

Proyecto Idea de Negocio para la Creación de una Fábrica de Cerveza Artesanal Pulso

Business Idea Project for the Creation of a Pulse Craft Brewery

Ana Maria Alfonso Leiva analfonso11@poligran.edu.co
Cielo Alejandra Beltran Esteban cibeltran2@poligran.edu.co
Maria Paula Bautista Gonzalez mabautista6@poligran.edu.co
Valentina Salamanca Vargas vasalamanca@poligran.edu.co
Angelica Maria Villalba Celis anvillalba2@poligran.edu.co
Alix Johana Gaffaro Garcia agaffaro@poligran.edu.co

Institución de afiliación de Autores **Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano**
Colombia

Resumen

El proyecto surge a partir de la investigación sobre diferentes métodos de realización de cerveza artesanal, así mismo, frente a diversos factores en su historia como lo son; incidencias, tipos de consumidores y posibles asociaciones como fuente de motivación ante el progreso e ingreso de pequeñas grandes industrias en el mercado, contribuyendo con todas aquellas personas que inician una idea y desean convertirse en trabajadores independientes.

El objetivo principal del proyecto es analizar todos aquellos factores que hacen de la cerveza una bebida que data de nuestros antepasados, un producto que a pesar del paso del tiempo y sus transformaciones sea elegido por el consumidor con seguridad y se presente de alta calidad, vinculándolo con el poder y la influencia que tiene la música sobre las personas y en nuestra sociedad.

Presentando finalmente una síntesis narrativa y expositiva de nuestro proyecto en relación con la organización como estructura y los métodos que hicieron que la elaboración de nuestra cerveza artesanal sea de la forma más sencilla y el trabajo realizado de la mejor manera posible, contemplando los recursos tanto naturales como humanos, al igual que las técnicas e instrumentos empleados para lograr la eficiencia dentro de los sistemas informativos, los procedimientos administrativos y las operaciones dentro de nuestra iniciativa.

Palabras clave

Cerveza artesanal, Idea de Negocio, Emprendimiento

Keywords

Craft Beer, Business Idea, Entrepreneurship

WORKING PAPER

ESCUELA DE OPTIMIZACIÓN, INFRAESTRUCTURA Y AUTOMATIZACIÓN -OPINA

Problema de Investigación

¿Qué tan viable es incursionar en la venta de cerveza artesanal por medio de la música y los entornos musicales?

En un mercado cervecero como el de Colombia en el que predominan empresas como Bavaria, surge la necesidad de producir una cerveza artesanal, con sabores y tratamientos menos industrializados que amplíen las opciones de predilección de los consumidores, con apuestas alternativas e innovadoras que aumenten la diversidad para el cliente.

El emprendimiento surge con una iniciativa que busca darle relevancia e identidad a algunas de las actividades más comunes y cotidianas de los colombianos, como lo es escuchar música y compartir una buena cerveza con personas cercanas; con la intención de crear lazos que generen empatía con el consumidor, se aprovecha la oportunidad de categorizar tipos de cerveza según los diversos gustos musicales de los ciudadanos.

Teniendo en cuenta que los principales consumidores son hombres, la bebida busca eliminar esta etiqueta y aportar un crecimiento al convertirla en una cerveza que se consuma por igual, en diferentes rangos, a partir de la mayoría de edad, para esto, es necesario realizar un estudio continuo sobre sus diversos gustos, necesidades y oportunidades en el mercado, que impulsen a la innovación y autenticidad.

La cerveza, al igual que la música es para todos y “Pulso” busca que la bebida sea atractiva, variada y así mismo sencilla, para esto la demanda considera puntos de distribución como bares temáticos, festivales, negocios minoritarios, entre otros, permitiendo dar conocimiento a los consumidores frente a la marca y la iniciativa.

De este modo no solo se diferencia por una identidad de marca definida, sino por el tipo de experiencia multisensorial que se puede desarrollar alrededor del producto y que es vista como una oportunidad, en otras palabras “Pulso” busca generar experiencias definidas en las que el consumidor asocia las diversas sensaciones que se generan al beber la cerveza, por ejemplo relacionar un tipo de sabor con una presentación visual, una sensación táctil con el empaque y con lo que vendría a ser el sentido auditivo por medio de referencias a un tipo de música o los lugares de consumo específicamente definidos con anterioridad, lo que nombramos como entornos musicales en los que además se pueden generar alianzas y patrocinios con la industria musical.

“Pulso” quiere ser un equipo de emprendedoras, con la mentalidad de sacar del esquema ya impuesto a todo lo relacionado con la típica cerveza, uniendo dos mercados que son totalmente accesibles, actualmente como la música y el mercado cervecero, no solo van a contribuir a la economía y simbología musical colombiana, sino que generara identidad, autenticidad y apropiación de un país lleno de diversidad cultural y ambiental, así mismo proponer una clara idea de unión entre nuestra sociedad y llevar a nuestro país al extranjero con un reconocimiento como una sociedad que va más allá de la violencia y el narcotráfico.

Para finalizar, nuestra marca busca tener un bajo impacto ambiental, por medio de procesos en donde se haga un uso correcto del agua y la energía para la producción, como también parte de los montos recaudados por convenios con eventos sean utilizados para la preservación del medio ambiente y las limpiezas marítimas.

