

Investigación de mercado para la creación de una fábrica de cerveza artesanal en el cantón la Troncal

Market research for the creation of a craft
beer factory in Canton la Troncal

Martha Alejandra Olivo Olivo

Universidad Católica de Cuenca, Ecuador

raortizg@ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-1494-6302>

Jaime Emanuel Padrón Calle

Universidad Católica de Cuenca, Ecuador

raortizg@ucacue.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-0355-9884>

PERSPECTIVAS

Vol 1 - No. 13

enero – marzo 2019

ISSN 2145-6321

e-ISSN 2619-1687

Artículo recibido 2018 – 09- 04

Artículo recibido 2018 – 12 - 08



RESUMEN

El siguiente trabajo de investigación ofrece un estudio de mercado de la industria cervecera en el Ecuador específicamente en el cantón La Troncal mediante la aplicación de una encuesta, con el objetivo de percibir la factibilidad de organizar una PYME, además se utilizó las estrategias de marketing, considerando el producto, precio, la promoción y la plaza. El Cantón La Troncal tiene una población de 54,4 mil habitantes; la información se obtuvo a través de encuestas con una muestra de 276 personas. Una vez obtenidos los resultados de la encuesta se realizará las tabulaciones y gráficos respectivos, los cuales sirvieron para comprobar el nivel de aceptación que tienen los consumidores con respecto a la creación de una Fábrica de Cerveza Artesanal, determinando que existe una demanda del 81%. Este trabajo pretende aportar con datos reales para futuros estudios de factibilidad financiera.

Palabras Clave: Troncal, cantón, habitantes

ABSTRACT

The following research work offers a market study of the beer industry in Ecuador specifically in the canton La Troncal by applying a survey, with the aim of perceiving the feasibility of organizing a PYME, in addition marketing strategies were used, considering the product, price, promotion and place. La Troncal has a population of 54.4 thousand inhabitants and the information was obtained through surveys with a sample of 276 people. Once the results of the survey have been obtained, the respective tabulations and graphs will be made, which will serve to verify the level of acceptance that consumers have regarding the creation of a Craft Beer Factory, determining that there is a demand of 81%. This work

intends to contribute with real data for future financial feasibility studies.

key words: Trunk, canton, inhabitants

1. Introducción

En el presente proyecto se definió la aceptación de la creación de una fábrica de cerveza artesanal, cuyo fin es innovar en el Catón La Troncal, ofreciendo un producto de calidad, creando nuevas fuentes de trabajo.

La cerveza artesanal es natural es decir, no se usan conservantes, colorantes y ninguna otra sustancia química durante su elaboración. Enfocarse en el consumo de productos orgánicos en la actualidad es uno de los negocios más rentables, debido a la preocupación de la ciudadanía por cuidar su salud.

El desarrollo de la cerveza artesanal, consta solo de cuatro ingredientes tales como: malta de cebada y trigo, el lúpulo, levadura y agua.

Uno de los principales beneficios de la creación de la cerveza artesanal es que los procesos de elaboración son muy respetuosos con el medio ambiente, los consumidores se favorecerán, porque está científicamente comprobado que consumir cerveza artesanal nos ayuda a: Conservar riñones sanos (porque lleva un alto porcentaje en agua), evita el estreñimiento (por la gran cantidad de fibra), previene el insomnio, reduce la posibilidad de ataques al corazón, etc.

En Ecuador existe unas 70 cerveceras donde se comercializa cerveza artesanal las más populares son: Mut (una cerveza lager rubia hecha artesanalmente con agua de vertiente

La marca más premiada fue, Sinners Brewery que logró cuatro medallas: oro en la categoría Especias, hierbas o vegetales, plata en Cervezas frutales y especiadas, bronce en la categoría de Añejados en madera y bronce en la categoría de American Porter.

La finalidad de este proyecto es definir la factibilidad de la instalación de una fábrica de cerveza artesanal, para esto se realizó un estudio de mercado, tomando como referencia los resultados obtenidos para concluir si es conveniente desarrollar el proyecto. El objetivo de este proyecto es obtener una cerveza artesanal distinta, con características propias, que lleguen a posicionarse en el mercado por la calidad del producto que se ofrece.

2. Materiales y métodos

“El mercado es el contexto en donde tienen lugar los intercambios de productos y servicios. Es decir que en ese contexto es en dónde se llevan a cabo las ofertas, las demandas, las compras y las ventas” (Economía.WS, s.f.)

