

**ESTABLECER ESTRATEGIAS DE MARKETING Y PRODUCCIÓN, DANDO A
CONOCER LA CERVEZA ARTESANAL CEGAL Y SU PUNTO DE VENTA AL
OPTIMIZAR SUS COSTOS**

ESTUDIANTES

GUSTAVO ALBERTO GAMA GALVIS

DIRIGIDA A:

EFREN ALEJANDRO PADILLA MARÍN

UNIVERSIDAD SANTO TOMAS SECCIONAL TUNJA

FACULTAD DE CONTADURÍA PÚBLICA

24 DE DICIEMBRE DEL 2022

Contenido

1.	Resumen.....	4
2.	Palabras Clave.....	4
3.	Introducción	5
4.	Descripción del problema.....	8
5.	Metodología	10
6.	Diagnostico	11
6.1.1.	Propuesta de Valor.....	11
6.1.2.	Modelo de negocios que tiene.....	11
6.1.3.	Objetivo General.....	12
6.1.4.	Objetivos específicos.....	12
6.1.5.	Meta.....	12
6.2.	Estructura Institucional.....	12
6.3.	Control y diagnóstico de resultados	13
6.4.	Análisis de funcionamiento operativo.....	15
6.4.1.	Asignación de recursos previos.....	15
7.	Presentación de la empresa	18
7.1.	Datos Generales de la empresa:.....	18
7.1.1.	Nombre de la empresa	18
7.1.2.	Tipo de empresa.....	18
7.1.3.	Ubicación geográfica	18
7.1.4.	Visión.....	18
7.1.5.	Misión	18
7.1.6.	Valores.	18
8.	Posibles Soluciones	19
8.1.	Sistema de costos de producción.	20
8.1.1.	Insumos necesarios.....	20
8.2.	Línea de producción continua.	22
8.2.1.	Equipos y materiales.	22
8.2.2.	Tanque de fermentación.....	24
8.2.3.	Croquis de la línea de producción.	25
8.3.	Estrategia de Marketing	26

9. Recomendaciones y conclusiones	28
10. Bibliografía	29

1. Resumen

En este trabajado se pretende tratar 3 temas importantes en cuanto al desarrollo de la actividad económica de la empresa CEGAL que es un restaurante bar que tiene 3 temáticas diferentes relacionadas con el arte la literatura la historia y cultura, partiendo es esto la empresa también hace cerveza artesanal pero tiene varios problemas para su fabricación ya que no cuenta con una buena línea de producción siendo uno de los 3 temas importantes a tratar en este documento, ya que también cuenta con una baja afluencia de clientes por lo que es necesaria una buena promoción a través de la publicidad para dar a conocer el lugar en el sector de Bonanza Engativá, por eso en el documento se habla de los problemas y las soluciones que se pueden dar por medio de las redes y así, dar a conocer la empresa CEGAL, y por último y no menos importante es la utilización de un sistema de costos básico que muestre dichos costos en los que incurre la empresa en la elaboración de la cerveza, ya que solo se tratará este eje en el área de costos enfocándonos en una sola área.

2. Palabras Clave

Cerveza Artesanal, Producción, costos de producción, Marketing, Producción continua, CEGAL, Gastro Bar.

3. Introducción

La empresa CEGAL es un Gastro Bar que se dedica a la compra y venta de comida y alcohol, en el fondo del establecimiento comercial, el cual hace poco empezó con la elaboración de su propia cerveza artesanal, la cual se pretende impulsar a través de las estrategias generadas en este trabajo, cabe resaltar que la empresa también posee un cigarrería al frente del establecimiento el cual genera muy buenos ingresos ya que el Gastro Bar es nuevo en comparación a la cigarrería, por eso es indispensable establecer las estrategias de marketing al gastro bar y una mejor adecuación de su producción de su cerveza artesanal, el cual genera un excelente valor agregado para el gastro bar, el cual se pretende tener como una casa de cultura que promueve el arte la música la literatura y cualquier tipo de expresión cultural e intelectual, con el fin de participar en la creciente expansión del comercio de una economía naranja, las cuales promueve el gobierno nacional y puede ser de gran apoyo para acceder a ayudas económicas relacionadas a este tipo de iniciativas por eso es indispensable darse a conocer en el sector de Engativá, lugar donde se encuentra el local comercial y así poder crecer como empresa de los cuales solo se abordaran dos ejes temáticos que serán, la promoción y publicidad que se le dará al local comercial por medio del marketing y la producción de la cerveza artesanal y su costo.

Para la elaboración del primer ítem se debe tener en cuenta que en la actualidad la difusión de la información a través de campañas de redes sociales se ha convertido en una herramienta prácticas para llegar a más clientes debido a que el esfuerzo no es tan grande como con los medios tradicionales, que requieren de mucho personal y un musculo financiero más grande y a pesar de esto a veces no se consiguen los resultados

esperados por esto es importante que las micro empresas empiecen a utilizar las herramientas interactivas que ofrece la red, como los medios de difusión a través del marketing digital para dar a conocer sus productos de una formas más efectiva, ya que en el marketing digital se pueden implementar diferentes estrategias como el internet unilateral web 1.0 que genera contenido de carácter divulgativo pero unilateral solo para dar a conocer la información sin ningún tipo de dinámica bilateral, que es la misma función que un panfleto pueda llegar a generar, por eso la evolución de la web no ha brindado herramientas más dinámicas y dinámicas como la web 2.0 la 3.0 y 4.0 (Cousillas, 2018), que a través de la inteligencia artificial, la Big data, evolución de las redes sociales y muchas otras cosas más que nos ofrecen las nuevas tecnologías pueden hacer que la empresa CEGAL puede utilizar esto modelos como fuente para dar a conocer sus productos de una formas precisa, ya que las herramientas están a la disposición de cualquier persona u empresa la idea es tomarlas y crear valor a través de estas.