WORKING PAPER

ESCUELA DE OPTIMIZACIÓN, INFRAESTRUCTURA Y AUTOMATIZACIÓN -OPINA

Marco Referencial

- Cerveza: La cerveza es un producto muy antiguo, la diferencia con su elaboración actual es que se busca preservarla y agregar diferentes ingredientes que la hagan diferenciarse en cuanto a la competencia, por ejemplo su color, nivel de amargor, entre otras cualidades o especificaciones que se tienen en cuenta a la hora de la fabricación del producto, vale resaltar las propiedades que tiene la cerveza en cuanto a su moderado consumo y beneficios a la salud de acuerdo a cada organismo. (Alimentos.es)
- Emprendimiento y aplicación de conocimientos: En relación con el emprendimiento, se identifican las oportunidades que presenta el estado para generar mentes emprendedoras que puedan sacar adelante proyectos de investigación y desarrollo de ideas que marquen diferencia en algunos sectores del mercado y de la sociedad, se viene trabajando este proyecto encausándolo a un proyecto de vida que se lleva a cabo mediante la creación de una empresa fabricante, comercializadora y vendedora de cerveza artesanal pasando por un proceso de creación o formulación de modelo o plan de negocios que pueda demostrar la factibilidad de este tipo de comercio de bebidas como lo es la cerveza artesanal, se tienen en cuenta diferentes teorías que son base fundamental para la creación de una empresa lo cual potencializa el desarrollo económico y social de una región, se toma como base identificar diferentes enfoques como económico, psicológico, sociológico y gerencial mirándolo desde diferentes puntos de vista entre los cuales se destaca el nivel micro, meso y macro, el enfoque económico busca encontrar el valor de cada uno de los indicadores financieros que se presten para la viabilidad de llevar a cabo un proyecto y su respectivo desarrollo o construcción en la realidad, así como el psicológico y el sociológico busca identificar el comportamiento de las personas y como responderían a una iniciativa tomada por los desarrolladores de la idea, estos enfoques tienen más relación con factores externos mientras que el enfoque gerencial busca fomentar un proceso de creación e implementación de un plan de negocios y nivel interno después de tener en cuenta un estudio DOFA acerca de la factibilidad de creación de empresa. (Productions)
- Plan de negocios de una empresa: Es la base principal de una empresa puesto que desarrolla en teoría todos lo relacionado con las acciones que realiza la empresa concerniente al producto que es la principal fuente de ingresos de la empresa como plan de marketing y ventas, distribución, procesos , plan de operaciones, nivel de producción, costos de producción, tecnología empleada y desarrollo tecnológico, logística interna, entre muchos más factores que están incluidos en un buen 22 sistema de planeación que debe tener la empresa para su éxito en el mercado y su posible y posterior crecimiento, aquí se da una visualización de cada sección requerida en la empresa para su funcionamiento y se diferencia del modelos de negocios porque no se adentra en mayor nivel en la sección de control de ingresos y utilidades obtenidas en la venta de producto o prestación de servicio. (VALENCIA, 2015)

- Diferencias entre una cerveza artesanal y una cerveza industrial

Figura 1 *Diferencias entre una cerveza artesanal y una cerveza industrial*

CERVEZA ARTESANAL	CERVEZA INDUSTRIAL
<ul style="list-style-type: none"> • La cerveza artesanal se elabora a partir de ingredientes naturales como agua, malta, lúpulo y levadura que no contienen conservantes ni aditivos, materia prima de alta calidad y coste. 	<ul style="list-style-type: none"> • La cerveza industrial se elabora a partir de aditivos como maíz o arroz un material menos costoso para producir una bebida de menor calidad e inferior precio.
<ul style="list-style-type: none"> • Al ser Artesanal su proceso de elaboración es manual y el uso de maquinaria es muy poco. 	<ul style="list-style-type: none"> • Su elaboración tiene menor intervención humana y es sometida a procesos como la pausterización donde se pierden propiedades de la cerveza.
<ul style="list-style-type: none"> • El filtrado de la cerveza artesanal es manual eso hace que su sabor y aroma sea único y personalizado, llamando mas la atención de consumidores. 	<ul style="list-style-type: none"> • La cerveza industrial se hace mediante un filtrado químico que no solo elimina los residuos, si no que destruye proteínas y nutrientes restándole sabor y aroma.
<ul style="list-style-type: none"> • Al ser en su mayoría empresas pequeñas son un producto local y de proximidad con el cliente que trata de crecer de forma ordenada y sin perjudicar la calidad del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> • Al ser industrializada, su proceso de producción responde a un modelo global y estándar que consigue exportar y expandirse a todo el mundo.
<ul style="list-style-type: none"> • La cerveza artesanal se prueba y se modifica varias veces por un maestro cervecero para conseguir una receta adecuada con olor y el gusto buscado. El resultado es una cerveza única y un producto más caro por su alta calidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • La cerveza industrial esta hecha a base de una receta básica y estándar además que busca los productos y procesos más económicos.

