán sobre el ingreso finalmente determinado por la Caja, el cual en ningún caso será inferior al porcentaje que sobre los salarios mínimos acuerde la Junta Directiva. El ingreso de referencia lo establece la Junta Directiva, con fundamento en las facultades otorgadas en el artículo 3° de la Ley Constitutiva, previo estudio técnico.

Por otra parte, establece como obligatorio para un trabajador independiente, en su artículo N°3:

- Inscribirse como tales ante la Caja en los ocho días hábiles posteriores al inicio de la actividad o adquisición de la empresa o negocio. Para tal efecto deberá aportar, como mínimo, la siguiente información: Nombre y calidades: presentar el respectivo documento de identificación, brindar nombre del

negocio y la actividad a que se dedica; señalar la dirección, números de teléfono, apartado y facsímil, dirección de correo electrónico, si los hubiere.

- Suministrar a la administración la información que permita establecer los ingresos, sobre los que se debe calcular la cuota respectiva. En la determinación de los ingresos se tomará en cuenta que los gastos a deducir, propios de la(s) actividad (es) o negocio(s), sean normales de acuerdo con el giro de estos, necesarios, estrictamente imprescindibles y que mantengan proporcionalidad con el volumen de operaciones. Los ingresos reportados, podrán ser modificados, por la Administración, cuando se determine que el verdadero ingreso es diferente al que sirve de base para la cotización del asegurado. El nuevo ingreso que resultare, en ningún caso podrá ser inferior al mínimo establecido en la escala contributiva aplicable a los trabajadores independientes.
- Variaciones que se produzcan referentes a cambios en el nombre, actividad o domicilio.
- Presentar dentro de los plazos programados y en la forma que disponga la administración (disquete, cintas, facsímil, etc.), la planilla correspondiente al mes inmediato anterior con los datos requeridos.
- Pagar en los plazos establecidos y en la forma que disponga la administración, las cuotas correspondientes.
- Para recibir las prestaciones del Seguro de Salud, el asegurado debe presentar su documento de identificación, carné del Seguro Social y comprobación de derechos vigente al momento en que demanda los servicios.

El costo depende de los ingresos de la empresa: por ende, en este caso el costo por asegurar a los 2 trabajadores: 162.794.84 colones mensuales.

4.3.4.9 Registro de Sanitario de Productos – Ministerio de Salud:

Este registro lo emite también el Ministerio de Salud y es únicamente necesario para productos farmacéuticos, cosméticos, alimenticios, higiénicos, naturales, plaguicidas, y químicos. Es un trámite que se puede llevar a cabo en línea también en la página web www.registrelo.go.cr y cada registro tiene un costo de \$100.

4.4 Estudio Económico

El estudio o evaluación económica es la fase de pre-inversión de un proyecto que se realiza con el fin de decidir si es conveniente o no llevar a cabo dicha inversión (Rosales Posas, R: 1999). Por lo cual se debe identificar, valorar y cuantificar los costos y beneficios de manera que se determine la factibilidad de un proyecto desde la perspectiva financiera.

Cabe destacar que para la estimación de la venta del producto se proyectó mediante el cálculo de cuanto es la capacidad de fabricación que se debe plantear como un mínimo con el fin de recuperar la inversión inicial en un periodo de tres periodos anuales por lo cual se estableció como un mínimo de fabricación de trecientos litros de cerveza por mes lo que viable elaborar y poder comercializar a los diferentes bares, ya que mediante la exploración previa en las entrevistas se arrojó un patrón de demanda que aproximadamente entre cada 15 a 22 días estos comercios solicitan a sus proveedores materia prima o bien ya producto de cerveza artesanal terminado.

A continuación, se desglosa los costos de inversión, los costos de operación y los ingresos del proyecto.

4.4.1 Costos de Inversión

El costo de inversión de un proyecto, son aquellos costos preoperativos, en los que se incurre para la adquisición de los activos necesarios con el fin de poner a andar un proyecto.

Para realizar la conversión de los costos y gastos que estaban en dólares se realizó un promedio ponderado de acorde a los indicadores económicos que están disponibles en la página del banco Central de Costa Rica para tener una estimación del dato real asumiendo las tendencias y el comportamiento del tipo de cambio:

Tabla 7: Tipo de Cambio del dólar

Fecha	Tipo de Cambio
31/12/2019	₡615,00
31/01/2019	₡618,00
28/02/2019	₡612,00
31/03/2019	₡606,00
30/04/2019	₡603,00
13/05/2019	₡600,00
Promedio	₡609,00

Fuente: Elaboración propia con datos del (Banco Centra de Costa Rica, 2019)

Este proyecto tendría un costo de inversión inicial de ₡ 12.221674,58 dentro de los cuales se contemplan los rubros los costos para poder comprar todos los equipos necesarios para poder elaborar cerveza artesanal y el costo de los insumos necesario, ya que para el primer mes no se podrá recibir ningún ingreso, esto porque el líquido que posteriormente será convertido en cerveza deberá reposar entre 15 días a 22 días para lograr su fermentación y que la azúcar se transforme en alcohol.

Para un mayor detalle ver los siguientes cuadros los cuales servirán para tener una idea de cómo se componen los dos costos:

Tabla 8:Inversión Inicial del Proyecto (Instrumentos)

#	Código	Descripción	Unidades	Precio Unitario	Precio
1	[LIM-009-2]	Limpiador San 3.5L	1	€15 390,00	€15 390,00
2	[LIM-015-3]	Star PBW 1GAL	1	€63 375,00	€63 375,00
3	[LIM-014-1]	Limpiador Birrero 1LB	1	€10 890,00	€10 890,00
4	[KIT-002]	Kit BrewHouse avanzado	1	€78 000,00	€78 000,00
5	[EAV-085]	Blichmann ss IBBL Electricidad	1	€6 124 590,00	€6 124 590,00
6	[EAV-060]	Unitank Brewtech 1BBL + SIS ENFRIADO FTSS	2	€2 333 540,00	€4 667 080,00
7	Amazon	Kegs (155 Galones) Costo \$281,82, c/u	6	€171 628,38	€1 029 770,28
Total				€8 797 413,38	€11 989 095,28

Fuente: Elaboración Propia con información de Tico Birra.

Para poder ingresar en este negocio se deberá compra estos instrumentos no obstante se debe tener en cuenta que el proveedor de Tico Birra solicita un margen de una semana aproximadamente para poder hacer la entrega de todos los materiales.

Tabla 9:Inversión Inicial del Proyecto (Materia Prima para 300 litros)

#	Código	Descripción	Unidades	Precio Unitario	Precio
1	[MLT-039-1]	Malta Chateau Pale Ale EBC 1kg	20,8	€1 845,00	€38 376,00
2	[MLT-041-1]	Malta Chateau Cara Clair 1kg	0,78	€2 285,00	€1 782,30
3	[MLT-033-1]	Malta Chateau Munich 25 EBC1kg	5,2	€1 865,00	€9 698,00
4	[MLT-042-1]	Malta Chateau Cara Gold 120EBC 1kg	0,78	€2 320,00	€1 809,60
5	[LUP-007-1]	Lúpulo en pellet Magnum -1oz	5	€1 220,00	€6 100,00
6	[LUP-014-1]	Lúpulo en pellet Centennial -1oz	5	€1 570,00	€7 850,00
7	[LUP-013-1]	Lúpulo en pellet Cascade -1oz	10	€1 370,00	€13 700,00
8	[LES-002-1]	Fermentis SafAle US-05, 11.5gr	5	€2 400,00	€12 000,00
9	[ADJ-030-1]	Dextrosa Monohidratada - Azúcar Maíz- 1kg	0,728	€2 200,00	€1 601,60
10	[MLT-040-2]	Malta Chateau Pilsen 2RS bolsa25 kg	1	€30 385,00	€30 385,00
11	[MLT-040-1]	Malta Chateau Pilsen 2RS 1kg	1	€1 790,00	€1 790,00
12	[LUP-002-1]	Lúpulo en pellet Perle -1oz	4	€140,00	€560,00
13	[LES-001-1]	Fermentis SafAle S-04, 11.5gr	5	€2 280,00	€11 400,00
14	[ADJ-030-1]	Dextrosa Monohidratada - Azúcar Maíz - 1kg	0,728	€2 200,00	€1 601,60

#	Código	Descripción	Unidades	Precio Unitario	Precio
15	[MLT-040-1]	Malta Chateau Pilsen 2RS 1kg	20,8	¢1 790,00	¢37 232,00
16	[MLT-052-1]	Malta Chateau Rye 1kg	6,24	¢2 555,00	¢15 943,20
17	[MLT-032-1]	Malta Chateau Wheat Blanc 1kg	4,16	¢1 810,00	¢7 529,60
18	[LUP-003-1]	Lúpulo en pellet Chinook -1oz	5	¢1 340,00	¢6 700,00
19	[LUP-013-1]	Lúpulo en pellet Cascade -1oz	5	¢1 370,00	¢6 850,00
20	[LES-011-1]	Fermentis SafBrew BE-256, 11.5gr	5	¢3 590,00	¢17 950,00
21	[ADJ-030-1]	Dextrosa Monohidratada - Azucar Maiz - 1kg	0,782	¢2 200,00	¢1 720,40
Total				¢68 525,00	¢232 579,30

Fuente: Elaboración Propia con información de Tico Birra.