También es importante tener en cuenta el valor que se le da a la producción de la cerveza artesanal por lo que es uno de los valores agregados de gran valor con los que cuenta la empresa, siendo de importancia, ya que este nos dará una apertura a otros mercados mucho más rentables mostrando nuestro modelo de negocios como uno que a futuro podrá convertirse en una franquicia prospera, y podrá competir en calidad y precio el mercado, por eso a través de este documento de elaborará un pequeño diseño, que abordara los aspectos más relevantes para la producción de dicha cerveza, por lo tanto se necesita tener una actualización constante y no dejar ml mismo diseño o modelo de producción que tiene actualmente el Gastro Bar CEGAL, nombrando los

aspectos más importantes en el proceso de la elaboración de la cerveza, sin mostrar los productos más relevantes que se le adicionan ya que son secreto de la empresa, partiendo de esto se puede definir a la cerveza como una bebida alcohólica no destilada; elaborada a partir de azúcares obtenidas de granos de cereales, saborizada y aromatizada con lúpulo (Comadrán, 2019), y que se verán reflejados en el producto final.

Es por esto que se debe nombrar una estrategia de costos la cual se hará a través de datos obtenidos por la empresa utilizando una utilizando fuentes de información primarias y secundarias que nos den un mejor panorama de cómo mejorar el sistema de costos que tiene la empresa, haciendo énfasis en la producción de su cerveza, con el propósito de manejar una cadena de producción eficiente, por lo que es importante tener una debida actualización de estos sistemas, ya que actualmente que se ven desencadenados en una serie de factores que impiden su crecimiento, ya que las estrategias que funcionaban hace 20 años no son las mismas que funcionan actualmente, al igual que si se hiciera un adecuado sistema de costos se podría diferenciar que costos son incurridos por la empresa y que gastos son familiares (López, 2016) ya que la empresa es familiar, lo cual podría generar una mayor carga financiera para la empresa resultando en pérdidas, ya que se generan mayores gastos y pocos ingresos, perjudicando las existencias mínimas que debe tener un inventario. Por eso es importante un sistema de costos, ya que no contar con una buena gestión daría cabida a errores en los productos, debido a la falta de mayor control, los cuales en múltiples ocasiones generarían un menor valor del precio de compra a comparación de su precio de venta, ocasionando grandes pérdidas para las empresas (Loaiza, 2013)

4. Descripción del problema

En el contexto nacional la empresa CEGAL es una Pyme, y al igual que la mayoría de las empresas Colombia, algunas de estas no cuentan con buen control en el desarrollo de sus actividades ya que la mayoría de estas empresas son atendidos por sus dueños o familiares como lo es el caso de la empresa CEGAL, y a diferencias de otras Pymes que no cuentan con trabajadores a su cargo, no pueden expandir sus emprendimientos para poder generar mayores ingresos (DANE, 2022) a pesar de su arduo esfuerzo estas empresas no generan un mayor crecimiento ni ganancias, ya que no se cuenta con un sistema de costos y por lo general pueden cometer varios errores en cuanto a la valuación de sus precios, también un buen sistema de producción que optimizaría la entrega de sus productos y una estrategia de marketing que generaría un mejor contexto para da a conocer cada uno de los productos y servicios que brinda la empresa CEGAL.

Es por esto que he visto varias estrategias que de ser implementadas podrían darle una nueva perspectiva y mejoramiento de las actividades económicas de la empresa CEGAL, abordando estos 3 aspectos importantes que de darían un gran valor agregado a la compañía en términos de calidad, demanda y gestión de sus actividades ya que a diferencia de la cigarrería la empresa no tiene un gran auge de clientes ocasionando días en blanco generando perdidas, por eso es importante darse a conocer en el sector, de una forma más eficiente, y así atraer nuevos clientes que les guste nuestra propuesta gastronómica y temática que tenemos para ofrecer.

Otro punto importante está en la implementación de un buen sistema de producción que de acuerdo a las necesidades de la empresa CEGAL el cual podría ser una producción continuaya qué esta es una forma de organizar el flujo de materiales en la empresa que

consiste en que dicho flujo sea constante, sin pausa y sin que se produzca ningún tipo de transición entre unas operaciones u otras. (Hernández, 2018), y poder adecuarse a las circunstancias del mercado ya que en estos momentos hay varios tiempos muertos que se podrían optimizar ya que la producción de la cerveza se esta haciendo 2 cada semana y en ninguna de estas se ha generado el contenido que se espera debido a la falta de preparación por lo que al final sale menos producto de lo esperado, al igual que tener un buen sistema de producción evitaría el traslado del producto de un área al otro ya que si este es continuo, el tiempo y espacio donde se fabrica la cerveza podría generar mejoras en calidad y sabor.