(BlogES, 2019)

- Creación de una cervecería artesanal y entrada al mercado

“Procedimientos exigidos por la ley para el montaje, inicio de operaciones y entrada al mercado de una empresa del sector de la cerveza artesanal, es pertinente iniciar con un breve relato sobre cómo llevar a cabo procesos concernientes a: Registro de marca, la adecuación del laboratorio, el procedimiento para solicitar el registro INVIMA y cuáles son sus exigencias, el procedimiento para obtener el registro B.P.M. Buenas Practicas y Manufacturas, el registro departamental, las exigencias que exige la DIAN en el área tributaria, y el registro de industria y comercio municipal.” (DANILO ESTEBAN BARRETO MUÑOZ, 2019)

Objetivos

- **General:** Desarrollar una idea de negocio mediante la elaboración de un estudio de organización y métodos frente a la producción de una marca de cerveza artesanal que enlace los gustos musicales con sabores y presentaciones del producto.

WORKING PAPER

ESCUELA DE OPTIMIZACIÓN, INFRAESTRUCTURA Y AUTOMATIZACIÓN -OPINA

- **Específicos:**
 - Investigar el proceso de elaboración de la cerveza artesanal
 - Calcular los costos de producción de las materias primas y el precio final dirigido a los diferentes consumidores.
 - Crear la idea de negocio de “Pulso” cerveza artesanal.

Metodología

Pulso nace gracias a un estudio basado en la metodología de investigación científica - descriptiva, a través del análisis y la observación se conocieron las herramientas necesarias para el proceso de elaboración de nuestra cerveza artesanal, dando paso al desarrollo de una búsqueda más exhaustiva frente a los procesos productivos a nivel interno y externo con el propósito de generar una marca competitiva en el mercado cervecero; así mismo, la investigación descriptiva nos permitió identificar un problema y su demografía con el fin de conocer las características de nuestro público objetivo, sus tendencias musicales y sus patrones de compra, entendiendo la naturaleza y frecuencia de su consumo; finalmente con la investigación científica encontramos las soluciones necesarias frente a la creación de la cerveza, marcando un paso a paso ordenado y sistemático hacia un objetivo clave y diferenciador entre la competencia, hallando su personalidad y autenticidad en el concepto musical y sus variaciones representativas en una determinada locación (Colombia).

Herramientas y recursos metodológicos

- Entrevista no estructurada con la representante de cerveza Craft beer.
- Recursos como videos y documentos relacionados con la elaboración de una cerveza artesanal.
- Flujogramas, diagramas de distribución, planimetría, proyecciones, estudios de tiempos y movimientos.
- Matriz DOFA
- Video - pitch del producto
- Matriz Canvas
- Póster, medio visual donde se explica el desarrollo e investigación del producto

Análisis de resultados

Para responder al objetivo de crear la idea de negocio de “Pulso” cerveza artesanal, luego de hacer la investigación del mercado, se estableció:

Razón social:

Pulso. En el lenguaje musical el pulso es una unidad usada para medir el tiempo y está además relacionada al ritmo cardiaco de una persona, por lo que es una definición de aquello que queremos expresar con la marca, la esencia musical y la conexión de los sentidos al momento de consumir nuestro producto.

Direccionamiento estratégico:

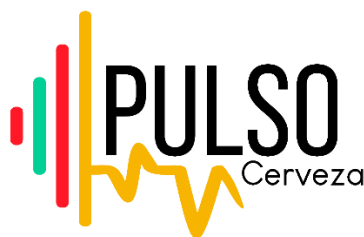
- Misión: Posicionarnos como empresa líder en el desarrollo y la comercialización de bebidas alcohólicas innovadoras, memorables y atrayentes, brindando a los consumidores una experiencia personal, por medio de los gustos musicales como un punto diferencial en su diseño, composición y sabor.
- Visión: En el año 2025 “Pulso” se posicionará como una de las marcas de cerveza artesanal más icónicas, compitiendo en el mercado nacional con representaciones de la música más escuchada por los colombianos, capaz de generar alianzas y patrocinios con los eventos o festivales más importantes del país.

Imagen corporativa:

Slogan - "Pulso, ponte en sintonía", nuestra empresa se identifica con esta frase, ya que nuestro producto es una conexión entre la música y la bebida, por tanto equilibra lo que queremos dar a transmitir a nuestro consumidor.

Logo – Colores llamativos, curvas referentes a las ondas del pulso de corazón y a la vibración que contiene la música.

Figura 2 Logo



Especificaciones de la etiqueta

“La medida de la etiqueta varía mucho según el tamaño de la botella a usar, pero en general tiene medidas de alrededor de 10x5cm.” (JVD)

¿Qué hacemos para que la etiqueta no tenga un impacto al medio ambiente?

Nuestras etiquetas serán tipo envolvente (es el método más comúnmente usado para los envases de bebidas), “Las etiquetas de la película de poliolefina (PE o PP) se envuelven alrededor de la botella y se fijan en su lugar con una pequeña línea de adhesivo en caliente. En muchos casos, la impresión se realiza en una superficie de película y luego se lamina a una segunda película para que la tinta quede protegida entre las dos capas.”, estas etiquetas flotan en el agua, gracias a que están hechas de poliolefinas y no cubren por completo la botella, lo que permite la detección rápida para poder separar con eficiencia, es la opción de etiquetado más amigable. (Polímeros, 2018) No se debe olvidar que la impresión de tintas debe ser digital, de láser o en mejor medida tintas ecológicas, pues éstas son hechas a base de materias orgánicas (renovables). (digital)

Figura 3 Imagen del producto – envase



¿Por qué utilizamos la botella de vidrio ámbar?