Este punto es muy importante ya que se realizó un presupuesto para poder fabricar 300 litros de cerveza artesanal para el primer mes no se podrá lograr vender ni percibir ganancias ya que ya elaboración de la cerveza necesita un periodo de fermentación y reposo que ronda entre los 15 días y 22 días aproximadamente según el tipo de cerveza que se desee comercializar.

Como parte para poder operar en Costa Rica bajo el marco legal y no incumplir con la legislación se deberá completar una lista de requisitos y obtención de permisos con sus pagos correspondientes para poder inscribir la empresa ante las entidades correspondientes, es por eso que se desgloso en tres apartados los cuales se detallaran con la siguiente tabla para determinar el costo y el nombre de la actividad requerida.

En esta primera tabla se puede apreciar los costos para poder inscribir la sociedad anónima y poder funcionar de manera regular en el mercado costarricense:

Tabla 10: Inscripción de la Sociedad Anónima

Descripción	Precio
Escritura pública notarial de constitución de "Sociedad Anónima"	¢165 000,00
Impuestos de presentación del trámite en línea (www.crearempresa.go.cr)	¢8 000,00
Total	¢173 000,00

Fuente: Elaboración Propia con la información de la legislación correspondiente.

Por otro lado, se tienen los diversos pagos que se deberán efectuar para poder registrar la sociedad anónima previamente formalizada con los diferentes entes reguladores que son las entidades gubernamentales en Costa Rica.

Tabla 11: Pago de registro de la sociedad y especies fiscales

Descripción	Precio
Archivo Nacional CRC 20	¢20,00
Colegio Contadores Privados (Libros legales)	¢75,00
Colegio de Abogados	¢15 000,00
Educación y Cultura	¢750,00
Fiscal	¢625,00
Impuesto Municipal	¢40,00
Registro Nacional (0.2% del capital)	¢426 420,00
Libros legales	¢17 150,00
Agrario (0.15% del capital)	¢30,00
Publicación del Edicto para el nombre de la sociedad anónima	¢6 580,00
Total	¢466 690,00

Fuente: Elaboración Propia con la información de la legislación correspondiente.

Finalmente para culminar todos los requisitos, se deberá inscribir tanto la empresa en el ministerio de salud para obtener el permiso sanitario correspondiente, como también los productos a comerciales obteniendo el registro sanitario de los productos, además se deberá tener la patente municipal consultada en San José que es donde pertenece el distrito de San Sebastián y se realizó la cotización del seguro de la póliza obligatoria de riesgos de trabajo que solo se comercializa y/o se obtiene con el Instituto Nacional de Seguros adelante se detallan sus respectivos costos:

Tabla 12: Otros costos y gastos para poder operar

Descripción	Precio
Permisos Sanitarios	¢12 180,00
Póliza de Riesgos de Trabajo	¢94 220,00
Patente Municipal	¢150 000,00
Registro de Sanitarios de Productos	¢60 900,00
Total	¢317 300,00

Fuente: Elaboración Propia con la información de la legislación correspondiente.

4.4.2 Financiamiento

Se optó por usar recursos propios como financiamiento para subir todos los costos, gastos e inversión necesaria para incursionar en este negocio, ya que se disponen de ellos en la totalidad y así se puede mitigar la probabilidad de que el negocio fracase por no poder atender las necesidades financieras a la hora de solicitar un préstamo, no obstante en un mediado- largo plazo se puede solicitar un extra financiamiento para poder inyectar capital a la empresa y así lograr su expansión pero esto sería en el futuro, la prioridad en este momento y para esta investigación es posicionarse en el mercado, realizar las diferentes experimentaciones y comenzar a formar una marca.

4.4.3 Costos de Operación y Mantenimiento

Los costos operativos de un proyecto son todos aquellos en los que se incurre para la operación cotidiana del mismo (son los gastos que están relacionados con la operación de un negocio, o para el funcionamiento de un dispositivo, componente, equipo o instalación), es decir, los recursos utilizados por una organización para mantener su existencia.

A continuación, se presenta el cuadro de Costos del Proyecto fijos por mes:

Tabla 13:Gastos fijos por mes

Descripción Gastos	Monto
Internet 1 mega kolbi	₴ 9 900,00
Plan de teléfono 4G k3 Kolbi	₴ 18 000,00
Plan de teléfono 4G k1 kolbi	₴ 8 000,00
Gasolina	₴ 20 000,00
Salarios de dos personas	₴ 618 286,72

Cargas Sociales (26,33%)	₡ 162 794,89
Servicio público agua	₡ 30 000,00
Servicio público electricidad	₡ 25 000,00
Total	₡ 891 981,61

Fuente: Elaboración propia con información de las diferentes instituciones involucradas.

Para lograr fijar el salario ₡309.143,36 por mes, se buscó información acerca de los salarios según el marco legal de Costa Rica, el cual fue publicado en la Gaceta °235 del año 2018, (La Gaceta, 2018), por otra parte la cargas sociales las cuales serán pagadas corresponden a un 26%33 de cada salario base por el concepto de seguro social y contribución al régimen de pensión.

Se asignan dos diferentes planes telefónicos celular esto porque el más elevado se usará para poder establecer relaciones comerciales con los clientes y proveedores, por otra parte, es de suma importancia que no se deberá incurrir en un gasto de alquilar algún local ya que se cuenta con el espacio esto porque en la propiedad hay un sector que no está siendo habitado y está siendo subutilizado.

4.4.4 Ingresos del Proyecto

Un ingreso es un incremento de los recursos económicos. Los ingresos suponen incrementos en el patrimonio neto de una empresa y deben entenderse en el contexto de activos y pasivos, puesto que es la recuperación de un activo. Puede tratarse del aumento del valor de los activos o la disminución de un pasivo.

A continuación, el cuadro de la proyección de ventas de este proyecto:

Tabla 14:Proyección de Ventas por mes

Descripción	Monto	Observación
Litros presupuestados para vender por mes	300	300 litros
Litro	1	1 L

Capacidad que cuenta una botella de vidrio o vaso de cerveza	0,355	0,355 ml
Capacidad de botellas o vasos de 355 ml por litro	2,82	2,816901
Cantidad de botellas o vasos que salen con los 300 litros	845,07	
Precio de Venta a los dueños del bar	₺1 200	
Ganancia Bruta	₺1 014 084,51	
Gastos de Insumos	-₺232 579,30	
Guanacia menos costo de insumos	₺781 505,21	
Impuesto de venta 13%	-₺101 595,68	
Ganancia Neta	₺679 909,53	

Fuente: elaboración propia

Se decidió presupuestar colocar en el mercado 300 litros de cerveza por mes, ya que cuando se realizó el estudio de mercado mediante las entrevistas recopiladas se indicó que aproximadamente cada 15 a 22 días dependiente del consumo es que los bares solicitan nuevamente a los proveedores 100 litros de cerveza para satisfacer las necesidades de su clientela, aunque si existe algún evento especial como lo puede ser un partido de futbol, pelea u otro evento televisado de suma importancia para el país el consumo de cerveza aumenta, también se consideró que solo en el barrio Escalante existen más de 30 negocios, los cuales pueden ser clientes potenciales.

4.4.4.1 Ingresos del Proyecto por Ventas a Bares

A continuación, se muestra la ganancia de los locales a los cuales se pretende comercializar los barriles de cerveza, si se le comercializa 100 litros a un bar estos pueden generar si venden cada vaso de cerveza en ₺2000 una ganancia de ₺294.084,51 por mes y cada vez que deseen comprar 100 litros de cerveza.

