

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y  
FINANCIERAS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



---

**ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE  
LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN  
LA CIUDAD DE LA PAZ**

---

**PARA OPTAR EL GRADO DE LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS**

**Postulante: Silvia Morales Flores**

**Modalidad: Tesis Libre**

**La Paz – Bolivia**

**2023**



ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE  
LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA  
CIUDAD DE LA PAZ



**DEDICATORIA**

*Este trabajo, con todo mi amor y gratitud, está dedicado a las personas más especiales en mi vida: mis padres, Olga Flores Apaza (†) y Diego Morales Escobar (†). Ellos fueron mis pilares, mis guías y mis inspiraciones. Con amor incondicional, me criaron, inculcándome valores fundamentales y el respeto por los demás. Su apoyo inquebrantable me alentó a seguir estudiando, y aunque ya no están físicamente a mi lado, siento su presencia y cuidado desde el cielo.*

*También quiero dedicar este trabajo a mi querida abuelita, Gerarda Flores Aruni (†), quien desempeñó el papel de madre y padre durante los últimos años. Su amor y sacrificio fueron muy importantes en mi vida.*

*A pesar de la distancia física, sé que estas almas maravillosas siguen velando por mí desde el cielo. Este logro es un tributo a su amor y dedicación, y espero que estén orgullosos de lo que he logrado en su honor. ¡Siempre en mi corazón!*



ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE  
LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA  
CIUDAD DE LA PAZ



## **AGRADECIMIENTOS**

*Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a personas especiales que han sido fundamentales en mi trayecto académico y personal.*

*En primer lugar, quiero rendir homenaje a la Licenciada Mónica Soriano. Su constante apoyo y orientación desde los primeros pasos de mi tesis, que comenzaron en el taller de grado, han sido invaluableles. Sin su guía y sabiduría, no habría llegado hasta aquí.*

*Aunque ya no están físicamente conmigo, quiero agradecer a mis queridos padres (†). Siempre han sido una fuente inagotable de amor y apoyo en mi vida, y sé que están observando orgullosos mis logros desde donde quiera que estén.*

*A mi familia Morales y familia Flores, les agradezco por su amor incondicional y su constante ánimo. Son el pilar de mi fortaleza.*

*A mi tía Rayza, que siempre ha estado presente en mi vida, gracias por tu apoyo constante y tus consejos sabios.*

*A mi prima Norka Beltran, a quien considero un gran impulso en mi vida, te agradezco por tu inspiración y aliento.*

*A la familia Mallea Morales, quienes cuidaron de mí en mi adolescencia, les estoy eternamente agradecido. Su amor y apoyo han sido fundamentales en mi crecimiento.*

*A mis amigos y amigas, que han estado a mi lado en los momentos más tristes de mi vida, les agradezco de todo corazón. Su amistad es un tesoro invaluable.*

*Y finalmente, al Ing. Boris Patzi Buezo, quien me brindó toda la información y llenó mi mente de nuevos conocimientos, mi sincero agradecimiento. Tu contribución ha sido esencial en mi camino hacia el conocimiento.*

*A todos ustedes, mi gratitud y cariño son infinitos. Sus palabras de aliento y su apoyo han sido mi motor en este viaje. ¡Gracias por ser parte de mi historia!*



**ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE  
LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA  
CIUDAD DE LA PAZ**



**INDICE**

INTRODUCCION .....	1
I. Justificación.....	2
II. Formulación del problema .....	3
III. Causas que ocasionaron el problema.....	3
IV. Formulación de la hipótesis.....	3
V. Objetivo de la investigación .....	4
CAPITULO I.....	5
1.1 Hábitos de consumo .....	5
1.2 Comportamiento del consumidor .....	5
1.3 Tipos de consumidores .....	5
1.3.1 Consumidor tradicional o conservador .....	6
1.3.2 Consumidor impulsivo .....	7
1.3.3. Consumidor escéptico .....	8
1.3.4 Consumidor emocional.....	9
1.3.5 Consumidor indeciso .....	10
1.3.6 Consumidor que busca ofertas .....	10
1.3.7 Prosumidor .....	11
1.4 Factores que afectan el comportamiento del consumidor.....	12
1.4.1 Factores Culturales .....	12
1.4.2 Factores sociales .....	12
1.4.3 Factores personales .....	12
1.4.4 Factores psicológicos .....	12
1.5 Otros Factores actuales que influyen en las decisiones de compra .....	13
1.5.1 Edad .....	13
1.5.2 Comunidad .....	13
1.5.3 Una nueva tendencia.....	13
1.5.4 Influenciadores .....	13
CAPITULO II.....	14



# ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ



2.1 La cerveza artesanal .....	14
2.2 Historia sobre la cerveza .....	14
2.3 Historia de la cerveza artesanal .....	15
2.4 Tipos de cerveza artesanal .....	16
2.4.1 Cerveza artesanal lager .....	16
2.4.2. Cervezas artesanal Ale .....	17
2.5 Tipos de bebedores de cerveza artesanal .....	18
2.5.1 El Bebedor Crítico .....	18
2.5.2 El Bebedor Apreciador .....	18
2.5.3 El Bebedor Desorientado .....	19
2.5.4 El Bebedor Descubridor .....	19
2.5.5 El Bebedor Comparador .....	19
2.5.6 El Bebedor Novato .....	20
2.6 Atributos de importancia en la compra de la cerveza artesanal .....	20
2.7 Cervezas artesanales en Bolivia .....	21
2.8 Cervezas artesanales en La Paz .....	39
2.9 Diferencia hay entre cerveza artesanal y cerveza industrial .....	45
2.9.1 Ingredientes naturales .....	45
2.9.2 La receta del maestro cervecero .....	46
2.9.3 El proceso de elaboración .....	46
2.9.4 El filtrado .....	46
2.9.5 Más sabor, más aroma, más variedades .....	47
2.9.6 Producto local y de proximidad .....	47
2.9.7 Los objetivos .....	47
2.10 Proceso de elaboración de la cerveza artesanal .....	48
2.10.1 Selección de las maltas .....	48
2.10.2 El Molturado .....	49
2.10.3 El Macerado .....	49
2.10.4 El Hervido O Ebullición .....	50
2.10.5 El Enfriado .....	51



**ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE  
LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA  
CIUDAD DE LA PAZ**



2.10.6 La Fermentación y el embotellado .....	52
2.10.7 La Estabilización De Los Sabores.....	53
2.10.8 Degustación de cerveza artesanal.....	53
CAPITULO III .....	55
3.1 Niebla Boliviana Cerveza Artesanal.....	55
3.2 Proceso de elaboración de la cerveza .....	57
3.3 Estilos de cerveza artesanal que producen.....	58
CAPITULO IV .....	59
4.1 Objetivo de ventas .....	59
4.2 Objetivo de ventas de la Empresa Niebla Boliviana .....	61
CAPITULO V .....	67
5.1 Diseño metodológico de la investigación.....	67
5.1.1 Definición del nivel de investigación .....	67
5.1.2 Definición del método (s) de investigación a adoptar .....	67
5.1.3 Población y sujetos de investigación .....	67
5.2 Elaboración del proceso de recopilación de información .....	68
CAPITULO VI.....	70
6.1 Interpretación de la información y Conclusiones del Marco práctico. ...	70
6.2 Conclusiones del Marco Práctico .....	86
CAPITULO VII.....	86
7.1 Propuesta a la empresa Niebla Boliviana Cerveza .....	86
7.2 Conclusiones .....	88
BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS.....	91



## INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: Pregunta N° 1 - Género .....	70
FIGURA 2: Pregunta N° 2 - Edad .....	71
FIGURA 3: Pregunta N° 3 - Conocimiento de marcas de cerveza artesanal .....	72
FIGURA 4: Pregunta N° 4 – Preferencia de cerveza artesanal .....	73
FIGURA 5: Pregunta N° 5 – Atributos de calidad de cerveza artesanal .....	74
FIGURA 6: Pregunta N° 6 – Frecuencia de Consumo .....	75
FIGURA 7 : Pregunta N° 7 – Factor de Elección .....	76
FIGURA 8 : Pregunta N° 8 – Preferencia de envase para consumo .....	77
FIGURA 9: Pregunta N° 9 – Situación en la que se consume cerveza artesanal .....	78
FIGURA 10: Pregunta N° 10 – Elección de cerveza artesanal frente a otras bebidas.....	79
FIGURA 11: Pregunta N° 11 – Como se describe el consumidor.....	80
FIGURA 12: Pregunta N° 12 – Preferencias en la compañía para consumir cerveza artesanal .....	81
FIGURA 13: Pregunta N° 13 – Acompañamiento al consumir cerveza artesanal .....	82
FIGURA 14: Pregunta N° 14 – Preferencia por estilo de cerveza artesanal .....	83
FIGURA 15: Pregunta N° 15 – Incentivos para la compra de cerveza artesanal .....	84
FIGURA 16: Pregunta N° 16 – Influencia de la publicidad .....	85



**ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE  
LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA  
CIUDAD DE LA PAZ**



**INDICE DE TABLAS**

TABLA N° 1: Datos de ventas del año 2019 de la empresa NIEBLA .....	61
TABLA N° 2: Datos de ventas del año 2020 de la empresa NIEBLA .....	62
TABLA N° 3: Datos de ventas del año 2021 de la empresa NIEBLA .....	63
TABLA N° 4: Datos de ventas del año 2022 de la empresa NIEBLA .....	64



## ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ



### RESUMEN

La empresa "Niebla Boliviana" se destacó en la elaboración de cerveza artesanal de alta calidad en Bolivia, pero enfrentó dificultades para alcanzar sus objetivos de ventas en la ciudad de La Paz entre 2019 y 2022 debido a la falta de comprensión de los hábitos de consumo de los bebedores de cerveza artesanal en la ciudad. Esta investigación buscó entender el perfil de los consumidores, identificar factores que influyen en sus decisiones de compra y determinar los atributos clave en su elección de cerveza. Además de beneficiar a "Niebla Boliviana", el estudio enriquece la comprensión de los hábitos de consumo de la cerveza artesanal en la ciudad La Paz, beneficiando a toda la industria cervecera artesanal. El objetivo fue contribuir al crecimiento del mercado de "Niebla Boliviana" mediante un estudio exhaustivo de los hábitos de consumo de cerveza artesanal en La Paz. Se utilizó un enfoque explicativo, con métodos inductivos, de análisis y de síntesis.

El estudio concluyó que la decisión de consumo de cerveza artesanal estuvo influenciada por factores sociales y culturales, y que la calidad y el sabor fueron atributos fundamentales en el proceso de compra. Los consumidores tuvieron un perfil sociable, tranquilo e intelectual, con preferencia por la variedad y la exploración de sabores. Estos hallazgos proponen una base estratégica sólida para que "Niebla Boliviana" adaptara sus productos y estrategias de marketing, contribuyendo al crecimiento sostenido del mercado de cerveza artesanal en La Paz.



**ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE  
LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA  
CIUDAD DE LA PAZ**



**ABSTRACT**

The company "Niebla Boliviana" stood out in the production of high-quality craft beer in Bolivia, but faced difficulties in achieving its sales goals in the city of La Paz between 2019 and 2022 due to a lack of understanding of consumption habits of craft beer drinkers in the city. This research sought to understand the profile of consumers, identify factors that influence their purchasing decisions and determine the key attributes in their choice of beer. In addition to benefiting "Niebla Boliviana", the study enriches the understanding of the consumption habits of craft beer in the city of La Paz, benefiting the entire craft beer industry. The objective was to contribute to the growth of the "Niebla Boliviana" market through an exhaustive study of craft beer consumption habits in La Paz. An explanatory approach was used, with inductive, analysis and synthesis methods.

The study concluded that the decision to consume craft beer was influenced by social and cultural factors, and that quality and flavor were fundamental attributes in the purchasing process. Consumers had a sociable, calm and intellectual profile, with a preference for variety and exploration of flavors. These findings propose a solid strategic basis for "Niebla Boliviana" to adapt its products and marketing strategies, contributing to the sustained growth of the craft beer market in La Paz.



## ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ



### Palabras Clave:

- **Hábitos de consumo:** Patrones recurrentes de comportamiento que los consumidores exhiben al adquirir productos o servicios.
- **Comportamiento del consumidor:** Estudio de los procesos mentales y acciones que los individuos llevan a cabo al seleccionar, comprar, usar y desechar productos o servicios.
- **Cerveza artesanal:** Bebida alcohólica elaborada tradicionalmente en pequeñas cantidades, sin aditivos ni conservantes, que permite una mayor variedad de sabores y estilos.
- **Perfil del consumidor:** El perfil del consumidor es una estrategia de marketing que consiste en recopilar y analizar datos de los clientes para crear un retrato detallado del cliente promedio. Esto abarca información como edad, género, ingresos y patrones de compra, entre otros.
- **Factores de influencia:** Elementos externos o internos que afectan las decisiones de compra de los consumidores, como factores culturales, sociales, económicos y personales.
- **Ventas:** Proceso de intercambio de bienes o servicios por dinero entre un vendedor y un comprador, que representa los ingresos generados por la venta de productos o servicios.
- **Atributos de la cerveza artesanal:** Características distintivas que definen la calidad, sabor, aroma, textura y otros aspectos relacionados con la experiencia de consumo de la cerveza artesanal.



## ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ



### INTRODUCCION

En el marco del creciente auge de la industria de la cerveza artesanal en Bolivia, la empresa "Niebla Boliviana" se ha destacado por su compromiso en la elaboración de cerveza artesanal de alta calidad. Sin embargo, a pesar de sus esfuerzos, la empresa no ha logrado alcanzar sus objetivos de ventas en la ciudad de La Paz durante los años 2019, 2020, 2021 y 2022. Este desafío se fundamenta en la carencia de un estudio que arroje luz sobre los hábitos de consumo de los bebedores de cerveza artesanal en La Paz, lo que ha obstaculizado el éxito comercial de "Niebla Boliviana". En este contexto, el propósito de esta investigación es contribuir a que la empresa alcance sus metas de ventas, a través de la comprensión del perfil de los consumidores de cerveza artesanal, la identificación de los factores que influyen en sus decisiones de compra y los atributos de fundamentales en el proceso de toma de decisiones al momento de seleccionar un tipo específico de cerveza artesanal. Este estudio no solo beneficiará a "Niebla Boliviana" en su búsqueda de un mayor éxito comercial, sino que también enriquecerá la comprensión de los hábitos de consumo de los amantes de la cerveza artesanal en La Paz, proporcionando información valiosa para toda la industria de la cerveza artesanal en Bolivia.



## **I. Justificación.**

### **Justificación teórica**

La investigación sobre los hábitos de consumo de cerveza artesanal en La Paz, Bolivia, se enmarca en la necesidad de comprender y analizar un fenómeno emergente en la cultura cervecera artesanal de la región. La justificación teórica de este estudio se sustenta en varios aspectos.

A pesar del crecimiento evidente en la popularidad de la cerveza artesanal en La Paz, existe una carencia notable de estudios específicos que exploren en detalle los hábitos de consumo de este producto en la población local. La literatura existente proporciona una visión limitada, y esta investigación busca llenar este vacío al proporcionar una comprensión más detallada.

La elección de consumir cerveza artesanal a menudo está vinculada a dinámicas sociales y comunitarias. La investigación teórica se centrará en entender cómo la participación en eventos cerveceros, clubes de degustación y comunidades dedicadas afecta los hábitos de consumo y contribuye al sentido de pertenencia.

### **Justificación práctica**

El motivo detrás de la realización de esta investigación reside en la necesidad de prevenir el abandono de accionistas, la reducción de salarios, la obtención de préstamos bancarios con tasas de interés relativamente altas, los despidos de trabajadores, el cierre de la empresa y la consiguiente frustración tanto del propietario de la empresa como de sus empleados debido a los despidos, así como la pérdida de nichos de mercado.

El objetivo principal de esta investigación es respaldar a la empresa en su esfuerzo por mejorar sus ventas. Mediante un estudio exhaustivo de los hábitos de consumo de sus principales clientes, se busca la posibilidad de



identificar nuevas oportunidades en forma de nichos de mercado previamente no explorados, lo que, a su vez, permitiría atraer a nuevos clientes y así, contribuir al crecimiento y la estabilidad de la empresa.

## **II. Formulación del problema**

La empresa “Niebla Boliviana” cerveza artesanal no logro su objetivo de ventas en la ciudad de La Paz durante las gestiones 2019,2020,2021 y 2022

## **III. Causas que ocasionaron el problema**

Entre las causas que han contribuido a la disminución de las ventas en los años 2019, 2020, 2021 y 2022, se pueden identificar.

Falta de un Estudio de Hábitos de Consumo: La ausencia de un estudio que analizara en profundidad los hábitos de consumo de los bebedores de cerveza artesanal en la ciudad de La Paz dejó a la empresa sin una guía clara sobre cómo abordar las preferencias de su mercado objetivo.

La falta de comprensión detallada de los clientes de Niebla ha sido un factor limitante, ya que las proyecciones basadas en años anteriores no cumplieron las expectativas. Esta discrepancia entre la planificación y los resultados reales es evidente hasta el 2022, subrayando la necesidad de abordar esta cuestión de manera prioritaria. Por ende, se torna esencial realizar un estudio exhaustivo sobre los hábitos de consumo de los bebedores de cerveza artesanal, un aspecto faltante para cumplir con éxito las metas de la empresa.

## **IV. Formulación de la hipótesis**

La falta de un estudio sobre los hábitos de consumo de los bebedores de cerveza artesanal en la ciudad de La Paz es una de las causas por las que la empresa. “Niebla Boliviana” cerveza artesanal no logro su objetivo de ventas en la ciudad de La Paz durante las gestiones 2019,2020,2021 y 2022.



### Identificación de variables

<b>Variable independiente:</b>	La falta de un estudio sobre los hábitos de consumo de los bebedores de cerveza artesanal
<b>Variable dependiente:</b>	No logro su objetivo de ventas durante las gestiones 2019,2020,2021,2022.
<b>Variable moderante:</b>	“Niebla Boliviana” Cerveza Artesanal

### V. Objetivo de la investigación

Realizar un estudio sobre los hábitos de consumo de cerveza artesanal en la ciudad de La Paz, con el fin de contribuir al crecimiento continuo del mercado de la empresa Niebla Boliviana cerveza artesanal.

### Objetivos específicos

- Identificar factores que influyen en la decisión de consumo de cerveza artesanal en la ciudad de La Paz, con un enfoque en los factores culturales, sociales, personales, psicológicos.
- Determinar los atributos de la cerveza artesanal que tienen dominio en el proceso de toma de decisiones de compra, con el fin de entender cómo estos atributos impactan en las preferencias de los consumidores.
- Caracterizar el perfil del consumidor de cervezas artesanal en la ciudad de La Paz.
- Aportar al incremento de ventas de la empresa Niebla Boliviana mediante el estudio sobre los hábitos de consumo de cerveza artesanal.



## **CAPITULO I**

### **1.1 Hábitos de consumo**

Se entiende por hábitos de consumo a los comportamientos del comprador dependiendo los lugares donde va a realizar la compra, la frecuencia de la compra, las clases de producto que adquiere, los momentos de la compra entre muchos otros factores que influyen en la compra.

Los hábitos de consumo se centran en el estudio del comportamiento de los consumidores y de los procesos que utilizan para elegir y desechar productos y servicios.

### **1.2 Comportamiento del consumidor**

El comportamiento del consumidor es el análisis de varios factores que influyen en el comportamiento de los individuos o grupos al comprar productos y servicios. En términos más generales, es comprender cómo las personas utilizan los recursos disponibles (tiempo, dinero, esfuerzo) para satisfacer sus necesidades.

Es importante conocer cómo se comportan los consumidores en relación con sus decisiones de compra. Según (Molla, Berenguer, Gomez, & Quintanilla, 2006) “El comportamiento del consumidor son un conjunto de actividades que las personas realizan cuando evalúan y compran un producto o servicio, con el objetivo de satisfacer necesidades y deseos, donde están implicados procesos mentales, emocionales y acciones físicas”

### **1.3 Tipos de consumidores**

Actualmente las tendencias de compra van cambiando, así como las características y comportamiento de los consumidores y esto genera que las empresas no logren mantener sus estrategias de ventas por periodos largos.

Como insinúa Douglas Da Silva. (2021). Aunque no existe una clasificación global de consumidores, es posible agruparlos de acuerdo a sus



características y comportamientos dentro del mercado para que las empresas puedan reconocerlos y atraerlos.

1. Consumidor tradicional o conservador.
2. Consumidor impulsivo.
3. Consumidor escéptico.
4. Consumidor emocional.
5. Consumidor indeciso.
6. Consumidor que busca ofertas.
7. Prosumidor

### **1.3.1 Consumidor tradicional o conservador**

Dentro de los tipos de consumidores, el tradicional es el más conservador de todos y no se preocupa mucho por hacer compras a menos que sienta que es realmente necesario para su vida.

El consumidor tradicional se caracteriza por ser difícil de influenciar, pues solamente apuesta por hacer compras que considera esenciales y a un precio que se acomode a su presupuesto. La mayoría de las veces optan por las marcas conocidas, o de mejor reputación, debido a que no quieren tener problemas con la calidad de los productos y servicios que adquieren.

El consumidor tradicional es bastante seguro de sí mismo y sabe muy bien lo que quiere cuando sale al mercado. De hecho, un estudio reveló que casi el 80% de los compradores tradicionales van a la tienda cuando hay un artículo que necesitan o quieren inmediatamente.



Esto quiere decir que realizan sus compras de manera decisiva y rápida una vez que encuentra lo que está buscando y por este motivo quiere ser atendido lo más pronto posible por un vendedor que no le de muchas vueltas al asunto.

En consecuencia, los vendedores que quieran tener éxito con este tipo de consumidores deberán ser directos para dirigirse a ellos y entender que no vale la pena insistir para intentar que adquieran un producto o servicios que saben que no necesitan.

### **1.3.2 Consumidor impulsivo**

El consumidor impulsivo es uno de los más comunes dentro del mercado y, seguramente, es el que todos los negocios quieren tener como su cliente frecuente.

Cuando pienses en este tipo de consumidor imagínate un cliente que siempre está con la tarjeta de crédito o el efectivo disponible para realizar una compra solamente para seguir una tendencia del mercado.

El consumidor impulsivo es fácilmente influenciado y necesita pequeños estímulos externos para animarse a realizar una compra. Las empresas que quieran atraerlos deberán diseñar sus campañas y estrategias para promocionar productos o servicios exclusivos, beneficios mostrados en banners de gran tamaño.

Otra buena forma de atraerlos hacia tu negocio es realizar promociones “imperdibles” y crear campañas de marketing atractivas para los días de descuentos especiales, cómo lo son el Cyber Monday y el Black Friday.

Según un estudio realizado por investcro, el 84% de los consumidores han realizado alguna compra por impulso, así como las compras impulsivas representan casi el 40% de todo el dinero gastado en comercio electrónico.



### 1.3.3. Consumidor escéptico

Este tipo de consumidores no demuestran interés por realizar compras y en algunas ocasiones tienen indiferencia por adquirir algún tipo de producto o servicio.

El consumidor escéptico piensa y analiza cada detalle antes de hacer una compra y se caracteriza por ser un poco desconfiado. Siempre quiere tener la mayor información posible sobre los productos o servicios que va a adquirir y se preocupa por conocer profundamente sobre la reputación de la marca.

Este tipo de consumidores realizan compras ocasionalmente y son muy difíciles de atraer hacia los negocios, pues solamente salen al mercado cuando en verdad lo necesitan. Los vendedores que quieran tener éxito con los consumidores escépticos deberán conocer perfectamente los productos o servicios que comercializan, porque se encontrarán con varios cuestionamientos ante cada argumento que sea expuesto.

Una forma en la cual se puede llegar a estos consumidores son:

Brindar atención personalizada: los consumidores escépticos quieren que las empresas se preocupen con ellos y entiendan sus necesidades específicas. Ten en cuenta que son clientes ocasionales y por eso esperan experiencias personalizadas que les permitan crear algún tipo de conexión con una marca.