La cerveza es muy sensible a la luz, temperatura y tiempo, factores que inciden en la calidad de la bebida; por ello las botellas marrón, ámbar u oscuras ayudan a bloquear parte del espectro de luz para que las sustancias se conserven mejor y se protejan sus componentes en una medida de tiempo mayor. También escogimos este tipo de botella porque es el color más identificable de una cerveza a nivel histórico. (Glass, 2019) (Pruneda). La medida de la botella es estándar con una capacidad de 355 ml. (México, Marzo).

WORKING PAPER

ESCUELA DE OPTIMIZACIÓN, INFRAESTRUCTURA Y AUTOMATIZACIÓN -OPINA

¿Qué se puede hacer con el vidrio para no afectar al medio ambiente?

Muchas ocasiones lo que se hace con las botellas es reutilizarlas, sin embargo también se pueden reciclar, como empresa tenemos una responsabilidad y compromiso con el medio ambiente, pues es una realidad que nos corresponde a todos/as; “el vidrio es un material reciclable y no hay límite en la cantidad de veces que se puede ser reprocesado. Al reciclarlo no se pierden las propiedades y se ahorra una cantidad de energía de alrededor del 30% con respecto al vidrio nuevo. Para su adecuado reciclaje el vidrio es separado y clasificado según su tipo el cual por lo común está asociado a su color, una clasificación general es la que divide a los vidrios en tres grupos: verde, ámbar o café y transparente. El proceso de reciclado tras la clasificación del vidrio requiere que todo material ajeno, como tapas metálicas y etiquetas, sea separado. A continuación, el vidrio es triturado y fundido junto con las ya mencionadas arenas de sílice, carbonato de sodio y piedra caliza para fabricar nuevos productos que tendrán idénticas propiedades con respecto al vidrio fabricado directamente de los recursos naturales.” (Amarillo)

Modelo de Negocio

El pronóstico de producción es el resultado analizado de los gastos mensuales en todo el proceso de fabricación incluyendo la materia prima, mano de obra, maquinaria y herramientas para la producción, dando como resultado en gastos un total de \$202.414.469,87 y un pronóstico de producción de 9800 litros semanales, teniendo en cuenta que la presentación de la cerveza que se va a manejar es la de 355ml, en este caso para hallar el costo unitario por cerveza, pasamos los 9800 litros de producción y los convertimos en mililitros dando como resultado 9800000 ml, luego lo dividimos por 355ml para conocer cuántas cervezas tendríamos en producción, dando un total de 27.600,000 unidades de botellas, por ultimo tomamos el gasto total de \$202.414.469,87 y lo dividimos por la cantidad de botellas producidas dando un total de \$7.333,86 siendo este el costo unitario de fabricación de cerveza. Lo antes expuesto, se resume en las siguientes figuras:

Figura 4 *Costos y gastos de producción*

Costos de producción		
Costo unitario por botella		
Materia Prima	\$ 87,00	
Envase	\$ 100,00	
Mano de obra	\$ 200,00	
Amortización maquinaria	\$ 100,00	
Gastos generales	\$ 35,00	
Total:	\$ 522,00	
Costos de producción		
Costo unitario por botella		
		Unidades
Producción semanal (L)	9800	Litros
Presentación por botella	355	Mililitros
Producción semanal (ml)	9800000	Mililitros
Gastos generales	\$ 202.414.469,87	COP
Unidades producidas	27.600,00	Unidades
Total:	\$ 7.333,86	COP