A continuación, el cuadro de la proyección de ventas e ingresos que pueden percibir cada uno de los bares que compran 100 litros de cerveza por mes solo con la labor de poder comercializarla mediante la colocación en sus locales comerciales:

Tabla 15: Proyección Mensual de Ventas a Bares

Descripción	Monto	Observación
Litros presupuestados para vender por mes	100	100 litros
Litro	1	1 L
Capacidad que cuenta una botella de vidrio o vaso de cerveza	0,355	0,355 ml
Capacidad de botellas o vasos de 355 ml por litro	2,82	2,816901
Cantidad de botellas o vasos que salen con los 100 litros	281,69	
Precio de venta sugerido por unidad	₡2 000	
Ganancia Bruta	₡563 380,28	
Costo de compra al bar	-₡225 352,11	
Guanacia Bruta	₡338 028,17	
Impuesto de venta 13%	-₡43 943,66	
Ganancia Neta	₡294 084,51	

Fuente: elaboración propia

4.4.4.2 Capacidad de producción

Para este cálculo se utilizó el mes de mayo del 2019 el cual cuenta con 23 días hábiles para laborar, esto claro está de lunes a viernes como si fuera un horario normal y tomando en base como supuesto que se obtenga toda la capacidad de materia prima y el espacio para almacenar toda la cantidad de litros de cerveza posibles de realizar si se trabajara con el 100% de rendimiento da como resultado una producción de 6900 litros de cerveza por mes aproximadamente en la siguiente tabla se puede visualizar dicho resultado:

Tabla 16: Capacidad de producción (en litros por mes)

Descripción	Cantidad
Litros por día	300
Días Hábiles de mayo 2019	23
Capacidad de producción mensual	6900

Porcentaje propuesto para iniciar	4%
--	-----------

Fuente: elaboración propia

Es por esta razón que se planteó solo comercializar 300 litros de cerveza por mes lo que equivale a un 4% de rendimiento por mes versus la capacidad máxima de la empresa ya que se sabe a ciencia cierta que al emprender en un negocio se dificulta tener una clientela ya establecida por lo cual es complicado comenzar a tomar parte en la participación del mercado.

4.4.5 Gastos opcionales a futuro

Una parte opcional que se puede tomar en cuenta en el estudio económico es el pago de la patente anual para poder tener el sello que certifique que la cerveza artesanal la cual se fabricara está bajo el sello de la Asociación de Cerveceros Artesanales de Costa Rica (ACACR), la cual se desglosa de la siguiente manera:

Tabla 17: Costos para la inscripción en la ACACR

Categoría	Costo
Cerveceros	¢15.000
Caseros	
Microcervecerías	¢150,000
Brewpubs y bares	¢150,000
Negocios afines	¢150,000

Fuente: <https://www.acacr.net/detalle-de-costos/>

Adicional a esto, se deberá pagar ¢5000 por concepto de cuota de primer ingreso y solo se pagará una única vez. (Asociación De Cerveceros Artesanales de Costa Rica, 2019)

4.4.6 Evaluación de rentabilidad

Para realizar estos cálculos se usó una tasa de costo de capital del 11% la cual se compone de una sumatoria de la tasa Certificado a plazo del Banco Nacional a seis meses la cual es de un 8 por ciento (Sitio web del Banco Nacional, 2019) más el dato como de referencia de la tasa de inflación de 3 por ciento (Banco Central de Costa Rica, 2019). Debido a que desde el punto de vista de administración de proyectos se considera utilizar una tasa de costo de capital alta con el objetivo de blindar el proyecto dados los cambios en el mercado que pueden afectar los indicadores macroeconómicos y microeconómicos con los que se calculó la tasa de costo de capital sin embargo se utiliza un modelo en el que se puede calcular los distintos indicadores con diferentes tasas de costo de capital con el objetivo de validar los diferentes escenarios.

Tabla 18: Tasa Costo de Capital

Descripción	Porcentaje
Certificado a plazo del Banco Nacional	8%
Tasa inflación	3%
Tasa Costo Capital	11%

Fuente: Elaboración propia con datos de Banco Nacional y del Banco Central de Costa Rica.

La tasa costo de capital o tasa mínima aceptable de rendimiento es de suma importancia, ya que como lo define Gabriel Baca Urbina en el libro “Evaluación de Proyectos”; nos dice que: “antes de invertir, una persona siempre tiene en mente una tasa mínima de ganancia sobre la inversión propuesta, llamada tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR), al realizar un balance entre la inflación y el rendimiento bancario siempre habrá una pérdida neta del poder adquisitivo si se deja en el banco”. (Baca Urbina, 2013, pág. 194)

Esto es de suma importancia porque cuando un inversionista o un grupo de inversionistas se plantean arriesga su capital o patrimonio en una inversión no lo hacen para mantener o perder su poder adquisitivo si no que se espera que este

crezca de una manera constante en el tiempo y se pueda justificar el apetito al riesgo para salir de su zona de confort, logrando así un mayor rendimiento en su dinero.

4.4.6.1 Evaluación del proyecto

Para esta primera evaluación de la rentabilidad del proyecto se realizaron los cálculos basados solo producir un 4% de la capacidad total de la empresa esto para fijar un mínimo de operatividad con el fin de calcular si se puede llegar o no a tener rentabilidad en esta actividad económica.

Se procederá a calcular los flujos de caja proyectados a 7 años y con este se determinarán tanto el VAN como el TIR para lograr obtener una visión clara del proyecto si será o no rentable.

El valor presente neto de un proyecto se calcula mediante a sumatoria del valor presente de los ingresos de cada periodo neto a una tasa de interés (Tasa costo de capital) y restándole la inversión inicial requerida para poder iniciar con el proyecto a evaluar. En cuanto al análisis del valor presente neto de un proyecto se puede determinar estos tres escenarios:

- 1) $VAN > 0$: Si se acepta el proyecto ya que es rentable desde el punto de vista financiero.
- 2) $VAN = 0$: el proyecto es indiferente ya que los dineros invertidos en un banco o bien en este proyecto rinden exactamente igual.
- 3) $VAN < 0$: No se acepta el proyecto ya que es no rentable desde el punto de vista financiero.

(Arboleda Vélez, 2017, pág. 346)

La tasa interna de retorno (TIR) de un proyecto es la tasa de intereses que hace que el valor presente neto del proyecto sea igual a cero, es empleada como un indicador económico que apoya a las decisiones de los inversiones en el momento de evaluar si es viable o no invertir su capital de trabajo en un proyecto

que suene atractivo pero no se esté seguro si lograra tener una rentabilidad constate en el tiempo o si es mejor invertir dicho dinero en otro proyecto o inclusive dejarlo en el banco que genera interés. En cuanto al análisis de la tasa interna del retorno se puede determinar estos tres escenarios:

- 1) $TIR > 0$: El proyecto se justifica desde el punto de vista financiero.
- 2) $TIR = 0$: el proyecto es indiferente.
- 3) $TIR < 0$: El proyecto no se justifica desde el punto de vista financiero.

(Arboleda Vélez, 2017, pág. 350)

Como primer escenario, se realizó el ejercicio de calcular los flujos de caja correspondiente únicamente proyectando ventas de 300 litros (equivalente a un 4% de la capacidad real de la empresa como se mencionó anteriormente) lo que comprende comercializar dicho producto a tres bares o restaurantes de forma mensual. Mediante dicho resultado se pudo calcular el VAN el cual nos arrojó un resultado menor a 0 lo que equivale a que el proyecto no es rentable en el valor actual neto (VAN) y, por otra parte, en la tasa interna de retorno TIR es menor a la tasa de costo de capital la cual es un 11% (compuesta por un 3% de la inflación del país más un 8% que es la rentabilidad de un certificado a plazo en el banco Nacional) dando así desde el punto de vista financiero no se justifica la obtención de este proyecto ya que no es rentable. Por otro lado, se debería esperar hasta el año 4 para poder recuperar la inversión invertida, generando así un mayor riesgo.

Tabla 19: Proyección flujos de caja y calculo VAN, TIR con 300 litros de cerveza como proyección de ventas.

Descripción	Montos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Inversión inicial	₺ 13 178 664,58	-₺ 13 178 664,58	-₺ 9 382 592,96	-₺ 4 906 611,81	-₺ 430 630,67	₺ 4 045 350,48	₺ 8 521 331,63	₺ 12 997 312,78
Ingreso	₺ 679 909,53	₺ 7 479 004,83	₺ 8 158 914,36	₺ 8 158 914,36	₺ 8 158 914,36	₺ 8 158 914,36	₺ 8 158 914,36	₺ 8 158 914,36
Gastos de Producción	₺ 232 579,30	-₺ 2 790 951,60	-₺ 2 790 951,60	-₺ 2 790 951,60	-₺ 2 790 951,60	-₺ 2 790 951,60	-₺ 2 790 951,60	-₺ 2 790 951,60
Gastos Fijos por Mes	₺ 891 981,61	-₺ 891 981,61	-₺ 891 981,61	-₺ 891 981,61	-₺ 891 981,61	-₺ 891 981,61	-₺ 891 981,61	-₺ 891 981,61
Flujo de caja		-₺ 9 382 592,96	-₺ 4 906 611,81	-₺ 430 630,67	₺ 4 045 350,48	₺ 8 521 331,63	₺ 12 997 312,78	₺ 17 473 293,93

	Inversión Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Flujos de Caja	-₺ 13 178 664,58	-₺ 9 382 592,96	-₺ 4 906 611,81	-₺ 430 630,67	₺ 4 045 350,48	₺ 8 521 331,63	₺ 12 997 312,78	₺ 17 473 293,93

TIR	9%
VAN	-₺2 373 066,37

Fuente: Elaboración propia.