Manejar un lenguaje claro y comprensible: demostrar conocimiento técnico sobre los productos o servicios que comercializa tu empresa siempre es importante, pero abusar de este tipo de lenguaje puede ser perjudicial para las ventas. Intentar sonar demasiado intelectual te hará parecer falso.

La solución para hablar con los consumidores escépticos es expresarte de manera clara y comprensible, demostrando que conoces los productos o servicios, pero sin abusar de los tecnicismos.



Evitar infundirles miedo: algunos vendedores tienen como característica trazar panoramas caóticos para que sus clientes adquieran sus productos o servicios.

Con los consumidores escépticos hay que tener mucho cuidado, pues son desconfiados y lo último que quieren es pensar que tienen más problemas de los que desearían. El miedo, en este caso, no hará que busquen las soluciones que les propones, sino que causará el efecto contrario y terminarán alejándolos de tu negocio.

Ser sincero, ante todo: los consumidores escépticos están bastante informados y saben muy bien lo que quieren a la hora de comprar.

#### **1.3.4 Consumidor emocional**

Detrás de cada cliente hay un sinfín de motivos que lo estimulan para comprar en determinados momentos. Un estudio reveló que el 50% de las mujeres y el 47% de los hombres realizan compras cuando están felices, mientras que cuando se sienten aburridos, el 28% de las mujeres y el 14% de los hombres salen a comprar para mejorar su humor.

Pero existen muchas otras emociones que pueden influir para realizar una compra, cómo la tristeza, la rabia, la excitación, entre otras.

Este tipo de consumidores se dejan llevar por sus emociones a la hora de salir al mercado para adquirir un producto o servicio que satisfaga sus necesidades. Su estado de ánimo influye directamente en su decisión de compra y generalmente buscan una marca con la que se puedan identificar emocionalmente al momento de realizar la compra.

La dinámica detrás de la emoción del cliente es sorprendentemente compleja, pero no es algo fuera de lo común. Las neuroventas son un método efectivo



para conocer un poco más a los consumidores emocionales y realizar campañas que los estimulen a comprar, se debe crear una conexión emocional

### **1.3.5 Consumidor indeciso**

Este tipo de consumidores son aquellos que quieren adquirir algún producto o servicio, pero debido a distintos factores pueden terminar encontrando argumentos para impedir que se concluya el proceso de compra.

Cuando van a las tiendas físicas quieren comparar la calidad de los productos o servicios, los precios o simplemente se escudan bajo varias objeciones de ventas para no realizar la compra.

Por su parte, cuando están dispuestos a realizar compras por internet navegan por varias páginas, buscan beneficios o promociones, leen reseñas, además de preocuparse por las formas de pago y los tipos de envío.

Para atraer a los consumidores indecisos se debe tener una página web atractiva, que contenga recursos como chatbots o autoservicio, y que brinde una buena experiencia de compra.

Así mismo, en caso de que sea una tienda física, puedes ofrecer diferentes formas de pago, promociones exclusivas, además de vendedores especialistas en el manejo de objeciones y técnicas avanzadas de cierre de ventas.

### **1.3.6 Consumidor que busca ofertas**

Este tipo de consumidores siempre están a la espera de promociones que los motiven a adquirir un producto o servicio. A diferencia de los consumidores tradicionales, que están dispuestos a pagar más en una marca de mejor reputación y calidad, el consumidor que busca ofertas solo quiere pagar menos.



## ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ



El consumidor que busca ofertas se caracteriza por ser ahorrativo y paciente para salir al mercado, pues no tendrá problema de esperar el tiempo que sea necesario para realizar sus compras a un precio que considere ideal.

Las empresas que quieran atraerlos deberán realizar promociones exclusivas que los motiven a realizar compras y seguir por el proceso de fidelización. Sin embargo, deberás ser consciente que este tipo de consumidores se irán a la competencia si encuentran descuentos más atractivos.

### **1.3.7 Prosumidor**

En el pasado los consumidores se sentaban frente al televisor o la radio y compartían sus experiencias de compra solamente con su círculo más cercano (amigos, familia o vecinos). Sin embargo, la llegada del internet transformó por completo la manera de consumir en el mundo entero y dio espacio a los nuevos consumidores.

Los prosumidores participan activamente en la elaboración de productos o servicios y se caracterizan por ser verdaderos influencers en el ámbito digital. Hoy en día es difícil pensar en algún tipo de consumidor que no se quiera expresar en las redes sociales.

Este tipo de consumidores están muy bien informados, saben identificar los errores y aciertos de las marcas y producen contenido para influenciar a otros clientes.

De hecho, el 84% de los millennials afirman que el contenido generado por los usuarios en las páginas web de las empresas ha influido en la forma en que realizan sus compras virtuales.



#### **1.4 Factores que afectan el comportamiento del consumidor**

Según (Armstrong & Kotler, 2012). Los factores que afectan el comportamiento del consumidor Las compras del consumidor están muy influidas por factores culturales, sociales, personales y psicológicos.

##### **1.4.1 Factores Culturales**

La cultura es la causa más básica de los deseos y el comportamiento de una persona. El comportamiento humano es, en gran medida, aprendido. Al crecer en una sociedad, el niño aprende valores básicos, percepciones, deseos y comportamientos de su familia y otras instituciones importantes.

##### **1.4.2 Factores sociales**

El comportamiento del consumidor también está influido por factores sociales, tales como pequeños grupos del consumidor, su familia, roles sociales y estatus.

##### **1.4.3 Factores personales**

Las decisiones del comprador son también influidas por características personales tales como la edad y etapa del ciclo de vida, ocupación, situación económica, estilo de vida y personalidad y auto concepto.

##### **1.4.4 Factores psicológicos**

Las elecciones de compra de una persona son influidas aún más por cuatro factores psicológicos: motivación, percepción, aprendizaje y creencias y actitudes.



## **1.5 Otros Factores actuales que influyen en las decisiones de compra**

### **1.5.1 Edad**

Los adolescentes y los adultos tienen características, personalidades y reacciones bastante diferentes. Además, ellos desean satisfacer las necesidades de su generación. Un niño nacido en los años 80 no querrá lo mismo que un niño nacido en el 2010, y lo mismo pasa con las generaciones que van creciendo.

### **1.5.2 Comunidad**

Cuando ingresamos al mundo de las compras en tendencia, no se trata solo de lo que los usuarios buscan por su cuenta. También es parte de la comunidad que se puede observar entre las personas que deciden comprar productos populares.

### **1.5.3 Una nueva tendencia**

Las demandas de los consumidores a menudo cambian de acuerdo con las cambiantes condiciones sociales. Un claro ejemplo son tendencias como: los últimos móviles, los auriculares Bluetooth o monopatín eléctrico. ¿Todos realmente necesitan estas cosas o son solo parte de la moda?

### **1.5.4 Influenciadores**

Actualmente, el comportamiento del consumidor depende de las recomendaciones de personas altamente influyentes o conocedoras del producto. Los influencers digitales son profesionales con perfiles en plataformas digitales como Facebook, YouTube, Instagram, tik tok etc.



## **CAPITULO II**

### **2.1 La cerveza artesanal**

Las cervezas artesanales son cervezas sin aditivos ni conservantes y sin pasteurizar. Están vivas y son un producto evolutivo, que cambia cada día un poco, con presencia de levadura viva (visible o no). Se producen mediante un proceso natural a partir del grano, malta, sin utilizar extractos ni productos diferentes del agua, levadura, lúpulo y el cereal para hacer la malta.

### **2.2 Historia sobre la cerveza**

La cerveza es una bebida milenaria originaria de la cultura mediterránea clásica, vinculada desde la antigüedad a fines terapéuticos (Deloitte, 2017). Las primeras referencias históricas, hace 6,000 años, demuestran que la cerveza era consumida por la civilización sumeria con el objetivo de evitar enfermedades infecciosas que se adquirirían al beber agua no higienizada

Franceses y alemanes perfeccionaron la técnica de fabricación original con métodos similares a los actuales. Hasta el siglo XII, con la aparición de los gremios cerveceros la cerveza era un complemento alimenticio para peregrinos y enfermos alojados en albergues y hospitales

En lo que respecta al proceso de elaboración, desde los orígenes han intervenido ingredientes naturales como agua, cebada, levadura y lúpulo. Este último fue incorporado a la elaboración de cerveza en el siglo X debido a sus propiedades antisépticas y, además, es el principal responsable del amargor característico de esta bebida.

La cerveza es uno de los productos más antiguos de la civilización. Los historiadores creen que existe desde el año 10.000 a.C. En España se han encontrado restos en Soria aproximadamente del año 4.000 a.C.

En los países nórdicos con climas muy fríos como Alemania o Inglaterra, la cebada se cultivaba mejor que la uva, por lo que la producción de cerveza era



mejor que la del vino, convirtiéndose éstas regiones en grandes productoras de cervezas.

En 1516 el duque de Baviera decretó que los únicos ingredientes que podía incluir la cerveza eran cebada, agua y lúpulo. La Ley de Pureza le ha dado fama mundial a la cerveza alemana. Más de 500 años después algunos inconformistas exigen más variedad.

### **2.3 Historia de la cerveza artesanal**

La cerveza artesanal tiene su origen 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), mismas que por esta característica pronto serían renombradas como microcervecerías o brewpubs.

Aunque originalmente 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. Este concepto llegó a los Estados Unidos en la década de los 80 en donde fue utilizado eventualmente para designar a aquellas cervecerías que producen menos de 15,000 litros de cerveza por año.

La industria cervecera artesanal a nivel global, basa su producción en la Ley de la Pureza Alemana, que, de acuerdo con la Brewers Association, dicta que para que una cerveza sea considerada como artesanal, tiene que estar compuesta únicamente por agua, malta de cebada, lúpulo y levadura. 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. 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.

## **2.4 Tipos de cerveza artesanal**

Existen factores e ingredientes que hacen que la cerveza luzca con tonos y colores distintos, y tenga un sabor determinado. Uno de los más importantes es el nivel de fermentación.

Existen dos grandes familias al hablar de cervezas artesanales: lager y ale. (Llanquihue, 2019)

### **2.4.1 Cerveza artesanal lager**

La cerveza lager se caracteriza por elaborarse a baja temperatura y de baja fermentación. Ello hace que sea una bebida más bien suave y ligera.

Tienden a ser rubias, pero también pueden encontrarse en color negro o más bien ámbar. Generalmente una lager se fermenta a una temperatura menor a 10 grados, y en muchos casos incluso mejor a 5 grados.

Como un dato curioso lager Es una palabra del idioma alemán y traducido al español significa almacén. Justamente es allí donde las dejaba guardadas para que conserven una temperatura fresca para que al momento de tomarla se disfrute mucho más.

Claro que pueden existir distintas variantes dentro de los tipos de cerveza lager según el porcentaje de malta que se incluya en cada una de ellas.

#### **2.4.1.1 Tipos de cerveza lager**

##### **➤ Pilsen**

El color es más bien claro, es una bebida ligera y refrescante, y se caracteriza por ser una de las más conocidas y tomadas por todos.



Su denominación, “Pilsen”, se debe a que existe una ciudad con el mismo nombre ubicada en República Checa.

➤ **Bock**

A diferencia de la Pilsen, el tipo de cerveza Lager Bock es más fuerte y su tonalidad puede variar. Tiene más cuerpo y más graduación alcohólica que una chela Pilsen. Respecto a su fermentación – por ser Lager – es baja.

Algunos otros tipos de cerveza Lager pueden ser: Munich, Vienna, Dortmund y Schwarzbier, entre otras.

### **2.4.2. Cervezas artesanal Ale**

Si se la compara con el tipo de cerveza Lager, la Ale es de fermentación alta. Cuenta con alta graduación alcohólica, elevados niveles de lúpulo y un sabor complejo. Además, son más densas y tienen más cuerpo.

Se sirven a una temperatura de 12 grados o más. Dentro de los tipos de cerveza artesanal Ale, hay una amplia variedad para elegir.