WORKING PAPER

Figura 5 *Presupuesto inicial del proyecto*

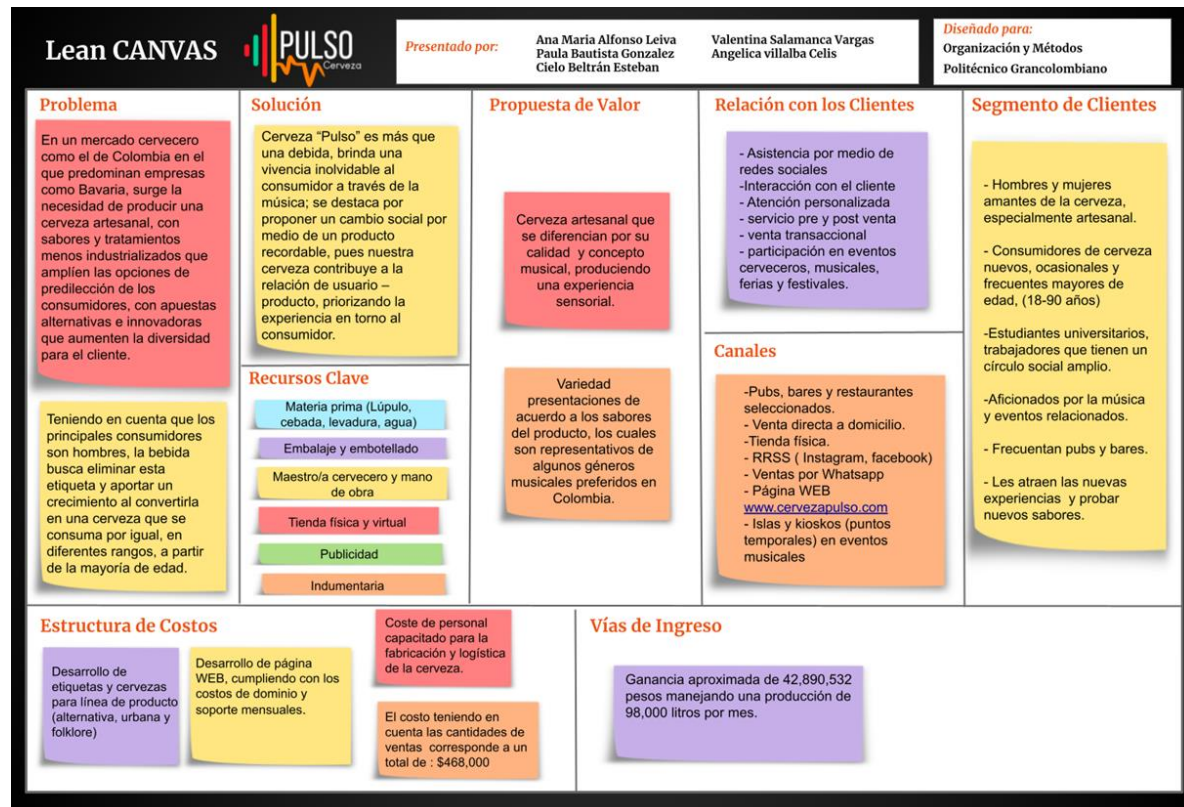
INVERSIÓN INICIAL	
ITEM	VALOR
Gastos de Constitución	\$ 84.500.000
Muebles y Enseres	\$ 13.191.002
Materia Prima	\$ 27.814.000
Decoración y Adecuación	\$ 15.000.000
Total	\$ 140.505.002

Figura 6 *Pronóstico de ventas a 7 años*

La cantidad de ventas está calculada por la producción de litros mensuales, entonces:

- 2021 - Producción mensual de 49,000 litros
- 2022 - Producción mensual de 55,000 litros
- 2023 - Producción mensual de 49,500 litros
- 2024 - Producción mensual de 60,000 litros
- 2025 - Producción mensual de 57,500 litros
- 2026 - Producción mensual de 75,000 litros

Figura 7 Modelo CANVAS del plan de negocio



Conclusión

Para entrar en el mercado y alcanzar los resultados esperados se realiza una predicción de 9,800L producidos al mes, esta se establece ya que este periodo se encuentra en fase de prueba, identificando problemas de producción que permiten plantear como objetivo la venta de 117,600 L en el primer año.

Con base al precio establecido durante el primer año y en relación con el segundo, se proyecta la venta anual con un incremento de aproximadamente 14,400 L durante los próximos 5 años, lo que equivale a 1,200 L mensuales adicionales.

Cualitativamente la cerveza Pulso tiene una ventaja en cuanto a la realización y creación del concepto musical, lo que garantiza aperturas a un mercado competitivo, creando valor diferencial dentro de este. Esto permite la posición y la recordación en los consumidores,

haciendo posible el llegar a nuevos nichos por medio de este concepto musical, convirtiéndose en un icono como marca y producto.

La solvencia del proyecto se puede demostrar en el pronóstico y es totalmente realizable, ya que cuenta con poco tiempo de recuperación proporcional a la producción, de acuerdo al análisis, el proyecto es sostenible financieramente.

El mercado de la cerveza artesanal ha sido uno de los más competitivos, su venta ha sido significativa para el desarrollo y crecimiento económico del país, según el pronóstico se espera que Pulso se posicione como una marca, donde su atractivo sean los diferentes tipos de música colombiana, esto significa que la marca no solo ha contribuido de manera económica, sino también culturalmente.

Finalmente, de acuerdo al análisis de mercado realizado y sumado a las proyecciones anteriormente mencionadas se puede concluir que el aumento de ventas a través del tiempo puede incrementar de acuerdo a la producción de litros, esto es un resultado favorable en cuanto a las utilidades y la viabilidad del proyecto ya que el mercado de cerveza artesanal cada vez coge más fuerza y pulso tiene el potencial para lograr posicionarse como una marca diferencial.

Referencias bibliográficas

Alimentos.es. (s.f.). alimentos.org.es. Obtenido de alimentos.org.es:
<https://alimentos.org.es/cerveza>

Amarillo, v. y. (s.f.). www.amarilloverdeyazul.com. Recuperado el Mayo de 2021, de www.amarilloverdeyazul.com:
<https://www.amarilloverdeyazul.com/botellas-de-vidrio/#:~:text=%C3%89ste%20se%20consigue%20a%20partir,suelen%20mezclar%20con%20vidrio%20reciclado>.

Ardila, J. Indie Rocks. Indie Rocks. Ciudad de México, México.

