

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE LAS
AMÉRICAS
VICERECTORÍA ACADÉMICA**

CARRERA DE COMERCIO INTERNACIONAL

**EL CLÚSTER COMO HERRAMIENTA DE
DESARROLLO PARA LAS EMPRESAS PRODUCTORAS
DE CERVEZA ARTESANAL, CON MIRAS A LA
EXPORTACIÓN AL AÑO 2018**

**MODALIDAD DE TESINA PARA OPTAR POR EL GRADO DE BACHILLERATO EN
COMERCIO INTERNACIONAL**

**Autora:
MARÍA DEL ROCÍO VILLEGAS VILLEGAS**

**Tutor:
JORGE ACUÑA PRADO**

SEDE ARANJUEZ

Contenido

Dedicatoria y Agradecimientos.....	7
Resumen Ejecutivo.....	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
Planteamiento del Problema de Investigación	9
Objetivos de la Investigación.....	10
Objetivo general.....	10
Objetivos específicos	10
Antecedentes de la Investigación.....	12
Proyecciones de la Investigación	14
CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL	15
Definición de clúster	15
Surgimiento de los clústeres	15
Formación de Asociación Clúster	16
Delimitaciones de un clúster	18
Un clúster promueve	19
Fases de desarrollo de los clústeres	19
Diferencia entre un clúster y una iniciativa clúster.....	21
El clúster en el ámbito internacional.....	21
Iniciativas de clúster en América Latina.....	22
Inicios del Clúster en Costa Rica	23
La estrategia de formación de clústeres en Costa Rica.....	23
Clústeres existentes en Costa Rica.....	25
Iniciativa para la formación de un clúster para la Cerveza Artesanal.....	27
Origen de la cerveza artesanal	28
Tipos de cerveza	29
Asociación de Cerveceros Artesanales de Costa Rica	29
Panorama de los cerveceros artesanales en Costa Rica	31
Requisitos para el clúster de cerveza artesanal	33
Casas cerveceras costarricenses organizan un clúster como herramienta de desarrollo.....	34

Origen de la cerveza artesanal de Estados Unidos.....	35
Perfil del consumidor de cerveza artesanal en Estados Unidos	35
Modelo de clúster de cerveza artesanal en Colombia.....	36
Modelo de clúster de cerveza en México.....	37
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO	39
Enfoque de la Investigación.....	39
Diseño de la Investigación	39
Muestra de la investigación	41
Población.....	41
Muestra	41
Unidades de análisis de la investigación.....	43
Determinar los escenarios de exportación	43
Instrumentos utilizados en la investigación	44
Cuestionario	44
Entrevista	44
Proceso para la recolección de datos	44
Método de análisis de la investigación	45
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS	47
Unidad de análisis I: Ventajas y desventajas de la implementación de un clúster	48
Categoría 1: Incremento en ventas.....	49
Categoría 2: Promoción del producto	50
Categoría 3: Exportación de producto	52
Categoría 4: Competitividad.....	54
Categoría 5: Fortalecimiento económico.....	56
Categoría 6: Planificación.....	58
Unidad de análisis II: Escenarios de exportación de la cerveza artesanal costarricense a través de un modelo de clúster.....	59
Categoría 1: Capacidad productiva.....	60
Categoría 2: Encadenamientos productivos.....	61
Categoría 3: Estándares internacionales	64
Categoría 4: Proveedores	66
Categoría 5: Red de distribución	68
Categoría 6: Trámites y permiso.....	70
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	78

Conclusiones de la Investigación..... 78
Recomendaciones 80
Referencias..... 82
Apéndice 85

Tablas

Tabla 1: Desglose de entrevistados	40
Tabla 2: Unidades y categorías de análisis	45

Dedicatoria y Agradecimientos

Dedicatoria

Esta investigación está dedicada primero a Dios, que me dio la salud y la voluntad. Además, se lo dedico a mis padres, que siempre me han apoyado y han estado conmigo en este largo camino; pero en especial a ti mamita mía de mi corazón, que siempre estás ahí para mí con los brazos abiertos en los buenos y malos momentos, gracias por ser mi motor para seguir adelante en mi carrera; y finalmente se lo dedico a mis hermanos, sin ustedes no habría podido lograrlo, los amo por motivarme a seguir adelante siempre y a ser profesional en la carrera que escogí.

Agradecimientos

Agradezco primeramente a Dios, por darme la valentía de seguir adelante cuando ya no creía poder y darme fuerza para continuar.

Asimismo, agradezco a mis papás, Flor y Jorge, quienes me educaron siempre con la mentalidad de que nunca debemos darnos por vencidos por más difícil que parezca el camino y debemos conservar la voluntad de salir adelante, de crecer y soñar en grande por un mejor futuro, ya que, aunque no estén cerca y se encuentren lejos de mí, me apoyan y me desean siempre lo mejor. Del mismo modo, agradezco a todos mis hermanos por sus buenos deseos, por permanecer siempre unidos, apoyándonos y buscando el bienestar para todos.

También le agradezco de todo corazón a Doña Flor M, quien es para mí, mi segunda mamá, por ser tan especial, por quererme como a una hija, por estar siempre ahí apoyándome, dándome sus consejos y fuerzas para no desfallecer. A ella quiero decirle que es una mujer muy importante en mi vida y no tengo palabras para agradecer lo especial que ha sido conmigo, muchas gracias por apoyarme.

Finalmente agradezco a una persona muy especial para mí, mi novio Raschid Schmidt, por el apoyo, el amor y la comprensión que me ha mostrado siempre a través de este proceso y de la vida.

Resumen Ejecutivo

En el presente trabajo de investigación, desarrollado bajo un enfoque cualitativo, se realizó un análisis sobre el clúster como herramienta de desarrollo para las empresas productoras de cerveza artesanal, con miras a la exportación al año 2018. Dicho estudio pretende analizar las herramientas de desarrollo que facilitarían la comercialización de la cerveza artesanal. Asimismo, se pretende describir los beneficios que obtendrían las microcervecías con esta iniciativa de desarrollo.

En este proceso investigativo se crearon varios apartados para explicar mejor el contexto del tema y el debido proceso para llegar al final, es decir, a los resultados, las conclusiones y las recomendaciones. Cada apartado o capítulo, en el orden presentado dentro del documento, es importante para el desarrollo del siguiente.

En la presente investigación se destacan los conceptos correspondientes a los clústeres y cómo estos modelos de desarrollo han logrado una transformación productiva importante en los últimos años, fomentando la cooperación de los sectores empresariales en donde son implementados. Además, se analiza el crecimiento que ha tenido en los últimos años la producción de la cerveza artesanal y cómo se beneficiarían las microcervecías con la formación de este modelo, y eventualmente cómo podría convertirse en una herramienta de apoyo para que las casas cerveceras puedan expandirse a territorios internacionales por medio de la exportación de sus productos.

Además, permitirá observar la capacidad productiva que tienen las microcervecías, así mismo los escenarios a los que deben enfrentarse para lograr ser competitivos tanto a nivel nacional como internacional, adicionalmente los procesos que conlleva la elaboración de estas, las herramientas que utilizan para su fabricación y los controles que deben cumplir para obtener los estándares de calidad que solicita el consumidor final. Las principales conclusiones se basan en que, a pesar de los beneficios y el potencial que tienen las microcervecías las posibilidades de que se logre la formación de un clúster para los productores de cerveza artesanal son casi nulas, ya que Costa Rica carece de leyes y regulaciones que impiden su formación.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

Planteamiento del Problema de Investigación

En los últimos años la cerveza artesanal producida en Costa Rica por pequeñas y medianas casas cerveceras independientes, ha alcanzado un gran apogeo en el mercado nacional. Fernández (2017), para el periódico El Financiero indica “Ganando espacio en bares, restaurantes e incluso en hogares a raíz de la gran aceptación que han alcanzado les ha permitido aumentar la producción e incluso formularse la idea de internacionalizarse” (párr. 4)

Las razones por las que se decidió estudiar la posibilidad que las casas cerveceras, por medio de un modelo de clúster, obtengan las posibilidades de implementar estrategias competitivas, con el fin de exportar sus productos estableciendo un diseño de cooperación en conjunto con otras pymes productoras de cerveza artesanal así como proveedores, fue por el hecho que se toma en consideración que este producto posee un gran potencial de mercado, debido a la creatividad de cada diseño que se plasma en cada envase, los cuales muestran la esencia de cada cerveza.

Avendaño (2018) indica que un sector independiente conformado por 50 pymes de casas cerveceras, generen una red de valor de cooperación, en la cual comparten experiencia y suministran herramientas a aquellas que carecen, con el fin de promover el consumo y aumentar así la capacidad de producción, cabe resaltar que su producción no es tan amplia como las cervecerías industriales. A pesar de esto, en este trabajo de investigación se analizará la factibilidad que tienen las fábricas de este producto para alcanzar la formación de un clúster y cómo competir con la demanda que muestran sus consumidores y la forma de lograr una estrategia que permita la unión (párr. 6)

Por lo anterior, es fundamental analizar cómo el clúster ha logrado una transformación productiva importante en la economía durante las últimas tres décadas mediante políticas de apertura comercial, promoción de exportaciones y fortalecimiento empresarial. Debido a lo anterior, la interrogante que hace mayor énfasis en este trabajo de investigación es: ¿Cual es la

posibilidad que las casas cerveceras costarricenses empleen un modelo de clúster que les permita exportar?

Objetivos de la Investigación

Objetivo general

Analizar la posibilidad que las casas cerveceras artesanales costarricenses por medio de un modelo de clúster puedan realizar la exportación de sus productos.

Objetivos específicos

Identificar las ventajas y desventajas de los clústeres con fines a la exportación para las casas cerveceras artesanales costarricenses.

Determinar los posibles escenarios de exportación para la cerveza artesanal costarricense a través de un clúster.

Justificación de la Investigación

El objetivo de la investigación es analizar si la formación de un clúster para la cerveza artesanal, puede ser un modelo de desarrollo económico que les permita ser más competitivos estratégicamente, tomando en cuenta que en los últimos años en Costa Rica este sector ha tomado mucha fuerza. Apuy (2016) indica “muchas casas cerveceras han buscado la unión con el fin de ofrecer una alternativa diferenciada y con un valor agregado al consumidor” (p 3). Estos son más exigentes, por lo que deben contar con mayores estándares de calidad.

A pesar de que este producto ha logrado obtener gran aceptación, actualmente las casas cerveceras deben asumir muchos retos para poder proyectarse internacionalmente, ya que competir en un mercado internacional no es tan fácil y máxime que para poder obtener este objetivo deben cumplir con las leyes de Costa Rica acatando una serie de trámites burocráticos que actualmente les restan competitividad.

Por lo anterior, en la presente investigación se realizará un enfoque sobre los procesos de producción y la capacidad productiva de las cervecerías artesanales costarricenses con la apertura de un clúster en donde se forme una unión en conjunto estableciendo un mercado competitivo justo, y así conseguir que con esta iniciativa exista la posibilidad de abrir negociaciones con otros mercados interesados.

Cabe destacar que con los resultados que se obtengan de esta investigación a las casas cerveceras bajo estudio se les dará un análisis, exponiendo falencias que pueden ser mejoradas y brindando recomendaciones para volver óptimo dicho clúster, en donde se faciliten recomendaciones comerciales para que logren exportar sus productos y de esta manera sean conocidos internacionalmente y de igual manera aumenten sus ingresos.

Otro aspecto relevante con respecto a los resultados de este trabajo es que darán a conocer si verdaderamente con la formación de un clúster para cerveza artesanal en Costa Rica se logra que los productores obtengan el potencial necesario para lograr exportar y competir en el extranjero y ser consumida por un mercado diferente al nacional, ya que muchas casas cerveceras producen cerveza con características que diferencian de otras y las vuelve únicas, ya que utilizan recetas propias de su marca y están dirigidas al público costarricense.

Las razones por las cuales se genera esta investigación se basan en el apogeo en el que se encuentra actualmente la cerveza artesanal en Costa Rica, el cual los ha llevado a buscar altos estándares de calidad en su producción y la inclusión de un modelo de clúster, así como la garantía de ser un producto diferenciado por medio de un sello independiente. Cabe señalar que producir cerveza artesanal no es un proceso nada fácil, es realmente complejo donde el nivel de capacidad de inversión que realizan las casas cerveceras es realmente costoso. Fernández (2017), para el periódico El Financiero indica “muchos de los productos que utilizan en su elaboración son importados, adicionalmente deben cumplir con las normas de producción impuestas por el Ministerio de Salud, en donde deben aplicar buenas prácticas de manufacturas y contar con un protocolo de seguridad” (p 2). Esto asegura que cada cerveza artesanal cumpla con la calidad que las caracteriza, esto se considera como una ventaja competitiva. A pesar de lo interesante que puede

ser este estudio, tomará bastante tiempo en desarrollar cada variable (un mes cada una, aproximadamente), debido a que se debe realizar cuestionarios a las casas cerveceras seleccionadas y se depende totalmente del tiempo con el que estas dispongan para atender una visita.

Antecedentes de la Investigación

Según Monge y Salazar (2016) en su estudio indican “que a principios del año 1990 las autoridades de la Comunidad Autónoma del País Vasco emprendieron la creación de clústeres o aglomeraciones en diferentes actividades productivas, con la iniciativa de aumentar el desarrollo productivo, tecnológico” (p 44). Lo anterior con el fin de incrementar el desarrollo económico y mejorar la calidad de vida de su población, los sectores industriales de la Comunidad Autónoma del País Vasco se encontraban en una fuerte recesión la cual hizo que perdieran ventajas competitivas. Ante esta situación buscaron la forma de obtener nuevas ventajas sostenibles económicas en donde le permitieran al sector productivo de dicha nación apostar por el contexto internacional. El principal objetivo del estudio realizado por la Organización Internacional de Trabajo permitió brindar una descripción sobre cómo las autoridades de una Comunidad Autónoma consiguieron diseñar e implementar políticas de desarrollo productivo, dentro de las cuales sobresale la Política de Desarrollo de Clústeres (PDC), así como analizar la forma en la que estas políticas han contribuido en el perfeccionamiento y al crecimiento de las empresas.

La finalidad de poder analizar los sistemas económicos que permitan el desarrollo de un sector por medio de un clúster es que por medio de este modelo alternativo se permite determinar que las empresas tengan una naturaleza de complementariedad con la influencia de conocimientos prácticos en marketing. Refiriéndose a que los modelos de clúster recurren al estudio de ventajas competitivas, por ende, tienen naturaleza de competencia. Sánchez y Huerta (2003) mencionan “la relevancia del porqué los clústeres han logrado diferentes combinaciones estratégicas, formales e informales, ratificando que unidos pueden lograr la penetración de los mercados, permitiendo ser superiores a diferentes estructuras productivas” (párr. 5). Eventualmente este sistema de desarrollo ha logrado que las empresas que lo implementan puedan competir y obtener mayor capacidad de adaptación a condiciones adversas tanto económicas como políticas.

Douglas (2004) se refiere “al importante rol y a la necesidad de fomentar la instauración de conglomerados productivos o clústeres en la economía de cualquier país, en especial en aquellos

que están en vías de desarrollo, ya que permitirían maximizar la productividad” (p 4). Mediante lo anterior se establece que los múltiples encadenamientos, facilitan las operaciones y minimizan los costos de producción. Como objetivo relevante cabe indicar que los clústeres pueden ayudar a las empresas, especialmente a las pequeñas y medianas empresas, a competir a nivel internacional dado a que la aglomeración de firmas relacionadas en actividades similares permite ser más llamativo para los entes financieros. Este modelo de herramienta ha servido como instrumento para las pymes, pequeñas y medianas empresas para el aumento y desarrollo de la economía.

A raíz de este impulso realizado por diferentes entidades como la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER), la Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo, el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA), la Universidad de Costa Rica (UCR) entre otros, se logró la conformación del Aerospace Clúster (CRAC), con la finalidad que Costa Rica pueda ser considerado a nivel mundial como una Industria Aeroespacial. “Permitiendo que las empresas que conforman este modelo se encuentren en mejoras continuas, en la búsqueda de la excelencia siempre, esto le permite la competitividad a nivel internacional, siendo una pieza fundamental para la economía y el desarrollo del país” (Barquero,2016, p. 2). En el caso de Aerospace el modelo del clúster permitió que alcanzaran los estándares de calidad que se requieren a nivel mundial para ser considerados por empresas importantes de tecnología.

Por otra parte, se hace mención como los gobiernos promueven el fortalecimiento económico del sector industrial para implementar el desarrollo económico del país.

En Costa Rica en los últimos años se ha impulsado los modelos del clúster para el desarrollo económico con el fin de atraer la Inversión Extranjera Directa para lograr que las microempresas o pymes con miras a las exportaciones pueden colocar sus productos en el extranjero. (Mora, 2017, p.2)

Mediante la atracción IED se realiza la venta de la manufactura liviana e industria alimentaria, el de servicios y el de ciencias de la vida. Según Mora (2017) indica:

El modelo de 'clúster' promueve la expansión internacional de 12 sectores en Costa Rica; permitiendo el crecimiento de la Coalición Costarricense de Iniciativas de

Desarrollo (CINDE) entidad que promueve el desarrollo económico por medio de conglomerados. Actualmente la conforman 287 empresas brindando fuentes de empleo a 77.688 personas. (párr. 3)

Con la finalidad de poder fortalecer el gremio, y fomentar el desarrollo de este sector que en los últimos años han incrementado su producción y su demanda se plantea el objetivo de crear nuevas oportunidades con la finalidad de lograr una internacionalización de sus productos. “Como resultado la Asociación de Cerveceros de Costa Rica trabaja en conjunto con la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER) en la creación de un Clúster de Cerveceros Artesanales para promover la exportación de sus productos” (Avendaño, 2108, p.1). Este es un proceso que está en formación, por lo cual se tienen que planificar las estrategias que se quieren conseguir y los requisitos y beneficios que obtendrían de la unión de este sector para realizar el desarrollo de esta herramienta. Avendaño (2018) indica:

Los cerveceros artesanales de Costa Rica trabajan en un clúster para exportar a Estados Unidos, esto afirma que actualmente este grupo está conformado por 100 asociados que se dedican a la producción de cerveza artesanal en el país, indicando que del clúster podrán participar actualmente 39 productores que cumplen con los requisitos solicitados y que están en la categoría de micro cervecerías. (párr. 1)

Proyecciones de la Investigación

En primer lugar, dentro de las proyecciones que se estarían analizando con este trabajo, se deberán estudiar cómo se forman los clústeres y el apoyo que suministran a las empresas que las desarrollan y todos los procesos que conlleva su formación. De esta forma, se podrá conocer cuáles son los puntos de ventaja y los de desventaja que presenta la formación de este modelo de desarrollo para las casas cerveceras, además de identificar su funcionalidad en busca de la formación de unión para la exportación de esta.