#### **2.4.2.1 Tipos de cerveza Ale**

➤ **Ipa**

Las Ipa tienen un color más bien cobrizo, con cuerpo y gran cantidad de lúpulo y malta.

➤ **Pale Ale**

A diferencia de la Ipa, la cerveza Pale Ale cuenta con una tonalidad más clara (rubia). Aunque su color puede hacer que parezca suave, tiene mucho lúpulo y sabor.

➤ **Cerveza negra: stout y porter**



## ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ



Muchos las suelen llamar cerveza negra directamente pero cada una tiene sus particularidades. La primera tiene un color oscuro, alta graduación alcohólica y gran sabor a malta. También, al probarla, se puede sentir más amarga con detalles de chocolate y café.

La Porter, aunque pueda confundirse con una Stout, posee una tonalidad menos negra y es menos fuerte.

### **2.5 Tipos de bebedores de cerveza artesanal**

El sitio Literature & Libation estableció 10 tipos de bebedores de cerveza artesanal los cuales resaltaremos los 6 tipos que se asemejen a los bebedores de cerveza artesanal en la ciudad de La Paz.

#### **2.5.1 El Bebedor Crítico**

Es una tormenta de críticas, que a pesar de haber probado algunas de las mejores cervezas existentes, parece que nunca podrá decir nada bueno acerca de ninguna. Su constante crítica sobre todo relacionado a la cerveza hace que la gente a su alrededor a veces se pregunte si realmente le gusta la cerveza o simplemente le gusta hablar de lo mucho que no le gusta la cerveza. No es un maleducado, a menudo correctamente señala faltas como exceso de lúpulo, acidez, aromas inapropiados o debilidad en la estructura de la malta, y probablemente intentó probar más cervezas que la mayoría de las personas que dicen amar/admirar/adorar la cerveza artesanal, pero nadie lo ha visto nunca disfrutar de una en realidad.

#### **2.5.2 El Bebedor Apreciador**

Es la antítesis del crítico, que, a pesar de probar algunas cosas que un hombre tropezando por el desierto y muriendo de sed rechazaría y botaría a la basura, le gusta casi todo lo que pasa por sus labios. Incluso las cervezas que podrían ser tóxicas o causar una severa reacción alérgica están bien en su mundo. Si



la cerveza realmente sabe mal, encontrará algo bueno que decir, ya sea sobre el lindo etiquetado o la impresión de la tapa.

### **2.5.3 El Bebedor Desorientado**

Este tipo realmente quiere ser parte de la ola de la cerveza artesanal, de verdad quiere encajar con todos sus amigos en el bar la noche del viernes, pero la combinación de una gama de colores poco sofisticada y un posible problema de aprendizaje le impiden captar los matices más finos de una buena cerveza. Él a menudo pregunta, busca y lee artículos sobre si una lager es una pale ale. Tiene buenas intenciones, y parece disfrutar de su cerveza, pero no alcanza para mantener estilos o cervecerías enfocadas. Una vez que ha identificado correctamente una IPA será lo único que pida, en parte por temor a que la gente se dé cuenta que no tiene idea de lo que está hablando, en parte porque está orgulloso de que finalmente consiguió un derecho.

### **2.5.4 El Bebedor Descubridor**

Este bebedor podría también ser llamado “El Exagerado”. Su capacidad de identificar sabores muchos de los cuales no fueron intencionalmente añadidos a la cerveza raya en lo paranormal. Olerá una IPA y tomará nota verbal inmediata de los sutiles aromas a “frambuesa, cúrcuma y waffles.”. Probará un sorbo y girando su lengua alrededor de su boca preguntará si hemos notado la forma en que el lúpulo ha creado “un sabor oxidado y sucio” Asegura sentir cosas que los humanos no pueden detectar físicamente.

### **2.5.5 El Bebedor Comparador**

Este tipo no puede evitar comparar la cerveza que actualmente está tomando a cada otra cerveza que alguna vez probó. Las primeras palabras que salen de su boca después del sorbo de una nueva cerveza, son siempre, “Mmmmm, esto me recuerda a ...”. Su misión de compilar una base de datos mental de



cada cerveza para crear conexiones entre cervecerías y ser una enciclopedia de referencia de la cerveza artesanal que camina y habla. Es realmente genial tenerlo alrededor si está tratando de encontrar nuevos estilos de cerveza para probar, pero de otra forma su incansable obsesión por categorizar y jerarquizar cervezas hace difícil pasar tiempo con él.

**2.5.6 El Bebedor Novato**

¡El chico nuevo! ¡El bebedor emocionado! ¡El hombre que acaba de probar su primera Doble IPA y no puede dejar de hablar de ella! Este tipo suele ser demasiado entusiasta, recomendando a todos probar la mejor cerveza de cada tipo, Él va a seguir hablando que las IPAs es su favorita, nada de ambar, nada de pilsen, nada stout.

**2.6 Atributos de importancia en la compra de la cerveza artesanal**

En esta tabla se muestra los atributos importantes al momento de comprar Cerveza Artesanal. Este listado es producto de la fase exploratoria donde se rescataron atributos de estudios anteriores relacionados al tema. (Castillo Ortiz , 2020)

Así como de entrevistas a consumidores y expertos en la fabricación y distribución de cerveza artesanal que resaltaron de la misma manera los siguientes atributos:

<b>ATRIBUTOS DE IMPORTANCIA EN LA COMPRA DE LA CERVEZA ARTESANAL</b>	
<b>CALIDAD DE SABOR</b>	

<p><b>PRECIO</b></p>	
<p><b>MARCA</b></p>	
<p><b>VARIEDAD</b></p>	
<p><b>GRADO DE ALCOHOL</b></p>	
<p><b>TIPO DE ENVASE</b></p>	

## 2.7 Cervezas artesanales en Bolivia

Las cervezas artesanales en Bolivia según página Azafrán Bolivia (2018) son:

### PROST

Prost es una cerveza artesanal tipo alemana pero elaborada en Bolivia, específicamente en el departamento de Santa Cruz. La bebida está hecha de



## ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ



lúpulo, levadura, agua y malta al 100%, sin preservantes ni aditivos. Entre sus variedades se encuentran: Lager, Weissbier, Dunkel, Sommerale y WinterBier.



### MADERA

Es una cerveza artesanal, preparada con ingredientes seleccionados y producida en el departamento de Santa Cruz mediante una microcervecería. Podrás encontrar las siguientes cervezas: Dominga KÖLSCH, Pira ipa, Proletaria Saison, El Coco Stout, Hausafgaven Weisen, Melera Honey Amber Ale, consumirlas en su propio lugra “Patio Madera”, es toda una experiencia.



### TEDS

Esta es una cervecería en la ciudad de Sucre muy pequeña, pero con grandes productos, entre ellos se encuentran: Ambar, Stout y se destacan Chala y



## ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ



Ñusta, producidas la primera de malta y trigo tipo belga que tipo belga que añade especias, cilantro y cáscara de naranja. La segunda, con 8,5% de grado alcohólico está hecha a base de malta y miel. Las cervezas son tipo pilsener muy parecidas a las que se producen en Bélgica.

Actualmente, las puedes encontrar en Sucre, La Paz, Cochabamba, Tarija y Santa Cruz.



### TROFF

La cervecería está ubicada en la ciudad de Potosí. Esta nació en 2013 como una inquietud familiar de hacer cerveza casera, pero con una producción pequeña y únicamente para el consumo propio. Sin embargo, en 2015 se convirtió en un emprendimiento familiar, lanzando al mercado un producto de calidad, aprovechando las bondades de la ciudad como el agua, el clima y la altura. Entre sus variedades puedes encontrar: Pilsener, Trigo, Ambar y Premium.



## ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ



### STIER

Esta empresa ofrece al menos 10 estilos de cerveza artesanal, entre sus variedades está: la rubia ligera, la de trigo, con miel, la semi amarga, la ambar amarga cítrica, la negra tostada, la roja con caramelo, la ambar amarga frutal y de maracuyá, y el caramelo especiada. En la ciudad de Cochabamba, su producción se destaca en barriles y botellas de vidrio etiquetadas. El proceso, en cuanto a fermentación y envasado en botella demora un mes y la presentación en barriles la mitad del tiempo.





## MACABRA

En Tarija, un grupo de jóvenes emprendedores fundaron la empresa MACABRA (el nombre formado por las primeras dos letras de sus nombres). Actualmente, la marca cuenta con 6 variedades de cervezas divididas entre rubias a oscuras: Wheat Trigo, Blode Ale, Amber Ale, Iris Red Ale, Ipa y Negra Porter. Esta cerveza artesanal es muy reconocida en el público tarijeño.



## THAQREXA

En el año 2018, una joven tarijeña creó una cerveza artesanal que, inicialmente, sería solo por gusto y para consumo personal. Al juntarse con sus actuales dos socios, compartieron sus conocimientos en cuanto a la creación de esta bebida y resultaron en Thaqrexá. La cerveza es de color rojo y es muy cremosa, por lo que, al servirla, crea una espesa espuma blanca. Podrás reconocerla también por el oso Jukumari que lleva en la etiqueta.



## ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ



### LEGRÍA

Cerveza Legría artesanal, es un producto hecho en Cochabamba y como la describen ellos, “totalmente natural, libre de conservantes o aditivos artificiales” que además tiene una historia por detrás, respetando a los productores y a los ingredientes bolivianos que hacen parte del proceso. Cuentan con cuatro tipos: Rubia, Roja, Oscura e Ipa.





## RUSTICA

Puedes disfrutar de esta cerveza artesanal y totalmente natural en la ciudad de Santa Cruz. Cuentan con cuatro tipos diferentes: Golden Ale, American Brown Ale, Ginger Blonde Ale y American Pale Ale. Dicen que van muy bien con la pizza o la comida que prefieras, estamos seguros de que así es.



## BREWCRRAFT

Los socios que crearon esta cerveza se enamoraron profundamente del territorio boliviano, estableciéndose en la ciudad de Sucre para traernos cinco tipos: Bruja Black Ale (cerveza negra), American IPA (cerveza amarga, color ámbar), Inti Blonde Ale (cerveza rubia), Cascade Pale Ale (cerveza Semi Amarga) y White City Wit (cerveza de trigo), sabores imperdibles.



## ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ



### ERMITAÑO

Ermitaño es una cerveza artesanal que “se enfoca en utilizar ingredientes naturales, usar una receta única del cervecero Ermitaño, y sobre todo elaborar con arte e ilusión” las diferentes bebidas que ofrecen al público boliviano. Con un diseño único, nos regalan cuatro tipos: Porter, Kölsch, Red Ale y Wüo Ipa desde Santa Cruz.





## ATEMPO

Desde Cochabamba, esta cerveza artesanal nos ofrece dos tipos: Rock y Bossa Nova. Según la empresa, el nombre viene de la denominación musical “a tempo” que significa el momento preciso. “Esa precisión que se tiene al ejecutar una pieza musical es la que tenemos en la elaboración de cada uno de nuestros productos”, aseguran.



## HOPS

Se trata de una empresa que impulsa la cultura cervecera tarijeña por más de cinco años. Su producto es el resultado del “constante afán por compartir conocimientos, experiencias y mucha cerveza con los demás cerveceros en Tarija y a nivel nacional”, impulsando los productos de nuestra región. Algunas de sus variedades son: Albahaca, Maracuyá, Pale Ale y Breakfast Porter.



## ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ



### SIR PIEPER

Es una cerveza artesanal elaborada en Santa Cruz con malta Boliviana y lúpulo importado de Australia, Republica Checa, Alemania, Inglaterra y de los Estados Unidos. La empresa ha crecido bastante, por lo que nos puede deleitar con diferentes tipos: Nubia (Pale Ale), Los 8 (Ipa), Pieper Light (Lager) y Barba Roja (Irish Red Ale).





## SPEZIA

Anneliz Guzmán Ayub, fundadora de esta cervecería ofrece junto a su hermano estas deliciosas cervezas artesanales desde Cochabamba. Además, es presidenta de la comunidad de Mujeres Cerveceras de Bolivia y ganó la medalla de oro en el “Encuentro de mujeres cerveceras” de Quito en la categoría frutas. Con todos sus conocimientos, brinda a estas bebidas una sensación “delicada, atrevida y con aromas que descienden hasta lo más profundo de los sentidos”, según afirma la empresa a través de sabores a frutas, flores y especias.