Como segundo escenario se realizó el ejercicio de calcular los flujos de caja correspondiente únicamente proyectando ventas de 600 litros (equivalente a un 8% de la capacidad real de la empresa como se mencionó anteriormente), lo que comprende comercializar dicho producto a seis bares o restaurantes de forma mensual. Mediante dicho resultado se pudo calcular el VAN el cual nos arrojó un resultado mayor a 0 lo que equivale a que el proyecto es rentable en el valor actual neto (VAN) y por otra parte en la tasa interna de retorno TIR es mucho mayor a la tasa de costo de capital que es un 11% (compuesta por un 3% de la inflación del país más un 8% que es la rentabilidad de un certificado a plazo en el banco Nacional) dando así desde el punto de vista financiero si se justifica la obtención de este proyecto ya que recuperara la inversión a partir del año 2.

Tabla 20: Proyección flujos de caja y calculo VAN, TIR con 600 litros de cerveza como proyección de ventas.

Descripción	Montos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Inversión inicial	₡ 13 178 664,58	-₡ 13 178 664,58	-₡ 4 694 539,73	₡ 5 149 404,18	₡ 14 993 348,09	₡ 24 837 292,00	₡ 34 681 235,91	₡ 44 525 179,82
Ingreso	₡ 679 909,53	₡ 14 958 009,66	₡ 16 317 828,72	₡ 16 317 828,72	₡ 16 317 828,72	₡ 16 317 828,72	₡ 16 317 828,72	₡ 16 317 828,72
Gastos de Producción	₡ 232 579,30	-₡ 5 581 903,20	-₡ 5 581 903,20	-₡ 5 581 903,20	-₡ 5 581 903,20	-₡ 5 581 903,20	-₡ 5 581 903,20	-₡ 5 581 903,20
Gastos Fijos por Mes	₡ 891 981,61	-₡ 891 981,61	-₡ 891 981,61	-₡ 891 981,61	-₡ 891 981,61	-₡ 891 981,61	-₡ 891 981,61	-₡ 891 981,61
Flujo de caja		-₡ 4 694 539,73	₡ 5 149 404,18	₡ 14 993 348,09	₡ 24 837 292,00	₡ 34 681 235,91	₡ 44 525 179,82	₡ 54 369 123,73

	Inversión Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Flujos de Caja	-₡ 13 178 664,58	-₡ 4 694 539,73	₡ 5 149 404,18	₡ 14 993 348,09	₡ 24 837 292,00	₡ 34 681 235,91	₡ 44 525 179,82	₡ 54 369 123,73

TIR	63%
VAN	₡86 755 436.44

Fuente: Elaboración propia.

Capítulo 5: Conclusiones y recomendaciones

5.1 Conclusiones

La investigación arroja diversas conclusiones que son necesarias detallar para así poder conocer si el problema planteado puede ser resuelto por medio del abordaje investigativo del cual forma parte. La viabilidad técnica y económica para la incursión en el mercado de cerveza artesanal fue propuesta como la problemática a tratar dentro de la investigación.

Con el desarrollo de los objetivos, se busca analizar la factibilidad de la producción de cerveza artesanal en el distrito de San Sebastián y dicho propósito se compone de elementos investigativos y estudios que me indican que efectivamente es factible dicha producción de cerveza artesanal ya que se realizaron entrevistas y hay un patrón de consumo del producto y capacidad de pago por parte de los clientes y necesidades.

De conformidad con el estudio de mercado, se logra evidenciar que el negocio de la producción de cerveza artesanal es viable por los siguientes aspectos:

- Se logran identificar distintos lugares o puntos geográficos en los cuales resulta más conveniente comercializar el producto; esto; dada la cultura, los patrones de consumo, los gustos y preferencias de sus habitantes, como: Barrio Escalante, La Sabana, Lindora y Escazú.
- Por otra parte, se logra determinar que los precios son accesibles y los productos pueden tener muchas opciones de diversificación y alcance dado a que se pueden crear productos de diferentes aromas, sabores y son muy aceptables como acompañamiento de comidas.
- Otro aspecto importante es que se determinó que, de cada cuatro personas, dos consumen cerveza artesanal lo que representa una buena cifra para este mercado.

- Y, por último, el negocio tiene una gran oportunidad de crecimiento ya que no solo puede posicionarse como productor sino también como comercializador del producto.

En cuanto al estudio técnico se concluye que también es viable implementar el proyecto, debido a que:

- Se logran identificar todos trámites y los requisitos para la apertura, la formalización y la operación de la empresa, además de los costos relacionados con estos, los cuales, se incluyen en la inversión inicial del proyecto.
- Se identifica la materia prima e insumos requeridos para la elaboración del producto, y los establecimientos proveedores de estos.
- Se logra verificar y establecer el proceso y las fases correspondientes para la producción de la cerveza, y cada uno de los requerimientos técnicos y maquinaria.
- Existen opciones de inscripciones a capacitaciones y cursos relacionados con la producción del producto impartidos por empresas reconocidas y experimentadas en el campo de la cerveza artesanal, aunado a la oferta de capacitaciones de instituciones del sector público relacionadas con procesos administrativos y apoyo para la continuidad del negocio.

Por último, el estudio económico indica que el proyecto es viable y rentable si se cumplen los siguientes supuestos:

- Se debe comercializar un 8% de la capacidad total de la empresa, lo cual equivale a la producción de 600 litros de cerveza artesanal mensual, para obtener un retorno de la inversión en el año segundo año.
- Si se producen 600 litros al mes de cerveza artesanal, se obtiene una Tasa Interna de Retorno (TIR) de un 63%, siendo la Tasa de Costo de capital un 11%, la cual se calculó tomando como base la Tasa de un certificado a 6

meses plazo del Banco Nacional que corresponde a un 8% más un 3% de inflación.

- Según los cálculos anteriores, se obtiene un Valor Presente Neto (VAN) de 86.755.436,44 colones, lo cual, al ser mayor que 0, el proyecto se justifica desde el punto de vista financiero.

Ahora bien, el proyecto no se considera rentable ni viable en el siguiente escenario:

- Si se comercializa solamente un 4% de la capacidad total de la empresa, lo cual, equivale a la producción de 300 litros de cerveza artesanal al mes, se obtiene un retorno de la inversión hasta el cuarto año, lo cual puede incidir de manera negativa en la sostenibilidad del negocio.
- Si se producen 300 litros al mes de cerveza artesanal, se obtiene una Tasa Interna de Retorno (TIR) de un 9%, siendo la Tasa de Costo de capital un 11%, la cual se calculó tomando como base la Tasa de un certificado a 6 meses plazo del Banco Nacional que corresponde a un 8% más un 3% de inflación, por lo que si la TIR es menor a la Tasa Costo Capital el proyecto no se justifica desde el punto de vista financiero.
- Según los cálculos anteriores, se obtiene un Valor Presente Neto (VAN) de - 2.373.066,36 colones, lo cual, al ser menor que 0, el proyecto no se justifica desde el punto de vista financiero.

5.2 Recomendaciones

- Se debe analizar la posibilidad de eliminar los intermediarios para obtener la materia prima requerida y mantener una correcta rotación del inventario, ya que, al depender de un solo proveedor a nivel nacional, la capacidad de negociación de los precios es poca o nula, así como también se corre el riesgo de que no se pueda contar con los insumos requeridos para el buen funcionamiento del negocio; esto por cuanto la empresa proveedora no

garantiza la exclusividad como tal. Por ende, cuando se tenga una aceptable participación en el mercado que se pueda ver reflejada en los ingresos, se recomienda optar por la sustitución de dicho intermediario y realizar las negociaciones y compras de manera directa mediante la importación.