En segundo lugar, se deben analizar los mercados en donde la cerveza artesanal producida en Costa Rica puede ser exportada, mercados potenciales como el de Estados Unidos, Canadá y aquellos que están en Centroamérica. Estas son oportunidades en donde los productores de cerveza artesanal pueden consolidarse y acoplar el producto a los gustos y preferencias de los consumidores

de dichos países.

CAPÍTULO II: MARCO REFERENCIAL

Definición de clúster

Es importante, en un principio, aclarar la definición del tema para la comprensión en la investigación.

Los clústeres son concentraciones geográficas de empresas e instituciones interconectadas, que actúan en determinado campo y agrupan a una amplia gama de industrias, y otras entidades relacionadas que son importantes para competir, creando una línea de pensamiento que permite que cada miembro se beneficie sin sacrificar su flexibilidad, de manera que puedan contribuir al éxito. (Porter, 1999, pág. 39)

Así mismo cabe indicar que.

Los clústeres como modelo alternativo de determinadas formas de organización productiva se presentan como un ejemplo de desarrollo industrial, basados en las micro y pequeñas empresas, que además de lograr una inserción competitiva en los mercados internacionales, generan un nuevo tipo de relaciones laborales. (Sánchez y Huerta, 2003, p. 107)

Surgimiento de los clústeres

Existen diversas teorías que explican el surgimiento de los clústeres de forma natural, entre ellas se encuentran las de localización y geografía económica la cual explica que las actividades se concentran en ciertas áreas y no se distribuyen de forma aleatoria.

Del mismo modo se encuentra la teoría de los encadenamientos hacia atrás y hacia adelante, la cual afirma que cuando un sector alcanza un umbral mínimo hace rentable la inversión en sectores relacionados. También está la teoría de interacción que considera a la interacción de las empresas como un juego repetido en el cual se fomenta los lazos de confianza y coordinación que llevarían a la reducción de costos de transacción. Y, por último, tenemos el modelo de Porter, quien sostiene que la diversidad e intensidad de las interacciones entre empresas competidoras,

proveedoras, actividades de apoyo, productores de insumos y otros, determinan la formación de complejos productivos. (Roldán, 2013, pág. 311).

Los clústeres no se crean por decisiones administrativas de un gobierno, sino que son realidades preexistentes en un territorio, son el resultado de un proceso no político.

Sin embargo, los gobiernos de un número creciente de países apuestan por la intervención pública para estimularlos, obteniendo de esta forma un impacto positivo en el desarrollo económico mediante lo que se denomina iniciativas clúster, estableciendo agrupaciones que permitan afrontar los mismos retos estratégicos para detectar e impulsar estrategias ganadoras. (Estévez, 2013, pág. 40)

Formación de Asociación Clúster

González y Salazar (2016) indican en su investigación. “El propósito de cada asociación es el fomento, la promoción y la concientización de la actividad productiva que le compete, así como el desarrollo de un marco adecuado para el desenvolvimiento” (p. 44). Esto indica que la actividad y los logros de los objetivos, establecen los acuerdos de vinculación o colaboración, específicos o generales, con cuantas entidades públicas o privadas consideren convenientes.

La asociación de clúster se conforma a cargo de la Asamblea General de Socios/as, como órgano supremo, y la Junta Directiva, como órgano colegiado de dirección permanente que se establecen de la siguiente manera.

La Junta Directiva es el órgano de representación que gestiona y representa los intereses de la asociación, de acuerdo con las disposiciones y directivas que señale la Asamblea General. Forman parte de la Junta Directiva los asociados del clúster y otros miembros de interés para la Asociación, dicha elección se realiza por lo general por un período de dos a cuatro años. (González y Salazar, 2016, p. 45)

El pertenecer a un clúster brinda una serie de ventajas para mejorar el desempeño de las empresas, principalmente en materia de competitividad y productividad. Así mismo, la participación en los clústeres de otros actores clave como centros tecnológicos y de enseñanza, e instituciones públicas, también brinda a estos actores beneficios.

Todo lo cual se transforma en un desarrollo de las capacidades productivas y en un crecimiento sostenido de la competitividad de largo plazo de las empresas y de la economía del país como un todo, con las consiguientes ventajas en la generación de empleo y combate de la pobreza. (González y Salazar, 2016, p. 48)

En un entorno mundial altamente competitivo, las empresas necesitan mantener procesos de mejoramiento continuo.

Deben estar abiertas al cambio, deben aportar valor donde antes no lo hacían, deben trabajar en entornos multilocalizados, deben fomentar la formación y el talento de su personal, deben invertir en I+D, deben ser capaces de adaptarse a las necesidades de sus clientes, deben además tener relaciones laborales que faciliten el logro de todas estas tareas y deben superar las resistencias y perder el miedo de hacer todo lo anterior. (González y Salazar, 2016, p. 49)

Poter (1990) menciona los beneficios que pueden obtener las empresas al pertenecer a una Asociación Clúster de los cuales se destacan los siguientes puntos:

Mayor competitividad: se desarrollan nuevos productos para mejorar la calidad.
Permanencia en el mercado: permite que las empresas que se integren tengan una mayor estabilidad, producto de las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades detectadas por los miembros más antiguos.

Menores costos de investigación: investigación conjunta que beneficia al grupo y disminuye los costos individuales.

Facilidad de acceso para los clientes: la concentración de empresas en una región atrae más clientes, provocando que el mercado se amplíe para todas, más allá de lo que sería el caso si cada una estuviese operando aisladamente.

Incremento de la productividad: la fuerte competencia inducida por esta concentración de empresas genera una mayor especialización y división de trabajo.

Mayor integración de la cadena: la fuerte interacción entre productores, proveedores y usuarios facilita e induce un mayor aprendizaje productivo, tecnológico y de comercialización.

Menores costos de transacción: la mayor cercanía con proveedores y clientes genera un menor costo de transacción.

Economías de escala: para las empresas miembros, potenciando su capacidad de ingreso y desarrollo de mercados, y aumentando sus beneficios. (p 62)

Llorens (2011) adicional a lo anterior indica. “Los clústeres o agrupaciones presentan las clásicas ventajas para sus miembros de emprender acciones en conjunto, que por sí solas no podrían afrontar, o requeriría de mucho esfuerzo y tiempo para hacerlo” (p 3). Junto con esto, si un clúster es exitoso, lo más probable es que se vayan formados encadenamientos en diferentes direcciones alrededor de la actividad central o base, por lo que un clúster puede resultar en un polo de atracción para otras empresas.

Delimitaciones de un clúster

Los clústeres adoptan distintas formas en función de su profundidad o complejidad. “Así, la mayoría de ellos comprenden empresas de productos o servicios, proveedores de materiales, componentes, maquinaria y servicios especializados, instituciones financieras, universidades y empresas de sectores afines” (Porter, 1999, p 30).

Porter (1990) indica. “Los clústeres son una cuestión de grado y requieren un proceso arduo, en donde la constancia al trabajo de campo continuo permite descubrir las relaciones de complementariedad, especialmente entre los sectores y las instituciones a las que dan origen” (p 21). Las fronteras de los clústeres evolucionan constantemente en la medida en la que aparecen nuevas empresas y sectores, los sectores establecidos se contraen o decaen, y las instituciones se desarrollan y cambian.

En este sentido, Porter (1990) identifica los elementos que integran y delimitan un clúster; de la siguiente manera:

Empezar por una gran empresa o concentración de empresas similares y observar las relaciones entre las situadas en los niveles superiores y las establecidas en los niveles inferiores de la cadena de valor.

Observar en horizontal para identificar sectores que pasan por canales similares o que producen bienes o servicios similares. Se observan así las relaciones con otros sectores en función del empleo de tecnologías o materiales especializados similares.

Ver qué instituciones proporcionan conocimientos, tecnologías, información, capital o infraestructuras especializadas, y en qué organismos colectivos están integrados sus miembros.

Identificar los órganos de la administración y otros entes normativos que inciden significativamente en los componentes del clúster. (p 51)

Un clúster promueve

Prácticamente Porter (1990) promueve los clústeres, con base en las siguientes razones:

La concentración de empresas en una región atrae más clientes, provocando que el mercado se amplíe para todos, más allá de lo que lo haría en el caso de que cada una estuviese operando aisladamente.

La fuerte competencia inducida por esta concentración de empresas genera una mayor especialización y división del trabajo, y, por ende, una mayor productividad.

La coordinación entre los productores, proveedores y empresas del sector induce un mayor aprendizaje productivo, tecnológico y de comercialización.

La existencia del agrupamiento facilita la acción colectiva para lograr metas comunes (internacionalización, capacitación, centros de seguimiento y desarrollo tecnológico, campañas de normas de calidad, entre otros). (p 52)

Fases de desarrollo de los clústeres

Los clústeres no se dan como tales, sino que se construyen en un proceso que es dinámico y

donde las relaciones y lazos de confianza que se establecen en las primeras etapas de formación son básicas y varían con el tiempo. Porter (1990) señala que:

La estructura de una industria cambia, y por lo mismo con ella los clústeres en su interior; sin embargo, un aspecto de relevancia a resaltar es cuando aún teniendo las situaciones ideales el clúster no termina por consolidarse, o inclusive no logra ni siquiera gestarse. (p 6)

Dicho lo anterior, las etapas de desarrollo del ciclo de formación del clúster se identifican de la siguiente manera:

Etapas de Aglomeración: En esta etapa existen empresas geográficamente ubicadas en un conglomerado con algunos servicios complementarios a este sector.

Clúster Emergente: Se señala que a partir de la aglomeración los actores cooperan alrededor de un área de negocio específica. La vinculación es creciente (Gestación).

Clúster en Desarrollo: La integración de nuevos actores en el sector es dinámica, el clúster adquiere una imagen propia.

Clúster Maduro: Una gran cantidad de actores sobre la misma área de negocios. Se han establecido relaciones al interior y al exterior geográfica y sectorialmente. Se generan nuevas empresas y asociaciones.

Clúster en Transformación: Al transcurrir el tiempo las tecnologías y mercados cambian, esto afecta al clúster y por lo tanto a su operación. Para seguir en el mercado el clúster se transforma. En esta etapa se pueden formar otros clústeres. (Porter, 1999, p.59)

Verde y López (2013) señalan que en este punto. “La visión sobre los clústeres y su formación, no se definen de manera puntual el grado de nivel de integración, de las empresas o la participación conjunta de los actores de la agrupación”(p 7). Las etapas que conforman el desarrollo especifican una a una la posición en el ciclo y de esta manera establecen los parámetros de mejoras. Las empresas deben trabajar arduamente si desean obtener el éxito.

Diferencia entre un clúster y una iniciativa clúster

La diferencia entre un clúster y una iniciativa clúster se define de la siguiente manera.

El primero es un término genérico para referirse a las concentraciones geográficas de compañías interconectadas, proveedores especializados, empresas relacionadas e instituciones asociadas en campos particulares que compiten y al mismo tiempo cooperan (1). También es considerado como el conjunto de socios económicos de ciertos sectores industriales que están relacionados vertical y horizontalmente en una región definida (2). (Cámara de Comercio de Medellín, 2006, pág. 9)

Por otra parte. “Una iniciativa clúster es un término que denota un esfuerzo organizado y estructurado para incrementar el crecimiento y la competitividad del clúster en una región, conectando al sector privado, público y a la academia” (Cámara de Comercio de Medellín, 2006, pág. 9). También es referida como redes organizadas de carácter sectorial y regional entre socios económicos con el propósito de mejorar el desempeño en innovación y la competitividad internacional.

El clúster en el ámbito internacional

Los avances que se generan a raíz de la globalización de los mercados, las nuevas tecnologías de la información y la creciente incertidumbre a la que se enfrentan las empresas han transformado gradualmente la base de la competitividad desde una competencia estática basada en los precios relativos hacia la generación de ventajas competitivas dinámicas. “Los países, las regiones y las empresas ya no se diferencian solo por sus dotaciones de factores, sino también por aquellos elementos que dependen de la gestión de estos” (Drucaroff y Martínez, 2005, p.4). Por tal razón se categoriza la necesidad del medio económico y social en el que actúan, para implementar el conocimiento emerge a partir del elemento clave llamado competencia, beneficiando a las firmas que crean y/o aplican conocimientos más rápidamente que sus competidores.

Por consecuencia, las relaciones de proximidad que caracterizan al clúster tienen una influencia positiva sobre la generación de nuevas empresas por múltiples razones.

En primer lugar, la concentración geográfica de clientes y productores reduce los riesgos y les permite a quienes trabajan allí identificar con mayor facilidad nuevas oportunidades (nichos inexplorados). En segundo lugar, estas personas encontrarán menores barreras a la entrada que en otros espacios de mercado, permitiendo conseguir fácilmente información, insumos y personal dentro del clúster. Adicionalmente, logra que las instituciones financieras o los inversores familiarizados con el clúster, exijan menores requisitos para financiar nuevas empresas y proyectos que se desarrollen en su interior. Finalmente, el clúster puede representar en sí mismo un importante mercado para el surgimiento de nuevos proyectos que puedan beneficiarse de las relaciones que se dan en su interior. (Porter, 1999, p. 39).

Iniciativas de clúster en América Latina

Condo y Monge (2002) indican:

Los clústeres más competitivos de los países industrializados se caracterizan porque las empresas que pertenecen a la industria compiten intensamente entre sí, tienen clientes exigentes que presionan constantemente por mejores productos, se benefician de un rico entorno de empresas y organizaciones que los proveen de bienes o servicios diversos o que realizan actividades afines, y tienen fácil acceso a insumos locales sofisticados (por ejemplo, mano de obra altamente calificada y especializada, o infraestructura de transportes y servicios telemáticos de nivel mundial. (p.6)

Los estudios sobre competitividad industrial en América Latina muestran que cuando se aplica el modelo de análisis de (Porter, 1999) sobre los clústeres concluyen en los siguiente:

Los grupos de empresas que coinciden con la definición ampliada logran niveles de calidad y profundidad en el análisis que en la mayoría de las veces son superiores a los que se consiguen con los marcos conceptuales que estaban disponibles anteriormente, y se obtiene una mayor capacidad para diseñar políticas públicas y estrategias gremiales o empresariales dirigidas a mejorar la competitividad de las empresas bajo estudio (Condo y Monge, 2002, p. 6)

Monge (2010) plantea que, en los últimos años, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) ha venido apoyando alrededor de 30 proyectos de clústeres en América Latina y el Caribe (LAC), a través de préstamos, cooperaciones técnicas no reembolsables y programas, tanto a nivel nacional

como subnacional. Algunos de estos programas han sido específicamente de apoyo a clústeres, y otros se enmarcan en programas más generales de apoyo a pymes, a sectores exportadores, o a agencias regionales de fomento, e incluyen componentes de apoyo a clústeres (parr.10)

Ferraro y Gatto (2010) mencionan. “Las acciones iniciales de apoyo para los clústeres de América Latina y el Caribe abarcan elementos para el fortalecimiento de la gobernanza local, incluyendo la sensibilización y movilización de los actores” (p 14). El apoyo de expertos de alta calidad para el planeamiento estratégico participativo del clúster: desarrollando un plan de mejora de la competitividad (PMC), el cual se inicia a partir de un diagnóstico exhaustivo de la situación del clúster y de su entorno relevante nacional y local (políticas sectoriales, clima de negocios, instituciones de apoyo, infraestructura, etc.); la identificación del negocio o los negocios específicos a apoyarse. Del mismo modo implementar un plan de acción de corto y mediano plazo a partir de una visión común para superar las restricciones o problemas identificados para lograr una mayor competitividad del clúster.

Inicios del Clúster en Costa Rica

El desarrollo económico basado en clústeres se ha convertido en un tema cada vez más relevante a nivel mundial, debido a la estrategia y competitividad que estos promueven, en donde son implementados.

Por tal razón a mediados de los años 90 se planteó en Costa Rica la necesidad de buscar un modelo que permitiera el desarrollo del país basado en un cambio de la composición de las exportaciones, desde intensivas en recursos naturales y empleo barato hasta exportaciones industriales intensivas en conocimiento, que estimularan un incremento sostenido entre la productividad y la competitividad del país. (Chaves, 2013, párr. 4)

La estrategia de formación de clústeres en Costa Rica

En Costa Rica, en particular, se empezó a cuestionar entre las altas esferas políticas, la estrategia de implementar estos modelos que se desarrollaban en diferentes países del mundo y en la región.

A raíz de este apogeo se empieza a realizar el estudio de implementar este modelo que se basa en las ventajas competitivas derivadas de la abundancia de los recursos naturales y mano de obra barata (Chaves, 2013). Precisamente, la abundancia de recursos naturales ha sido una de las causas para el atraso relativo de aquellos países que, teniéndolos, no sienten la necesidad de desarrollar ventajas competitivas reales y sostenibles.

Para su formación en Costa Rica se crearon agendas que consistían.

En un conjunto de propuestas para el desarrollo económico y humano sostenible del país, que no pretendían sustituir los Planes Nacionales de Desarrollo, sino complementarlos. Las propuestas tenían como eje central la búsqueda del desarrollo de la competitividad y la productividad de las empresas e individuos, como una forma para estimular el crecimiento económico sostenible del país. (Chaves, 2013, párr. 2)

En las agendas realizadas se reconoce que la tarea de incrementar la productividad recae sobre las personas, pero que el papel del Gobierno es fundamental para crear un entorno propicio que estimule y facilite que esto ocurra para ello debían enfocarse al menos en cuatro factores clave para el éxito. “Garantizar un ambiente de negocios positivo con reglas claras, precios correctos mediante la eliminación de distorsiones por impuestos o inestabilidad macroeconómica, crear un mercado financiero eficiente, que el Estado provea una infraestructura adecuada física y humana” (Chaves, 2013, p. 2).