## CÓMPER

Esta cerveza artesanal creada en Santa Cruz trata de contribuir a la cultura cervecera con sus bebidas y experiencia. Su nombre significa “darte una pausa para degustar una buena cerveza artesanal” según la empresa. Por el momento, puedes disfrutar de sus dos versiones: la “Choca” y la “Pícara”.



## ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ



### BIERE LANDEAU

Desde Tarija, la cervecería busca ofrecer a los paladares bolivianos una bebida con “identidad, enfocada en la calidad, técnica de elaboración y en generar experiencias sensoriales agradables al cliente” y lo podemos ver a través de la variedad de cervezas y sus increíbles sabores. Algunas de ellas son: Session Piña, Golden Ale, Munich Helles, Colorada del Sur, Italian Grape, entre otras.





## CANDELARIA

Esta cerveza resultona el 2017 en Cochabamba. El equipo lleva más de 4 años preparando diferentes variedades de cerveza entre las que se encuentra la “7 sabores” que terminó ganando una medalla de oro en la Copa Cervecera Mitad del Mundo de Quito en el 2019. Así como esta, seguramente van a encantarte todas.



## CHURUQUELLA

Elaborada en Santa Cruz, esta cerveza, como la describen los creadores, es “agradable, de espuma consistente, con aroma a lúpulo bien delicado y notas distintivas de aroma floral y un sabor terroso, espaciado y ligeramente dulce”, como verás, toda una fiesta de sabores en el paladar. Puedes encontrarla como: Rubia, Negra y Ámbar.





## LIPeÑA

Una cerveza bastante novedosa, pues está hecha a base de quinua por su creador en el departamento de Potosí y su familia con la que trabajan preparándola desde cero, incluyendo la siembra del ingrediente principal que crece maravillosamente en dicha región. Además, afirma que el nombre de la bebida se debe al lugar de origen de su familia, la provincia de Nor Lípez ubicada en el departamento.



## GAIA

Gaia es una cerveza única y según los creadores, una “inspiración divina” que resulta en un homenaje a la Madre Tierra, agradeciendo sus bondades cada cierto tiempo. Desde Cochabamba, esta cerveza fue lanzada por expertos que aplicaron todos sus conocimientos en el área para resultar en una Pilsener, una Amber Ale y en una Brown Ale.



## ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ



### **BLUMENTAL**

Con una visión más gourmet para preparar cervezas artesanales, esta empresa cochabambina ofrece distintos tipos de bebidas que incluyen ingredientes típicos de la región como la quinua, amaranto, malta e incluso hierbas andinas. Las que encuentras son: Andean Black, Amaranto, Quinua y Miel.





## APOSTÓLICA

Esta cerveza que nace en Santa Cruz ofrece distintas variedades artesanales para cumplir con las expectativas de los más exigentes. En tres presentaciones: Blonde Ale, Amber Ale e Ipa, pueden formar parte de tu mesa o tus reuniones con el mejor sabor y dedicación de sus creadores.



## TINKU

Con un diseño sencillo y un sabor impactante, estas cervezas artesanales vienen en diferentes presentaciones: Blonde Ale (4.9 % G.A.), Red Ale (5.4% G.A), Stout Chocolate (6.8% G.A), Weissbier Maracuya (3.4% G.A) y la Honey Ale (4.5% G.A).





## CORSA

Siguiendo las recetas y preparaciones tradicionales, esta cerveza creada en Santa Cruz se trata principalmente de una Lager, pero también la acompaña una Dunkel que seguramente te encantará.



## ALQUIMIA

Estas elecciones de cervezas artesanales son producidas en Tarija para aquellos paladares especiales y aquellos que disfrutan de diferentes sabores predominantes en este tipo de bebidas. Puedes encontrar a la Pilsener y Cafe porte.





## ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ



### VINTEÑA

Procedente del municipio de Vinto, esta cerveza está hecha enteramente de malta de cebada y te ofrece una experiencia única con su sabor exquisito acompañado de diversos ingredientes. Puedes encontrarla en diferentes versiones: Porte, Honey Ale y Pale Ale, Naranja y miel, Maracuyá, entre otras.





## 2.8 Cervezas artesanales en La Paz

CERVEZAS ARTESANALES EN LA PAZ	
<b>NIEBLA</b> La Paz	<p>Niebla boliviana es una empresa que se encarga de elaborar cerveza 100% artesanal con productos cuidadosamente seleccionados. La fábrica se encuentra en la localidad de Viacha en La Paz. Las cervezas que podemos encontrar de esta marca con ingredientes base como la cebada, malteada, lúpulo, levadura y agua son: Pale ale, Barley wine, Red ale, German pilsner, Stout y Quinoa Gold.</p> 

**SAPHI**  
La Paz

Desde La Paz, esta cerveza artesanal cuenta con sabores exquisito y suaves perfectos para acompañar una buena pizza o lo que tengas pensado en el menú. Puedes encontrarla en tres presentaciones: Ipa, Stout y Pale Ale.



**CERVECERÍA DE  
ALTURA**  
La Paz

Estas cervezas artesanales llegaron al mercado hace poco, pero sorprendieron con su excelente sabor y su indistinguible receta. Puedes encontrarlas en La Paz en dos tipos: La Traviesa y La Coqueta. Seguramente van a ser de tus favoritas.



Esta cerveza nace en la ciudad de La Paz en 2017 queriendo enfocarse primero en Una American Pale Ale que aseguran, demuestra carácter, personalidad y carisma. Partiendo de los ingredientes tradicionales de la cerveza, nos ofrecen este producto que, además, afirma estar hecha a la medida.

**CERVERO CRAFT  
BEER  
La Paz**



**VIRUS CRAFT**  
La Paz

Esta cerveza artesanal paceña es relativamente nueva en el mercado, pero otra novedad, pues sus variedades son llamativas, incluyendo una preparación a base de quinua blanca, mango, mandarina y más.



**REBELION**  
La Paz

Rebelión nace por un grupo de amigos del colegio que, tras experimentar, resultaron en esta grandiosa gama de cervezas en la ciudad de La Paz. Con el tiempo, sus productos “han evolucionado hacia aromas lupulados y sabores que se rebelan a los estilos tradicionales”



La empresa fue creada en 2011 por amigos que comparten la misma pasión: la cerveza. Actualmente, es una microcervecería ubicada en Lipari, La Paz, que nos ofrece tres variedades: Dorada, Cobriza y Tostada. Todas son de tipo Ale, lo que quiere decir que su proceso de fermentación sucede en la superficie del líquido.

**LA ARTESANA**  
La Paz



**SAN MIGUEL**  
La Paz

La Cervecería San Miguel es una empresa fundada hace seis años en la ciudad de La Paz. lo interesante de su estilo y productos es su variedad. Ellos se enfocan en presentar sabores de cervezas que representen a diferentes lugares del mundo. Entre sus productos de autoría se encuentran: 195 Cerveza Premium Lager, Matilda Cerveza Pale Ale, Solsticio Cerveza Wheat Ale, Cerveza Belgian Witbier y Budda Cerveza Premium Negra.



**EL SALAR**  
La Paz

Esta cerveza es 100% boliviana, de origen paceño y fabricada con la más alta calidad en sus productos, las variedades que esta presenta son: Lager, Belgium White, Amber Ale y Porter, cervezas artesanales con un porte exquisito.



## 2.9 Diferencia hay entre cerveza artesanal y cerveza industrial

Toda cerveza se elabora con cuatro elementos básicos: cebada, agua, lúpulo y levadura. Pero cada vez son más los bares, restaurantes y establecimientos que tienen cerveza artesana en su oferta. Por eso estas son las más grandes diferencias entre cerveza artesanal y cerveza industrial, que básicamente se encuentran en el proceso de elaboración, en la calidad de los ingredientes y en la fórmula del maestro cervecero.

### 2.9.1 Ingredientes naturales

La cerveza artesanal se elabora a partir de ingredientes totalmente naturales, que no llevan aditivos artificiales ni conservantes, simplemente agua, levadura, maltas y lúpulos. En cambio, la cerveza industrial se pasteuriza y contiene conservantes. Tradicionalmente la cerveza siempre se ha fabricado a partir de malta de cebada, un material de alta calidad y de coste elevado. Para abaratar costes, los grandes productores industriales usan otros aditivos como el arroz, el maíz o el mijo, elementos menos costosos, pero que producen una cerveza de calidad muy inferior. Por lo tanto, en la etiqueta de las cervezas artesanas no encontraremos nunca ni conservantes ni antioxidantes añadidos artificialmente.



### **2.9.2 La receta del maestro cervecero**

Las cervezas industriales se producen a partir de una receta básica, estándar, muy estudiada y que es resultado de un esfuerzo muy grande por parte de la empresa, pero que busca ingredientes y procesos económicamente viables. Por el contrario, la cerveza artesanal se prueba y modifica en infinitas ocasiones por el maestro cervecero para encontrar la mezcla adecuada con el gusto y el olor buscados. Cada maestro cervecero desarrolla su propia fórmula para conseguir lo que más le gusta a él y a sus clientes. Para ello existen diferentes variedades y cada cerveza es única, haciendo que sea un producto más caro que una cerveza industrial.

### **2.9.3 El proceso de elaboración**

El proceso de elaboración de las cervezas artesanales se hace de forma manual o con una mínima ayuda de maquinaria, al contrario de las grandes cerveceras industriales, donde el proceso es automático y la participación humana es mínima. Las cervezas industriales se someten a un proceso de pasteurización, donde pierden propiedades nutritivas de la cerveza.

### **2.9.4 El filtrado**

Otra diferencia la encontramos en el filtrado. Mientras que a la cerveza artesanal se realiza un filtrado manual, sin intervenciones de grandes maquinarias, la cerveza industrial realiza un filtrado químico, que elimina los residuos, pero también destruye levaduras y proteínas de la cerveza, restándole gusto, aroma y propiedades. Aun así, hay que decir que cada vez son más las cerveceras artesanas que optan por sacar estos sedimentos para poder hacer la cerveza visualmente más atractiva.



### **2.9.5 Más sabor, más aroma, más variedades**

La cerveza artesanal es una cerveza completamente diferente de la cerveza industrial, más atractiva y compleja en el gusto. Todo esto hace que una cerveza artesana tenga siempre más cuerpo, sabor y aroma que una cerveza industrial. Por eso cada vez más, los consumidores valoran las degustaciones de cerveza y se han dado cuenta de la calidad del producto, de las inmensas posibilidades que tiene, de la riqueza que puede aportar a la cocina y de las diferentes variedades que se pueden crear.

### **2.9.6 Producto local y de proximidad**

Es evidente que la cerveza artesana es un producto local y de proximidad, mientras que la producción industrial de cerveza responde a un modelo de globalización que utilizan las grandes empresas para expandirse y exportar por todo el mundo. Las cerveceras artesanas suelen ser pequeñas y medianas empresas cercanas a los consumidores, que tienen voluntad de crecer, pero de forma ordenada, coherente y sin perjudicar la calidad del producto final.

### **2.9.7 Los objetivos**

Los objetivos de la elaboración de la cerveza artesana son el gusto y el aroma, mientras que la fabricación de cerveza industrial tiene el objetivo de reducir costes de producción lo máximo posible. Las micro cervecerías que fabrican cerveza artesana buscan acercar a sus clientes un producto de la más alta calidad y elaborado con arte e ilusión. Por el contrario, las empresas cerveceras industriales buscan aumentar ventas y posicionar marcas, a pesar de que el producto ofrecido a sus clientes sea de una calidad realmente más baja. Hay que decir que una cervecería de gran tamaño puede crear una gran cerveza en una edición especial o limitada, pero en general no lo hacen porque exceden los costes de mercado.



No necesariamente artesanal significa bueno e industrial significa malo, pero ciertamente, la sociedad actual busca alimentos más naturales, y rechaza cada vez más los artificios.