Se puede definir como la recopilación y el análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo. (Muñiz, s.f.) “El consumo consiste en la satisfacción de las necesidades presentes o futuras y se le considera el último proceso económico” (Experto, 2002).

“El cantón LA TRONCAL cuenta con 3 parroquias” (Desarrollo, 2014).

“Población: 54,4 mil habitantes (24,2% respecto a la provincia de CAÑAR); de los cuales el 50.2% son Hombres y el 49.8% son mujeres” (Desarrollo, 2014).

El Instituto Nacional de Estadísticas y Censos publicó este 22 de julio un estudio sobre el consumo de alcohol en el Ecuador. Según la cifras, 912 576 personas consumen bebidas alcohólicas. El 89,7% son hombres y el 10,3% son mujeres. La encuesta fue realizada a mayores de 12 años e incluye el consumo de bebidas destiladas, cerveza y vino. (Comercio, 2013)

“En 2013, la Organización Mundial de la Salud (OMS) publicó un estudio que indica que Ecuador ocupa el segundo lugar en América Latina con mayor consumo de bebidas alcohólicas. Se ingiere 9,4 litros de alcohol por habitante al año” (cifras, s.f.).

“No se puede negar el boom del mercado de la cerveza. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) el gasto mensual en bebidas alcohólicas es de 3'486.731 dólares; bebidas destiladas, 623.842 dólares” (Expreso, 2014).

3. Resultados

Como se puede apreciar en la Tabla 1 en cuanto al sexo de las personas encuestadas 183 son de sexo Masculino y el 93 son de sexo Femenino, teniendo un total de 276 encuestados.

Referente al sexo de las personas encuestadas podemos resaltar el hecho que el sexo dominante en esta encuesta es el Masculino con un porcentaje del 66% a diferencia del sexo Femenino el cual tiene un 34%. En cuanto a la edad de las personas encuestadas podemos observar en la Tabla 2 que el 38,77% de las personas tienen un rango de edad de 18 a 25 años, el 31,16% pertenece a las personas que tienen un rango de edad de 26 a 35 años, el 25,36% pertenece a las

personas que tienen un rango de edad de 36 a 50 años y el 4,71% pertenece a las personas que tienen un rango de edad mayor a 50 años. Como se puede apreciar en el Gráfico 2 en cuanto al rango de edad de las personas encuestadas 107 tienen un rango de edad de 18 a 25 años, 86 personas tienen un rango de edad de 26 a 35 años, 70 personas tienen un rango de edad de 36 a 50 años y 13 personas tienen un rango de edad de más de 50 años.

Obsérvese en la Tabla 3 la frecuencia de consumo de la cerveza en el Cantón La Troncal, tenemos un 12,68% de personas que nunca consumen cerveza, un 35,51% de personas que consumen cerveza una vez por semana, un 7,97% de personas que consumen cerveza tres veces por semana, un 22,10% de personas que consumen cerveza una vez al mes y un 21,74% de personas

Referente a la frecuencia de consumo de las personas encuestadas en el Cantón La Troncal, según el gráfico 3, nos indica que 35 personas nunca consumen cerveza, 98 personas consumen cerveza una vez por semana, 22 personas consumen cerveza tres veces por semana, 61 personas consumen cerveza una vez al día y 60 personas consumen cerveza solo en días festivos.

De aquí en adelante se tomará en cuenta solo a 241 personas, por el motivo que en la pregunta anterior 35 personas afirmaron que nunca consumen cerveza, por lo cual no pueden seguir realizando la encuesta.

La tabla 4 nos indica el porcentaje de aceptación que tiene este proyecto de creación de una nueva marca de cerveza artesanal producida en el Cantón La Troncal; teniendo como resultado una aceptación del 80,08% de las personas encuestadas y un rechazo al proyecto planteado del 19,92%.

Como se puede apreciar en el Gráfico 4; 193 personas aceptaron la creación de una nueva marca de cerveza artesanal producida en el Cantón La Troncal y 48 personas afirmaron que no consumirían dicha marca. Obsérvese en la Tabla 5 el tipo de cerveza que consumen las personas encuestadas, tenemos un 90,87% de personas que consumen cerveza Industrial y un 9,13% de personas que consumen cerveza Artesanal. Referente al tipo de cerveza que consumen las personas del Cantón La Troncal, según el gráfico 5, nos indica que 219 personas consumen cerveza Industrial y 22 personas consumen cerveza Artesanal.