De esta forma se establece que en cuanto a la competitividad empresarial las compañías de clase mundial tienden a concentrarse en pequeñas áreas geográficas, específicas para cada tipo de industria. Es decir, la base para esta tarea nacional de incrementar la productividad a nivel de las empresas sería la formación de clústeres.

Se estableció por parte del país poner en marcha estrategias, a través de las agencias promotoras de la atracción de inversión extranjera directa (IED) así por medio de PROCOMER, COMEX y CINDE se enfocaron en la atracción de empresas relacionadas con clústeres previamente seleccionados como, por ejemplo; el turismo, la electrónica, los implementos médicos, y la industrial textil. (Chaves,

2013, p.2)

A lo largo de los años la creación de clústeres a nivel nacional ha potencializado el desarrollo de las empresas costarricenses. “Dicha tarea que no ha sido sencilla, sin embargo, empresarios nacionales han logrado no solo luchar por sus intereses, sino también por los de su sector, compartiendo ideas y experiencias” (Gonzales, 2018, p.7). Teniendo esta base se toma en cuenta que los clústeres pueden dar respaldo y ayuda en competiciones, en ferias y misiones internacionales. Otro beneficio es que puede obtener mayor acceso de créditos de entidades financieras, que respaldan los proyectos hasta que puedan alcanzar su maduración o bien lograr sus objetivos planteados.

Clústeres existentes en Costa Rica

Actualmente Costa Rica cuenta con un conglomerado de empresas que han diseñado un modelo de clústeres con el fin de impulsar el desarrollo económico del país.

Logrando atraer inversión extranjera directa o permitiendo que medianas empresas puedan colocar sus productos en el extranjero. El trabajo en conjunto que han establecido ha permitido contar con firmas que manufacturen el producto o presten servicios, hasta obtener proveedores de materia prima, además promueve la creación de centros educativos para la formación de personal especializado La atracción de IED se hace mediante la “venta” del país en cuatro grandes clústeres. El de manufactura avanzada, el de manufactura liviana e industria alimentaria, el de servicios, el de ciencias de la vida (Barquero, 2016, parr. 4)

Uno de los clústeres que ha logrado alcanzar el éxito es la Industria Aeroespacial costarricense, conformada en el 2014, y actualmente esta integrado por 34 empresas de las cuales 21 son de capital nacional, realizando exportaciones con ventas principalmente en los Estados Unidos, dentro de los principales productos que exportan se encuentran:

- Partes de motor para aeronaves.
- Cables de controladores de vuelo.
- Dispositivos de corriente alterna.

Aparatos de control de altitudes.

Resistencias eléctricas.

La Industria Aeroespacial tiene claro que con la creación del clúster se ha potencializado el crecimiento, fomentando la participación de más mercados y generando encadenamientos productivos. Flores (2017) indica. “Con la eliminación de barreras comerciales se ha conseguido la vinculación de más empresas en este sector” (parr.3). Desde su creación el reto que ha asumido Costa Rica con la formación del Aerospace Clúster, se ha logrado con la mejora continua y la búsqueda de opciones que expandan sus mercados de exportación.

De este modo según se menciona en la página web. GOBIERNOCR (2016) se indica:

El Costa Rica Aerospace Clúster está conformado por AD Astra Rocket, Atemisa Precisión, AVIONYX, CAMÉRICA, CAMtronics, Central America Silicone Supplier, COOPESA, Diez Orlich Precisión, DIFACOM Fibra de carbón, Irazú Electronics, L-3 Comunicaciones, Microfinish, Oberg Costa Rica, Okay Industries Costa Rica, Olympic Precision Machining, Optyma, Preinsa, Sensors Group Costa Rica, SERPIMETAL, Sertex Servicios Técnicos, Specialty Coating Systems Costa Rica, Techshop Internacional, TAGOSA, TICO ELECTRONICS y Utitec Medical. Estas empresas cuentan con el apoyo y acompañamiento de aliados estratégicos como PROCOMER, CINDE, INA, UCR, ITCR, INTECO, DGAC, ACAE y CICR (parr. 3)

Pero al igual que la Industria Aeroespacial, también se encuentran otras empresas que trabajan en conjunto con el objetivo de promover los bienes y servicios. Fernández (2016) para el periódico El Financiero hace referencia a varias empresas que a nivel nacional han conformado un modelo de cluster de las cuales se destacan las siguientes:

Florca, de plantas ornamentales.

Uniflor, de flores.

Asucrei en universidades.

Estilo Costa Rica, de diseño.

Costa Rica Animation Holding, de animación.

Asofrubrunca, de rambután.

Asociación de Mujeres Amazilia del Caribe, de chocolates.

Federación de Productores de la Región Caribe, de raíces.

La Asociación de Pequeños Productores de Talamanca (productos orgánicos). (parr. 7)

También el clúster de Moda-Estilo se abre paso en el mercado internacional, realizando la incursión en territorio panameño. “Este se formó en el 2015 con el apoyo y acompañamiento de la Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER). Agrupa a talentosos diseñadores costarricenses de distintos sectores como moda masculina y femenina, vestidos de baño, joyería, accesorios” (Procomer, 2016, parr. 6)

Iniciativa para la formación de un clúster para la Cerveza Artesanal

Al existir esta tendencia de desarrollo un grupo de productores costarricenses de cerveza artesanal trabaja en la creación de un clúster para exportar sus productos a nuevos mercados, y poder competir en mercados internacionales. “Motivados por la madurez que ha alcanzado el mercado de cerveza artesanal costarricense un dato importante por considerar es que en Costa Rica la mayoría de las casas cerveceras artesanales inscritas son PYMES” (Avendaño, 2018, parr. 4). De acuerdo con el registro del (Ministerio de Economía, Industria y Comercio [MEIC], 2018) en su portal virtual PYMES Costa Rica ha aumentado en un 47% en un periodo de 6 años.

Fernández (2017), para el periódico El Financiero, señala el auge que ha tenido la cerveza artesanal, en los últimos años:

Al cierre del 2016, se consumieron 263 millones de litros más de lo que se consumió al cierre del 2010, de acuerdo con datos de la consultora Euromonitor International, aumentado los ingresos de las empresas comercializadoras en un 14,2% sobrepasando las cifra del 2015 en donde vendieron \$20,8 millones. (parr.3).

Con base en lo anterior, se establece que el consumo de la cerveza artesanal ha crecido considerablemente en los últimos años, esto se debe al esfuerzo que han realizado los productores con la iniciativa de ser innovadores, mantienen una producción diversificada para brindar productos nuevos a sus clientes y mantenerlos satisfechos. Además, Fernández (2017) para el

periódico La Nación concluye. “El aumento del consumo se debe a las tendencias de los consumidores en el interés por probar cosas nuevas y diferentes” (párr. 5)

Origen de la cerveza artesanal

Calvillo (2017) hace referencia al origen de la cerveza artesanal en donde menciona. “El origen surge a finales de la década de los 70 en el Reino Unido, y fue utilizada para describir a una generación de pequeñas cervecerías que se enfocaban en la producción tradicional de *ale* (cerveza de fermentación alta)” (párr. 4). De acuerdo con su composición y características pronto serían renombradas como microcervecerías o *brewpubs*. El término "microcervecería" fue utilizado para describir el tamaño de las cervecerías, gradualmente pasó a reflejar una actitud y un enfoque alternativo a la flexibilidad en la producción de cerveza, adaptabilidad y atención al cliente.

La industria cervecera artesanal a nivel global basa su producción en la Ley de la Pureza Alemana, que dicta que para que una cerveza sea considerada como artesanal, tiene que estar compuesta únicamente por agua, malta de cebada, lúpulo y levadura. Calvillo (2017) menciona “Asimismo, su producción total (por cervecería) debe ser menor a 7 millones de barriles al año, conducirse con independencia y tener capital familiar, es decir, no ser parte de una empresa transnacional” (párr. 5-6). En la actualidad, las microcervecerías han adoptado una estrategia de mercadotecnia diferente a la de compañías de cerveza industrial, ofreciendo productos que compiten según su calidad y diversidad, en lugar de precios bajos y publicidad.

Fernández (2016) para el periódico La Nación menciona. “La historia de las primeras cervecerías en Costa Rica se da desde 1850, pero fue en febrero de 1852 cuando el estado costarricense estableció, en 50 pesos mensuales, el monto por pagar para establecer una fábrica de cerveza” (p 2). Dichas cervecerías se ubicaban principalmente en Cartago y en San José, cuya elaboración era artesanal y se privilegiaba por el uso de la cebada y el lúpulo, por ser granos con bondades nobles para la fabricación de una bebida de gran calidad. Posteriormente estas fábricas industrializaron su producción, o fueron absorbidas por Florida Ice and Farm.

Tipos de cerveza

Existen 3 tipos de cerveza que de acuerdo a su elaboración tienen diferentes características que afectan el sabor, el aroma y la sensación en la boca de la cerveza terminada. Navarro (2014) menciona:

Ale (*Saccharomyces cerevisiae*)

Tiene una textura espesa y de sabor complejo, más aromático y frutado. Por lo que la levadura fermentada trabaja a una temperatura de fermentación templada.

Lager (*Saccharomyces pastorianus*)

Tiene una textura liviana y de gusto suave. Por lo que la levadura fermentada trabaja a menor temperatura.

Híbridas

Existe un tercer tipo de cerveza, denominado híbrido, en la que se puede descubrir un tipo de cerveza a base de frutas, la cerveza especiada y la cerveza ahumada. (p.18)

Asociación de Cerveceros Artesanales de Costa Rica

Fernández (2016) para el periódico El Financiero hace referencia a la asociación de cerveceros donde indica. “Es una asociación sin fines de lucro conformada desde el 2012 por un pequeño grupo de empresarios y aficionados a la cerveza artesanal, que busca agrupar a empresarios, cerveceros profesionales, cerveceros amateurs o entusiastas por la cerveza artesanal” (párr. 4-6). Con el interés común, de difundir el concepto y cultura de la cerveza artesanal en Costa Rica con un enfoque educativo y con énfasis en el consumo responsable; lo que promueve el desarrollo del movimiento de la cerveza artesanal en Costa Rica y su difusión como una bebida gourmet caracterizada por la innovación.

Fernández (2016) para el periódico El Financiero menciona los objetivos que deben de cumplir una Asociación de clúster donde se plantea:

El desarrollo de actividades de carácter educativo tales como festivales, degustaciones, seminarios.

Recopilación, publicación o difusión de información que ayude al público a conocer más sobre la cerveza artesanal y su elaboración.

Establece definiciones básicas con el fin de lograr el desarrollo de la cerveza artesanal en el país, por ejemplo, qué es una microcervecería, qué es la cerveza artesanal, y definir sellos de calidad para los productos.

A largo plazo pretende convertirse en un ente intermediario o representante de los intereses comunes de los asociados, con las autoridades del país. (párr. 7)

La Asociación de Cerveceros Artesanales (2014) en los últimos años se ha enfocado. “En promover durante los últimos años el desarrollo y la innovación de la cerveza artesanal, logrando con gran éxito el primer festival realizado en el 2012 en donde obtuvo en su momento la participación de 12 expositores” (p 3). En este festival lograron demostrar el talento que existe en Costa Rica para la fabricación de la cerveza artesanal. Esta es una de las razones que ha permitido que el movimiento de la cerveza artesanal independiente crezca cada día, desarrollando cursos y capacitaciones de implementación formativos integrales, ahondando en procesos productivos, así como un análisis sensorial en busca de mejoras en el control y la calidad para mejorar el servicio.

Avendaño (2018) para el periódico La Nación mencionan algunos de los beneficios de formar parte de la Asociación de Cerveceros Artesanales son:

Obtener carné de afiliado.

Descuentos en eventos organizados por la ACACR.

Descuentos en cursos y programas educativos organizados por la ACACR.

Descuentos de los proveedores de nuestro sector (materias primas, maquinaria, equipo, etc.), y en los establecimientos de venta de cerveza.

Integrar los capítulos establecidos, según lo decida el interés del solicitante, sea: Cervecerero casero o entusiasta; Microcervecería; *Brewpub* o Negocios afines.

Participación exclusiva de los Festivales ACACR.

Participar en los torneos de cerveza casera. (párr. 3)

Panorama de los cerveceros artesanales en Costa Rica

Fernández (2017), para el periódico El Financiero, señala, Cerveceros artesanales de Costa Rica despliegan su cadena de apoyo:

Competir en el mercado de cerveza artesanal no excluye que haya una red de colaboración entre las empresas que empujan este boyante sector en Costa Rica, razón por la cual, varias firmas cerveceras, pymes con fábricas de producción, *brewpubs* (restaurantes en donde también manejan la producción y venden directamente por sifones o botellas) o distribuidoras, no solo comparten experiencias e información, sino también herramientas de las que otros carecen y que quizá no son parte de su línea de negocio.(parr.2).

Lo anterior nos indica que la formación de un clúster, o redes de desarrollo, permite que el sector prospere, “creando cadenas que conformen el desarrollo de pymes independientes y que al mismo tiempo puedan colaborar con otros sectores” (Fernández, 2017, p.3). Los cerveceros independientes, a diferencia de lo que pasa en otros segmentos del mercado, han establecido la colaboración como método, con el fin de realizar compras en conjunto de materia prima, cervezas en colaboración, presentarse juntos a eventos de competición nacional e internacional.

Fernández (2017) menciona. “Actualmente la Asociación de Cerveceros Artesanales tiene registrados a más de 50 productores, que van desde microcervecerías a productores aficionados” (p 3). Por lo cual permite destacar los cimientos de este ecosistema y los negocios que se han logrado alcanzar con base al conocimiento en la selección de los materiales para empezar a enseñar la cultura artesanal y suministrar lo básico para que la creatividad de cada interesado florezca y busque experimentar sus propias ideas.

Los productores de la cerveza artesanal buscan maximizar el sabor, la experiencia sensorial y aspectos de creatividad. “Con el uso de ingredientes meramente naturales u orgánicos que den valor agregado sin alterar su esencia” (Fernández, 2017, párr. 5-7). Con base en la relación que se establece también permite minimizar costos, ya que los ingredientes de la cerveza artesanal nunca incluyen maíz ni arroz, los cuales son comunes en el sector industrial para abaratar costos.

En busca de crear un sistema de trabajo basado en la colaboración y cooperación se han enfocado en una plataforma común para despachos y facturación con el fin de permitir el apoyo en conjunto de todos los productores que llevan sus esfuerzos de ventas en paralelo. Fernández (2017) para el periódico La Nación hace referencia a los miembros que conforman esta plataforma:

Costa Rica Meadery.

Cervecería Artesanal Calle Cimarrona.

Beeche Cervecería Artesanal.

Sin Corbata Cervecería Artesanal.

Cervecería UnoCeroUno.

El Granero.

Dos Hermanos Cervecería Artesanal.

La Perra Hermosa Coastal Brewing Co.

5Amigos Cervecería Artesanal. (párr. 8)

La mayoría de las pymes que conforma este sector indica que su principal fuente de financiamiento para iniciar sus emprendimientos ha sido de ahorros o capital propio, o en sociedad con amigos o familiares esto por “la falta de apoyo que han recibido de entidades financieras o de instituciones del estado, ya que de acuerdo con el Ministerio de Economía, Industria y Comercio de Costa Rica no cuentan con programas para el desarrollo de este sector” (Fernández, 2017, párr. 6-9). Lo que le dificulta el proceso a aquellos que desean empezar con un proyecto de fabricación de cerveza artesanal debido a la burocracia que existe en las instituciones del gobierno.

Al igual que otros clústeres existentes en el país y que trabajan de forma exitosa, “la iniciativa de formación de un clúster para los productores de cerveza artesanal pretende buscar la forma de trabajar en conjunto con otras entidades” (Avendaño, 2018, parr. 3). En donde puedan participar productores que se encuentran en categorías de microcervecerías o nano cervecerías.

Según Monge y Salazar (2016) mencionan “la formación permitiría la consolidación de cadenas productivas con la creación de una ventaja competitiva gracias a la eficiencia colectiva y creando vínculos estrechos de colaboración, buscando una mejor comunicación, presiones conjuntas y aprendizaje constante” (p 8).

De acuerdo con Avendaño (2018) menciona los beneficios que pueden obtener al formar parte de un clúster.

Sobrevivir en la Globalización.

Generar mayor valor agregado.

Disponer de mayor poder adquisitivo.

Ejercer poder de negociación en los mercados.

Acceder a nuevos mercados.

Reducción de costos de producción.

Apoyo financiero.

Obtener beneficios de entidades estatales (párr. 8-9).

Requisitos para el clúster de cerveza artesanal

De acuerdo con Avendaño (2018) para el periódico La Nación Las empresas productoras de cerveza artesanal, que deseen formar parte del clúster deben cumplir con los siguientes requisitos.

Contar con una capacidad de producción establecida.

Tener todos los permisos de exportación necesarios.

Contar con solvencia económica.

Tener todos los permisos producción que se exigen en Costa Rica.

Contar con procesos de envasado para exportar.

Ser cervecerías independientes que producen su propia cerveza. (párr. 2 -6).

De acuerdo con Procomer (2018) las cervecerías artesanales son, “en algunos casos, empresas grandes y estructuradas, con planes de producción complejos y líneas de producción industrializadas” (párr. 4-8). Además, es un nicho donde todos se apoyan entre sí, se pasan tips, se ayudan para mejorar las cervezas del otro, existe mucha colaboración lo que indica que la formación de un clúster brindará cooperación entre los productores existentes que buscan internacionalizarse exportando sus productos.

Casas cerveceras costarricenses organizan un clúster como herramienta de desarrollo.

Debido al creciente auge, de las cervezas artesanales la Asociación de Cerveceros Artesanales de Costa Rica (ACACR) con el fin de darle un valor agregado a cada una de las cervezas que son producidas por sus asociados “decidió crear su propio sello de independencia, lo cual garantiza a los consumidores que el producto que consumen es elaborado por medio de un proceso artesanal y por un pequeño productor” (Arias , 2018, parr 5-9). Lo que permitió la participación de varias empresas productoras y de esta manera poder diferenciarlas de grandes empresas que participan en el mercado fabricando cerveza artesanal de forma industrial.