- Se logra identificar un distribuidor de granos a nivel internacional, una empresa localizada en Estados Unidos, llamada Muntons, la cual está constituida desde el año 1921 y tiene una sección dedicada exclusivamente al suministro y distribución de los insumos requeridos para la elaboración de la cerveza artesanal. En su sitio web se encuentra el contacto e información acerca de la empresa, así como también, las diferentes gamas de productos que comercializan. (Muntons, 2019)
- Se recomienda la distribución de la cerveza en contenedores de cilindros ya que, según la información recopilada en los diferentes centros de entretenimientos tipo bares, indicaron que las personas se sienten incitadas a consumir la cerveza artesanal en lugares cuando están servidas directamente desde este tipo de contenedor, ya que comentan que los clientes ven más atractivo este método y les mejora la experiencia gastronómica.
- Una buena opción en el proceso de elaboración de cerveza artesanal es que los productos residuales se pueden usar como alimento para animales o creación de cereales o barritas energéticas, de esta manera, se aprovecharían al máximo los residuos y se podrían obtener mejores rendimientos en los productos comercializados, siendo un elemento innovador y de fácil captación para los clientes, por tener un valor agregado de protección y conservación del ambiente.
- Se sugiere un estudio de mercado enfocado a los clientes especializados y poder generar una receta dinámica e innovadora que incluya la variedad de gustos y preferencias de los clientes consumidores de cerveza artesanal. Se

podrían incluir líneas de cerveza que se encuentren disponibles todo el año y otras que sean exclusivas de temporada.

- Además, la utilización de energías limpias con paneles solares representaría un componente amigable con el ambiente en el proceso de elaboración de cerveza artesanal.

Capítulo 6: Propuesta

6.1 Nombre de la propuesta

Estructura de desglose de trabajo relacionada con la “tramitología” para la apertura y formalización de una empresa “productora de cerveza artesanal”.

6.2 Lugar de desarrollo, organización o población involucrada.

- **Lugar de desarrollo:**

La empresa se instalará en la provincia de San José, cantón Central, distrito: San Sebastián, 75 metros este de la iglesia católica, primer planta casa de habitación.

- **Organización:**

Se pretende abrir un negocio relacionado con la producción y comercialización de “cerveza artesanal”. La empresa operará bajo la figura de una “sociedad anónima” y será registrada en el Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC) como una PYME, con el objetivo de optar por los beneficios de estas, los cuales están relacionados con una mayor facilidad para el acceso a créditos y descuentos en los costos de otros trámites que se deben realizar para formalizar la empresa.

- **Población involucrada:**

Para determinar la población involucrada y su papel en el negocio se utilizó una “Matriz de Identificación de Actores”, la cual es utilizada para el curso “Gerencia de la Operación de Proyectos” del Instituto Centroamericano de Administración Pública (ICAP). Los siguientes son los aspectos que se utilizaron para llenar la matriz y cada uno de sus significados:

- **Involucrados:** Los actores sociales de un proceso están constituidos por todos los individuos, grupos u organizaciones (Instituciones del estado, ONG’s, beneficiarios, municipalidades, organismos financieros, partidos políticos, movimientos ambientalistas, entre otros), que tienen algún tipo de

interés en el proyecto directa o indirectamente, total o parcialmente, en cualesquiera de sus fases (formulación, ejecución y operación).

- **Grupos estratégicos:** En esta columna se podrá colocar los siguientes aspectos:

Tabla 21: Grupos estratégicos para la vida de la propuesta del proyecto

Grupos estratégicos para la vida de la propuesta del proyecto	
Inversores	Es el grupo del que depende la sustentación económica o institucional de la organización / proyecto, sea por su aporte económico o por la determinación de sus decisiones en el caso de instituciones civiles o gubernamentales.
Referentes	Es el grupo de formados de opinión, que pueden tener distintas categorías según el tipo de organización. Pueden ser individuos, otras organizaciones del sector u organismos del gobierno.
Clientes	Son los destinatarios directos de las propuestas de la organización.
Entorno	Está conformado por distintos sectores de la sociedad que tienen relación indirecta con la propuesta de la organización
Colaboradores Internos	Es el recurso humano conformado por los distintos grupos que llevan adelante los procesos por los cuales depende el desarrollo de la propuesta.

Fuente: ICAP

- **Fases:** Relacionadas con el ciclo del proyecto:
 - Preinversión: participación de (los) actores en los diferentes estudios.
 - Negociación, Financiamiento, Promoción.
 - Inversión
 - Evaluación del Ciclo
 - Ex - ante, Durante, Ex - post
 - Operación

- **Identificación de las áreas de interés del proyecto:**

Un proyecto puede ser analizado a través de la identificación de las diferentes áreas de interés que lo constituyen. Las áreas de interés son aquellos componentes o proceso que materializan las acciones del proyecto en cada una de sus fases. En

la fase de ejecución son: la construcción de obras, la instalación del servicio, la localización, el empleo, la consultoría, la supervisión, la tecnología, el financiamiento, etc. En la fase de operación pueden ser: la producción, las compras, la comercialización, los objetivos, el financiamiento, los precios o tarifas, la propiedad o dirección, el empleo, la imagen (prestigio).

Un actor social puede tener interés, en la totalidad del proyecto, pero esto es lo excepcional y generalmente sirve de apariencia. La mayoría de los actores sociales tienen interés en un área específica del proyecto, escasamente en varias de ellas. Tienen interés en aquellas áreas que modifican su poder, aumentándolo o disminuyéndolo; o sea, en aquellas áreas que incrementan o disminuyen su volumen de recursos acumulados. Aquellas áreas del proyecto que no modifican su balance de recursos no despiertan interés genuino.

Para algunos actores el proyecto representa el aumento de sus ventas, sus ingresos, su autoridad, sus conocimientos, su tecnología o la solución de alguna necesidad social por los bienes y/o servicios que le suministra.

Las áreas de interés en un proyecto difieren en:

- a. Naturaleza y tipo de proyecto (agrícola, educativo, industrial, de transporte, etc.)
- b. La fase de vida del proyecto (formulación, ejecución y operación).

Para un actor social el proyecto puede ser:

- a. De impacto positivo o negativo, según gane o pierda con él.
- b. De interés en una o más áreas
- c. Con diferentes grados de interés en las áreas seleccionadas.
- d. Más de un actor puede tener interés en una misma área.

- **Alcance deseado:**

Corresponde al objetivo de cada actor según su área de interés.

- **Tipo de impacto:**

El tipo de impacto que se espera de los actores, este puede ser: positivo o negativo.

- **Identificación del escenario del proyecto (posición inicial – posición deseada)**

En función de sus objetivos particulares y la relación con las diferentes áreas de interés de los proyectos, los actores sociales ocupan una posición determinada y desempeñan el papel que contribuye a obtener del proyecto las compensaciones que incrementan su grado de acumulación de recursos o satisfagan necesidades. En tal sentido se pueden identificar diferentes papeles que pueden ser desempeñados por los actores, a saber:

○ Promotor:

Actor que realiza las acciones iniciales de detectar el problema o necesidad, promover o realizar los estudios y buscar el apoyo político, institucional y económico al proyecto. En los proyectos públicos los actores pueden ser agencias gubernamentales, grupos sociales, entidades privadas o partidos políticos. Los promotores pueden llegar a operar exclusivamente el proyecto, participar parcialmente o no participar en el manejo de este. Son los que tienen la iniciativa de construir viabilidad al proyecto a través de la elaboración, cumplimiento y control de estrategias de ejecución del proyecto.

○ Aliado:

Es el actor que tiene la disposición de apoyar y respaldar al promotor, por tener interés en alguna de sus áreas. Su participación en la ejecución y operación del proyecto será activa en la medida que su grado de interés por el mismo sea primario y el mismo contribuya a aumentar su inventario de recursos. Se puede señalar que para él su posición será irrenunciable en la medida que el proyecto incremente o reduzca significativamente su poder.

○ Oponente:

Actor social que entra en contradicción con la correlación de fuerzas que promueve el proyecto por afectar negativamente el proyecto su actual balance de recursos. Solo modifica su oposición en la medida que logre algún tipo de transacción con los promotores que salve su actual situación o le compense de otra forma. Si el proyecto lesiona sus intereses esenciales su confrontación será antagónica y la solución no negociable. Una estrategia frente a los oponentes tendría que inducirle a su neutralidad.

- **Neutral:**

Actor al cual es indiferente el resultado del proyecto, pero que posee determinado tipo de recursos que contribuirán a acrecentar el poder de los demás actores y en consecuencia es sujeto de presiones y halagos para que se integre a alguno de los bloques en lucha. Generalmente no pasa de tener un interés secundario en algún área del proyecto.

- **Potencialidades – Aportes:**

Relacionado con las fortalezas de cada grupo, aspectos de aportes en los recursos, ventajas competitivas, etc.