Y por último esta la utilización de un buen sistema de costos ya que cada vez los productos generan variantes que van a la alza, debido a la crisis económica producto de la pandemia y a la inflación con la que contamos actualmente es por eso que llevar un buen sistema de costos o priorizar el valor de la materia prima los productos en proceso y lo terminados nos darán valores mas reales para que se pueda obtener un buen margen de ganancia que pueda generar a su vez un mayor crecimiento en cada una de las actividades necesarias en la actividad económica de la empresa CEGAL ya que si no se actualizan constantemente los precios de estos productos pueden generar grandes perdidas ya que la medición de estos costos no se hace de manera constante por lo que podría estar generando ganancias poco confiables e inciertas, que para toda empresa que comienza no se puede dar el lujo de dejar estos datos a la deriva, por eso es importante tener las bases mediante este trabajo de los costos más relevantes con el fin de que no se genere ninguna perdida en cada uno de los procesos necesarios para llevar el producto final al cliente.

5. Metodología

El tipo de investigación es cualitativa, ya que utiliza diferentes tipos de datos, para poder explicar el comportamiento que se tienen en torno a la producción venta y comercialización de la cerveza artesanal en un gastro bar ubicado en el barrio Bonaza de Bogotá, teniendo en cuenta las percepciones que se puedan dar sobre este tipo de establecimientos comerciales, promotores del arte. la historia, la literatura y la cultura, mediante una realidad objetiva de procesos deductivos, secuenciales y probatorios (Creswell, 2003), que junto con una investigación aplicada, se llevarán estos conocimientos a la práctica, analizando la realidad económica que tiene la empresa en el proceso de producción y realización de un sistema de producción continuo, y social con la que la mayoría de clientes se sientan satisfechos con la marca el producto y como mostramos ante ellos las características esenciales de nuestros productos y servicios, ya que es mediante la experiencia que se le brinda al cliente que se puede tener una mejor fidelización de cada uno de ellos, y dándole a la marca un sentido propio de valor, por eso aunque las experiencias van cambiando y no sólo existen en el momento de consumo. Existen estudios previos que demuestran que éstas también ocurren al momento de buscar el producto y al momento de comprarlo, (Mayen, 2015) de los diferentes medios de comunicación es como se dará a conocer ante nuestros clientes objetivos una marca que representa armonía, empatía, cultura al igual que una gran afición por las artes.

Para la realización de este trabajo es importante ver lo que ya se ha hecho en el sector cervecero para poder aprender de los que ya tienen una experiencia en el sector y no cometer los errores habituales al comenzar por esto es importante tomar fuentes

secundarias de investigación, ya que este tipo de fuentes son las que ya han procesado información de una fuente primaria. (Rivera, 2015), y así tener un trabajo con bases fuertes que disminuyan las posibilidades de error que se puedan cometer en el momento de llevar este proyecto a la práctica.

6. Diagnostico

6.1.1. Propuesta de Valor.

Esta empresa ofrece cerveza artesanal propia de la marca CEGAL acompañada de una variedad de platos gastronómicos de excelente calidad, lo cual genera recordación en el cliente ya que brinda experiencia en el ámbito cultural, promoviendo el arte como lo es la música, la literatura el cine entre otros, que promueve en el cliente la creatividad y espíritu de conocimiento por aprender cosas nuevas.

6.1.2. Modelo de negocios que tiene.

CEGAL Cigarrería Gastro Bar vende cerveza artesanal propia de CEGAL al igual que otros tipos de cerveza, y contamos con comida gastronómica a buenos precios, ofrecemos también servicios de mutuo beneficio para los artistas independientes que quieran mostrar o exponer su arte, como muchos otros eventos que promuevan la cultura, nuestro target de ventas está dirigida a mayores de edad entre los cuales tenemos un grupo focal de clientes frecuentes que va de entre los 20 a 35 años de edad, y que son en su mayoría personas que les gustan las muestras culturales y artísticas, que buscan en CEGAL Cigarrería Gastrobar un lugar para compartir con sus amigos

tomarse una cervezas y que les apasionan los ambientes y experiencias tanto nuevas como creativas.

Para el reconocimiento de la marca se utilizan los medios tradicionales como lo son los panfletos y cupones de descuentos, aunque también se estarían utilizando las redes sociales como mecanismo de difusión para la promoción y reconocimiento del gastrobar CEGAL.

6.1.3. Objetivo General

Establecer estrategias de marketing y producción, dando a conocer la cerveza artesanal CEGAL, su punto de venta, optimizando a su vez sus costos.

6.1.4. Objetivos específicos

- Indicar las estrategias de marketing necesarias para la promoción publicitaria del gastro bar CEGAL.
- Detallar mediante un modelo de producción continua el proceso de elaboración de la cerveza artesanal CEGAL.
- Definir cuales son los gastos incurridos en la elaboración de cerveza artesanal CEGAL.

6.1.5. Meta

Poder establecer las estrategias necesarias para la optimización de la producción, divulgación y elaboración de costos relacionados a la cerveza artesanal CEGAL.

6.2. Estructura Institucional

Para este punto se elaborará un sistema de estructura organizacional que permita tener un mejor funcionamiento en la gestión en la empresa.