Al igual que con la formación del sello que los identifique como productores independientes, también se da la participación en la “Copa Cervezas de América” concurso internacional llevado a cabo en Santiago de Chile, con el fin de dar a conocer la calidad de la cerveza artesanal costarricense, en donde obtuvieron buenos resultados. Cubero (2017) indica que dentro de las cervecerías nacionales premiadas destacan las siguientes:

Treintaycinco con medallas de plata y bronce por sus productos “Ensayo #26 - Imperial Sour Rye Saison” y “Mamacandela”, respectivamente.

Cervecería Calle Cimarrona con dos medallas de oro: una por “Botánica” y por la mejor “Belgian Strong Ale.

Cervecería Primate con medalla de oro con su bragott “Ba. Za”.

Costa Rica Meadery con el “Chichemel caribeño”.

Cervecería Gracia con medalla de bronce con “Alba”, Wilk otra medalla de bronce con “Porquetos”.

Cervecería Rancho Humo una medalla de bronce con “Murmuraciones. (párr. 4-8).

Adicionalmente los cerveceros nacionales están trabajando arduamente en la calidad y mejoras de producción con la intención de exportar sus productos, en primera instancia a los Estados Unidos, “teniendo en cuenta que el mercado estadounidense es sumamente exigente, y que representa una industria extensa y dinámica con ventas aproximadas de 24.000 millones de litros

y un crecimiento en valor del 2,6%, en 2014 (Aventaño, 2018, parr 3-9). Además, este país en el 2015 registró un incremento en el segmento de la cerveza artesanal lo cual significó el 12% del mercado total de la cerveza en los Estados Unidos, con un crecimiento del 11% con respecto al 2014.

Otro beneficio que tienen a favor los cerveceros artesanales para exportar a ese destino norteamericano es que “la cerveza no tiene aranceles de importación por el Tratado de Libre Comercio (TLC) suscrito entre ambos países en 2006. También deben tomar en cuenta otro punto relevante y es que la cerveza tiene una serie de impuestos internos” (Aventaño, 2018, parr 4-7). Los impuestos internos se aplican a nivel de mercado local y se reflejan en el precio de venta, en las cargas federales, estatales, locales y de ventas.

Origen de la cerveza artesanal de Estados Unidos

De acuerdo con el artículo de la historia de la cerveza en Estados Unidos (2017) se menciona lo siguiente.

La cerveza ingreso en Estados Unidos con los primeros colonizadores a bordo del Mayflower, barco que transportó a los llamados Peregrinos desde Inglaterra hasta un punto de la costa este de América del Norte. La cerveza fue de vital importancia para que sobreviviera la tripulación, debido a que el agua se echaba a perder en la bodega del barco, pero la cerveza estaba preservada naturalmente por el alcohol y el lúpulo y se mantenía durante el viaje. Durante todo el viaje la cerveza era lo único que bebían, cuando desembarcaron tampoco bebían agua, aunque encontraran agua en los arroyos, ya que en Inglaterra sabían que, si bebían agua, enfermaban. Cuando el suministro de cerveza se acababa, la colonia perdía el equilibrio. Los colonizadores debían buscar el modo de elaborar cerveza, pero no poseían ni cebada, ni lúpulo. Hasta que las “ardillas” dieron la idea de utilizar bellotas en vez de lúpulo y funcionó. La cerveza de bellota mantuvo a salvo a la tripulación, en el S.XVII la cerveza siguió su rumbo para desarrollar al resto de los Estados Unidos, estableciendo una red de comunicaciones extraordinaria, la taberna. (p.3).

Perfil del consumidor de cerveza artesanal en Estados Unidos

De acuerdo con Apuy (2016) se puede definir que el perfil del consumidor de cerveza artesanal en EE. UU. es muy selectivo, y está conformado de la siguiente manera:

Personas jóvenes, que están en el rango de 25 a 44 años.

Contar con un nivel adquisitivo medio-alto. El 26% de los consumidores tiene ingresos anuales entre 100-150 mil USD. Por el contrario, solamente el 10% posee ingresos inferiores a 25 mil USD.

Entre el segmento de 21 a 31 años el porcentaje de consumidores mujeres (44%) es mayor al de los hombres (32%).

La categoría de cervezas Ale es la más apetecida, entre ella, la variedad IPA es la más consumida.

Poseen fuerte tendencia por consumo artesanal local-regional. (p.9)

Modelo de clúster de cerveza artesanal en Colombia

De acuerdo Hoyos y García (2018) establecen que “las iniciativas clúster, buscan implementar la tecnología e innovación, solucionar necesidades de capital humano, resolver problemas de infraestructura, establecer estándares y normativas relevantes para el sector, permitiendo facilitar el acceso a insumos y conocimientos específicos de cada sector” (p10). Con la apertura dichos beneficios ayudan a entender por qué las regiones con clústeres más densos y desarrollados obtienen un mejor desempeño económico. Razón por la cual muchos países y regiones alrededor del mundo han hecho tantos esfuerzos para volverlos más productivos.

Al igual que otros países, Colombia, ha realizado esfuerzos importantes en la formación del desarrollo de clúster con el objetivo de diversificarse, tales esfuerzos, “buscan implementar agendas de ciencia, tecnología e innovación, solucionar necesidades de capital humano, resolver problemas de infraestructura, establecer estándares y normativas relevantes para el sector conforman el clúster” (Hoyos y García, 2018, p.10). Casi siempre recurriendo a un trabajo en conjunto entre el sector público y el privado, permitiendo el desarrollo de cada una de las empresas que lo conforman.

Uno de los sectores que busca la implementación de este sistema es el relacionado con los productores de cerveza artesanal, creando un clúster de cerveza artesanal llamada Mboyere. Esta iniciativa está conformada por un grupo de productores que trabajan en el sector “colaborando de forma coordinada; obteniendo beneficios comunes, con el fin de trabajar de forma responsable, honesta y sustentable, promoviendo el crecimiento y la mejora continua de la cerveza artesanal de

la región, mediante capacitaciones a los asociados” (Hoyos y García, 2018, p. 4). De esta forma se brinda el apoyo en la adquisición de insumos y productos tecnológicos acorde con la elaboración de la cerveza. Apoyados por la Comisión de Asesores conformada por profesionales del Ministerio de Industria de la provincia y el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI)

La idea del clúster de la cerveza artesanal colombiano es formar una cadena de valor donde puedan ofrecer a sus agremiados “la reducción de los costos de producción y la cooperación mutua, con el fin de impulsar una industria nueva que crece de forma incipiente” (Hoyos y García, 2018, p. 4). El aporte positivo que proporcionan a la actividad los núcleos para concretar acciones que mejoren el producto y su comercialización, asimismo cuenta actualmente con 54 miembros de 10 municipios en los que actualmente fabrican 40 marcas de bebida que producen 8 mil litros por mes.

Modelo de clúster de cerveza en México

De acuerdo con Sánchez y Huerta (2003) indican que “en México existen clústeres en diferentes sectores industriales, que cuentan con actividades económicas grandes y pequeñas e incluso en actividades empresariales pequeñas, la naturaleza de los clústeres permite captar las importantes relaciones de complementariedad e influencias indirectas” (p2). Ofreciendo un crecimiento en tecnología y marketing que le permite a los productores suplir fácilmente las necesidades del consumidor final, es decir, los clústeres tienen que ver más con el estudio de las ventajas competitivas y la naturaleza de competencia.

Economista (2017) menciona por el momento, “la cerveza artesanal continúa siendo una industria pequeña, ya alcanza el 1% de los 105 millones de hectolitros producidos en el país, y se estima que hay 400 proyectos de microcervecías en el país, aunque solo 16 están afiliados” (párr. 5). Cabe mencionar más que rivales, los productores artesanales se han vuelto aliados de la gran industria cervecera mexicana, pues contribuyen a crear y fortalecer la cultura de la cerveza, lo que redundará en un consumo más extendido y beneficia a todo el mercado.

México es uno de los productores de cerveza que más exporta a nivel mundial, “por el momento la industria de la cerveza artesanal está en una etapa de crecimiento favorable, en el cual han tenido que asumir retos considerables, para mantener los estándares de calidad que exigen los clientes”

(Economista, 2017, parr. 2 -4). De acuerdo a la Asociación Cervecera de la República Mexicana (Acermex), existe una desproporción en la carga fiscal, la cerveza industrial paga de impuestos 3.50 pesos por litro y las artesanales 12 pesos por litro, con la iniciativa del clúster de cerveza artesanal, se logró equiparar los altos costos, del Impuesto Especial Sobre Productos y Servicios que grava a las cervezas en territorio Mexicano, cabe señalar que lo que busca la iniciativa de clúster ha permitido que la industria de la cerveza artesanal crezca, y que más productores se interesen en formar parte de este sector.

CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO

Enfoque de la Investigación

La presente investigación tiene como finalidad identificar cómo se da la formación de un clúster y cómo beneficia a las empresas que lo conforman, al mismo tiempo pretende identificar si este modelo funciona como herramienta de desarrollo para las empresas costarricenses que son fabricantes de cerveza artesanal, por lo que esta investigación se realizará a través de un enfoque de tipo cualitativo. “La elección de este enfoque se elaborará por medio de una serie de recopilaciones de datos permitiendo al investigador seleccionar al sujeto que se encargará de brindar información definida basándose en su experiencia y todo aquello que lo rodea” (Hernández, 2014, p.8). De manera que profundizará en las interpretaciones y significados, lo que seguidamente será analizado para obtener los resultados de interés para la investigación.

El enfoque se basa en métodos de recolección de datos no estandarizados ni predeterminados completamente, estos se basan más en una lógica y proceso inductivo exploratorios y descriptivos para generar las perspectivas teóricas que van de lo particular a lo general.

Tal recolección consiste en obtener los puntos de vista de los participantes (sus emociones, prioridades, experiencias, significados y otros aspectos que nos lleven a las conclusiones. El investigador hace preguntas más abiertas, recaba datos expresados a través del lenguaje escrito, verbal y no verbal, así como visual, los cuales describe, analiza y convierte en temas que vincula, y reconoce sus tendencias personales (Hernández, 2014, p.8).

Tomando en cuenta lo anterior se permitirá la obtención de información oportuna que aporte al desarrollo de la investigación planteada.

Diseño de la Investigación

Es importante conocer que el enfoque cualitativo es un diseño en el cual se realiza el abordaje

general que se utilizará “el proceso de investigación; y al no ser procedimientos estandarizados, permite que no existan investigaciones iguales, haciendo la salvedad de que pueden existir estudios que compartan diversas similitudes, pero cada estudio cualitativo es por sí mismo un diseño” (Hernández, 2014, p. 470). Simplemente, el hecho de que el investigador sea el instrumento de recolección de los datos y que el contexto o ambiente evolucione con el transcurrir del tiempo hacen que cada objeto de estudio sea diferente de los demás

El enfoque cualitativo hace énfasis en la resolución de problemas presentes en la cotidianidad. Lo anterior se puede confirmar con las palabras de Hernández (2014) cuando señala que “su principal finalidad es la de comprender y resolver situaciones específicas de un grupo o comunidad. También brinda información que puede servir como guía para la toma de decisiones en proyectos, procesos y reformas estructurales” (p. 529).

La investigación de la formación del clúster para la cerveza artesanal en Costa Rica y su aporte al desarrollo de encadenamientos productivos, se identifica como un estudio descriptivo-exploratorio. Estudio descriptivo, en el sentido que se quiere llegar a conocer de forma exacta las situaciones, costumbres, procesos y actitudes predominantes que ha implementado la Asociación de productores de cerveza artesanal y las instituciones gubernamentales para ayudar a las micro y pequeñas empresas productoras que están ubicadas en nuestro país, y exploratorio en la medida en la que representa un tema de investigación actual que carece de estudios previos, solo se disponen de algunos informes publicados, los cuales no abordan de forma completa todos los detalles sobre la formación del clúster para la cerveza artesanal costarricense.

Para el desarrollo de la investigación, es necesario indagar más a fondo sobre el tema para comprender aspectos importantes del campo como: evaluación interna de la industria de la cerveza artesanal y cómo en los últimos años ha tenido un gran apogeo en el mercado gastronómico nacional e internacional, también la estrategia y rivalidad de las empresas que conforma este gremio y que forman parte de la Asociación de Cerveceros Artesanales, y por último estudiar los mecanismos para formar y delimitar un clúster como modelo de desarrollo con fines a la exportación de este producto.

Muestra de la investigación

Población

Este punto es fundamental, pues aquí se define el conjunto de personas que se tomará en cuenta para la investigación, debido a los rasgos en común y a la información con la que cuentan para enriquecer el trabajo. En línea con lo anterior, “la población es el conjunto de individuos que posee algunas características en común esenciales, las cuales responden al tema de investigación y a los objetivos descritos en el trabajo” (Hernández, 2014, p. 174). La población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones.

De este modo, para la presente investigación la población objeto de estudio será todos los productores de cerveza artesanal localizados en el territorio costarricense, de igual manera la Asociación de Cerveceros Artesanales de Costa Rica (ACACR) e instituciones que dan apoyo y soporte a la creación de este modelo de desarrollo como la Promotora de Comercio Exterior (PROCOMER) y empresas que ya utilicen el modelo de clúster como herramienta de desarrollo.

Muestra

Una vez obtenida la población, se procede a establecer una muestra, la cual se refiere al grupo de individuos que presenta las mejores características para la recolección de datos.

En cuanto a la investigación, se considera muestra de tipo no probabilística, ya que se utilizan criterios de selección por conveniencia y no al azar, ya que se tomará la muestra a los productores de cerveza artesanal ubicadas en el GAM, que sean productores independientes y que formen parte de la Asociación de Cerveceros Artesanales, maestros cerveceros que puedan darnos su opinión con la creación de una iniciativa de clúster con el fin de lograr beneficios en conjunto e incluso para la exportación de su producto. Así como a instituciones que ya implementaron el modelo de clúster como herramienta de desarrollo.

Por otro lado, dentro de la muestra para esta investigación también se tomarán en cuenta a especialistas de Procomer en la formación de clúster, los cuales aportan información valiosa del desarrollo del clúster en Costa Rica y ayudan al desarrollo económico del país.

Tabla 1. Desglose de entrevistados

ENTREVISTADO	INSTITUCIÓN/ FUNCIÓN	CRITERIOS
1	ASOCIACION DE CERVECEROS ARTESANALES DE COSTA RICA	Agrupación a productores de cerveza artesanal y entusiastas de su consumo presentes en todo el país.
2	PROCOMER	Promotora de Comercio internacional de Costa Rica
3	COSTA RICA CRAFT BREWING COMPANY	Productores y distribuidores de cerveza artesanal a nivel nacional.
4	COSTA RICA BEER FACTORY	Productores y distribuidores de cerveza artesanal a nivel nacional.
5	TREINTAYCINCO FÁBRICA DE CERVEZA ARTESANAL	Productores y distribuidores de cerveza artesanal a nivel nacional.
6	PRODUCTOR DE CERVEZA ARTESANAL INDEPENDIENTE	Persona cuya función es producir cerveza artesanal.
7	LA SELVA	Productores de cerveza artesanal.
8	CERVECERA DEL CENTRO	Productores de cerveza artesanal.
9	LOS DE ARRIBA	Productores de cerveza artesanal.

10	MANADA COYOTE	Productores de cerveza artesanal.
----	---------------	-----------------------------------

Fuente: Villegas (2018).

Unidades de análisis de la investigación

Hernández et al. (2014) definen que “las unidades de análisis son aquellos fragmentos que el investigador define para desarrollar el estudio, las cuales se derivan de los objetivos específicos. Indican los temas principales en los cuales se basan las interrogantes para la extracción de información” (p.). Con base a lo anterior, se definen las variables de la presente investigación:

Identificar las ventajas y desventajas

La implementación de este modelo de desarrollo permite ampliar la visión del negocio a través del contacto con otras empresas con visiones y realidades diferentes obteniendo ventajas competitivas, dando la posibilidad de pasar de ser pequeñas empresas a formar parte de una gran organización con la suma de las capacidades de todos. Pero de igual manera pueden existir indicadores negativos, que no permiten la implementación de este modelo de desarrollo. Con el análisis a realizar determinaremos cuáles son estos eventuales factores que pueden imposibilitar la formación de clúster en la cerveza artesanal costarricense.

Determinar los escenarios de exportación

Esta variable determinará cuáles son los procesos que necesitan las empresas para la formación de un clúster, así como las etapas y requisitos que deben seguir las empresas para poder formar parte de este modelo y lograr realizar exportaciones. Además, determinar si las empresas productoras de cerveza artesanal cumplen con los estándares necesarios para formar este modelo de encadenamiento productivo.

Instrumentos utilizados en la investigación

Cuestionario

Se caracteriza por ser una lista de preguntas que conduce al entrevistado, se utiliza en todo tipo de investigaciones y sirve para la adecuada recolección de datos para la investigación. Debido a que el presente trabajo tiene un enfoque cualitativo, el cuestionario será semiabierto, ya que las interrogantes serán abiertas, pero definidas en cuanto a su estructura para que la persona entrevistada brinde la información de la manera más clara posible.

Dichos cuestionarios son empleados con el fin de obtener opiniones o conocimiento de terceros. Hernández et al. (2014) quienes cita a Chasteauneuf, (2009) indica, que “un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir” (p.217). Para la presente investigación, se aplicarán preguntas abiertas y semiestructuradas.

Entrevista

Una entrevista es un método muy valioso el cual permite reunir información personalmente de fuentes capacitadas en el tema de la investigación. Según Hernández et al. (2014), la entrevista “se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador), y otra persona (el entrevistado) u otras (entrevistados)” (p. 403). Como se puede recopilar, la entrevista puede realizarse con más de dos personas; sin embargo, para esta investigación se busca que los protagonistas de la entrevista sean entrevistados personalmente.

El tipo de entrevista, según Hernández et al. (2014), “pueden hacerse preguntas preparadas con anterioridad, con esto se pretende que el informante pueda expresar sus opiniones y desviarse un poco de la pregunta, siempre y cuando se mantenga en sintonía con el tema” (p.407).