## **2.10 Proceso de elaboración de la cerveza artesanal**

La cerveza es una bebida fermentada que se produce a partir de cuatro ingredientes elementales para hacer cerveza: malta de cebada, lúpulo, levadura y agua. Se denomina malteado a la técnica que provoca la germinación de la cebada y luego interrupción en seco, secándola con diferentes técnicas para conseguir diferentes colores y tostados. De este modo aparecen las enzimas que convierten el almidón del grano en azúcares convertibles que las levaduras transformarán después en alcohol. Junto a la malta de cebada, la cerveza admite otros cereales como trigo, centeno y avena, o aditivos como arroz, fruta, frutos secos, especias, etc. De la planta del lúpulo se utilizan los conos, ya sean en formato flor, pellets o extracto de aceite. El lúpulo no solo es responsable del amargor de la cerveza, también es un conservante natural y también aporta sabor y aromas frutales y herbales en función de la variedad. Explicamos paso a paso cómo hacer cerveza artesana, o cómo se hacen las mejores cervezas artesanales.

### **2.10.1 Selección de las maltas**

La fabricación de cerveza comienza con la selección de las maltas según la receta a realizar. A una malta básica se pueden añadir otras maltas especiales complementarias para lograr ciertos matices. El tostado de la malta ofrece distintos sabores y colores. Por ejemplo, las maltas muy tostadas otorgan gusto a café y aspecto oscuro, o las menos tostadas sabores a chocolate y frutos secos y colores marrinosos.



Selección de maltas: fuente Installbeer.com

### 2.10.2 El Molturado

A la elección de las maltas le sigue el molturado, que consiste en triturar el grano, pero no tanto como para producir harina, sino en su justa medida para mejorar su rendimiento y no convertir el mosto en papilla.



El molturado: fuente Installbeer.com

### 2.10.3 El Macerado

A continuación, el grano triturado se macera en un depósito con agua caliente entre 65°C y 70°C durante una hora u hora y media, también se puede hacer



un escalado de temperaturas. El macerado es similar a la infusión de un sobre de té. En esta fase se obtiene el mosto de cerveza, que destaca por su dulzor, ya que se extrae del grano todos los azúcares que las enzimas han modificado. El macerado termina con la recirculación y el filtrado del mosto, se suprime todo el bagazo y elementos sólidos ya inservibles.



El macerado: fuente Installbeer.com

#### **2.10.4 El Hervido O Ebullición**

Una vez separado del cereal, el mosto se traslada a una olla en la que se hierve durante una hora. Conviene destapar el recipiente cuando el mosto empiece a borbotear. Así se evaporan los compuestos indeseables. Durante el hervido se introducen las distintas variedades de lúpulo. El lúpulo responsable del amargor se agrega al principio de la ebullición. El que proporciona sabor, quince minutos antes del final. Al término de la ebullición ha de añadirse el lúpulo que aportará el aroma que destacará en la cerveza. Durante la ebullición hay que ir retirando toda la espuma de proteínas que genera el lúpulo para suprimir sabores indeseables en la cerveza y conseguir una cerveza más traslúcida.



El hervido o Ebullición: fuente Installbeer.com

### 2.10.5 El Enfriado

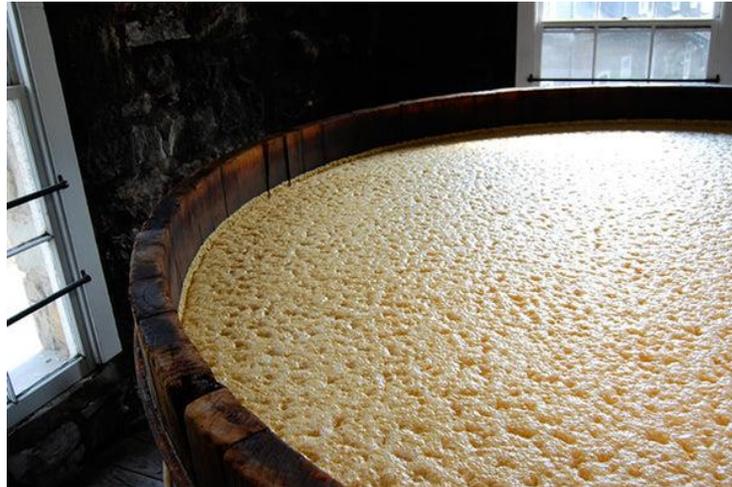
De inmediato se enfría la mezcla lo más rápido posible, para evitar contaminaciones o alteraciones de sabor, con el uso de serpentines metálicos. Se filtra y se trasvasa a un fermentador. En función del estilo de cerveza, lager o ale, el mosto ha de permanecer a una u otra temperatura. Esto se debe a que cada levadura trabaja en unas condiciones distintas. En una cerveza de baja fermentación, denominada Lager, la temperatura rondará los 5-10°C; mientras que, en una cerveza de alta fermentación, llamada Ale, será de 18-23°C. Cuando se trasvasa el mosto al fermentador y se consigue la temperatura adecuada se añade la levadura y se cierra el fermentador.



El enfriado: fuente Installbeer.com

### 2.10.6 La Fermentación y el embotellado

Al inocular la levadura en el fermentador, conviene remover la mezcla para oxigenarla; así se facilita la acción y reproducción de las levaduras. Estos microorganismos consumen parte de los azúcares y producen alcohol y dióxido de carbono. Depende del estilo, pero la mayoría de cervezas tardan en hacer la primera fermentación una semana. Una vez pasado el tiempo de trabajo del primer fermentador se trasvasa la cerveza a un segundo fermentador o acondicionador. Tras la segunda fermentación que dura entre dos y tres semanas, se embotella o se embarrila la cerveza, dejando que se produzca la tercera y última fase de fermentación que permite el acondicionamiento de la cerveza. Se puede añadir algún tipo de azúcar para provocar una tercera fermentación en botella o barril con el objetivo de que contenga gas suficiente y se estabilice la levadura.



La fermentación y el Embotellado: fuente Installbeer.com

### **2.10.7 La Estabilización De Los Sabores**

Antes de consumir la cerveza, ha de madurar en frío un tiempo mínimo según estilo. De esta manera se estabilizan los sabores, los aromas y precipitan los sedimentos de la levadura en suspensión.

### **2.10.8 Degustación de cerveza artesanal**

Tradicionalmente, el proceso de cata está asociado al vino. Pero no se detiene allí. Muchas personas creen que no existe una cata y degustación de cerveza, pero más aun de una cerveza artesanal. Porque es una bebida con múltiples cualidades en sabores que definitivamente merece ser apreciada en su totalidad.

Existe un proceso y depende mucho de donde se realice la cata de cerveza artesanal pero normalmente se empieza:

- Al servir de manera correcta la cerveza artesanal en un vaso de vidrio.

Al momento de servir, se recomienda utilizar un vaso o jarra; puesto que así la cerveza artesana podrá mostrar todas sus cualidades. Además, es importante



## ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ



que al servirla se forme la corona de espuma; para ello se debe colocar el vaso a 45° e ir reclinándolo lentamente hasta llegar a su posición vertical, ya que esto ayuda a generar dicha espuma. Por otra parte, se debe llenar el vaso preferiblemente hasta la mitad; de modo que podamos oler y mover cómodamente la bebida sin derramar ni una gota.

- Al momento de catar, es conveniente mirar la cerveza; ya que de esta manera se podrá visualizar algunos aspectos característicos de la misma como lo son: el color, textura, espuma, presencia de partículas, entre otros factores.
- Un aspecto clave para poder degustar al máximo de todas las cualidades que presenta una cerveza artesanal es moverla suavemente; preferiblemente en círculos. De esta manera harán acto de presencia todos los aromas de la misma y se podrá comprobar la retención de espuma.
- Cabe resaltar que una buena cerveza artesana desprenderá diversos aromas, ya que, dependiendo de su combinación, predominarán unos matices sobre otros; aunque por lo general se puede detectar el olor al cereal malteado, lúpulos y al alcohol equilibrado.
- Cuando llega el momento de beber la cerveza, se debe hacerlo a base de pequeños sorbos.

Se recomienda preferiblemente comenzar con tres; ya que el primero te ayudará a limpiar el paladar, el segundo te lo adecuará y el tercero te permitirá disfrutar por completo de una buena cerveza artesanal.

- Se debe detectar claramente los sabores de la cerveza artesanal, Intenso o suave, Dulce o amargo.



### **CAPITULO III**

#### **3.1 Niebla Boliviana Cerveza Artesanal**

Niebla Brewing Company, es una empresa dedicada al rubro de las bebidas alcohólicas, específicamente cervezas del tipo artesanal.

Esta empresa fue creada en la ciudad de La Paz, Bolivia, a principios del año 2015, bajo la inquietud de un grupo de emprendedores visionarios, que, por experiencias vividas fuera del país, apostaron por diversificar el rubro de las cervezas y por ende el crecimiento y/o desarrollo de Bolivia.

Con las perspectivas de entregar al segmento enfocado, una cerveza que reúna todas las características y atributos, Niebla Brewing Company, lanza su primera cerveza experimental Niebla en sus distintos tipos, Barleywine, Bock, German Pilsner, Pale Ale, Amber Ale Y Stout, planificando a corto plazo la masificación de su producción.

Actualmente Niebla Brewing Company, busca posicionarse en el mercado de las cervezas Premium con su Marca “Niebla Boliviana Cerveza Artesanal”, la misma que quiere romper paradigmas de consumo de cerveza a la que actualmente está acostumbrada la sociedad boliviana.

Es por tal razón que Niebla Brewing Company con su producto “Niebla Boliviana Cerveza Artesanal” remarca sus buenos atributos como producto con la finalidad de diferenciarse de otro tipo de cervezas que la competencia exhibe.

#### **El porqué de Niebla Boliviana**

¿Alguna vez ha presenciado el amanecer sobre la ciudad de La Paz desde una vista aérea? Aquellos que no lo han hecho desconocen la belleza que adquiere esta ciudad cuando está rodeada por una densa niebla blanquecina que, al encontrarse con los primeros rayos del sol, se transforma en un rocío puro de la mañana.



## ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ



Este fenómeno es un privilegio que se puede experimentar en pocos lugares del planeta, generalmente en regiones circundadas por majestuosas montañas cubiertas de nieve, y es importante destacar que, en otros lugares, la niebla suele confundirse con la contaminación atmosférica.

Se dice que, una vez condensada, la niebla se convierte en el tipo de agua más pura que se puede encontrar en la naturaleza. Este proceso se debe al movimiento del aire frío sobre aguas más cálidas, dando como resultado un agua de alta calidad con una mineralización muy tenue. Esta agua niebla posee una característica pureza gracias a su equilibrio único de sales minerales, careciendo de bicarbonatos.

Apoyados en estos conceptos que se aplican en todos los procesos, Niebla Boliviana Cerveza Artesanal se presenta como un producto diferenciador y de alta calidad. La visión detrás de Niebla Boliviana es brindar una experiencia única al disfrutar de una cerveza.

### **Misión**

“Trabajamos para ofrecer un producto de calidad diferenciado consumido a nivel regional brindando una cerveza artesanal que cumpla con las exigencias de nuestros clientes, manteniendo los estándares de calidad y se distinga por su sabor, aroma y color, innovando en nuestra planta para ofrecer a nuestros clientes cervezas únicas de edición limitada y llevando nuestros productos (Premium) de sabor incomparable donde sea que se encuentren”.

### **Visión**

“Posicionarnos en el mercado regional de la cerveza artesanal como la primera cervecería independiente, trabajando en la innovación de sabores y aromas,



ampliando nuestra cuota de mercado para ofrecer a la cultura cervecera mediante nuevos productos”.

### 3.2 Proceso de elaboración de la cerveza

**Selección:** De acuerdo al estilo de cerveza que fabricamos escogemos los cereales. En Niebla, utilizamos principalmente cebada malteada con diversos granos tostados.

**Molienda:** Los cereales escogidos son pasados por un rodillo que chanca el grano, el grano con el fin de exponer su interior, lleno de almidones.