6.3. Control y diagnóstico de resultados

Para tener un mejor diagnóstico de la empresa es importante ver este cuadro que muestra la situación actual de la empresa con el fin de generar un diagnóstico mas acertado para generar planes y estrategias que generen mayores ventas en la empresa y que así sea mucho más eficiente (Morales, 2020).

Situación actual de la empresa CEGAL Cigarrería Gastrobar			
Aspectos Generales			
1 información Empresa			
Razón Social de la empresa	CEGAL Cigarrería Gastrobar		
Teléfono	3105578795		
Correo	gastrobar.cegal@gmail.com		
Dirección	Calle 79b No 67R - 22		
Funcionamiento			
Cuáles son los servicios más relevantes de la empresa CEGAL	Comercializa productos para el uso diario, al igual que tiene un restaurante Bar el cual provee de experiencias gastronómicas al cada uno de sus clientes acompañados de la elaboración de su propia cerveza artesanal.		
Enumeración de los artículos con los que cuenta la empresa CEGAL	1 cocina industrial, 12 mesas, 30 sillas 1 computador con sistema Pos, 4 Neveras, 5 vitrinas 5 estantes 1 licorera, el inmueble es propio.		
Diagnostico			
Análisis Interno	SI	No	
¿Cuenta con una estructura organizacional?	.	X	
¿Cuenta con manuales y funciones ya estructuradas?		X	
El personal conoce sus funciones			
¿Cuenta con un sistema de control y evaluación?	X	X	
¿Se tiene definida la planeación estratégica de la empresa?		X	
¿La empresa tiene auditorias?		X	
¿La empresa tiene definida su misión y visión?		X	
¿La empresa tiene un sistema de gestión de control?	X		
¿Se tienen métodos para la medición del desempeño?		X	
¿Se implementa un proceso en la selección del personal?	X		

¿Los empleados tienen capacitación en función de su labor?	X		
¿La toma de decisiones es ágil y oportuna?			
¿La comunicación en la empresa es eficaz?	X		
¿Se tiene un buen ambiente laboral?			
¿La empresa tiene instalaciones adecuadas y bien señalizadas?	X		
¿La empresa tiene una buena relación con sus proveedores?	X		
¿Los tiempos en la prestación del servicio son adecuados?	X		
¿La empresa cuenta con un buen nivel tecnológico para su desempeño?	X		
¿Existen políticas de calidad?			
¿Se tiene bien definida la estrategia de calidad?	X		X
¿Se tienen bien definidos los procesos en la organización?			X
¿La empresa cuenta con una buena base de datos de sus clientes?			X
¿La empresa brinda una atención clara y oportuna?			X
¿El servicio hacia los clientes es adecuado y eficiente?	X		
¿Se utilizan indicadores financieros?			
¿El patrimonio de la empresa ha variado para bien?	X		
¿La empresa tiene créditos?			X
¿La empresa tiene un sistema de promociones y descuentos?	X		
¿La empresa tiene un buen reconocimiento de la marca?	X		X
¿La empresa cuenta con una buena estrategia de marketing?			X
¿Existen factores de crisis económica como la devaluación del peso que han afectado a la empresa?			X
¿Tiene competencia desleal en cuanto sus precios?	X		
¿La situación económica del país ha influido de forma negativa el comercio de la empresa?	X		
	X		

Tabla 1 Fuente: <https://acortar.link/aDWPV7>

6.4. Análisis de funcionamiento operativo

6.4.1. Asignación de recursos previos.

Para mejorar la producción de la cerveza artesanal es importante ver canto de los recursos que son real mente implementados para la optimización de cada uno de sus materiales, por lo que en la elaboración de cerveza tiene un costo de \$120.000 colombianos para la preparación de 30 litros aproximadamente de cerveza, cuyas características principales son:

OG: 1.0349

IBUs: 22.6

FG: 1.012

SRM: 5.3

ABV: 49%

Teniendo esto en cuenta los 120.000 presupuestados ya tienen el Lúpulo la Malta y la levadura, el agua y los azucars necesarios en el proceso de fabricación tiene un valor diferente este tiene un valor de 9.000 pesos por productos de los productos adicionales aproximadamente.

Por esto se calculó este costo de producción teniendo en cuenta los cosas más relevantes para la fabricación de 520 pacas del mes.

Movimiento de materia Prima			
Inventario inicial de materia prima		\$720.000	
Compras de materia Prima	\$240.000		
(+) gastos sobre compra de materia prima	<u>\$25.000</u>		
Compras Brutas	\$265.000		
(-) Devoluciones y descuentos	\$24.000		
Compras Netas		\$241.000	
Materia Prima disponible		\$961.000	
(-) Inventario Final de Materia Prima		<u>\$576.000</u>	
Materia Prima Consumida		\$385.000	
(+) Mano de obra directa		\$800.000	
Costo Primo			\$1.185.000
Gastos de Fabricación			
Mano de Obra indirecta		\$50000	
Depreciación de Maquinaria		\$12500	
Combustible		\$25000	
Depreciación mobiliaria		<u>\$66667</u>	\$154167
Total, Cargos		\$1.339.167	
(+) Inv. Inicial Productos en Pros		\$240.000	
Sub Total		\$1.579.167	
(-) Inv Final Prod en Pros		<u>\$385.000</u>	
Costo de Producción		\$ 1.194.167	