Proceso para la recolección de datos

Cuando se inicia con el proceso de investigación para obtener la información adecuada para el

trabajo se debe optar primero por las fuentes secundarias, entre ellas tesis o tesinas que contengan información valiosa para el trabajo, estudios en los cuales se haya aplicado la formación de un clúster como forma de desarrollo, libros y noticias que estén relacionadas con el tema. Estas fuentes nos permiten poseer material necesario para desarrollar los primeros pasos de un trabajo de investigación.

Una vez que se desarrollan todos los datos que hagan constar que la investigación tiene validez, es importante que se seleccionen personas para aplicar entrevistas. Los individuos forman parte de la fuente primaria y de ellos se obtienen todos los datos principales para, seguidamente, analizarlos y llegar a los resultados de interés. Como se dijo antes, las interrogantes que se plantearán en el marco de esta investigación son de carácter abierto, por lo que la dinámica es más enriquecedora, debido a toda la información que se puede llegar a obtener.

En este trabajo de investigación, el proceso con el que se llevarán a cabo las entrevistas iniciará por medio del envío de un correo electrónico a la Asociación de Cerveceros Artesanales de Costa Rica y a los productores que conforman microcervecerías artesanales que se encuentran bajo estudio, en el cual se describirá el proyecto y se adjuntarán las preguntas del cuestionario. De igual manera, se realizará el proceso mencionado a los expertos de PROCOMER y a empresas que ya utilicen este modelo. En caso de no tener respuesta, se realizará una llamada telefónica para conocer si los individuos cuentan con el tiempo para contestar el cuestionario, también se le indicará si se puede programar una visita a las instalaciones para realizar la entrevista.

De acuerdo con Hernández et al. (2014), el proceso de recolección de datos “inicia en los ambientes naturales y cotidianos de los participantes o unidades de análisis” (p. 409).

Método de análisis de la investigación

Para analizar los datos obtenidos a partir de las entrevistas aplicadas, y tomando en cuenta que la presente investigación es de carácter cualitativo, las respuestas se agruparán según su parecido. Seguidamente, se definirán las características que mejor se adapten a los objetivos de la

investigación. Por último, se procederá a la comparación de las respuestas con los libros, estudios y demás, que pertenecen a las fuentes secundarias, para obtener conclusiones certeras.

De lo anterior, Hernández (2014) menciona que el análisis de datos es importante, pues de ese punto se extrae la información clave para desarrollar las conclusiones del trabajo. En este punto, indica que:

Con base en la selección de temas y el establecimiento de relaciones entre categorías, es donde comenzamos a interpretar los resultados y entender el fenómeno de estudio, así como a la formulación de teorías. De lo cual permite desarrollar interpretaciones con respecto a los esquemas iniciales de categorización de las unidades. Es una labor de encontrar sentido y significado a las relaciones entre temas y en diversas herramientas para visualizar tales relaciones (p. 445)

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

En este capítulo, se presentarán y desarrollarán los resultados obtenidos por medio de las entrevistas realizadas a las diferentes personas, a las cuales se les solicitó ayuda sobre la opinión de la formación de un clúster de cerveza artesanal en Costa Rica y su aporte al comercio internacional a partir del desarrollo de encadenamientos productivos. Esta información se analizará y se interpretará para responder a las variables planteadas en la investigación, ya que son la base para las conclusiones y recomendaciones formuladas. Cabe mencionar que la información obtenida se explica en forma de análisis verbal.

El análisis de estos resultados se desarrolla de la siguiente manera: en primer lugar, se muestra una tabla de las categorías de cada unidad de análisis. Luego, se realiza la descripción y el análisis de cada categoría, donde se compara la información dada por los entrevistados y se contrasta con la teoría utilizada para el estudio. Finalmente, se interpretan los resultados y se responde a la pregunta problema de la investigación.

Asimismo, de los objetivos específicos de esta investigación se obtienen las unidades de análisis. La primera unidad analiza los beneficios y limitaciones que conlleva formar parte de estos modelos de desarrollo con miras a la exportación de sus productos en el estudio de la capacidad productiva con la que cuentan los fabricantes de cerveza de cervecerías artesanales en Costa Rica para una posible exportación; la segunda se refiere a identificar cuál es el proceso que deben cumplir las empresas para la formación de clúster en Costa Rica.

Estas unidades son las responsables para darle forma a las entrevistas realizadas de acuerdo con la muestra señalada en el Capítulo III de esta investigación. Con dichas categorías es posible crear los procesos para la formación de encadenamientos productivos en la creación de un clúster de cerveza artesanal en Costa Rica para la exportación de esta, además de las personas que conocen con exactitud la producción de cerveza artesanal independiente.

Tabla 2. Unidades y categorías de análisis

Unidad	Categorías
<p style="text-align: center;">Ventajas y desventajas de la implementación de un clúster</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Incremento en ventas 2. Promoción del producto 3. Exportación de producto 4. Competitividad 5. Fortalecimiento económico 6. Planificación
<p style="text-align: center;">Escenarios de exportación de la cerveza artesanal costarricense a través de un modelo de clúster</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Capacidad productiva 2. Encadenamientos productivos 3. Estándares internacionales 4. Proveedores 5. Red de distribución 6. Tramites y permisos

Fuente: Villegas (2018)

Unidad de análisis I: Ventajas y desventajas de la implementación de un clúster

Para comenzar con esta primera unidad de análisis, la cual se enfoca en las ventajas y desventajas de la formación de un clúster para la cerveza artesanal producida por las casas cerveceras costarricense y cómo este modelo puede fomentar la exportación y a la vez satisfacer el mercado en donde se encuentra, se enfatizará en los datos brindados por los entrevistados para después compararlos realizando un análisis.

A continuación, se mencionarán las categorías señaladas por los entrevistados con respecto a la primera unidad de estudio:

1. Incremento en ventas.
2. Promoción del producto.
3. Exportación de producto.

4. Competitividad.
5. Fortalecimiento económico.
6. Planificación.

Categoría 1: Incremento en ventas

Descripción

Basado en lo expresado por los entrevistados se establece esta categoría de análisis, en donde se refieren a la información relacionada con el clúster, y el incremento en las ventas para la cerveza artesanal independiente, y a los logros que han obtenido en los últimos años, a continuación, se presentan aquellas frases que se enfatizan en la información.

“Las alianzas estratégicas, son de gran ayuda, ya que, en la mayoría de los casos, como dice la frase la unión hace la fuerza, buscando la unión de grupo y obtener la posibilidad de que se genere un incremento potencial en las ventas de nuestro producto permitiendo un mayor posicionamiento en el mercado” (Entrevistado 4).

“En el mercado de la cerveza artesanal, en donde existe una gran competencia, se desea que todos puedan obtener la misma ventaja, y que todos tengan las mismas posibilidades de competir, sin perder su esencia y calidad” (Entrevistado 10).

“La madurez que ha alcanzado la cerveza artesanal, ha permitido una gran inyección a las ventas de muchas casas cerveceras, sí la iniciativa del clúster se concreta, mejoraría los encadenamientos productivos, obteniendo mayor potencial económico” (Entrevistado 7).

“Creemos que el aumento del consumo de la cerveza artesanal se debe a la gran variedad de productos que se pueden conseguir en el mercado, en nuestro caso tratamos de ofrecer productos con características diferentes que posean una esencia diferente, lo cual ha proporcionado un incremento en las ventas al igual que en el consumo” (Entrevistado 5).

Análisis

Con la información mencionada por los entrevistados, se establece que en los últimos años el incremento del mercado para la cerveza artesanal ha alcanzado su tope, pero la demanda está en crecimiento, esto ha obligado a muchas microcervecías a realizar un aumento en su producción, llevando a que estas alcanzaran un incremento considerable en su volumen de ventas.

Permitiendo un esfuerzo considerablemente por completar con los estándares de calidad que deben llevar cada uno de sus productos, con la finalidad que el cliente quede completamente satisfecho a la hora de adquirirlo. El reto no es nada sencillo razón por la cual buscan la formación por medio de capacitaciones que permitan seguir aumentando sus niveles de producción y alcanzar así la venta esperada.

De acuerdo con los entrevistados, la iniciativa de formar un clúster que ayude en la comercialización y cooperación de la cerveza artesanal producida por las microcervecías o casas cerveceras independientes es un tema que ha surgido con la finalidad de promover una estabilidad para enfrentarse a retos económicos y sociales, con los cuales deben enfrentarse para alcanzar sus objetivos.

Contar con una red de cooperación entre las productoras de cerveza artesanal llamados independientes, permitiría el desarrollo del sector, para competir en el mercado nacional con grandes conglomerados que fabrican cerveza artesanal industrialmente, trabajando de forma ordenada entre todos; les permitiría así obtener un incremento en las ventas de su producto.

Categoría 2: Promoción del producto

Descripción

De acuerdo con las entrevistas y los entrevistados, a continuación, se presentarán las respuestas, obtenidas referentes a la promoción del producto que manejan las microcervecías con el fin de comercializar la cerveza artesanal.

“Ofrecemos una serie de estilos de cerveza que van más allá de lo común, que pueden ser adquiridas en nuestro *Brewpub* La Planta. También contamos con participaciones en diferentes ferias nacionales e internaciones con el fin de promocionar la calidad de nuestra cerveza” (Entrevistado 3).

“Buscamos promocionar el consumo elevando, la cultura de la cerveza a su máxima expresión no solo por medio de la cerveza como tal, sino por medio de la comida, la cultura, la historia y la variedad” (Entrevistado 4).

“Realizando la diversificación en nuestros productos buscamos que puedan alcanzar una estandarización y fórmula que nos ha permitido expandirnos a nivel internacional y nacional” (Entrevistado 5).

“Hemos trabajado arduamente en mejorar nuestros estándares de calidad para promocionar la fabricación de nuestra cerveza artesanal en ferias nacionales que nos permitan competir a nivel nacional” (Entrevistado 6).

“En nuestro caso, estamos empeñados en hacer cerveza que sepa a cerveza, que tenga un amargo agradable, espuma muy estable, que sea refrescante con equilibrio en todas sus cualidades y consistente, lo que pueda diferenciarse de las demás” (Entrevistado 8).

“La incursión en el mercado de la cerveza artesanal no ha sido fácil, ya que existe mucha competencia y lograr promocionarla en un sector que ya está acaparado resulta complicado. Tratamos de enfocarnos en demostrar que tenemos capacidad para crear un producto que sea diferente, con un estilo particular, convencidos de que sea del agrado de los costarricenses” (Entrevistado 10).

Análisis

Se decidió analizar esta categoría para tener una idea de cómo las microcervecías que se encuentran a nivel nacional y que se dedican a la producción de cerveza artesanal, se reinventan

constantemente con el fin de competir en el sector que se encuentra totalmente acaparado.

Actualmente el sector cervecero costarricense se presenta como un sector consolidado, por varias microcervecerías que han luchado por promocionar el consumo, de tal manera lo que empezó como una tendencia se ha convertido en una industria de emprendedores y consumidores.

La forma de elaboración y el sabor original que consiguen las casas cerveceras en la producción de cada cerveza artesanal, son los elementos que consiguen conquistar a un público exigente. Un dato importante que debemos tomar en cuenta es la dificultad con la que tienen que lidiar para lograr promocionar de una forma adecuada sus productos, ya que muchos no cuentan con recursos o tienen poco financiamiento.

Podríamos indicar que el sector cervecero se encuentra en una etapa de formación constante esto se debe al alto nivel de competencia con la que deben enfrentarse y en ocasiones de una forma desleal, lo que se desea establecer es la efectividad que pueden alcanzar las casas cerveceras artesanales por medio de una red que les permita promocionar la cerveza de una forma equitativa, donde se establezcan igualdad de oportunidades.

Así mismo se debe dar la formación y capacitación correctas, y las estrategias de mercado en donde se impulse su comercialización amparada por el apoyo en conjunto de otras casas cerveceras o microcervecerías para la fabricación y producción, ya que estas pueden ser las claves para su desarrollo.

Categoría 3: Exportación de producto

Descripción

Siguiendo con lo que respecta a las preguntas realizadas a los entrevistados sobre la factibilidad de exportación que tienen para sus productos, a continuación, se detallan las repuestas que enfatizan la información solicitada.

“Nosotros actualmente exportamos 100 mil botellas de nuestra cerveza artesanal las

cuales han tenido aceptación en Canadá, Guatemala y Panamá, estamos luchando por colocarlos en otros países de Centroamérica, así como en el mercado estadounidense” (Entrevistado 7).

“En este momento estamos exportado a Panamá y a Guatemala 45 mil botellas, también estamos analizando la posibilidad de expandirnos a un mercado como lo es el de Estados Unidos” (Entrevistado 5).

“Actualmente no exportamos, pero estamos trabajando en conjunto con la Promotora de Comercio Exterior, con el fin de poder internacionalizarnos exportando nuestra cerveza artesanal a Centroamérica y a Panamá” (Entrevistado 3).

“No contamos con la capacidad suficiente para realizar una exportación, sin embargo, estamos trabajando arduamente, ya que sería una excelente opción para lograr posicionarnos en el mercado internacional también” (Entrevistado 10).

“Hemos estudiado la posibilidad de exportar nuestra cerveza artesanal a Centroamérica, pero no contamos aún con los recursos financieros suficientes” (Entrevistado 6).

“No exportamos debido a que no contamos con la capacidad suficiente para lograr solventar la demanda de un comprador internacional, aunque eso no quiere decir que más adelante no podamos lograr este objetivo” (Entrevistado 9).

Análisis

Con la información suministrada anteriormente, se pueden indicar que no todas las casas cerveceras cuentan con la misma capacidad para exportar sus productos, a raíz de las diferentes circunstancias que deben enfrentar como productores, así como la falta de financiamientos o de una estructura empresarial.

Cabe señalar que para exportar las microcervecías deben producir una cantidad de litros mensuales, con la que puedan satisfacer la demanda nacional, así como la internacional y poseer

una capacidad de producción estable, adicionalmente deben cumplir con una serie de requisitos por parte del Ministerio de Salud y a su vez tener el registro de exportador, suministrado por Procomer.

Un dato muy importante es que aquellas microcervecerías que aún no exportan actualmente desean realizarlo a futuro, ya que opinan que de este modo sus ventas aumentarían, su mercado se expandiría y contarían con la oportunidad de obtener mayor reconocimiento, por el momento, mientras esto sucede, para empezar a abrirse paso en el mercado internacional, han concursado en ferias internacionales de alto prestigio, lo cual les ha permitido obtener grandes reconocimientos.

De igual manera indican que los impuestos que deben cancelar también les imposibilitan alcanzar sus objetivos y las patentes que deben conseguir para cada una de las cervezas artesanales que desean exportar; se vuelven en permisos que incluso duran meses restándoles competitividad para lograr internacionalizarse. Lo que se pretende con la formación de un clúster, de acuerdo con la Asociación de Cerveceros, es conseguir mejorar estos parámetros a los que se enfrentan los productores de cerveza artesanal independiente donde existe una estructura empresarial que funja de apoyo brindándole asesoramientos. También de acuerdo con las indicaciones de Procomer es un trabajo que debe ser constante, ya que los retos que deben enfrentar solo se logran con una estructura empresarial consolidada.

Categoría 4: Competitividad

Descripción

Siguiendo con lo que respecta a las preguntas realizadas a los entrevistados sobre las mejoras que pueden realizar para que la cerveza artesanal independiente obtenga mayor competitividad en el mercado, a continuación, se detallan las repuestas que enfatizan la información solicitada.

“Realizar una correcta selección de materias primas, utilizando buenas prácticas de manufactura, siguiendo los procesos adecuados, que cada una de nuestras cervezas lleve los estándares de calidad, esto nos ha permitido competir en ferias internacionales obtenido medallas por la calidad que manejamos” (Entrevistado 3).

“Hemos tratado de mejorar nuestros procesos de elaboración, por medio de normas o marcos internacionales de productividad, tales como normas ISO y con base en eso mejoras de los estándares y competir en el mercado” (Entrevistado 9).

“Contar con una correcta selección de las materias primas, buscar proveedores adecuados, así como reinventarse constantemente tratar de mejorar y ser innovadores nos proporcionan una competitividad”. (Entrevistado 5).

“Actualmente la competencia a nivel nacional es muy grande, ya que muchos fabrican para sus restaurantes lo que se convierte en una competencia desleal, ya que nosotros debemos ser inspeccionados esto nos permite que estemos en regla y así logramos mantenernos en el mercado” (Entrevistado 8).

“Desplegando una red de apoyo, brindado capacitación, con fines de que se mejore la textura y la calidad se trata de equiparar el mercado que todos tengan la misma posibilidades de competir con otras microcervecías”(Entrevistado 1).

Análisis

A través de esta categoría se busca estudiar un poco la formación de una iniciativa de clúster que pueda ayudar a la competitividad de la cerveza artesanal costarricense, por medio de condiciones de vida derivadas en un aumento de la productividad, del empleo, del ingreso económico de la inversión y el comercio para fortalecer el sector.

Cabe resaltar que el rediseño del mercado de la cerveza artesanal costarricense en los últimos años ha tenido una gran variación ganando terreno en bares y restaurantes del todo el país, debido a la variedad de sabores y texturas que las microcervecías ofrecen a sus consumidores generando una gran competitividad que demuestra significativamente los frutos para los empresarios que con gran esfuerzo han luchado por hacer crecer este mercado.

Actualmente los productores de cerveza artesanal afrontan diversos problemas, los que deben enfrentar y que les restan competitividad en el mercado entre ellos; el insuficiente abasto de insumos, los altos impuestos que deben pagar incluso mayores que los de la cerveza industrial, la

imposibilidad de competir con grandes conglomerados productores de cerveza industrial. No obstante, compiten por alcanzar una parte del segmento del mercado.

Con la iniciativa de clúster para los microcervecerías productoras de cerveza artesanal involucradas en la fabricación se desea que exista una competencia equitativa en la que todas puedan participar aumentando los niveles de eficiencia en los aspectos relacionados con la dirección y gestión de recursos, formado una organización o esquema que permita lograr los objetivos que buscan en el mercado.