**Preparación:** Extraemos agua potable de la red y la purificamos eliminando el cloro a través de un filtro y luego la calentamos hasta alcanzar una temperatura cercana a los 70 °C

**Maceración:** Los granos de cereal son depositados en el estanque macerador y se sumergen en el agua caliente para activar los procesos enzimáticos que transformarán los almidones en azúcares fermentables.

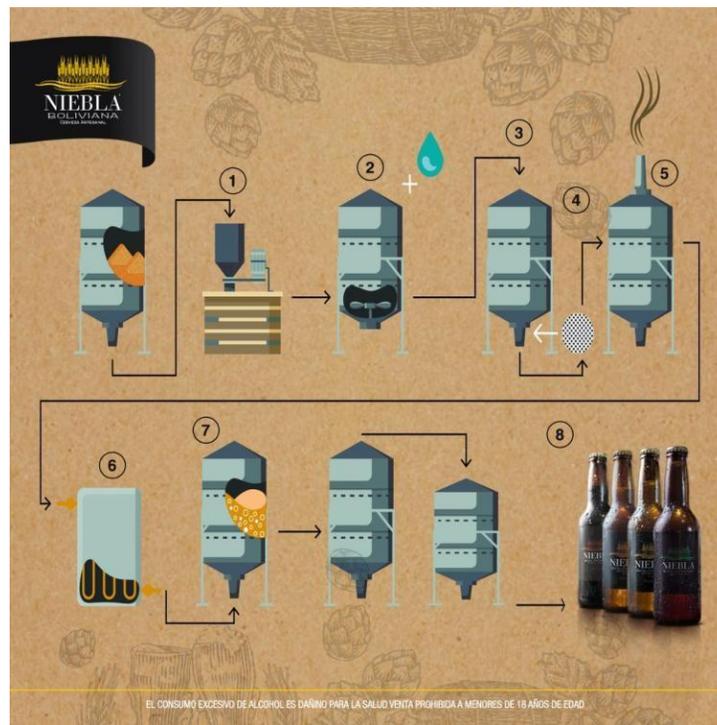
**Cocción:** El mosto se transfiere al estanque de cocción donde se lleva a ebullición y se agregan los lúpulos que le otorgarán amargor, sabor y aroma a la cerveza.

**Enfriado:** Dado que para fermentar requerimos temperaturas cercanas a los 20°C se hace necesario enfriar el mosto haciéndolo pasar a contra corriente por agua fría a través de un intercambiador de calor.

**Fermentación:** En el fermentador, el mosto es inoculado con levaduras que en unos 7 días transformarán los azúcares fermentables en alcohol y CO<sub>2</sub>.

Luego la cerveza se deja reposar otros 7 días para que sus cualidades se estabilicen y se clarifiquen naturalmente.

**Envasado:** La cerveza se envasa en barriles o botellas y se agrega dextrosa para que las levaduras residuales generen CO<sub>2</sub> necesario para una gasificación natural. Así, al servir la cerveza, tendremos una espuma suave y cremosa.



### 3.3 Estilos de cerveza artesanal que producen

**Red ale:** cerveza de estilo inglés, de color ámbar intenso, equilibrado dulzor y suave sabor a cítricos, elaborado a base de 4 maltas



**Pale ale:** cerveza de estilo americano de color cobrizo, refrescante, suave sabor y aroma a frutas y elaborado a base de 3 maltas.

**Barley wine:** cerveza híbrida, denominada vino de cebada con claros tonos licorosos y vinosos. Potente en su equilibrio de amargor y dulzor.

**German Pilsen:** cerveza lager de estilo alemán de color claro, equilibrado aroma y amargor.

**Stout:** cerveza estilo irlandés de color oscuro y gran carácter, distintivo aroma a café y chocolate.

**Viacheña:** La cerveza Viacheña es una cerveza artesanal de estilo Pilsner alemán, no contiene preservantes y se carbonata de forma natural.

## **CAPITULO IV**

### **4.1 Objetivo de ventas.**

Los objetivos de ventas son metas específicas y cuantificables que una organización se propone alcanzar en un período de tiempo determinado. Estos objetivos pueden variar según la naturaleza de la empresa, el sector y las estrategias comerciales. Aquí hay algunos tipos comunes de objetivos de ventas:

#### **Objetivos de Volumen:**

Se centran en la cantidad de unidades o productos que la empresa planea vender en un período específico. Pueden incluir objetivos de aumento porcentual en las ventas, incremento en el número de unidades vendidas, o metas específicas de producción.



### **Objetivos de Ingresos o Ventas Monetarias:**

Establecen metas financieras en términos de ingresos totales. Pueden incluir aumentar los ingresos en un cierto porcentaje, alcanzar un volumen de ventas específico en términos monetarios, o lograr un margen de beneficio específico.

### **Objetivos de Participación en el Mercado:**

Se centran en la cuota de mercado que la empresa busca alcanzar o mantener en comparación con competidores. Pueden expresarse como un porcentaje del mercado total o en términos de posición relativa en la industria.

### **Objetivos de Retención de Clientes:**

Buscan mantener y fomentar la lealtad de los clientes existentes. Los objetivos pueden incluir reducir la tasa de pérdida de clientes, aumentar la retención a través de programas de fidelización, o mejorar la satisfacción del cliente.

### **Objetivos de Expansión de Clientes:**

Se centran en aumentar la base de clientes de la empresa. Pueden incluir la adquisición de nuevos clientes, la entrada a nuevos segmentos de mercado o la expansión geográfica.

### **Objetivos de Penetración de Mercado:**

Buscan aumentar la participación en el mercado actual. Los objetivos pueden incluir aumentar la penetración de productos existentes en segmentos específicos o aumentar la frecuencia de compra por parte de los clientes actuales.

### **Objetivos de Desarrollo de Productos o Servicios:**

Se centran en la introducción y promoción de nuevos productos o servicios. Pueden incluir metas de lanzamiento de productos, participación de mercado



## ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ



para nuevos productos, o cuotas específicas para líneas de productos recién lanzadas.

### **Objetivos de Rentabilidad:**

Establecen metas relacionadas con la rentabilidad de las ventas. Pueden incluir aumentar los márgenes de beneficio, mejorar la eficiencia en costos o alcanzar un retorno de la inversión específico.

### **4.2 Objetivo de ventas de la Empresa Niebla Boliviana Cerveza Artesanal**

TABLA 1: Datos de ventas del año 2019 de la empresa NIEBLA

VENTAS 2019	VENTAS ESPERADAS	VENTAS ALCANZADAS
ENERO	250020	209100
FEBRERO	274980	208200
MARZO	199980	181965
ABRIL	199980	188370
MAYO	199980	187290
JUNIO	199980	177045
JULIO	199980	177075
AGOSTO	250020	147990
SEPTIEMBRE	274980	208395
OCTUBRE	357480	303330
NOVIEMBRE	357480	261675
DICIEMBRE	357480	260940
TOTAL	3122340	2511375



En el año 2019, resulta evidente que la planificación inicial no pudo ser alcanzada debido a una serie de factores. Al analizar los datos de manera más detallada, se observa que, en el mes de octubre, fue el mes con el mayor volumen de ventas, pero solo se lograron vender 303,330 unidades, a pesar de que se había proyectado alcanzar las 357,480 unidades planificadas. Un punto crítico se presenta en agosto, donde la proyección de ventas esperadas era de 250,020 unidades, pero las ventas alcanzaron solamente 147,990 unidades.

TABLA 2: Datos de ventas del año 2020 de la empresa NIEBLA

VENTAS 2020	VENTAS ESPERADAS	VENTAS ALCANZADAS
ENERO	181800	110445
FEBRERO	199980	151575
MARZO	145470	135135
ABRIL	145470	97485



## ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ



MAYO	145470	90780
JUNIO	145470	109770
JULIO	145470	114630
AGOSTO	181800	116070
SEPTIEMBRE	199980	153405
OCTUBRE	259980	187875
NOVIEMBRE	259980	196260
DICIEMBRE	259980	186870
TOTAL	2270850	1650300



En el año 2020, resulta evidente que la planificación inicial no pudo ser alcanzada debido a una serie de factores. Al analizar los datos de manera más detallada, se observa que, en el mes de noviembre, fue el mes con el mayor volumen de ventas, pero solo se lograron vender 196.260 unidades, a pesar de que se había proyectado alcanzar las 259.980 unidades planificadas. Un punto crítico se presenta en mayo, donde la proyección de ventas esperadas era de 145.470 unidades, pero las ventas alcanzaron solamente 90.780 unidades.



## ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ



TABLA 3: Datos de ventas del año 2021 de la empresa NIEBLA

VENTAS 2021	VENTAS ESPERADAS	VENTAS ALCANZADAS
ENERO	204555	121260
FEBRERO	225000	151575
MARZO	163635	108675
ABRIL	163635	92445
MAYO	163635	114450
JUNIO	163635	96720
JULIO	163635	115890
AGOSTO	204555	124440
SEPTIEMBRE	225000	163035
OCTUBRE	292500	163440
NOVIEMBRE	292500	187890
DICIEMBRE	292500	220155
TOTAL	2554785	1659975



En el año 2021, resulta evidente que la planificación inicial no pudo ser alcanzada debido a una serie de factores. Al analizar los datos de manera más detallada, se observa que, en el mes de diciembre, fue el mes con el mayor volumen de ventas, pero solo se lograron vender 220.155 unidades, a pesar



**ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE  
LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA  
CIUDAD DE LA PAZ**



de que se había proyectado alcanzar las 292.500 unidades planificadas. Un punto crítico se presenta en abril, donde la proyección de ventas esperadas era de 163.635 unidades, pero las ventas alcanzaron solamente 92.445 unidades.

**TABLA 4: Datos de ventas del año 2022 de la empresa NIEBLA**

VENTAS 2022	VENTAS ESPERADAS	VENTAS ALCANZADAS
ENERO	90915	83865
FEBRERO	100005	80220
MARZO	72720	46410
ABRIL	72720	38910
MAYO	72720	55995
JUNIO	72720	41955
JULIO	72720	42450
AGOSTO	90915	47505
SEPTIEMBRE	100005	76140
OCTUBRE	130005	65040
NOVIEMBRE	130005	88410
DICIEMBRE	130005	92460
<b>TOTAL</b>	<b>1135455</b>	<b>759360</b>





## ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ



En el año 2022, resulta evidente que la planificación inicial no pudo ser alcanzada debido a una serie de factores. Al analizar los datos de manera más detallada, se observa que, en el mes de diciembre, fue el mes con el mayor volumen de ventas, pero solo se lograron vender 92.460 unidades, a pesar de que se había proyectado alcanzar las 130.005 unidades planificadas. Un punto crítico se presenta en abril, donde la proyección de ventas esperadas era de 72.720 unidades, pero las ventas alcanzaron solamente 38.910 unidades.

Este patrón se repite en años posteriores, donde se aprecia un comportamiento estacional en este sector. En las gráficas, se observa un ciclo evidente que está relacionado con las estaciones del año. En enero, las ventas tienden a ser elevadas, pero en febrero intentan mantener cierta constancia. Sin embargo, desde marzo, coincidiendo con el inicio de clases y el adentrarse en la temporada fría del invierno, las ventas disminuyen. Este comportamiento contrasta con lugares como Santa Cruz o Cochabamba, donde la estabilidad es más marcada debido a condiciones climáticas más uniformes. En los meses de mayor frío, los consumidores optan por vinos o destilados como whisky o ron en lugar de cerveza, lo que influye en nuestras ventas. Sin embargo, a partir de agosto se inicia una recuperación que se extiende hasta diciembre, donde las ventas tienden a ser más elevadas.

Sin embargo, se ha pasado por alto una variable crucial: los hábitos de consumo de los aficionados de la cerveza artesanal.