Arifin, T. Cráneo de rocker Vector Premium. Cráneo de rocker Vector Premium. SMK N 2 Yogyakarta, Yogyakarta.

artesanal, C. C. (05 de Septiembre de 2020). www.youtube.com. Recuperado el Mayo de 2021, de www.youtube.com: <https://www.youtube.com/watch?v=QqYTdy2ybxE>

BBC. (s.f.). www.bbccerveceria.com. Obtenido de www.bbccerveceria.com:
<https://www.bbccerveceria.com/>

Blanco, B. Z. (Junio de 2019). repositorio.udes.edu.co. Obtenido de repositorio.udes.edu.co:

<https://repositorio.udes.edu.co/bitstream/001/3760/1/Plan%20de%20negocios%20para%20la%20viabilidad%20de%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20una%20empresa%20dedicada%20a%20la%20elaboraci%C3%B3n%20de%20cerveza%20artesanal%20a%20base%20de%20caf%C3%A9%20en%20el%20dep>

- BlogES. (Octubre de 2019). cervesamontseny.cat. Recuperado el Mayo de 2021, de cervesamontseny.cat: <https://cervesamontseny.cat/es/las-7-diferencias-entre-la-cerveza-artesana-y-la-industrial/>
- Café, A. (s.f.). amsterdamcafe.es. Recuperado el Mayo de 2021, de amsterdamcafe.es: <https://amsterdamcafe.es/5-razones-beber-cerveza-artesanal/>
- Carpineta, G. (s.f.). www.infogourmet.com.ar. Recuperado el Mayo de 2021, de www.infogourmet.com.ar: <https://www.infogourmet.com.ar/single-post/cerveza-envases-retornables#:~:text=En%20promedio%2C%20cada%20botella%20de,volver%20a%20hacer%20una%20nueva.>
- CASA, E. n. (19 de Julio de 2020). www.youtube.com. Recuperado el Mayo de 2021, de www.youtube.com: <https://www.youtube.com/watch?v=WvfJu1ZplMA>
- CASTIBLANCO, A. M. (Julio de 2012). repository.ean.edu.co. Recuperado el Mayo de 2021, de repository.ean.edu.co: <https://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/3025/PalacioAna2012.pdf;jsessionid=435B3653DC1AB157FB2724DC131A4AA3?sequence=1>
- Cca. (s.f.). <http://www.cca.org.mx/>. Obtenido de <http://www.cca.org.mx/>: <http://www.cca.org.mx/cca/cursos/administracion/artra/produccion/recursos/factores.htm>
- CERVEZA, C. p. (14 de Agosto de 2020). www.youtube.com. Recuperado el Mayo de 2021, de www.youtube.com: <https://www.youtube.com/watch?v=HaScfxO2tYs&t=8s>
- CERVEZA?, ¿. D. (26 de Agosto de 2020). www.youtube.com. Recuperado el Mayo de 2021, de www.youtube.com: <https://www.youtube.com/watch?v=p7HqIbjo77M>
- Chelarte. (2021). www.chelarte.com. Obtenido de www.chelarte.com: <https://www.chelarte.com/cervezas>
- Cordilleras, 3. (2021). 3cordilleras.com. Obtenido de 3cordilleras.com: <https://3cordilleras.com/nuestras-cervezas-2/>
- Cristian David Saavedra, D. P. (2019). caribelg.wixsite.com. Obtenido de caribelg.wixsite.com: <https://caribelg.wixsite.com/bbc-y-su-competencia/cervezas-cqnr>
- Cultural, P. (02 de Agosto de 2019). panoramacultural.com.co. Obtenido de panoramacultural.com.co: <https://panoramacultural.com.co/historia/6821/bavaria-y-la-historia-de-las-cervezas-mas-populares-de-colombia>
- DANILO ESTEBAN BARRETO MUÑOZ, D. A. (2019). repository.ucc.edu.co. Recuperado el Mayo de 2021, de repository.ucc.edu.co: https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/8566/1/2019_barreras_legales_entrada.pdf
- digital, S. (s.f.). <http://www.surtiscreen.com/>. Recuperado el Mayo de 2021, de <http://www.surtiscreen.com/>: http://www.surtiscreen.com/Actualidad_Impresion.php?A=Beneficios-de-usar-tintas-ecologicas-para-impresi%F3n-digital#:~:text=Las%20tintas%20ecol%C3%B3gicas%20est%C3%A1n%20elaboradas,origen%20org%C3%A1nico%2C%20adem%C3%A1s%20de%20renovables.&text=Estas%20ti
- FAJARDO, J. M. (7 de Febrero de 2019). www.publimetro.co. Obtenido de www.publimetro.co: <https://www.publimetro.co/co/noticias/2019/02/07/cerveza-andina-la-cerveza-colombiana-la-etiqueta.html>

Florez, K. (29 de Septiembre de 2012). sites.google.com. Obtenido de sites.google.com: <https://sites.google.com/site/claseinternetkariflomar/quienes-somos/mision>

Gámez, C. (18 de Septiembre de 2017). revistaaventurero.com.mx. Recuperado el Mayo de 2021, de revistaaventurero.com.mx: <https://revistaaventurero.com.mx/uncategorized/10-beneficios-de-la-cerveza-artesanal/>

gastronomía, D. d. (1 de Enero de 2019). diariodegastronomia.com. Obtenido de diariodegastronomia.com: <https://diariodegastronomia.com/perfiles-mas-frecuentes-del-consumidor-cerveza-artesanal/>