Categoría 5: Fortalecimiento económico

Descripción

Siguiendo con lo que respecta a las preguntas realizadas a los entrevistados sobre el fortalecimiento económico que pueden alcanzar las casas cerveceras por medio de la formación de clúster, a continuación, se detallan las repuestas que enfatizan la información solicitada.

“Si se da el apoyo por igual puede que exista un fortalecimiento, pero a nuestro parecer solo se estaría brindando a aquellas microcervecerías que posean una capacidad de producción establecida” (Entrevistado 10).

“Al abrirse nuevos mercados en los que se puedan colocar nuestros productos definitivamente lograríamos que nuestra cerveza artesanal pueda crecer, fortaleciéndonos económicamente como empresa” (Entrevistado 4).

“Nuestros planes de desarrollo van dirigidos a producir una cerveza artesanal que permita convertirse en producto de exportación, claro está que debemos contar con una estructura financiera estable, sino no podríamos llegar a ningún lado” (Entrevistado 6).

“Los logros en competencias internacionales, así como las nacionales nos llena mucho de satisfacción, y nos ha permitido obtener un fortalecimiento para abrirnos paso en un mercado tan competitivo” (Entrevistado 3).

“Nosotros como institución tratamos de apoyar a las microempresas brindando cooperación, realizando estudios de mercado por medio de investigaciones que identifiquen un potencial, de esta manera ayudamos a fortalecer el desarrollo empresarial” (Entrevistado 2).

“La Asociación de Cerveceros Artesanales hemos desplegado una red de apoyo con el fin de que más productores de cerveza artesanal puedan unirse a nuestra institución, con el fin de que puedan obtener beneficios en la cooperación del desarrollo de estas, de esta manera queremos que tengan las mismas oportunidades de crecimiento y fortalecimiento económico” (Entrevistado 1).

Análisis

A través de esta categoría se busca estudiar el fortalecimiento económico que buscan obtener las microcervecerías productoras de cerveza artesanal, y las condiciones adversas a las que deben enfrentarse, alcanzar los ingresos es un reto, ya que los consumidores costarricenses actualmente, buscan que el producto por el cual pagaron tenga un valor agregado.

Las alianzas estratégicas dentro un mercado que se encuentran en su mayor apogeo, son las claves que permiten alcanzar el éxito, las compras de materia prima en conjunto consiguen mejorar los precios, ya que los costos de producción disminuyen, mejorando el fortalecimiento económico de las casas cerveceras; así como un movimiento compacto trabajando en estrategias de mercado.

El fortalecimiento económico que poseen algunas microcervecerías se debe al enfoque que han tratado de darle a la cerveza artesanal, potencializando el aprendizaje y motivando la innovación en todas las áreas operativas de la empresa logrando una distinción en el mercado donde han logrado posicionarse.

Las microcervecerías que están comenzando, y desean contar con un fortalecimiento económico deben trabajar arduamente para conquistar un sector de la población que ya ha sido acaparado por otras empresas o incluso por bebidas sustitutas, la diferenciación en el estilo de la producción y el

valor agregado que le puedan dar estarían haciendo la diferencia con la posibilidad de competir.

Categoría 6: Planificación

Descripción

Siguiendo con lo que respecta a las preguntas realizadas a los entrevistados sobre la planificación que pueden alcanzar las casas cerveceras por medio de la formación de clúster, a continuación, se detallan las repuestas que enfatizan la información solicitada.

“Poseer una estructura, que permita mejorar la calidad de la cerveza artesanal”
(Entrevistado 4)

“Hay muchos puntos por ser mejorados, pero, para ello debemos saber en qué situación o en qué nivel nos encontramos, contar con una planificación estratégica nos serviría para lograr los objetivos” (Entrevistados 6).

“Tal vez contar con una correcta selección de insumos o materias primas, finalizar con el proceso de elaboración hasta que se entregue al consumidor final y una correcta calendarización” (Entrevistado 9).

“Actualmente la elaboración de nuestra cerveza es muy básica tratamos de seguir los procesos de manipulación correcta” (Entrevistado 10).

Análisis

Siguiendo el análisis correspondiente a esta categoría, se destaca que la planificación es una herramienta en gestión que permite a las organizaciones o empresas la toma de decisiones, direccionando qué rumbo deben tomar para adecuarse a las demandas que se presentan en el entorno que los rodea.

La iniciativa de la formulación de un clúster para los productores de cerveza artesanal independiente se plantea que dichas casas cerveceras establezcan una formulación de planes estratégicos, a través de una red corporativa de varias entidades que se dedican a la misma labor,

que trabajen de manera equitativa.

Tomando estos puntos en cuenta debemos indicar que las casas cerveceras o microcervecerías costarricenses que se dedican a la producción y comercialización de la cerveza artesanal, deben asumir retos y dificultades, ya que no todas cuentan con el mismo potencial o estructura, por ende una unión en donde se realice la planeación de capacitaciones adecuadas, enfocadas en las necesidades de cada organización disminuirá la posibilidad que aumentando los niveles de producción se corra con el riesgo de no obtener la misma calidad de la cerveza, por ende la planificación donde se establezca un trazabilidad correcta evitará cualquier consecuencia, logrando que la calidad, la textura, el sabor e incluso la espuma contengan las mismas características en todas las pruebas antes de colocarlas en el envase final.

Unidad de análisis II: Escenarios de exportación de la cerveza artesanal costarricense a través de un modelo de clúster

Para comenzar con esta segunda parte de análisis, la cual se enfoca en los posibles escenarios de exportación de la cerveza artesanal costarricense a través de un modelo de clúster para las casas cerveceras costarricenses y cómo este modelo puede fomentar la exportación y a la vez satisfacer el mercado en donde se encuentra, se enfatizará en los datos brindados por los entrevistados para después compararlos realizando un análisis.

A continuación, se prestan las categorías señaladas por los entrevistados con respecto a la segunda unidad de estudio:

- 1 Capacidad productiva.
- 2 Encadenamientos productivos.
- 3 Estándares internacionales.
- 4 Proveedores.
- 5 Red de distribución.
- 6 Trámites y permisos.

Categoría 1: Capacidad productiva

Descripción

Siguiendo el hilo de la categoría de análisis anterior, una de las oportunidades que se abre con la iniciativa de un clúster es la capacidad productiva que tendrían las microcervecerías independientes para internacionalizarse en mercados extranjeros, según la muestra seleccionada las opiniones de los entrevistados indican lo siguiente:

“Actualmente contamos con 4 estilos de cerveza artesanal, y manejamos una producción que va desde los 11500 a 15000 litros por mes, esto nos ha permitido abastecer varios puntos del país que van desde restaurantes hasta supermercados” (Entrevistado 3).

“Tenemos una producción de más de 9000 litros por mes, la comercializamos a través de nuestros 3 restaurantes, que se ubican en la GAM” (Entrevistado 4).

“Manejamos una producción de 12000 litros por mes entre todas las variedades de cerveza artesanal que producimos” (Entrevistado 5).

“Nuestra producción va desde los 13000 litros por mes” (Entrevistado 7).

“En los últimos años nuestra capacidad productiva ha aumentado considerablemente, actualmente en nuestra fábrica producimos alrededor de 10000 litros al mes que se distribuye en los principales supermercados y restaurantes del país” (Entrevistado 8).

“Nuestra capacidad productiva es de 16000 litros por mes aproximadamente” (Entrevistado 10).

“Poseemos actualmente una producción de 7000 litros por mes la cual se distribuye en diferentes restaurantes del país” (Entrevistado 9).

Análisis

Siguiendo el análisis correspondiente con base en las respuestas suministradas por los entrevistados con el fin de verificar si las casas cerveceras cuentan con la capacidad productiva suficiente para poder abastecer el mercado internacional sin dejar de lado el nacional, contemplando la idea que la demanda de mercado puede ser más grande que el acostumbrado y como la iniciativa de un clúster podría ayudar de acuerdo con los escenarios que se encuentren a través de esta formación.

Por consiguiente, podríamos indicar que varias de las microcervecerías entrevistadas cuentan con una capacidad de producción considerable que les permite abastecer por el momento el mercado nacional e internacional. Eventualmente los entrevistados 5 y 7 ya se encuentran exportando sus productos y los demás se encuentran en procesos que les permitirán poder abastecer en el mercado internacional, además están conscientes de que para ello deben trabajar arduamente si desean lograr este objetivo.

Las casas cerveceras deben tomar un punto a considerar cuando buscan aumentar su capacidad productiva, ya que su producción no puede sobrepasar más de los 18000 litros por mes, si sobrepasan esta cantidad de producción ya no serían consideradas como fabricación artesanal, se convertiría en una producción industrial incumpliendo con lo estipulado en lo que respecta a la producción artesanal.

Tomando en consideración que el desarrollo de clústeres en Costa Rica ha ayudado a la economía costarricense caracterizándose por la formación de encadenamientos productivos entre diferentes empresas del mismo sector, algunas de las microcervecerías entrevistadas consideran que un clúster no les beneficiaría para aumentar su capacidad productiva, indicando que no todas tienen los mismos recursos.

Categoría 2: Encadenamientos productivos

Descripción

Siguiendo con las preguntas realizadas a los entrevistados sobre el escenario que lograrían

obtener sobre la formación clúster y si un encadenamiento productivo permitiría la solvencia que necesitan las casas cerveceras para lograr internacionalizarse, a continuación, se detallan las repuestas que enfatizan la información solicitada.

“A nivel de nuestra empresa creemos que todo lo que pueda servir de apoyo, siempre será de gran ayuda y permitirá un incremento contundente en la organización, siendo ágiles en todos los obstáculos que puedan presentar en la producción de la cerveza artesanal” (Entrevistado 3).

“Como microcervecería estamos conscientes de que los encadenamientos productivos pueden lograr fortalecer el sector en temas de logística y distribución, de esta manera se pueden lograr mejoras permitiéndonos ser más competitivos tanto a nivel nacional como internacional, las redes de apoyo promueven el crecimiento del sector” (Entrevistado 4).

“Logran un mejoramiento productivo, incremento en las ventas; ayuda mejorando los precios del mercado en la adquisición de materias primas, cooperación en la distribución del producto” (Entrevistado 10).

“Permitiría la oportunidad de que varias casas cerveceras tengan la opción de importar materias primas en conjunto logrando de esta manera reducir los costos de producción” (Entrevistado 9).

“Actualmente sabemos que varias casas cerveceras se apoyan, y entre ellas realizan la compra de materias primas en conjunto para abaratar costos, nosotros como microcervecería sabemos que los encadenamientos productivos entre varias empresas permiten que el sector de la cerveza artesanal prospere, permitiendo una competencia justa” (Entrevistado 8).

“Hemos trabajado con otras casas cerveceras en conjunto con el fin de tener una red de cooperación productiva, en anteriores ocasiones cuando realizamos algún pedido de materias primas en aras de colaborar con otras microcervecerías les informamos con el

fin de consolidar las compras de materia prima con los proveedores.” (Entrevistado 5).

“Una de las ideologías principales que manejamos en la Asociación de Cerveceros Artesanales de Costa Rica (ACACR), es permitir un encadenamiento productivo entre todos nuestros asociados y proveedores. La más reciente fue la creación de un sello de independencia, de esta manera pretendemos diferenciamos en el mercado de manera que las personas puedan identificarnos cuando las adquieran, de este modo el sello indica cuáles son producidas por emprendedores de capitales pequeños y producidas en cantidades limitadas” (Entrevistado 1).

Análisis

Siguiendo el análisis correspondiente determinamos que los encadenamientos productivos conforman un instrumento importante dentro de las organizaciones empresariales que desean buscar nuevas oportunidades de crecimiento, promueven la competitividad, la productividad basada en la innovación para la internacionalización y la comercialización de sus productos en los diferentes mercados en los que deseen competir.

Las asociaciones de clúster realizan la promoción de los encadenamientos productivos con el objetivo de estabilizar los vínculos comerciales entre firmas de un mismo sector que van desde los proveedores a los compradores, adicionalmente son herramientas estratégicas que reducen riesgos y promueven las relaciones comerciales a largo plazo, permitiendo una estabilidad empresarial.

Como posible escenario de desarrollo la iniciativa de clúster que se desea implementar para la cerveza artesanal fabricada por microcervecías, consiste en idear un encadenamiento productivo que se distingue por una planeación de trabajo de cooperación, definiendo objetivos comunes que se desarrollen a corto, mediano y largo plazo, ideado por una serie de actividades que permita la correcta formación, y de esta manera lograr mejorar la calidad en la producción local, adicionalmente tener la capacidad de distinguirse de productores industriales y lograr acceder a nuevos y más atractivos mercados enfocados en la internacionalización.

En la utilización de esta implementación de acuerdo con las respuestas brindadas por los

entrevistados, a pesar de que el clúster para la cerveza artesanal aún no esté bien definido y se encuentre en desarrollo, algunas casas cerveceras han implementado una red de cooperación para el fortalecimiento económico del sector cervecero artesanal, con la cual se han alcanzado muchos éxitos que les han permitido consolidarse a nivel nacional y buscar nuevas alternativas en mercados extranjeros.

Categoría 3: Estándares internacionales

Descripción

Siguiendo con las preguntas realizadas a los entrevistados sobre el escenario que lograrían obtener sobre la formación de un clúster y los estándares internacionales a los que se deben acoplar las casas cerveceras para lograr internacionalizarse, a continuación, se detallan las repuestas que enfatizan la información solicitada.

“La cerveza artesanal es un producto de fabricación alimenticia, a raíz de esto debemos tener un estricto control en todos los procesos de elaboración y producción de esta, esto nos permite obtener no solo una buena calidad del producto final, sino también cuidar y cumplir con estándares que se requieren a nivel internacional.” (Entrevistado 3).

“Competir en un mercado internacional o nacional no es nada fácil es un gran reto que se asume, abrirse paso en un mercado en donde existen otras microcervecerías que fabrican cervezas artesanales o de forma industrial, exige que se tengan buenos controles de calidad, entre ellos la inocuidad del producto, la forma en la que se debe envasar el producto, y la forma en la que debe mantenerse hasta su consumo final, son de gran importancia para satisfacer al consumidor final” (Entrevistado 5).

“Desde el agua que utilizamos para la fabricación, hasta la participación en competencias nacionales e internaciones, permiten que se pueda trabajar con normas o marcos internacionales que mejoren la productividad y la calidad del producto, creemos que ajustar las normas ISO a nuestros procesos de elaboración, nos permite acoplarnos a los

estándares que deben poseer las microcervecías para comercializar” (Entrevistado 8).

“Se debe tener una alta rigurosidad, ya que se debe llevar un control con todos los cuidados necesarios en la elaboración de la receta de la cerveza artesanal independientemente si su objetivo es exportarla o manejarla a nivel nacional, ya que la calidad y la contextura deben ser las mismas no se debe perder la esencia del sabor de esta” (Entrevistado 7).

“Fortaleciendo las practicas del control de calidad en la elaboración correcta, cuidar con detalle el proceso de la colocación de la etiqueta que indique la fecha de caducidad, indicar el número de lote, así como los permisos sanitarios que se requieren para el consumo de la cerveza artesanal, adicionalmente y de mucha importancia debe llevar la firma del maestro cervecero” (Entrevistado 4).

“Establecer puntos de control en la elaboración, cuidar la textura, el sabor, la consistencia evitar posibles contaminaciones, llevar un buen manejo en la limpieza de cada utensilio que se usa en la fabricación” (Entrevistado 10).

Análisis

Siguiendo el análisis correspondiente de las respuestas suministradas por los entrevistados, para determinar la función de los estándares internacionales, y las normas de las cuales deben ser sometidas las cervezas artesanales en su elaboración, esto por ser un producto de consumo humano, se establece que dentro de las organizaciones empresariales que buscan competir en un mercado nacional e internacional, debe coexistir una estandarización en los controles de calidad, con el objetivo de lograr oportunidades de comercialización en los diferentes mercados en los que deseen competir.

Conforme se globaliza cada vez más el mundo, crece el comercio internacional y la adquisición de productos se torna más factible para los seres humanos, por ende la Organización de las Naciones Unidas para las Alimentación (FAO), es la encargada de controlar la inocuidad de los

alimentos a través de normas internacionales que ayudan a garantizar que todos los productos que son de consumo humano cuentan con todas las directrices de higiene y manipulación tanto para su envasado como en el traslado del producto al consumidor final.

Por tal razón los pasos a los que debe ser sometida la cerveza artesanal para su consumo incluyen controles rutinarios de diferentes muestras diariamente, contar con procesos de trazabilidad rutinarios que verifican la calidad de la cerveza artesanal dándole una estabilidad en la textura, el sabor e incluso en la consistencia de su espuma.

Para finalizar con el análisis de esta categoría, no solo se debe pensar en estándares internacionales y en aquellas empresas que tiene el objetivo de poder internacionalizarse a raíz de la exportación de sus productos, en el caso de las casas cerveceras independientes, deben ser conscientes de que fabrican productos para el consumo humano por ende, deben ser estrictamente rigurosos en función de contemplar un estándar de calidad que se vea reflejado en la elaboración del producto final, esto le permite contar con certificaciones internacionales como el *Beer Judge Certification Program*, el cual es un jurado internacional de cerveza que regula, verifica y comprueba que el producto sea de buena calidad. Al contar con este certificado la empresa puede comprobar que su producto cumple con los procesos adecuados de fabricación.

Categoría 4: Proveedores

Descripción

Siguiendo con las preguntas realizadas a los entrevistados sobre los proveedores que poseen las microcervecerías para la compra de materias primas y distribución, a continuación, se detallan las repuestas que enfatizan la información solicitada.

“La mayoría de nuestras materias primas e instrumentos para la preparación y elaboración de la cerveza artesanal son a través de proveedores internacionales, pero también manejamos a nivel nacional por medio de TicoBirra” (Entrevistado 3).

“Las materias primas e instrumentos para la elaboración la realizamos a través de TicoBirra y la Palpé Cervecera son los 2 proveedores que nos suministran el material para fabricar la cerveza artesanal” (Entrevistado 6).