Tabla 2Fuente Propia

Por el momento estos costos no tienen el costo de las botellas que son de aproximadamente 39.990 pesos por 24 botellas lo que equivale a 1.666 pesos por cada botella, al valor actual del 27 de diciembre del 2022, en mercado libre, ya que estos precios no son fijos debido a la inflación con la que contamos actualmente creando un mayor costo en las materias primas, importadas, ya que productos como el lúpulo no se pueden cosechar en Colombia y por lo que es un producto que esta anclado al precio del dólar, por lo que es mas rentable para el establecimiento tenerlas en barriles los cuales pasan directamente a los vasos que el restaurante bar tiene, por lo que no

generan un costo significativo, y se mantiene distribuido por pacas de 6 con el fin de dar una promoción de pague 5 lleve 6 con el fin de afianzar más las ventas.

Partiendo de estos valores se puede ver se está gestionando un costo de 2.296 por cerveza la cual se vende a 5.000 la pinta generando una utilidad Bruta del 117% estos valores se no están actualizados por lo que es importante verificar cada uno de estos costos para tener un valor mas objetivo, ya que como el valor del vidrio otros productos actual mente tiene un valor mucho mas elevado que el mostrado en la pagina, aun así actual mente el precio de la cerveza sigue en el mismo valor. Por lo que veo que es indispensable que estos precios se puedan modificar y poder generar una mejor gestión de costos y análisis sobre estos.

7. Presentación de la empresa

7.1. Datos Generales de la empresa:

7.1.1. Nombre de la empresa

CEGAL Cigarrería Gastro Bar

7.1.2. Tipo de empresa

Empresa productora del sector terciario y de servicios.

7.1.3. Ubicación geográfica

Calle 79B # 69R – 22 Barrio Bonanza localidad de Engativá, Bogotá

7.1.4. Visión

Ser reconocidos en el 2025 como una empresa de elaboración de cerveza artesanal y comida gastronómica y que brinda experiencias culturales, siendo promotora del arte y la literatura independiente en la ciudad de Bogotá.

7.1.5. Misión

Ser una empresa reconocida por sus productos en el área gastronómica al igual que por nuestra cerveza artesanal, ofreciendo una excelente calidad y a buenos precios, brindando también experiencias culturales para la integración y recreación de cada uno de nuestros clientes, quedándose así con un pedacito del ambiente y buen servicio que CEGAL cigarrería gastrobar tiene para ofrecer.

7.1.6. Valores.

CEGAL Cigarrería Gastrobar tiene como ejes principales 3 valores importantes que son:

- **Responsabilidad**, con nuestros clientes y nuestros empleados, al tener un buen trato ofreciendo un excelente servicio, y buena calidad en nuestros productos

- **La pasión** por lo que hacemos, la empresa que representamos y los clientes a los que les brindamos experiencias culturales, transmitiendo buenas energías y brindando así, un entorno social armónico entusiasta y alegre.
- **La libertad** como fuente de confianza, ya que este valor promueve la creatividad y espontaneidad en nuestros clientes y en nuestro personal proporcionando así un entorno seguro y confiable.