Giner, S. (07 de Febrero de 2020). www.2d2dspuma.com. Recuperado el Mayo de 2021, de www.2d2dspuma.com: <https://www.2d2dspuma.com/blog/comprar/las-botellas-para-el-embotellado-de-cerveza-casera-guia-de-compra/>

Glass. (07 de Febrero de 2019). glass-catalog.com. Recuperado el Mayo de 2021, de glass-catalog.com: <https://glass-catalog.com/mx-es/news/envases-de-cerveza-elige-la-botella-adeuada-para-tu-cerveza-parte-i>

Gourmet, S. (25 de Abril de 2019). www.selectagourmet.com. Recuperado el Mayo de 2021, de www.selectagourmet.com: <https://www.selectagourmet.com/blog/beneficios-de-la-cerveza-artesanal-para-la-salud/>

Hernández, V. M. (Abril de 2019). tesis.ipn.mx. Obtenido de tesis.ipn.mx: <https://tesis.ipn.mx/jspui/bitstream/123456789/27210/1/Predise%C3%B1o%20de%20una%20planta%20cervecera%20artesanal.pdf>

Interactiva. (27 de Noviembre de 2020). interactivadigital.com. Obtenido de interactivadigital.com: <https://interactivadigital.com/empresas-y-negocios-marketing-digital/poker-y-marketing-una-relacion-de-exito/>

Irlandesa, C. (s.f.). <http://www.cerveceriairlandesa.com/>. Obtenido de <http://www.cerveceriairlandesa.com/>: <http://www.cerveceriairlandesa.com/cerveza-artesanal>

JVD. (s.f.). www.jvdestudio.cl. Recuperado el Mayo de 2021, de www.jvdestudio.cl: <https://www.jvdestudio.cl/etiquetas-de-cerveza/#:~:text=La%20medida%20de%20la%20etiqueta,20%C3%9710%20cm%20aproximadamente.>

Libre, M. (s.f.). articulo.mercadolibre.com.co. Recuperado el Mayo de 2021, de articulo.mercadolibre.com.co: https://articulo.mercadolibre.com.co/MCO-610502343-tapa-cerveza-corona-26mm-x-100-und-_JM#position=4&search_layout=stack&type=item&tracking_id=04a9df72-e312-40b3-912c-97665a78db31

LÓPEZ PLUMED, M. D. (2014). riunet.upv.es. Recuperado el Mayo de 2021, de riunet.upv.es: https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/55115/TFG%20-%20L%F3pez%20Plumed_14097362179951028026548280695631.pdf?sequence=2

Manigua. (2021). cerveceriamanigua.com. Obtenido de cerveceriamanigua.com: <https://cerveceriamanigua.com/nuestras-cervezas/>

Maria Catalina Silva Huaca, J. S. (Octubre de 2018). repository.unipiloto.edu.co. Obtenido de repository.unipiloto.edu.co: <http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/4658/DISE%C3%91O%20DE>

%20UNA%20PLANTA%20DE%20PRODUCCI%C3%93N%20DE%20CERVEZA%20ARTE SANAL.pdf?sequence=5&isAllowed=y

Matilda, R. (02 de Mayo de 2014). <http://www.restaurantmatilda.com/>. Recuperado el Mayo de 2021, de <http://www.restaurantmatilda.com/>: <http://www.restaurantmatilda.com/es/blog/las-ventajas-de-beber-cerveza-artesanal>

México, C. d. (26 de 2019 de Marzo). cervecerosdemexico.com. Recuperado el Mayo de 2021, de cervecerosdemexico.com: <https://cervecerosdemexico.com/2019/03/26/la-geometria-de-las-botellas-de-cerveza/#:~:text=Las%20variaciones%20de%20las%20botellas,ingl%C3%A9s%20significa%20Industry%20Standard%20Bottle>.

Neira, M. C. (Octubre de 2017). repository.uamerica.edu.co. Obtenido de repository.uamerica.edu.co: <https://repository.uamerica.edu.co/bitstream/20.500.11839/7052/1/289328-2017-II-GE.pdf>

Noticias, U. (05 de Agosto de 2010). www.unl.edu.ar. Recuperado el Mayo de 2021, de www.unl.edu.ar: https://www.unl.edu.ar/noticias/leer/7338/Efluentes_de_cerveceria_residuos_o_materia_prima.html

PASO, C. H. (01 de Agosto de 2020). www.youtube.com. Recuperado el Mayo de 2021, de www.youtube.com: https://www.youtube.com/watch?v=14C4h_QfiAU

Poker. (2021). tienda.cervezapoker.com. Obtenido de tienda.cervezapoker.com: <https://tienda.cervezapoker.com/>

Polímeros, T. e. (08 de Agosto de 2018). todoenpolimeros.com. Recuperado el Mayo de 2021, de todoenpolimeros.com: <https://todoenpolimeros.com/2018/08/08/el-impacto-de-las-etiquetas-y-adhesivos-en-el-reciclaje-de-envases-de-pet/>

Productions, Z. P. (s.f.). Maestros cerveceros. Documental, producido por: Zero Point Zero Productions.