“A nivel nacional es difícil adquirir los productos necesarios que se requieren para la producción de la cerveza artesanal, por ende, tenemos proveedores de Estados Unidos que nos suministran el material para la fabricación” (Entrevistado 7).

“Actualmente nuestro proveedor de malta es Garabito este nos suministra materias primas para la elaboración y el lúpulo es adquirido en TicoBirra o en la Pulpe Cervecera” (Entrevistado 10)

“Los granos, lúpulos y materias primas son en la mayoría importadas, nuestros principales proveedores se encuentran en Estados Unidos y Alemania, pero también nos ha toca importar de otras regiones del mundo como de Nueva Zelanda” (Entrevistado 5).

Análisis

Siguiendo el análisis correspondiente de las respuestas brindadas por los entrevistados, se busca estudiar un poco las relaciones a nivel internacional que poseen algunas microcerveceras, cabe indicar que en Costa Rica no se producen los ingredientes con los que se elabora la cerveza, por las características propias de país, por ende, todas las materias primas se importan de otros países tales como Estados Unidos, Alemania o Inglaterra.

A raíz de esta situación son muy pocas las casas cerveceras que importan sus materias primas por su cuenta; si desean lograr un producto de calidad, recurren a la importación de materias primas, encareciendo en algunos casos los costos de producción. Por tanto, las casas cerveceras tienden a recurrir a las importaciones consolidadas con otros productores para alcanzar mejores precios y para abaratar los costos.

En los últimos años las microcervecías y varias firmas importadoras, pymes con fábricas de producción, *brewpubs* que se encuentran a nivel nacional han optado por desplegar una red de apoyo, no solo para compartir experiencias, sino también con el objetivo de poder proporcionar la unión en conjunto para la compra de materias primas y herramientas para la elaboración de la cerveza artesanal, el objetivo de estas redes estratégicas es fortalecer el sector para que todas las casas cerveceras independientes tengan las mismas oportunidades de comercializar, en función de esto los clústeres buscan la unión de un conglomerado de empresas para la colaboración, venta y formación de un sector que se encuentra con un gran apogeo.

Categoría 5: Red de distribución

Descripción

Siguiendo con las preguntas realizadas a los entrevistados sobre la red de distribución encargada de realizar la trazabilidad logística a la que debe ser sometida la cerveza artesanal, con el objetivo de mantener siempre la calidad hasta que llegue al consumidor final, a continuación, se detallan las repuestas que enfatizan la información solicitada.

“Utilizamos una técnica diferenciada de las demás cervecías artesanales, ya que nuestra cerveza es pasteurizada y no requiere una cadena de frío para transportarla, lo que permite que la distribución sea más competitiva haciendo la red de distribución más extensa y que se pueda distribuir a cualquier parte del país y al extranjero” (Entrevistado 8).

“Nuestra red de distribución va desde la GAM, zonas costeras del país y hemos empezado con exportaciones de nuestra cerveza artesanal a Panamá y Guatemala, también pretendemos alcanzar otros mercados que nos permitan seguir creciendo” (Entrevistado 5)

“La distribución de nuestra cerveza empieza desde nuestra planta de producción, las personas pueden llegar y adquirirlas en cajas de 24 unidades, posteriormente se

distribuye en los principales supermercados del país, así como en restaurantes, y eventualmente estamos en negociaciones para expandir nuestro negocio en el extranjero” (Entrevistado 3).

“Actualmente se puede conseguir en varios restaurantes del Gran Área Metropolitana y supermercados del país, hemos realizado un gran esfuerzo para poder expandirnos a nivel internacional y ampliar nuestra red de distribución lo cuál ha tenido frutos, ya que empezamos exportando a Guatemala y eventualmente acabamos de empezar a exportar a Canadá” (Entrevistado 7).

“A través de Procomer, por medio de la red de investigación de mercados realizamos la búsqueda de clientes potenciales y que estén interesados en comprar el producto esto les sirve de gran ayuda a aquellas empresas que deseen expandir su mercado por medio de la internacionalización” (Entrevistado 2).

“En la Asociación de Cerveceros Artesanales de Costa Rica, promovemos la estimulación de nuestros asociados con el fin de que puedan ampliar sus redes de distribución y puedan lograr desarrollarse brindando siempre un diseño de calidad en sus productos” (Entrevistado 1).

“Varias cervecerías independientes han establecido estratégicamente una distribución de entrega a domicilio, llamada suscripción box donde los consumidores pueden adquirirla realizando la compra vía internet que contiene seis cervezas de las diferentes microcervecerías” (Entrevistado 6)

Análisis

Considerando las respuestas dadas por los entrevistados, se establece que una red de distribución se refiere a la trazabilidad que deben llevar los productos desde que están en la fábrica hasta que se colocan a disposición del cliente final, la distribución juega un papel importante, ya que permite controlar la rentabilidad de la empresa. Para aquellas microcervecerías que buscan comercializar

sus productos a nivel internacional o nacional deben contar con todos los recursos posibles para lograr posicionarse en un mercado que establece ser competitivo, contar con las características que buscan los consumidores, por ende, establecer una red de distribución debe ser prioridad de toda empresa, ya que les puede restar competitividad al no manejarla correctamente.

De acuerdo a lo considerado por los entrevistados indican que a nivel nacional las casas cerveceras independientes no poseen una red de distribución formalizada, ya que muchas de ellas se encargan de abastecer a sus clientes finales; no utilizan intermediarios, con una iniciativa donde se promueva un desarrollo en conjunto, como son las iniciativas de clúster, además existe la posibilidad que se establezca una red que cumpla con las necesidades y ofrezca una efectividad para el sector cervecero que se encuentra en crecimiento empresarial.

Se considera importante la cooperación de varias cervecerías independientes, porque de esta manera se ayudan mutuamente, pero para poder desarrollar este modelo deben tener muy claro el enfoque de distribución que necesita cada compañía, ya que no todas se encuentran en la misma etapa de desarrollo empresarial porque varios de nuestros entrevistados ya se encuentran en procesos de internacionalización, por ende se deben acordar previamente de diseñar una estrategia correcta que se acople a las necesidades de cada microcervecería.

Contar con una correcta calendarización les ayudaría a que la red de distribución pueda minimizar los costos de producción agilizando las entregas a los clientes finales y permitiendo ser competitivos y eficientes para competir en el mercado internacional.

Categoría 6: Trámites y permisos

Descripción

Siguiendo con las preguntas realizadas a los entrevistados sobre trámites y permisos a los que deben ser sometidos para la comercialización de la cerveza artesanal, a continuación, se detallan las repuestas que enfatizan la información solicitada.

“Para la correcta elaboración y comercialización debemos contar con un permiso de uso de suelo, de permisos de Setena, Ministerio de Salud, Municipalidad y adicionalmente debemos pagar los impuestos” (Entrevistado 5).

“Sacar los permisos para producir cerveza artesanal con fines comerciales pueden llevar meses, ya que los permisos sanitarios los otorga el Ministerio de Salud y suelen ser trámites que pueden restar competitividad” (Entrevistado 10).

“Los registros sanitarios, permisos Setena, Ministerio de Salud y Municipalidad, el pago de impuestos y los permisos son requisitos para cumplir con las normas de fabricación y elaboración de la cerveza artesanal.” (Entrevistado 7).

Análisis

Considerando las respuestas brindadas por los entrevistados, en el tema de los trámites y permisos que deben contar para producir cerveza a nivel nacional es completamente una pesadilla, ya que existe mucho desconocimiento por parte de las instituciones estatales, ya que a nivel nacional no existe una regulación para las microcervecías que fabrican cerveza artesanal y son tratadas como cervecías industriales, a pesar que la fabricación de una microcervecía no debe sobrepasar los 18000 litros mensuales.

De acuerdo con la ley general de salud y el reglamento general para autorizaciones y permisos sanitarios de funcionamiento otorgados por el Ministerio de Salud, todos los establecimientos industriales, comerciales y de servicio deben contar con la autorización o el permiso sanitario de funcionamiento para operar en el territorio nacional, según sea la actividad. Precisamente, en el reglamento se establecen los requisitos y los lineamientos que debe realizar y cumplir toda persona física o jurídica que procure formalizar una actividad en Costa Rica, para poder obtener la autorización o el permiso sanitario de funcionamiento de esta institución, en el cual se establece que puede operar y que cuenta con todos los permisos de la ley para producir algún alimento.

De acuerdo con la Ley 9428 de Costa Rica sobre las personerías jurídicas (2017) en el artículo

14 indica “toda empresa que desea desarrollar negocios debe realizar la adquisición de una personería jurídica para el tipo de actividad que se desee emprender” (párr. 4). Al igual que debe solicitar permisos sanitarios y registrar a la empresa ante la caja de Seguro Social como empleador. Y de acuerdo con el tipo de la empresa en marcha se recomienda el registro de las marcas y distintivos por utilizar para asegurar la protección de la imagen y las marcas y evitar el uso indebido de estas por terceros.

Interpretación de datos

La siguiente interpretación de datos contemplará los análisis desarrollados en cada una de las categorías; en esta sección se emitirá un punto de vista relacionado con todas las consultas, las personas en estudio y sus respuestas.

En los últimos años el nivel de consumo que ha tenido la cerveza artesanal ha permitido que sus fabricantes aumentaran la producción de esta, influyendo en un incremento considerable en las ventas para las microcervecías, *brewpubs* (restaurantes en donde también manejan la producción y venden directamente por sifones o botellas) y también para las nanocervecías (cervecías que están empezando a desarrollarse), este incremento se debe a la tendencia mundial que ha tenido la cerveza artesanal y es que muchos prefieren tomarse una cerveza artesanal que tenga una textura de sabores diferentes con una calidad superior, tanto en los ingredientes como en los procesos de producción.

A pesar que el incremento en el consumo es bastante considerable la incursión en el mercado de la cerveza artesanal no ha sido fácil para las cervecías, ya que existe mucha competencia y lograr posicionarse en un sector que ya se encuentra acaparado resulta complicado y máxime que los consumidores suelen ser exigentes, ya que están dispuestos a pagar más con el objetivo de adquirir un producto que cumpla con sus necesidades, como consecuencia las microcervecías se ven obligas a ser más rigurosas en dicha elaboración, también idear la manera para lograr la promoción de sus productos a través de realizar estrategias de marketing, pero no todas tienen las mismas posibilidades, ya que no cuentan con la capacidad empresarial, por ende se debe optar por la unión de grupo para formar una competencia equitativa.

A nivel nacional, se pudo constatar que son muy pocas las microcervecías que se encuentran exportando en Costa Rica ; actualmente se encuentran registradas más de 150, pero las que han logrado alcanzar un nivel de internacionalización son las microcervecías La Selva y Treintaycinco, las cuales son empresas que han asumido el riesgo de salir adelante con su negocio, al igual que estas microcervecías, la Asociación de Cerveceros Artesanales y la Promotora de Comercio Exterior (Procomer) trabajan en la iniciativa de crear un clúster, formado por cuatro empresas más para potenciar la presencia de los empresarios nacionales en ferias y ruedas de negociaciones con compañías extranjeras, esto con la finalidad que puedan también exportar sus productos, tienen claro que no es nada fácil competir en mercados extranjeros, por eso deben capacitarse continuamente en todos los procesos, desde logística, marketing y hasta en la fabricación y elaboración ofreciendo un producto que logre los estándares internacionales.

Con base en lo anterior, se pudo comprobar el gran potencial que posee la cerveza artesanal costarricense, creada por las microcervecías, *brewpubs* y nanocervecías las cuales han logrado crear productos realmente competitivos, auténticos, con sabores y texturas diferentes, permitiendo gran aceptación en los consumidores. Pero a pesar de ser muy ingeniosos en sus diseños para lograr alcanzar niveles de competitividad que les permitan internacionalizarse deben realizar mejoras en la infraestructura, en gestión de recursos humanos, en tecnología, en logística, en operaciones y en gestión comercial, adicionalmente deben aprender a identificar las necesidades tanto de la empresa como la de los consumidores, es decir mejorando el nivel y la calidad de cada uno de sus productos, a través de ferias nacionales e internacionales en las que han logrado participar y han podido intensificar los gustos y preferencias, por ende han buscado la forma de trabajar en conjunto con otras casas cerveceras para lograr más competitividad, por eso la necesidad de conformar un conglomerado para afianzar la economía de este sector.

En este estudio es muy importante analizar si las casas cerveceras a través de una formación de clúster pueden lograr obtener un fortalecimiento económico iniciado por una estructura de cooperación entre varias microcervecías. En este punto se logró determinar la necesidad que tienen varios productores de cerveza artesanal para conformar una estrategia en común, por medio de un fortalecimiento económico integrado, con el objetivo de fortalecer la cultura de la cerveza

artesanal y adicionalmente contar con una estructura que les permita obtener beneficios en común, tales como promover el aprendizaje, mejorar los procesos de producción, permitir la innovación, aumentar la productividad de las empresas participantes, lo cual facilita el desarrollo de ventajas competitivas. De esta manera se busca que pueda existir una competencia equitativa y que más microcervecías puedan alcanzar niveles de internacionalización por medio de la exportación de sus productos, lo que permite un fortalecimiento a este sector empresarial.

Cabe destacar que por medio de este estudio, se logra observar que actualmente en el país existe un gran desarrollo para la cerveza artesanal en el cual se verifica que se ha convertido en un mercado atractivo a pesar de ser un proceso muy tedioso y complejo, a razón de esto las casas cerveceras que se dedican a la elaboración deben contar con una correcta planificación en la producción y la fabricación de las cervezas, ya que se deben verificar antes de su elaboración; la correcta utilización de los utensilios al igual que la calidad de la materia prima a utilizar porque de esto dependerá la calidad que el maestro cervecero le dará a la cerveza artesanal, adicionalmente también debe contar con una planificación financiera y estratégica para la comercialización y distribución. En esta categoría se observa que no todas las microcervecías que fueron entrevistadas tienen la misma capacidad financiera para lograr una planificación correcta, por ende, las casas cerveceras que desean competir en el mercado nacional e internacional deben realizar mejoras en sus estructuras para lograr obtener los objetivos deseados.

La capacidad productiva en una empresa se puede describir como aquella que evalúa la manera en la que se utilizan los productos de esta. Además, revela si la compañía está logrando satisfacer la demanda de sus consumidores de manera óptima. Con lo que respecta a este punto, en este análisis se puede identificar que varias de las microcervecías entrevistadas cuentan con una capacidad de producción considerable que les permite poder abastecer por el momento el mercado nacional; eventualmente si deciden exportar o internacionalizarse, deben aumentar su capacidad de producción. Actualmente a nivel nacional solo existen 2 microcervecías que se encuentran exportando y cuentan con una capacidad para satisfacer tanto el mercado local como el internacional con esto se determina que a nivel nacional existe mucho potencial por parte de los productores de cerveza, y trabajan arduamente con el fin de internacionalizarse, al mismo tiempo que constantemente se encuentran participando en ferias internacionales y nacionales para lograr

darse a conocer en el mercado, además de que tienen claro que de esta manera pueden lograr aumentar su capacidad productiva.

Para esta unidad de análisis se estudió la importancia de los encadenamientos productivos y cómo un posible escenario con la formación de un clúster, ayudaría a las microcerveceras a mejorar la productividad y competitividad en los procesos de elaboración y fabricación de la cerveza artesanal con el objetivo de obtener calidad en sus productos y lograr la internacionalización de sus productos en la utilización de esta implementación, esto se determina a pesar de que el clúster para la cerveza artesanal aún no esté bien definido y se encuentre en desarrollo, algunas casas cerveceras han implementado una red de cooperación para el fortalecimiento económico del sector cervecero artesanal, con la cual se han alcanzado muchos éxitos que les han permitido consolidarse a nivel nacional y buscar nuevas alternativas en mercados extranjeros.

Continuando con el análisis, es importante aclarar que los estándares internacionales son normas cuya adopción es voluntaria, pero que buscan formalizar y regularizar los procedimientos y productos de una organización. La adopción de dichas normas, puede que no garantice el resultado final, pero sí otorga confiabilidad en el sentido en el que la entidad efectúa los procedimientos bien y siempre de la misma manera. En este estudio era importante analizar si a través de la utilización de normas internacionales los fabricantes de cerveza artesanal lograrían el potencial para internacionalizarse a través de la obtención de certificaciones y acreditaciones, lo que facilitaría la inversión en recursos financieros, humanos y productivos. De tal manera que antes de iniciar un proceso de este tipo deben evaluarse los beneficios potenciales que pueden derivarse para el caso particular de cada organización.

Asimismo, en función de competir en mercados internacionales, se debe ser claros que la cerveza es un producto de consumo humano, por lo cual debe cumplir con varios parámetros y normas de salud. A nivel nacional las microcerveceras cuentan con procesos que permiten cumplir estos requisitos, ya que constantemente están realizando mejoras en sus procesos, y actualmente existe un convenio entre la Asociación de Cerveceros Artesanales de Costa Rica (ACACR) y la Fundación Centro de Alta Tecnología (FunCeNAT), para potencializar la producción de cerveza

artesanal en Costa Rica como un producto innovador.

Por otro lado, las características geográficas de Costa Rica no permiten que se pueda producir algunas de las materias primas que se necesitan para la fabricación y elaboración de la cerveza, esto provoca que las casas cerveceras, microcervecerías y *brewpubs* que se dedican a la fabricación de la cerveza artesanal tengan que importarlas, o comprarlas a nivel nacional a través de proveedores que se dedican a la distribución de materias primas, como consecuencia esto induce a que se encarezcan en ocasiones los costos de producción restándole competitividad y elevando el precio de venta final, eventualmente en los últimos años al existir una tendencia hacia la fabricación de cerveza artesanal, varias microcervecerías se han unido para comprar materias primas e instrumentos de elaboración en forma consolidada, esto les ha permitido formar una red de desarrollo en conjunto con los proveedores para consolidar el mercado a nivel nacional y permitir la competitividad. Muchos destacan la cooperación que existe en este sector, ya que todos se ayudan mutuamente, lo cual se ha visto reflejando por medio de un sello de independencia que han creado en conjunto con la Asociación de Cerveceros Artesanales de Costa Rica para que puedan ser identificados en el momento en el que son consumidas tanto en bares como en supermercados.