- **Limitaciones:**

Relacionado con limitación de recursos, debilidades, etc.

Tabla 22: Matriz de Identificación de Actores

Involucrados	Grupo Estratégico	Fase del negocio	Área de Interés	Alcance deseado	Tipo de impacto	Posición Inicial	Posición deseada	Potencialidades	Limitaciones
Público Meta	Cliente	Operación	Compras	Comprar el producto y que este sea de su agrado	Positivo	Aliada	Aliado	Cadena de recomendación del producto	Que el producto no sea de su agrado
Bares	Cliente	Promoción Operación	Compras	Adquirir el producto	Positivo	Aliado	Promotor	Cadena de recomendación y venta del producto	Que el producto no sea de su agrado
Empresas productoras de cerveza artesanal	Referente	Operación	Precio	Benchmarking Analizar sus ventajas competitivas y debilidades	Negativo	Oponente	Neutral	Conocimiento, oportunidades de mejora para el negocio	Que el producto de la competencia sea de mayor agrado para el cliente
Consumidores de cerveza industrial	Cliente	Operación	Compras	Que pueda adquirir el producto de manera ocasional	Positivo	Oponente	Aliado	Cadena de recomendación del producto	Publicidad negativa del producto dado que no es de su preferencia
Cervecería de Costa Rica	Referente	Operación	Precios y tarifas Imagen	Conocer la manera en la que produce y comercializa	Negativo	Oponente	Neutral	Conocer sus productos y la manera en la que producen	Tienen producción masiva y son una gran empresa
Puntos de venta de interés	Cliente	Operación	Ventas	Tener otra alternativa para la venta del producto	Positivo	Aliado	Aliado	Mayor venta proyectada de nuestros productos	Que no adquieran el producto
Proveedores	Entorno	Operación	Producción	Productos de calidad al menor costo posible	Positivo	Aliado	Aliada	Responsables, constantes y confiables	Que no tengan el producto en el tiempo deseado

Ministerio de Economía, Industria y Comercio (MEIC)	Entorno	Preinversión, Operación	Capacitación Publicidad	Capacitación en temas administrativos y publicidad en las ferias y actividades para PYMES	Positivo	Aliado	Aliado	Registro PYME para facilidad en el acceso al crédito y trámites	Desinterés
Instituciones Gubernamentales	Entorno	Preinversión Operación	Permisos, licencias de funcionamiento	Tener los permisos, impuestos, licencias y registros al día	Positivo	Aliados	Aliada	Continuidad del negocio y formalidad	Si no se cuentan con los permisos pueden cerrar el negocio
Entidades financieras	Inversores	Promoción y Operación	Financiamiento	Obtención de créditos requeridos	Positivo	Aliado	Aliado	Que la empresa cuente con mayor liquidez y poder adquisitivo	No ser sujeto de crédito
Inversionistas	Inversores	Promoción y Operación	Financiamiento	Obtención de créditos requeridos	Positivo	Aliado	Aliado	Que la empresa cuente con mayor liquidez y poder adquisitivo	Desinterés
Redes Sociales	Entorno	Operación	Publicidad	Publicidad comercial, mercadeo,	Positivo	Aliado	Aliado	Reconcomiendo del negocio a bajo costo y gran alcance, ventas en línea	Comentarios negativos

Fuente: Elaboración propia.

6.3 Objetivo general y específico, propios de la propuesta.

- **Objetivo General**

Formalizar la empresa para iniciar su operación mediante la construcción de una estructura de desglose de trabajo que indique el tiempo y la ruta crítica tramitología.

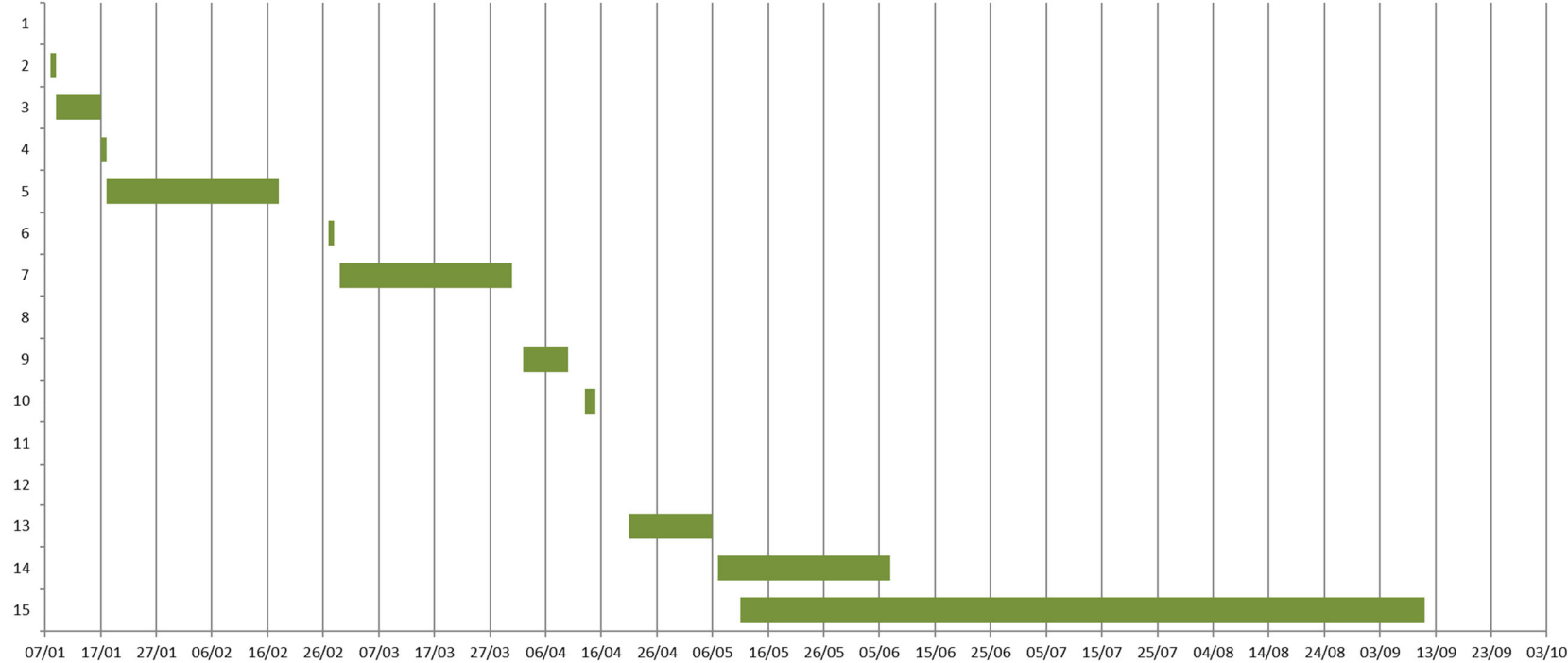
- **Objetivos específicos**

- Determinar actividades secuenciales y la duración total de cada uno de los trámites para la apertura y formalización del negocio por medio de un cronograma con su respectiva representación gráfica.
- Realizar un análisis detallado de los involucrados del proyecto por medio de una matriz que permita determinar las potencialidades y limitantes de cada uno.

6.4 Cronograma de actividades y responsables.

Cronograma de actividades para la formalización del negocio				
No.	ACTIVIDAD	Fecha de inicio	Fecha final	Duración
1	Verificación de estar al día con la CCSS	7/1/2020	7/1/2020	0,0
2	Contratación de notario para realizar protocolización e inscripción de la "Sociedad Anónima"	8/1/2020	9/1/2020	1,0
3	Sociedad Inscrita en el Registro Nacional, libros legales, etc.	9/1/2020	17/1/2020	8,0
4	Solicitud de Uso de Suelo – Municipalidad	17/1/2020	18/1/2020	1,0
5	Obtención del Uso de Suelo	18/1/2020	18/2/2020	31,0
6	Solicitud de la patente comercial - Municipalidad de San José	27/2/2020	28/2/2020	1,0
7	Obtención de la Patente Comercial	29/2/2020	31/3/2020	31,0
8	Solicitud de Permiso Sanitario de Funcionamiento - Ministerio de Salud	1/4/2020	1/4/2020	0,0
9	Obtención del Permiso Sanitario de Funcionamiento	2/4/2020	10/4/2020	8,0
10	Solicitud de Póliza de Riesgos de Trabajo – INS	13/4/2020	15/4/2020	2,0
11	Registro de Contribuyente - Ministerio de Hacienda	16/4/2020	16/4/2020	0,0
12	Inscripción como Patrono – CCSS	20/4/2020	20/4/2020	0,0
13	Inscripción como Patrono completa	21/4/2020	6/5/2020	15,0
14	Registro de Productos de Interés Sanitario – Alimentos	7/5/2020	7/6/2020	31,0
15	Registros de Productos Completos	11/5/2020	11/9/2020	123,0

Gráfico de Gantt



Fuente: Elaboración propia.