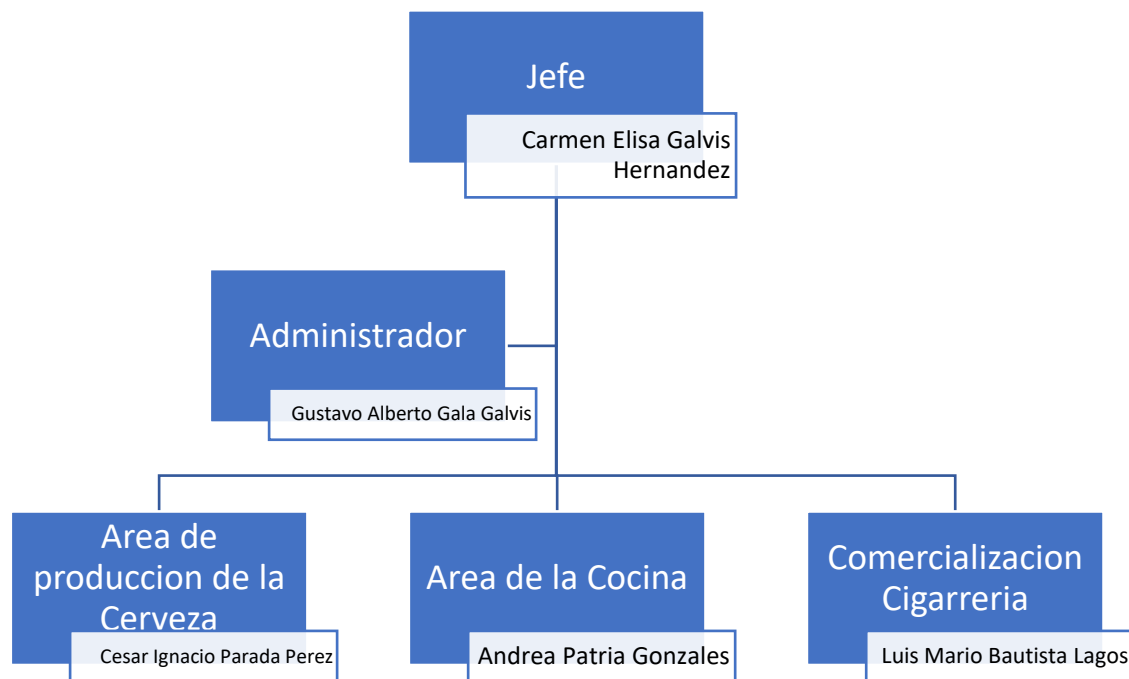


Ilustración 1Fuente Propia

8. Posibles Soluciones

Teniendo en cuenta el panorama de la empresa presentado anteriormente, una de mis ideas es generar estrategias de valor mediante la optimización de los costos ya que la empresa podría saber los gastos en los que se están incurriendo, al momento de elaborar. Aun así es un producto rentable, ya que el lugar donde se fabrica es propio y no se generan grandes gastos como el arrendamiento del local.

por lo que es importante hacer una inversión más precisa al cual se le pueden asignar un presupuesto de 10.0000.000 de pesos que se irían en la adecuación de la producción necesaria ya que se necesitarían tener por lo menos 3 Fermentadores con el fin de poder hacer más cervezas y por lo menos 5 barriles más que se puedan utilizar para eventos y que mejoraran en gran medida el stock que se encuentra en el inventario al poder distribuir la cerveza de una mejor manera, los cuales fácil mente podrá restituir en un periodo de 1 a 2 años si se implementa un plan de marketing y mejore el posicionamiento de la marca y así potenciarla ante los clientes como una cerveza con mucho para ofrecer en sabores diferentes y estilos clásicos con un toque moderno que brindara una nueva experiencia para cada uno de nuestros clientes, y por ultimo mejora la distribución del área de producción, para que también se pueda vender el producto de una forma más eficiente atendiendo la demanda esperada, y que esta misma se pueda distribuir a otros locales comerciales.

8.1. Sistema de costos de producción.

8.1.1. Insumos necesarios.

Se debe tener en cuenta cuales solo los costos fijo y variables que participan en el creación de la cerveza, algunos costos variables que se pueden encontrar serian el lúpulo, la levadura el mosto, los nutrientes las placas y los filtros, dependiendo el tipo de cerveza que se valla a diseñar la mayoría tienen los siguientes criterios para una malta de mango solo contiene malta pilsen, y lúpulo sabor a mango, para la malta de caramelo se necesita la malta pilsen y caramelo dándoles tonos rubios a la cerveza, y para el

tercero que es de chocolate se le echa la plata pilsen y un aditivo de chocolate en aceite.

Cabe resaltar el costo de la gasolina y transporte para los productos que serían entregados a domicilio, teniendo en cuenta cada uno de estos aspectos que entran en el proceso de fabricación hasta la entrega al cliente final para su consumo, por eso cada uno de estos datos se debe tener a detalle y no estimación aproximada de estos ya que son estos detalles los que podrían generar pérdidas a la empresa CEGAL.

Para la etapa del producto hay que tener en cuenta los 3 factores que actúan en ella que son la botella, etiqueta y tapa. La botella tiene un costo de 1.666 en mercado libre o 1.000 pesos al comprar varias canastas a la distribuidora san diego la cual es una fabrica de vidrio que vende botellas para cerveza (Distribuidora San Diego), la tapa esta incluida dentro el precio de la botella, con un costo aproximado de 300 pesos por tapa por lo tanto es importante que cada uno de estos costos tengan una estructura adecuada. En la cual se utilizará una tabla de costos que servirá como referencia para los siguientes tipos de cerveza artesanal.

ELABORACIÓN DE UNA CERVEZA IPA				
Concepto	unidad de medida	Componente Físico	Componente Monetario	costo total de 100L
		por litro de Cerveza	por litro de Cerveza	
Malta Pilsen	Kg	0,27	\$ 1.964	\$ 196.420
Lúpulo	g	1,08	\$ 7.857	\$ 785.681
Levadura	g	0,23	\$ 1.673	\$ 167.321
Iriss Moos	g	0,06	\$ 436	\$ 43.649
Nutrientes	g	0,02	\$ 145	\$ 14.550
Filtro de las placas	unidades	0,08	\$ 582	\$ 58.199
Arroz	Kg	0,01	\$ 73	\$ 7.275
Gas	m3	0,08	\$ 582	\$ 58.199
	Costo Variable elaboración		\$ 13.313	\$ 1.331.292
			cantidad cervezas de 330ml	303
			costo de cada Cerveza	\$ 4.393

Tabla 3 Fuente Propia

8.2. Línea de producción continua.

8.2.1. Equipos y materiales.

Actual mente la empresa CEGAL cuenta con los siguientes equipos para le elaboración de la cerveza artesanal tal y como fue especificado por el fabricante al momento de la compra.

Configuración estándar.