El acceso a los mercados y a los clientes internacionales se debe efectuar mediante el uso efectivo de redes de distribución, es una de las decisiones claves que deben afrontar todas las empresas que buscan obtener competitividad económica. En el caso de las microcervecerías que se encuentran ubicadas en territorio nacional se determina, a través de este análisis, que algunas microcervecerías al no contar con una capacidad productiva suficiente carecen de una red de distribución o de métodos que les permitan planificar correctamente la elaboración de esta. Con la iniciativa de un clúster se desea crear la existencia de una red de distribución que pueda proveerles tanto de materias primas, así como contar con la capacidad para lograr expandirse a nivel internacional, esto ha permitido que las microcervecerías costarricenses desplieguen una red de valor en apoyo, con el fin de que el sector económico prospere.

Del mismo modo, en este estudio era muy importante analizar, los obstáculos a los que se deben enfrentar las microcervecerías ubicadas en el territorio nacional; entre ellas se cuentan los permisos y trámites con los que tienen que lidiar todos los días, ya que por parte de las instituciones estatales

existe mucho desconocimiento y no existe una regulación para las microcervecías que producen cerveza de modo artesanal y son tratadas como si fueran cervecerías industriales, por ende deben pagar los mismo impuestos, adicionalmente deben contar con los permisos del Ministerio de Salud siendo inspeccionados una vez por semana por un funcionario con el objetivo de verificar que la empresa cumple con los procesos adecuados, posteriormente por cada una de las cervezas que fabrican también deben contar con los permisos fitosanitarios, estos permisos pueden durar meses en salir para que la empresa pueda comercializar y distribuir el producto al consumidor final, por ende cabe destacar que la producción de la cerveza artesanal es un proceso muy tediosos y que implica mucho esfuerzo y dedicación. De forma resumida, con la formación de un clúster lo que desean las microcervecías es establecer una regulación propia para evitar ser tratados como fabricantes industriales.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En este capítulo se desarrollan las conclusiones y recomendaciones generadas del proyecto de investigación. En primer lugar, se enfatizará en los resultados obtenidos, con los cuales se les dará respuesta a los objetivos establecidos en el presente estudio, aparte de contestar la pregunta determinada en el primer capítulo. Asimismo, se establecerán algunas recomendaciones a las personas entrevistadas en el proceso.

El proceso de investigación se dirigía por el planteamiento del problema, justificación, antecedentes, objetivos generales y específicos. Fue un estudio de tipo cualitativo a través de encuestas basadas en un cuestionario; seguidamente, se dio lugar a las categorías de análisis que se tomaron de los objetivos y de las respuestas de los entrevistados; de esta forma se comparó con la teoría del capítulo dos.

Conclusiones de la Investigación

Se determina que los clústeres son herramientas que promueven el desarrollo, como mecanismo de mejoras permitiendo la competitividad mediante la colaboración de empresas e instituciones que se encuentren involucradas en el mismo sector empresarial.

Se destaca que en los últimos años las empresas han tratado de implementar este modelo de desarrollo, con el objetivo de incrementar la productividad, enfocadas a través de los cambios estratégicos con los que puedan mostrar una oferta más atractiva a nivel nacional e internacional como un sector consolidado y de esta forma se permita el fortalecimiento de los sectores empresariales involucrados.

Se identifica que al igual que otras empresas las casas productoras de cerveza artesanal costarricense y la Asociación de Cerveceros Artesanales de Costa Rica están organizando una iniciativa para formar dentro de sus asociados un modelo de clúster para lograr mejores encadenamientos productivos para este sector.

Se concluye que en los últimos años el consumo de cerveza artesanal ha tenido un incremento considerable, permitiendo la incursión de nuevas microcervecías a nivel nacional que se abren paso, en busca de formar parte de este gremio de productores independientes, y así mismo verificar las oportunidades que tienen para abrirse paso en mercados internacionales.

También se determinó que a pesar del gran esfuerzo que han desarrollado las microcervecías en los últimos años es un sector que aún no se encuentra bien estructurado, ya que no todas disponen de la misma capacidad productiva lo cual le resta competitividad, sin embargo, cabe resaltar que son muy ingeniosos diseñando nuevos sabores y texturas para lograr competir en el mercado.

Asimismo, se determina la preocupación que tienen las microcervecías en buscar capacitaciones que les permitan obtener una estructura de negocio solvente, capacitaciones empresariales a nivel de mercadeo, logística, estructura financiera y en recursos humanos.

Siguiendo lo anterior se determina la gran necesidad que tiene las microcervecías fabricantes de cerveza artesanal independientes de crear un conglomerado o una red de apoyo que les permita obtener las herramientas y materias primas en forma consolidada para aminorar los gastos de producción así mismo como una red de distribución que le permita competir a nivel internacional.

Se concluye también que al no existir una regulación de diferenciación para las microcervecías productoras de cerveza artesanal e industrial, la obtención de los permisos es complicado, así mismo los registros sanitarios del producto, al no haber legislación para la actividad artesanal se debe aplicar la legislación que aplica a cualquier producto, restándole competitividad.

Por otro lado se llega a la conclusión que las microcervecías que deseen tener alguna ventaja a través de la formación de un clúster, deben contar en primera instancia con una capacidad de productividad suficiente tanto para que pueda solventar el mercado nacional e internacional a la misma vez, adicionalmente debe contar con una estructura empresarial consolidada, redes de distribución y una logística empresarial adecuada, lastimosamente a nivel nacional solo dos microcervecías de las entrevistadas cumplen con estos requisitos de las cuales se encuentran en un proceso de internacionalización y eventualmente dos se encuentran en procesos ayudados por

Procomer para alcanzar exportar sus productos.

Para finalizar con las conclusiones según todas las características estudiadas en este trabajo de investigación se determina que la cerveza artesanal costarricense tiene un gran potencial para ser exportada, a través de la formación de un clúster, pero a nivel nacional no existen políticas que desarrollen esta implementación, cuyas acciones concretas incrementen la capacidad de innovación de las empresas, los encadenamientos productivos, favoreciendo así el crecimiento de la productividad y competitividad empresarial. A nivel nacional debe existir por parte de instituciones gubernamentales el apoyo a todas aquellas pymes que están en desarrollo, pero eventualmente no funciona así, ya que le brindan apoyo a aquellas que ya tienen una solvencia económica empresarial y capacidad productiva.

Recomendaciones

A continuación, en este capítulo V se propone una serie de recomendaciones que se consideran adecuadas según los resultados obtenidos de la recolección de datos de los entrevistados de la muestra de la presente investigación a los sujetos de interés que poseen áreas que se pueden mejorar.

Se les recomienda a las casas cerveceras seguir implementado alianzas comerciales entre empresas privadas en conjunto con entidades gubernamentales para fortalecer el sector a través de la promoción en ferias internacionales.

Del mismo modo se les recomienda a las microcervecerías seguir implementando métodos de investigación e innovación en la elaboración y producción de la cerveza artesanal, y de esta manera lograr ajustarse a las necesidades que solicitan los consumidores finales en una cerveza artesanal.

También se les recomienda a las microcervecerías, nanocerveceras y *brewpubs*, seguir realizando compras en conjunto con otras casas cerveceras, con el objetivo de conseguir más variedad y disminuir los costos de producción, con la finalidad de producir un producto de calidad y presentarse como un conjunto de empresas que trabajaban en cooperación para el bienestar

económico del sector cervecero.

Además se le sugiere a la Asociación de Cerveceros Artesanales de Costa Rica, seguir incentivando el crecimiento de las empresas a través de diferentes estrategias de exportación en conglomerado y manteniendo al tanto a los futuros exportadores de cerveza con el objetivo principal de establecer socios internacionales, para que capaciten con este tipo de información a las diferentes casas cerveceras, de esta manera todos manejarán la misma información y utilizarán técnicas de negociación logrando establecer relaciones comerciales de manera eficaz.

Asimismo, se le recomienda a la Promotora de Comercio Exterior seguir realizando estudios de mercado, con la finalidad que puedan descubrir socios comerciales potenciales que estén dispuestos a adquirir productos costarricenses en este caso cerveza artesanal.

Se les recomienda a las microcervecerías capacitarse correctamente en estrategias de mercadeo, en redes de distribución, en logística, en recursos humanos y en estrategias empresariales financieras con el objetivo de tener una estructura empresarial competente que le permita eventualmente lograr la búsqueda de una internacionalización de sus productos a futuro.

En cuanto al Gobierno, se le recomienda a un mediano plazo establecer mecanismos que permitan la implementación y la creación de un clúster para las casas cerveceras en la cual puedan contribuir al desarrollo de las microcervecerías, nanocerveceras y *brewpubs*, en los cuales se permita rebajas en impuestos municipales, adquisición de insumos y equipos tecnológicos, entre otros. Este proyecto impulsaría la atracción de inversionistas y el surgimiento de nuevos proveedores, fortalecería los encadenamientos productivos y reduciría los costos logísticos de los productores de cerveza artesanal.

Al mismo tiempo se recomienda al Gobierno realizar una regulación correcta para la fabricación y comercialización de la cerveza artesanal, ya que actualmente no existe ninguna, lo que imposibilita que a nivel de trámites exista alguna diferenciación entre la cerveza artesanal y la industrial, lo que conlleva a que tengan que pagar la misma cantidad de impuestos restando competitividad a los pequeños productores.

Referencias

- A., M. A. (2 de enero de 2018). Cerveceros artesanales de Costa Rica trabajan en un clúster para exportar a Estados Unidos. *La Nación*.
- ACACR. (Enero de 2014). (A. d. Rica, Productor) Obtenido de Asociación de Cerveceros Artesanales de Costa Rica: <http://www.acacr.net/acacr-anuncia-curso-de-maestro-cerveceros-costa-rica/>
- Apuy, E. (2016). *EL MERCADO DE LA cerveza artesanal EN ESTADOS UNIDOS* . Procomer, Dirección de Inteligencia Comercial .
- Arias , J. P. (20 de julio de 2018). *Cerveceros artesanales se unen y crean sello de calidad*, pág. 1.
- Avendaño, M. (2 de 2 de 2018). Cerveceros artesanales de Costa Rica trabajan en un clúster para exportar a Estados Unidos. *La Nación* , pág. 5.
- Avendaño, M. (2 de Enero de 2018). *Cerveceros artesanales de Costa Rica trabajan en un clúster para exportar a Estados Unidos*. Obtenido de La Nación: <https://www.nacion.com/economia/negocios/cerveceros-artesanales-de-costa-rica-trabajan-en/OGS6NU4UHFCEFFCTYRZD54LP5HY/story/>
- Aventaño, M. (2 de Enero de 2018). Cerveceros artesanales de Costa Rica trabajan en un clúster para exportar a Estados Unidos. *Cerveceros artesanales de Costa Rica trabajan en un clúster para exportar a Estados Unidos*, pág. 2.
- Barquero, M. (7 de abril de 2016). *Costa Rica apuesta a 15 'clusters' para hacer negocios en el exterior*, La Nación, pág. 2.
- Cámara de Comercio de Medellín. (2006). *Institucionalización y dinamización de Iniciativas Cluster* . Cámara de Comercio de Medellín;, Medellín.
- Calvillo, E. (2017). *La Cerveza Artesanal Una experiencia multisensoria*. Deloitte, Industria de Consumo, Mexico.
- Chaves Gómez, Á. (setiembre de 2013). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/clusters-para-la-atraccion-de-inversion-extranjera-en-costa-rica/>
- Chaves Gómez, A. (setiembre de 2013). Clusters para la atracción de inversión extranjera en Costa Rica.
- Condo , A., & Monge , G. (2002). *Promoción de clusters en América Latina*. ICAE , Investigación.

- Cubero, A. (25 de Octubre de 2017). Cervezas artesanales ticas destacaron en concurso internacional. *Cervezas artesanales ticas destacaron en concurso internacional*, pág. 1.
- Douglas, L. S. (2004). “*Cluster como Estrategia de Desarrollo y Mecanismo de Apoyo a las PyME: Evidencia en el Mundo*”. Universidad de Chile , Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas .
- Drucaroff , S., & Martínez , A. C. (2005). *Clusters y nuevos polos emprendedores intensivos en conocimiento en Argentina* . Argentina.
- Economista, E. (4 de Agosto de 2017). Mercado cervecero en México se potencia con irrupción de cervezas artesanales. pág. 3.
- Fernández Mora, E. (2 de Abril de 2017). (E. Financiero, Ed.) *Cerveceros artesanales de Costa Rica despliegan su cadena de apoyo*, pág. 2.
- Fernández Mora, E. (9 de Setiembre de 2017). Más consumo impulsa la industria de cerveza en Costa Rica . *El Financiero* .
- Fernández, A. (21 de Agosto de 2016). Así surgieron las primeras cervecerías en Costa Rica. *La Nacion*.
- Flores, B. (20 de Octubre de 2017). *Industria aeroespacial tica despega con fuerza*, pág. 1.
- Garavito E, J. C., Pérez Peña, N. L., & Munive Herrera, B. M. (2018). *Las iniciativas clúster: una apuesta por el desarrollo regional en Colombia*. INNPULSA COLOMBIA, Colombia.
- GOBIERNO CR. (8 de Marzo de 2016). Clúster aeroespacial de Costa Rica despega con destino a los mercados internacionales. *EnGOB-INFORMA*.
- Historia de la cerveza II: la cerveza en Europa y en Estados Unidos. (4 de Noviembre de 2017). *Beer Experiences*, 1.
- LLorens, G. (07 de Enero de 2011). Los Clusters y la Estrategia . (T. Management, Ed.) *Estrategias para un Mundo Mejor* , 1(1), 9.
- Martí Estévez, J. (2013). *Clústers* (Vol. 1º edición). Barcelona, España: Ediciones Urano, S.A.
- Monge González , R., & Salazar Xirinachs , J. M. (2016). *Políticas de clústeres y de desarrollo productivo en la Comunidad Autónoma del País Vasco*. Oficina Regional para América Latina y el Caribe. Lima, Peru: Organización Internacional del Trabajo 2016.
- Monge, R., & Salazar, J. M. (2016). *Políticas de clústeres y de desarrollo productivo en la Comunidad Autónoma del País Vasco*. Organización Internacional del trabajo, Oficina Regional para América Latina y el Caribe.

- Mora., E. F. (19 de agosto de 2017). *Modelo de 'clusters' promueve la expansión internacional de 12 sectores en Costa Rica*. Obtenido de Modelo de 'clusters' promueve la expansión internacional de 12 sectores en Costa Rica:
<https://www.elfinancierocr.com/negocios/modelo-de-clusters-promueve-la-expansion-internacional-de-12-sectores-en-costa-rica/WW5TGBJC7NF7HAE5CYBN4HJDBE/story/>
- Pineda Hoyos, S., & García, J. P. (2018). *Las iniciativas clúster una apuesta por el desarrollo regional en Colombia*. INNPULSA COLOMBIA , Desarrollo de Cluster, Colombia.
- Porter, M. (enero-febrero de 1999). Los clusters y la competencia. *Estrategia*, 1(Nº2), 32.
- Porter, M. (enero de 1999). Los clusters y la competencia . *Trend Management*(Nº2), 32.
- Roldán Barraza, N. (2013). PARA QUÉ QUEREMOS CLÚSTERS . *THĒMIS-Revista de Derecho* , 63, 318.
- Sánchez Castañeda, A., & Monserrat Huerta, H. (2003). *Análisis de un cluster cervecero en México* (Vol. 19). (E. cotidiano, Ed.) DF, Mexico: Red AL y C.
- Sampieri, R. H. (2014). *Metodología de la Investigacion* (VI ed., Vol. sexta). (S. D. INTERAMERICANA EDITORES, Ed.) Mexico: McGRAW-HILL.
- Sanchez Castañeda, A., & Monserrat Huerta , H. (2003). *Analisis de un Cluster Cervecerero en Mexico* (Vol. 19). Mexico , Distrito Fedral: El Cotidiano.
- Verde Flota, L., & López Lira, L. (2013). *EL CICLO DE DESARROLLO DE LOS CLUSTERS: EL CASO DE TURISMO MÉDICO EN JALISCO*. Área de investigación: Entorno de las Organizaciones , Instituto para el Desarrollo de la Innovación y la Tecnología en la Pequeña y Mediana Empresa , D.F.

Apéndice

CUESTIONARIO APLICADO EN LA INVESTIGACIÓN

Estimado entrevistado, mi nombre es Rocío Villegas Villegas, y actualmente me encuentro realizando mi trabajo final de graduación, para optar por el grado académico de Bachillerato en Comercio Internacional, en la Universidad Internacional de las Américas, bajo el título El clúster como herramienta de desarrollo para las empresas productoras de cerveza artesanal, con miras a la exportación, por tal motivo se le agradecerá el brindar información de forma clara y concisa lo que se le solicita en el cuestionario, teniendo en cuenta que la información brindada será confidencial y los datos serán usados exclusivamente para el análisis de la presente investigación.

Entrevista.

1. ¿Cree usted que un clúster para la cerveza artesanal puede ayudar a la productividad económica de este sector?
2. Considera que el gobierno otorga el suficiente apoyo para la formación de clústeres para las empresas que se encuentran en desarrollo.
3. ¿Qué puntos cree usted que pueden ser mejorados con la formación de un clúster para la cerveza artesanal costarricense??
4. Comente: ¿Por qué estarían dispuestos a formar parte de este modelo de desarrollo para este sector?
5. ¿Cuáles son las barreras comerciales a las que deben enfrentarse los productores de cerveza artesanal?
6. ¿Qué puntos cree usted que pueden ser mejorados para que la cerveza artesanal costarricense a través de un clúster pueda competir en un mercado internacional?
7. ¿Qué beneficios y desventajas obtienen las casas cerveceras en formar parte de un clúster?
8. ¿Qué recomendaciones se pueden sugerir para que las casas cerveceras dedicadas la producción de cerveza artesanal sigan desarrollándose competitivamente?
9. ¿Cuáles aspectos tomaría en cuenta para alcanzar una cadena logística para exportar a través de este modelo?
10. Considera que el mercado de la cerveza artesanal cuenta con la formación suficiente para

exportar.

11. ¿Qué acciones de mejora pueden alcanzar las casas cerveceras para exportar sus productos a través de un clúster?