6.5 Presupuesto necesario para su implementación

El siguiente cuadro muestra el detalle y el total de los costos en los que se debe incurrir para abrir y formalizar la empresa, en relación con los trámites:

Tabla 23: Presupuesto para la implementación de la propuesta

Inscripción de la Sociedad Anónima	
Descripción	Precio
Escritura pública notarial de constitución de "Sociedad Anónima"	¢165.000,00
Impuestos de presentación del trámite en línea (www.crearempresa.go.cr)	¢8.000,00
Total	¢173.000,00
Pago de registro de la sociedad y especies fiscales	
Descripción	Precio
Archivo Nacional CRC 20	¢20,00
Colegio Contadores Privados (Libros legales)	¢75,00
Colegio de Abogados	¢15.000,00
Educación y Cultura	¢750,00
Fiscal	¢625,00
Impuesto Municipal	¢40,00
Registro Nacional (0.2% del capital)	¢426.420,00
Libros legales	¢17.150,00
Agrario (0.15% del capital)	¢30,00
Publicación del Edicto para el nombre de la sociedad anónima	¢6.580,00
Total	¢466.690,00
Otros costos y gastos para poder operar	
Descripción	Precio
Permisos Sanitarios	¢12.180,00
Póliza de Riesgos de Trabajo	¢94.220,00
Patente Municipal	¢150.000,00
Registro de Sanitarios de Productos	¢60.900,00
Total	¢317.300,00
TOTAL	¢956.990,00

6.6 Desarrollo de la propuesta

Una de las mayores dificultades que enfrentan los emprendedores y microempresarios en nuestro país, son los trámites diversos que debe realizar para formalizar, abrir y que su negocio empiece operaciones para generar divisas.

Muchos de los emprendimientos no sobrepasan esta etapa, por ende, es necesario tener claro y conocer cada uno de los trámites que se deben realizar, los requisitos que deben presentar y en cuales instituciones se deben realizar.

Esta propuesta constituye una ruta a seguir por los futuros empresarios para abrir su negocio y formalizarlo, la misma tiene una estimación del tiempo que se tardaría para este proceso y los costos que requiere.

Específicamente se cuenta con lo que en “Administración de Proyectos”, se conoce como “Estructura de Desglose de Trabajo (EDT)”, el cual contempla todas las actividades que se deben realizar, la fecha de inicio y fecha final de cada una de estas actividades, además, se muestra una representación gráfica (Gráfico de Gantt), lo cual, les permitirá a los empresarios ir midiendo y verificando el avance de la propuesta cuando sea implementada.

Como valor agregado, se realizó un importante análisis de los involucrados del proyecto, para que a futuro se puedan plantear estrategias para cada uno, con el objetivo de tener un panorama de su accionar y sus implicaciones en el negocio.

Bibliografía

- Arboleda Vélez, G. (2017). *Proyectos: identificación, formulación, evaluación y gerencia*. Mexico: Alfaomega Grupo Editor S.A.
- Arroyo Venegas, I. C. (06 de 10 de 2018). *Revistas Universidad del Bío-Bío*. Obtenido de <http://revistas.ubiobio.cl/index.php/HHEE/article/view/2048/1910>
- Asociación De Cerveceros Artesanales de Costa Rica. (20 de 02 de 2019). <https://www.acacr.net>. Obtenido de <https://www.acacr.net>: <https://www.acacr.net/detalle-de-costos/>
- Baca Urbina, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. Mexico: Mc Graw Hill.
- Banco Centra de Costa Rica. (10 de 05 de 2019). indicadoreseconomicos.bccr.fi.cr. Obtenido de indicadoreseconomicos.bccr.fi.cr: [http://indicadoreseconomicos.bccr.fi.cr/IndicadoresEconomicos/Cuadros/frmConsultaTCV entanilla.aspx](http://indicadoreseconomicos.bccr.fi.cr/IndicadoresEconomicos/Cuadros/frmConsultaTCV%20entanilla.aspx)
- Banco Central de Costa Rica. (01 de 05 de 2019). [bccr.fi.cr](http://www.bccr.fi.cr). Obtenido de [bccr.fi.cr](http://www.bccr.fi.cr): <https://www.bccr.fi.cr/SitePages/default.aspx>
- Barrantes, R. (2014). En *Investigación: un camino al conocimiento Enfoque Cualitativo y Cuantitativo*. San José: EUNED.
- Calvo, M. (03 de 03 de 2019). *El Financiero*. Obtenido de *El Financiero*: http://www.elfinancierocr.com/ef_archivo/2008/diciembre/14/visto-bueno1803676.html
- Cervezas Enigma. (2019 de 01 de 23). *Cervezas Enigma*. Obtenido de *Cervezas Enigma*: <http://www.cervezasenigma.com/es/mundo-enigma/proceso-de-elaboracion>
- Chaves, R. (2002). *Curso: Analisis de credito para Pymes*. Instituto Latinoamericano de Fomento Agroindustrial IFAIN.
- Cousion Brenes, K. (2015). *Tesis sobre "Estudio de la Evolucion Historico-Economico de las Pymes en Costa Rica (1950-2013)"*.
- Economipedia. (15 de 01 de 2019). *Economipedia.com*. Obtenido de *Economipedia*: <https://economipedia.com/definiciones/bien-sustitutivo.html>
- El Financiero Costa Rica. (2019 de 05 de 01). *Sitio Web del Financiero* . Obtenido de *Sitio Web del Financiero* : <https://www.elfinancierocr.com/pymes/como-se-realiza-el-registro-sanitario-de-un-producto/RNKKZRSIQBGWVG4RRXGVD6X76E/story/>
- Fifco. (01 de 03 de 2019). <https://www.fifco.com/>. Obtenido de <https://www.fifco.com/>: <https://www.fifco.com/>
- Garita, R. V. (2005). *Sitio Web de la UCR*. Recuperado el 06 de Octubre de 2018, de <http://repositorio.sibdi.ucr.ac.cr:8080/jspui/bitstream/123456789/1654/1/26264.pdf>
- Garza, J. (01 de 02 de 2019). *La Republica*. Obtenido de *La Republica*: https://www.larepublica.net/noticia/alta_demanda_dispara_mercado_de_cerveza_artesanal

- Gonzalez Bejarano, G. (2013). *Desarrollo de Elementos de Diferenciaion Competitiva*.
- Gonzalez Murillo, O. (2004). *Pymes: un componente importante del sector productivo en Costa Rica*. San Jose: Universidad de Costa Rica.
- González, M. (2017). *Principios de Elaboración de Cervezas Artesanales*. Estados Unidos: Lulu Enterprises.- Lulu Press Inc.
- Gonzalez, R. M. (2009). *Sitio Web Cepal*. Recuperado el 06 de Octubre de 2018, de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5185/S0900127_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hacienda Chile. (15 de 02 de 2019). *hacienda.cl*. Obtenido de hacienda.cl: <http://www.hacienda.cl/glosario/pib.html>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la investigación*. Mexico Distrito Federal: Mc Graw Hill.
- Hernández, A. (2003). *Microbiología Industrial*. San José: Universidad Estatal a Distancia.
- La Gaceta. (18 de 12 de 2018). Decreto N° 41434-MSTT.
- La Nación. (03 de 03 de 2019). *La Nación*. Obtenido de La Nación: <https://www.nacion.com/viva/cultura/asi-surgieron-las-primeras-cervecerias-en-costa-rica/HBB4QJ4IYVGO3JRBRTGEMAHAE/story/>
- Ministerio de Economía y Comercio. (06 de Octubre de 2018). *www.meic.go.cr*. Obtenido de <https://www.meic.go.cr/meic/documentos/d3yp328dv/EstrategiaNacEmpleoProd.pdf>
- Ministerio de Economía, Industria y Comercio. (06 de 10 de 2018). *Meic*. Obtenido de <http://reventazon.meic.go.cr/informacion/pyme/2017/informe.pdf>
- Ministerio de Economica, Industria y Comercio. (06 de 11 de 2018). *Sitio Web Pyme del MEIC Costa Rica*. Obtenido de <http://pyme.go.cr/informacion.php?id=4>
- Ministerio de Hacienda. (2019). *Sitio Web del Ministerio de Hacienda*. Recuperado el 23 de Febrero de 2019, de <https://www.hacienda.go.cr/contenido/14837-aspectos-generales-de-factura-electronica>
- Ministerio de Salud. (06 de 11 de 2018). *Sitio web del Ministerio de Salud*. Obtenido de <https://www.ministeriodesalud.go.cr/index.php/tramites-ms/permisos-a-establecimientos-ms>
- Mora Vargas, P., Perez Zambrano, H., & Vindas Rodriguez, C. (2011). Propuesta de un Modelo de Dirección Estratégica a través de un Cuadro de Mando Integral para la Empresa PYMES de Costa Rica S.A. Universidad de Costa Rica.
- Muntons. (20 de 02 de 2019). *Muntons*. Obtenido de Muntons: <https://www.muntons.com/>
- Pedruza, A. (18 de 03 de 2019). *Beersandtrips*. Obtenido de Beersandtrips: <https://www.beersandtrips.com/que-es-un-brewpub/>