Indica las marcas de cerveza que se consumen en el Cantón La Troncal, teniendo como resultado el consumo de la cerveza Pilsener en un 68,88%, la cerveza Club en un 24,07%, la cerveza Corona en un 4,56%, la cerveza Brama en un 2,49%, por último la cerveza Budweiser y otras marcas de cerveza en un 0%. 193 personas aceptaron la creación de una nueva marca de cerveza artesanal producida en el Cantón La Troncal y 48 personas afirmaron que no consumirían dicha marca, medida y la cantidad de botellas que consumen las personas del Cantón La Troncal, tenemos un 30,71% de personas que consumen la botella de 330ml en un promedio de 16 botellas al mes, un 51,87% de personas que consumen la botella de 750ml en un promedio de 20 botellas al mes y un 25% de personas que consumen la enlatada personal en un promedio de 12 latas al mes. 74 personas consumen la botella de 330ml, 125 personas consumen la botella de 750ml y 42 personas consumen la enlatada personal.

4. Discusión

Los resultados obtenidos nos presentan el nivel de aceptación que tendría la Creación de una cerveza artesanal en dicho cantón. De nuevas empresas y al desarrollo de dicho cantón. La investigación nos permite observar que no existe una oferta de cerveza artesanal en el Cantón La Troncal, siendo esta una oportunidad de éxito

para este proyecto. Se determina que la creación de una fábrica de cerveza artesanal en el Cantón La Troncal es factible, debido que el 81% de las personas encuestadas respondieron que si comprarían una nueva marca de cerveza artesanal producida en este cantón, esto significa que si existe una demanda de este tipo de cerveza, además que el 91% de las personas encuestadas consumen cerveza Industrial, lo que significa que no hay una oferta que satisfaga las necesidades de los consumidores.

5. Conclusiones

Al determinar que existe demanda insatisfecha. Es necesario ofrecer el producto en una sala de degustación para de esta forma lograr la atención de los futuros clientes, elaborando un producto de excelente calidad, innovador dejando a un lado la mentalidad de la “preparación industrial” en las bebidas, para que poco a poco esa mentalidad vaya cambiando, conforme nuestro producto se establece en el mercado. Dar un valor agregado potenciando la marca de la cerveza artesanal como un producto distinto con un gran rol de publicidad y promociones, de manera que el producto pueda competir en el mercado. Establecer nuestro producto mediante la abertura de canales de distribución para comercializar nuestra cerveza en tiendas, restaurantes, hoteles, licorerías, centros nocturnos, etc. Empezando la promoción con el beneficio de que se haga conocida nuestra marca en los lugares más visitados.

Referencias bibliográficas

CEDATOS. (2010). cedatos.com. Recuperado el 3 de 8 de 2018, de cedatos.com:

http://www.cedatos.com.ec/detalles_noticia.php?Id=208

cifras, E. e. (s.f.). Ecuador en cifras.gob. Recuperado el 3 de 8 de 2018, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Revistas/Postdata/postdata01/files/assets/downloads/page0006.pdf>

Comercio, E. (22 de Julio de 2013). El comercio. Recuperado el 1 de 8 de 2018, de <https://www.elcomercio.com/tendencias/mas-900-000-ecuatorianos.html>

Desarrollo, S. -S. (21 de 2 de 2014). Wed pdf. Recuperado el 1 de 8 de 2018, de Wed pdf:

<http://app.sni.gob.ec/sni->

link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0304_LA%20TRONCAL_CA%C3%91AR.pdf

Economia.WS. (s.f.). Economia.WS. Recuperado el 5 de 8 de 2018, de

<http://www.economia.ws/mercado.php>

Experto. (18 de Marzo de 2002). Gestiopolis. Obtenido de Gestiopolis:

<https://www.gestiopolis.com/que-es-consumo/>

Expreso. (5 de 5 de 2014). Expreso.ec. Recuperado el 3 de 8 de 2018, de Expreso.ec:

http://www.expreso.ec/historico/articulo-FCgr_6172075

Muñiz, R. (s.f.). Marketing XXI. Obtenido de Marketing XXI:
<https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>