- Tanque de maceración con agitación superior, mezclador tipo paleta, VFD, con unidad de condensación de vapor, agitador inferior opcional.
- Luther con agitación superior, VFD, grano gastado automático, tubos de recolección de mosto, placa de tamiz molida. Rastrillo inferior para opcional.
- Calentamiento de vapor de caldera de preparación, con unidad de condensación de vapor, calentador interno opcional.
- Tanque de hidromasaje con entrada de mosto tangente.
- La conexión de tubería debe ser TC o DIN.
- Accesorios de soporte: enfriador de placas de una o dos etapas, colador de tuberías, hidratador de molienda, fregadero de mosto, etc.
- Plataforma de sala de cocción estándar o personalizada
- Todos bombean y agitan con VFD
- Con tanque de agua caliente configurado para rociar y macerar, etc., y aumentar la eficiencia de producción.
- Las válvulas pueden ser manuales de mariposa o neumáticas.
- Características
- Para agitar con el conector del eje para reducir la fuerza de torsión
- Unidad de mezcla de agua y temperatura bien ajustada para una mejor mezcla de granos y agua
- Construcción especial de tanques y tuberías para evitar el problema de aireación del mosto y disminuir la pérdida de material
- Unidad de condensación de vapor de diseño especial, con función de condensación de vapor y calentamiento de agua

- Automatización de la sala de cocción con posible actualización.
- Todo el sistema se puede instalar en la plataforma para facilitar su extracción e instalación.

8.2.2. Tanque de fermentación.

Todos los tanques están fabricados con material sanitario SS304, que cumple con los estándares internacionales de higiene y seguridad alimentaria. Son tanque de fondo de cono cilíndrico, el cono es de 60-72 grados para agotar la levadura más fácilmente.

Los externos están hechos con tablero de dibujo de acero inoxidable 2B, conectados por soldadura.

El tratamiento interno de pasivación decapado, y equipado con aislamiento de poliuretano de 80 mm.

Los tanques con camisa de enfriamiento de hoyuelos en cono y cilindro, son enfriados por agua con glicol o agua con alcohol.

Además, la entrada de glicol se controla por separado según el volumen del tanque.

Tipo: tanque cónico de doble capa.

Volumen: 1000L, 2000L, 3000L.(Soporte Personalizado).

- Accesorios:
Entrada de acceso superior o sin sombra lateral
- Puerto de trasiego con válvula de mariposa Tri-Clover
- Puerto de descarga con válvula de mariposa Tri-Clover

- 2 salidas Tri-Clover con válvulas de mariposa
- Brazo CIP y bola rociadora Válvula de muestra
- Manómetro
- Válvula de seguridad
- Termopozo

8.2.3. Croquis de la línea de producción.

En la elaboración de un croquis para el diseño de una línea de producción es importante tener en cuenta como poder optimizar adecuadamente los espacios ya que este es un rectángulo por lo que se debería alinear cada una de estas entorno al espacio que ya se tiene en el cual se pusieron los materiales ya señalados en el punto anterior quedando de la siguiente manera al igual me apoye también en un estudio sobre el diseño de una línea de producción para poder adecuarlas con el fin de que sean óptimas para el trabajo que se va desempeñar en el momento de elaborar la cerveza artesanal (Llueu, 2017).

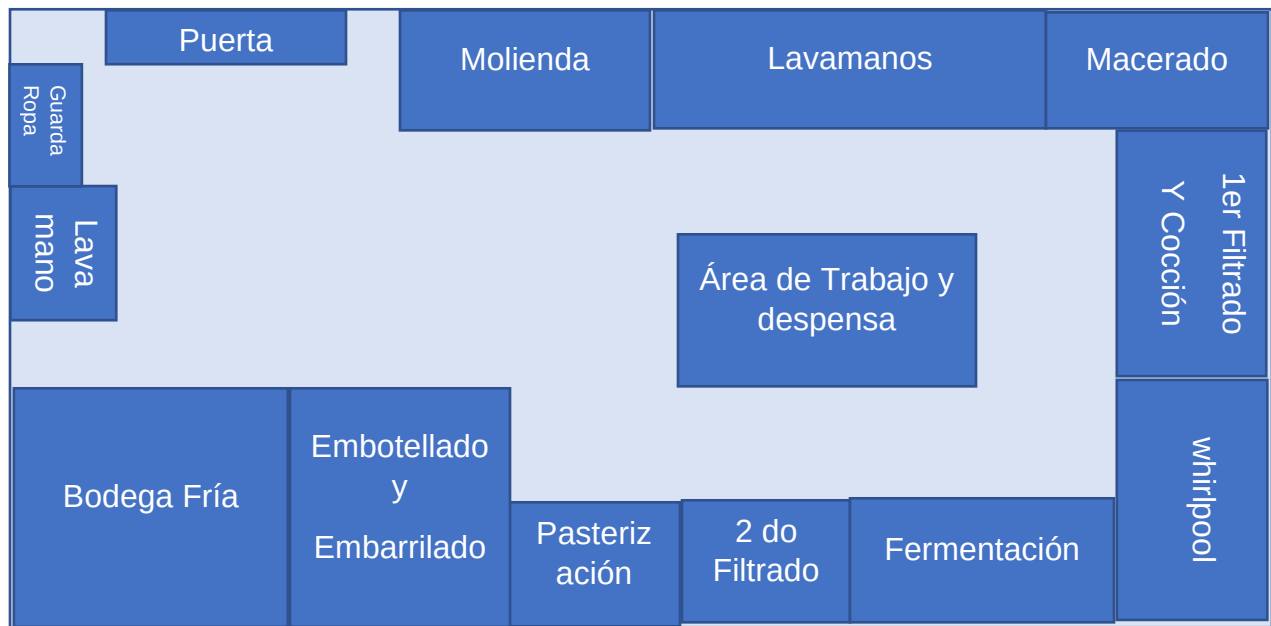


Ilustración 2 Fuente Propia

8.3. Estrategia de Marketing

Al analizar la demanda que tiene la cigarrerita bar se puede ver que no tienen mucha clientela fuera de las 3 o cuatro manzanas que se encuentran con el lugar por coincidencia, y los clientes que ya se tienen fidelizados uno de ellos por la cigarrerita CEGAL y el trayecto de más de 15 años en el mismo lugar del sector.