Pérez Damasco, D. (06 de Octubre de 2018). *La Prensa Libre*. Obtenido de <http://www.laprensalibre.cr/Noticias/detalle/4871-pymes-mantienen-mortalidad-de-80-en-primeros-tres-anos>

PYME. (28 de 03 de 2019). *Pyme.go.cr*. Obtenido de Pyme.go.cr: <http://www.pyme.go.cr/cuadro5.php?id=1>

Pymes El Financiero. (06 de Octubre de 2018). *El financiero*. Obtenido de <https://www.elfinancierocr.com/pymes/la-muerte-de-las-pymes-cuanto-tiempo-duran-los-pequenos-negocios-y-por-que/QMKIITYSUFENHADJA3UEFSQO5E/story/>

Revista Vacío. (01 de 02 de 2019). <http://revistavacio.com/cultura/cerveza-artesanal-en-costarica/>. Obtenido de <http://revistavacio.com/cultura/cerveza-artesanal-en-costarica/>: <http://revistavacio.com/cultura/cerveza-artesanal-en-costarica/>

Rojano , B. (2015). *¿Cómo hacer cerveza en casa?* México: Producciones Sin Sentido Común.

Sampiere, R. H., Fernandez Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). Metodología de la Investigación. En *Metodología de la Investigación* (pág. 634). México: McGraw Hill.

Sapag Chain, N. (2011). Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación. En N. Sapag Chain, *Proyectos de Inversión, Formulación y Evaluación*. Pearson.

Sitio Web Cerveceros de Mexico. (07 de 04 de 2019). <https://cervecerosdemexico.com>. Obtenido de <https://cervecerosdemexico.com>: <https://cervecerosdemexico.com/2017/11/13/mosto-cerveza-proceso/>

Sitio Web Cerveza Enigma. (30 de 03 de 2019). *Cerveza Enigma*. Obtenido de Cerveza Enigma: <http://www.cervezasenigma.com/es/mundo-enigma/proceso-de-elaboracion>

Sitio Web Cervezarte Sana . (03 de 04 de 2019). *Cervezartesana*. Obtenido de Cervezartesana: <https://www.cervezartesana.es/blog/post/el-dry-hopping-una-tecnica-para-potenciar-el-aroma-de-la-cerveza.html>

Sitio web de la Caja Costarricense del Seguro Social. (15 de 05 de 2019). *ccss.sa.cr*. Obtenido de [ccss.sa.cr](https://www.ccss.sa.cr): <https://www.ccss.sa.cr>/morosidad

Sitio web del Banco Nacional. (01 de 05 de 2019). *bncr.fi.cr*. Obtenido de [bncr.fi.cr](https://www.bncr.fi.cr): <https://www.bncr.fi.cr/Documents/Tasas.pdf>

Sitio web el Ministerio de Economía y Comercio. (10 de 05 de 2019). *Meic.go.cr*. Obtenido de [Meic.go.cr](http://www.meic.go.cr): www.meic.go.cr

Sitio web Fundación Fedna. (06 de 04 de 2019). <http://www.fundacionfedna.org>. Obtenido de <http://www.fundacionfedna.org>: http://www.fundacionfedna.org/subproductos_fibrosos_humedos/bagazo-de-cerveza-h%C3%Bamedo

Sitio web PYME.go.cr. (20 de 03 de 2019). *PYME.go.cr*. Obtenido de [PYME.go.cr](http://www.PYME.go.cr): <http://www.PYME.go.cr/informacion.php?id=3>

Sitio web Quimacer. (01 de 04 de 2019). <http://quimacer.com>. Obtenido de <http://quimacer.com>:
http://quimacer.com/644048_es/Agua-Glicolada/

Sitio web The Beer Times. (01 de 04 de 2017). <https://www.thebeertimes.com>. Obtenido de
<https://www.thebeertimes.com>: <https://www.thebeertimes.com/barriles-de-cerveza-historia-tipos-y-usos/>

Ugalde Binda , N. (2009). El impacto de la cultura en el desarrollo de las Pymes. *Revista Ciencias Económicas*, 294-301.

Valenzuela, R. L. (2018 de Octubre de 2018). *Sitio Web Cepal*. Obtenido de
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/37046/S1420371_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Glosario

Brewpub: Se hace mención de un bar o restaurante donde fabrican y sirven la cerveza artesanal producida directamente. (Pedrueza, 2019)

FIFCO: Florida Ice & Farm Co.

Producto sustituto: Un bien sustitutivo (o sustituto) es aquel que puede satisfacer la misma necesidad que otro. De esta forma, a ojos del consumidor, el bien sustituto puede reemplazar la función de otro, sean o no similares en cuanto a sus características o precio. Los servicios sustitutos se comportan de igual manera, por lo que para simplificar vamos a obviar la diferencia entre bienes y servicios. (Economipedia, 2019)

PIB: Es el valor total de los bienes y servicios producidos en el territorio de un país en un periodo determinado, libre de duplicaciones. Se puede obtener mediante la diferencia entre el valor bruto de producción y los bienes y servicios consumidos durante el propio proceso productivo, a precios comprador (consumo intermedio). Esta variable se puede obtener también en términos netos al deducirle al PIB el valor agregado y el consumo de capital fijo de los bienes de capital utilizados en la producción. (Hacienda Chile, 2019)

PYMES: Se entiende por pequeñas y medianas empresas (PYMES) toda unidad productiva de carácter permanente que disponga de los recursos humanos los maneje y opere, bajo las figuras de persona física o de persona jurídica, en actividades industriales, comerciales, de servicios o agropecuarias que desarrollen actividades de agricultura orgánica. Las empresas se clasifican según actividad empresarial como industriales, comerciales y de servicios, utilizando la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas (CIIU). (PYME, 2019)

Dry Hopping: es traducido literalmente sería algo así como lupulando en seco, es la técnica cervecera que se utiliza para otorgar más aroma a la cerveza. Normalmente consiste en añadir lúpulos secos a la cerveza ya elaborada y tras haber fermentado. Los cerveceros que utilizan este proceso suelen hacerlo sumando estos lúpulos secos a los que ya han añadido durante la elaboración y

esto es lo que le da a la cerveza un aroma muy intenso. (Sitio Web Cervez Artesana, 2019)

Mosto: El mosto es el líquido que se obtiene de manera previa a la fermentación. Contiene azúcares de las distintas maltas, el lúpulo y otros añadidos durante la cocción. Se denomina mosto debido a su sabor dulce y a que no contiene alcohol. El proceso mediante el que se obtiene el mosto se llama maceración, y se trata de la inmersión en agua de los granos secos, obtenidos tras el proceso de tostado y molineada, es un paso delicado que requiere de mucha experiencia para el control de la temperatura y el tiempo. El objetivo es propiciar las condiciones ideales para transformar durante la maceración los almidones en azúcar. (Sitio Web Cerveceros de Mexico, 2019)

Bagazo: Subproducto de la industria cervecera resultante del proceso de prensado y filtración del mosto obtenido tras la sacarificación del grano de cereal (cebada, básicamente) malteado. (Sitio web Fundación Fedna, 2019)

Agua glicolada: conocida como mezcla de agua glicol se utiliza prevenir la formación de hielo en los intercambiadores de los refrigeradores ubicados en los circuitos hidráulicos, es por esto que el agua glicolada actúa como fluido térmico, transfiriendo calorías o frigorías al circuito en función de las condiciones de temperatura y de presión a las que esté sometido el fluido. (Sitio web Quimacer, 2019)

Kegs: el término es sinónimo de tonel, barrica, cuba o pipa y hace referencia a cualquier contenedor de forma cilíndrica utilizados para almacenar cualquier tipo de líquido; mientras que, en inglés, barril hace referencia a una unidad de medida, ya que la palabra utilizada para denominar al barril es keg o cask. (Sitio web The Beer Times, 2017)