Profesional, R. (04 de Diciembre de 2017). www.residuosprofesional.com. Recuperado el Mayo de 2021, de www.residuosprofesional.com: <https://www.residuosprofesional.com/residuos-cerveza-alimentar-animales/>

Profesional, R. (03 de Mayo de 2019). www.residuosprofesional.com. Recuperado el Mayo de 2021, de www.residuosprofesional.com: <https://www.residuosprofesional.com/aprovechamiento-residuos-cerveza/>

Pruneda, A. (s.f.). www.cocinadelirante.com. Recuperado el Mayo de 2021, de www.cocinadelirante.com: <https://www.cocinadelirante.com/bebida/porque-las-botellas-de-cerveza-son-de-color-ambar#:~:text=Pero%2C%20C2%BFpor%20qu%C3%A9%20las%20botellas,cerveza%20son%20de%20color%20C3%A1mbar%3F&text=Por%20lo%20cual%2C%20las%20botellas,sabor%20desagradable%20en%20>

R., S. I. (Diciembre de 2019). bibliotecadigital.ccb.org.co. Recuperado el Mayo de 2021, de bibliotecadigital.ccb.org.co: <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/14382/Gu%C3%ADa%20Pr%C3%93n>

Alctica%20Sistema%20de%20Empaque%20Envase%20Embalaje%20y%20Etiqueta%20para%20una%20Exportaci%C3%B3n%20%28002%29.pdf?sequence=5&isAllowed=y
Reciclario. (s.f.). <http://reciclario.com.ar/>. Recuperado el Mayo de 2021, de <http://reciclario.com.ar/reciclable/chapita-metalica/>
republica, L. (24 de Julio de 2015). www.larepublica.co. Obtenido de [www.larepublica.co](https://www.larepublica.co/empresas/3-cordilleras-y-bogota-beer-company-mueven-el-negocio-de-la-cerveza-artesanal-2281111):
<https://www.larepublica.co/empresas/3-cordilleras-y-bogota-beer-company-mueven-el-negocio-de-la-cerveza-artesanal-2281111>
RSHaid, B. (Noviembre de 2018). <http://sedici.unlp.edu.ar/>. Obtenido de <http://sedici.unlp.edu.ar/>:
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/83911/Documento_completo.pdf-PDFA1b.pdf?sequence=1&isAllowed=y
Seigoo. (s.f.). seigoo.com. Obtenido de seigoo.com: <https://seigoo.com/>
Semana, d. (5 de Octubre de 2012). www.semana.com. Obtenido de www.semana.com:
<https://www.semana.com/empresas/articulo/el-poder-cervezas-artesanales/161349/>
Semana, R. (20 de 10 de 2019). www.semana.com. Obtenido de www.semana.com:
<https://www.semana.com/empresas/articulo/como-va-el-consumo-de-cerveza-artesanal-en-el-pais/278007/>
Shopping, e. p. (10 de Enero de 2021). www.elperiodico.com. Obtenido de www.elperiodico.com:
<https://www.elperiodico.com/es/shopping/20210110/caracteristicas-cerveza-artesanal-seleccion-7907504#:~:text=Caracter%C3%ADsticas%20de%20la%20cerveza%20artesanal,materia%20prima%20de%20m%C3%A1s%20calidad>
Status, e. e. (1 de Enero de 2019). www.eleconomista.es. Obtenido de www.eleconomista.es:
<https://www.eleconomista.es/status/noticias/9659377/01/19/Como-es-el-consumidor-de-cerveza-artesanal.html>
Team, F. N. (10 de Mayo de 2018). www.fluencecorp.com. Recuperado el Mayo de 2021, de www.fluencecorp.com:
<https://www.fluencecorp.com/es/reduciendo-impacto-del-agua-en-cerveza/>
tiempo, E. (12 de Mayo de 2013). www.eltiempo.com. Obtenido de www.eltiempo.com:
<https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-12795349>
todos, S. p. (s.f.). www.sostenibilidad.com. Obtenido de www.sostenibilidad.com:
<https://www.sostenibilidad.com/desarrollo-sostenible/que-es-la-sostenibilidad/>
VALENCIA, J. S. (2015). <http://repositorio.utp.edu.co/>. Obtenido de <http://repositorio.utp.edu.co/>:
<http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/handle/11059/5885/65811S479.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
Varga, Z. DJinn. DJinn. Budapest.
VEGA, L. M. (Octubre de 2018). <http://repository.unipiloto.edu.co/>. Recuperado el Mayo de 2021,
de <http://repository.unipiloto.edu.co/>:
<http://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/4658/DISE%C3%91O%20DE%20UNA%20PLANTA%20DE%20PRODUCCI%C3%93N%20DE%20CERVEZA%20ARTESANAL.pdf?sequence=5&isAllowed=y>

ZAPATA, C. Z. (2014). <http://bibliotecadigital.usb.edu.co/>. Recuperado el Mayo de 2021, de <http://bibliotecadigital.usb.edu.co/>:
http://bibliotecadigital.usb.edu.co/bitstream/10819/2403/1/Estructura_Organizacional_Manual_Funciones_Empresa_Soluciones_Integrales_Zapata_2014.pdf