Por eso es importante tener 3 historias para los días que no son buenos y que tienen una baja demanda en las ventas, una publicación por día de cada uno de los platos, la filosofía, el ambiente y la cerveza artesanal que vendemos que son prueba icónica del gastro bar CEGAL.

Por lo tanto, para que la promulgación de la marca tenga un excelente efecto es indispensable que se tengan buenas promociones, al igual que fotos y videos que muestren lo mucho que tenemos para ofrecerles a cada uno de nuestros clientes de una forma alegre y chistosa generando recordación a cada uno de nuestros potenciales

clientes, y no que se vea solo que les queremos vender algo si no que queremos mostrar lo mucho que se den divertir cuando visiten el gastro bar y degusten cada uno de nuestros productos (Saavedra, 2013).

Para esto se desarrolló una propuesta de publicidad creativa para subir cada una de esta redes mostrando nuestro logo, el nombre del establecimientos, y los productos y servicios claves que son nuestro valor agregado y diferenciador del resto de la competencia.



Ilustración 3 Fuente: Propia

9. Recomendaciones y conclusiones

Cada uno de estos puntos desarrollados dieron un panorama diferente de la situación de la empresa ayudándola con el valor real del precio ya que actualmente se estaba vendiendo a 5.000 la bebida y debido al alza de los precios el valor nos estaba dejando con una ganancia del 12% lo cual no es suficiente ya que faltaron los gastos del empleado, generando pérdidas a su paso, por lo que es indispensable modificar dicho precio con el fin de ganarle el doble, o más del 65%, para que este negocio sea rentable.

Otro aspecto importante es el de la distribución de cada uno de los equipos que se necesitan para hacer cerveza artesanal ya que esto mejora la producción que se hace de cerveza y lo adecua de una forma más efectiva y que se generan menores esfuerzos al pasar cada uno de los procesos que tiene la malta para convertirse en la cerveza artesanal de la empresa CEGAL.

Y por último la creación de estrategias de marketing por medio de las redes sociales podría ayudarnos a difundir la marca nuestro compromiso por la cultura la literatura, la historia y cultura, que nos identifican como un bar donde no solo tomas sino que puedes aprender algo de la experiencia que brindamos a cada uno de nuestros clientes.

Al analizar cada uno de estos aspectos se ve como por medio del desarrollo de cada punto se pueden hacer grandes cambios que benefician a la compañía y generen mejores rentabilidades con el fin de poder expandir este modelo en unos años y poderlo convertir en una franquicia exitosa.

10. Bibliografía

- Comadrán, R. (2019). *bdigital.uncu.edu.ar*. Obtenido de https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/14115/comadran-fce.pdf
- Cousillas, T. S. (2018). *dialnet.unirioja.es*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/6748137.pdf>
- Creswell. (2003). Obtenido de <http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/22719/Capitulo3.pdf>
- DANE. (4 de 8 de 2022). <https://www.dane.gov.co/>. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/micronegocios>
- Distribuidora San Diego. (s.f.). *domicilios24siete.com*. Recuperado el 28 de 12 de 2022, de <https://domicilios24siete.com/producto/envace-vacio-canasta-gaseosa/>
- Hernández, J. G. (11 de 2018). *redalyc.org*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/journal/5116/511654337007/511654337007.pdf>
- Llue, J. M. (18 de 11 de 2017). *pirhua.udep.edu.pe*. Obtenido de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3229/PYT_Informe_Final_Proyecto_Cerveza.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Loaiza, J. F. (18 de 11 de 2013). *repository.unimilitar.edu.co*. Obtenido de <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/11148/SalinasLoaizaJohnFredy2013.pdf;jsessionid=9207BAAA551B9736606F2630D9612A83?sequence=1>
- López, L. A. (2016). *repository.unicatolica.edu.co*. Obtenido de <https://repository.unicatolica.edu.co/bitstream/handle/20.500.12237/902/FUCLG015555.pdf>
- Mayen, A. M. (05 de 2015). *repositorio.uchile.cl*. Obtenido de <https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/136584/La%20experiencia%20de%20marca%20%20sus%20efectos%20sobre%20el%20consumidor%20y%20la%20empresa.pdf?sequence=1>
- Morales, E. J. (10 de 07 de 2020). *repository.ucc.edu.co*. Obtenido de https://repository.ucc.edu.co/bitstream/20.500.12494/19981/1/2020_modelo_gestion_estrategica.pdf
- Rivera, M. M. (02 de 2015). *repository.uaeh.edu.mx*. Obtenido de <https://repository.uaeh.edu.mx/bitstream/bitstream/handle/123456789/16700/LECT132.pdf>
- Saavedra, F. U. (12 de 2013). *redalyc.org*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/205/20531182009.pdf>