La falta de comprensión detallada de los clientes de Niebla ha sido un factor limitante, ya que las proyecciones basadas en años anteriores no cumplieron las expectativas, como se ha evidenciado en el año 2019. Esta discrepancia entre la planificación y los resultados reales es evidente hasta el 2022, subrayando la necesidad de abordar esta cuestión de manera prioritaria. Por ende, se torna esencial realizar un estudio exhaustivo sobre los hábitos de consumo de los bebedores de cerveza artesanal, un aspecto faltante para



cumplir con éxito las metas de la empresa. Este estudio, que será abordado en la presente tesis, proveerá información precisa y valiosa sobre los hábitos y preferencias de los consumidores. (Buezo Patzi, 2022)

## **CAPITULO V**

### **5.1 Diseño metodológico de la investigación**

#### **5.1.1 Definición del nivel de investigación**

El nivel de investigación utilizado en el presente trabajo es de carácter Explicativo, que se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas, como de los efectos, mediante la prueba de hipótesis.

#### **5.1.2 Definición del método (s) de investigación a adoptar**

Los métodos de investigación a utilizar en el presente trabajo son el método inductivo, el método de análisis y el método de síntesis. El inductivo, para generar teorías a partir de observaciones específicas; el de análisis, para descomponer los factores clave que influyen en los hábitos de consumo; y el de síntesis, que integrará estos resultados para construir un marco conceptual coherente.

Esta combinación de enfoques proporcionará una comprensión de los hábitos de consumo de cerveza artesanal, con el potencial de derivar conclusiones generales y recomendaciones prácticas para la empresa Niebla boliviana y los interesados en este mercado.

#### **5.1.3 Población y sujetos de investigación**

El tipo de muestreo que se utilizara en el siguiente trabajo es el Muestreo no probabilístico. La elección de los elementos no depende de la probabilidad,



sino de causas relacionadas con las características de la investigación o los propósitos del investigador (Johnson, 2014; Battaglia, 2008b; Hernández-Sampieri et al., 2013) Aquí el procedimiento no es mecánico ni se basa en fórmulas de probabilidad, dentro de los tipos de muestreo no probabilístico utilizaremos el muestreo causal – intencional. (Zorrilla, 2009)

Los sujetos de investigación con los cuales se trabajará en el presente trabajo son los bebedores de cerveza artesanal que nos permitirá realizar un análisis sobre sus hábitos de consumo.

## **5.2 Elaboración del proceso de recopilación de información**

El Gerente general de la empresa Niebla Boliviana Cerveza Artesanal proporciona información esencial sobre los establecimientos de bar-foods donde se consume cerveza artesanal.

- Sol y luna - Calle murillo # 999
- The English Pub - Calle linares esquina Tarija
- Beef & Beer – Av. 20 de octubre # 2387 esq. Belisario Salinas
- Food & Rock – Av.20 de octubre, entre Belisario salinas y pedro Salazar
- Crafted, Jaime Mendoza 910, La Paz
- Rojo Fire & Wine, Gabriel René Moreno 1383, La Paz
- Highlanders Country, Gabriel René Moreno 1359, La Paz
- Backstage Bar & Karaoke, Av. Montenegro E7 Edificio Aracely PB
- Pueblo Viejo, Av. Montenegro 1309, La Paz
- Prost Bier Haus, La Paz, Calacoto, entre calles 14 y 15, El Bosque Boulevard
- Imilla Alzada, Calle Alvares Plata N°50, La Paz
- Hard Rock Café La Paz, Calle 15 entre Sánchez Bustamante y, Julio Patiño 8052, La Paz



## ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ



EL objetivo es recolectar datos significativos para comprender mejor las preferencias y tendencias de los bebedores de cerveza artesanal en relación con los lugares de consumo. Para lograrlo, planeamos realizar un total de 100 encuestas exhaustivas.

La información recopilada en esta encuesta nos proporcionará una visión más profunda de las experiencias y expectativas de nuestros consumidores en los bar-foods. Esto, a su vez, nos permitirá adaptar nuestras estrategias de ventas y marketing para brindar una experiencia más satisfactoria y alineada con sus preferencias.



## CAPITULO VI

### 6.1 Interpretación de la información y Conclusiones del Marco práctico.

#### 1. Género

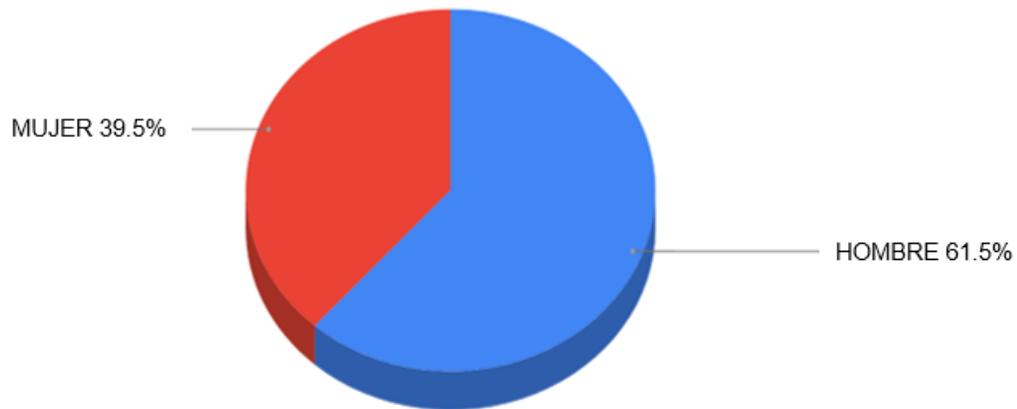


FIGURA 1: Pregunta N° 1 - Género

Con un 61.5% los consumidores de cerveza artesanal son hombres, seguido de un 39.5 % son mujeres.

Al momento de realizar las encuestas en los diferentes bares y bar-foods se logró observar que las mujeres ya son parte de la comunidad de cervezas artesanales, las mismas consumidoras comentaron sobre una comunidad de mujeres cerveceras que nace en Cochabamba, compuesta por hacedoras de cerveza, catadoras, vendedoras o simplemente mujeres que gustan de la cerveza.



## 2. Edad

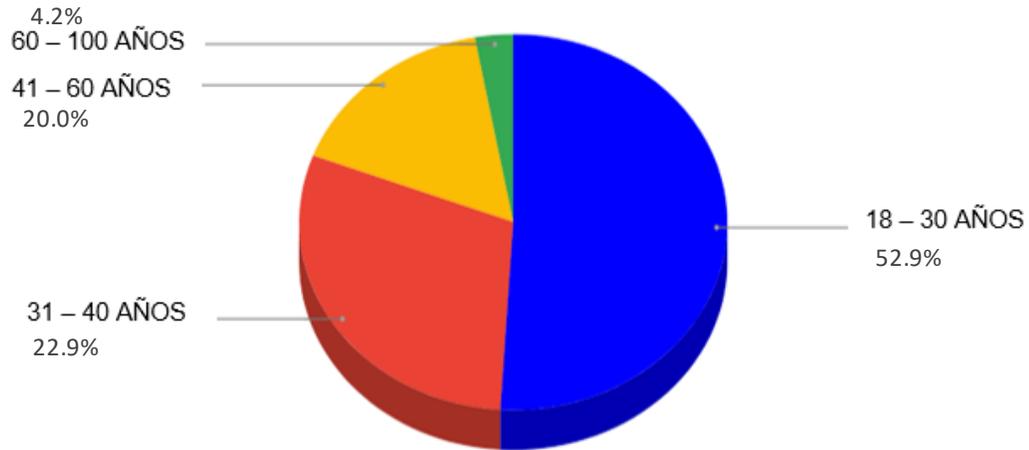


FIGURA 2: Pregunta Nº 2 - Edad

Con un 52.9% los consumidores de cerveza artesanal en la ciudad de la paz, se encuentran en un rango de edad entre 18-30 años, con un 22.9% se encuentran en un rango de edad entre 31-40 años, con un 20.0% se encuentran en un rango de edad entre 41-60 años y finalmente con un 4.2% se encuentran en un rango de edad de 60-100 años.



### 3. ¿Cuántas marcas de cerveza artesanal conoces?

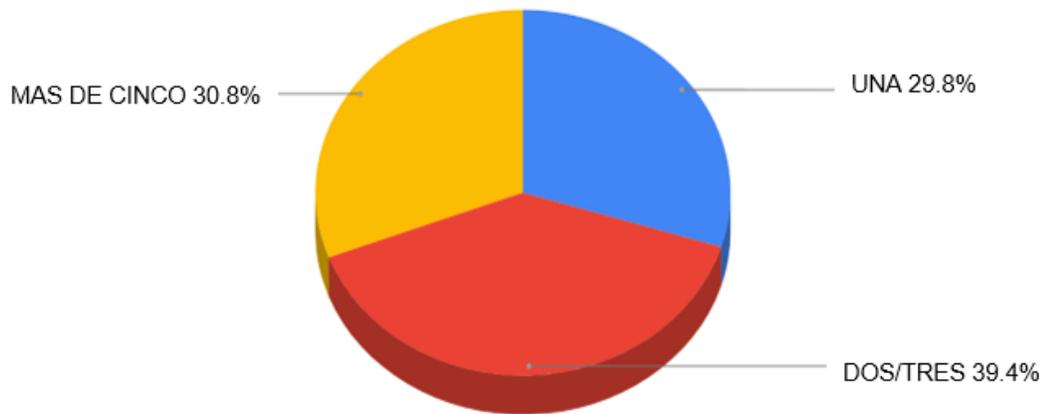


FIGURA 3: Pregunta Nº 3 – Conocimiento de marcas de cerveza artesanal

Con un 39.4% los consumidores de cerveza artesanal conocen entre dos a tres marcas de cerveza artesanal, con un 30.8% los consumidores de cerveza artesanal conocen más de cinco marcas de cerveza artesanal y finalmente con un 29.8% solo conocen una marca de cerveza artesanal.



#### 4. ¿Cuál cerveza artesanal es la que más te gusta?

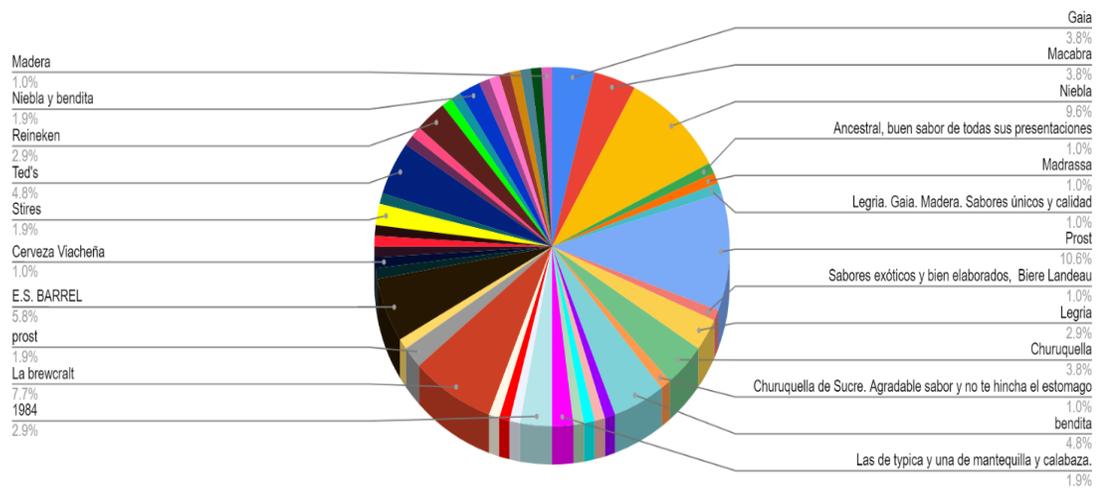


FIGURA 4: Pregunta N° 4 – Preferencia de cerveza artesanal

Las respuestas fueron múltiples, pero se logró encontrar los siguientes patrones generales de respuesta.

- “Prost”
- “Niebla”
- La Brewcraft
- E.S Barrel
- Ted’s
- Bendita
- Gaia
- Churuquilla



En su mayoría estas cervezas artesanales no son elaboradas en el departamento de La Paz, la cerveza Niebla si es producida en la ciudad de La Paz, las demás cervezas son importadas desde los departamentos como Cochabamba, Santa Cruz y Sucre

### 5. ¿Qué atributos de calidad valoras de la cerveza artesanal?

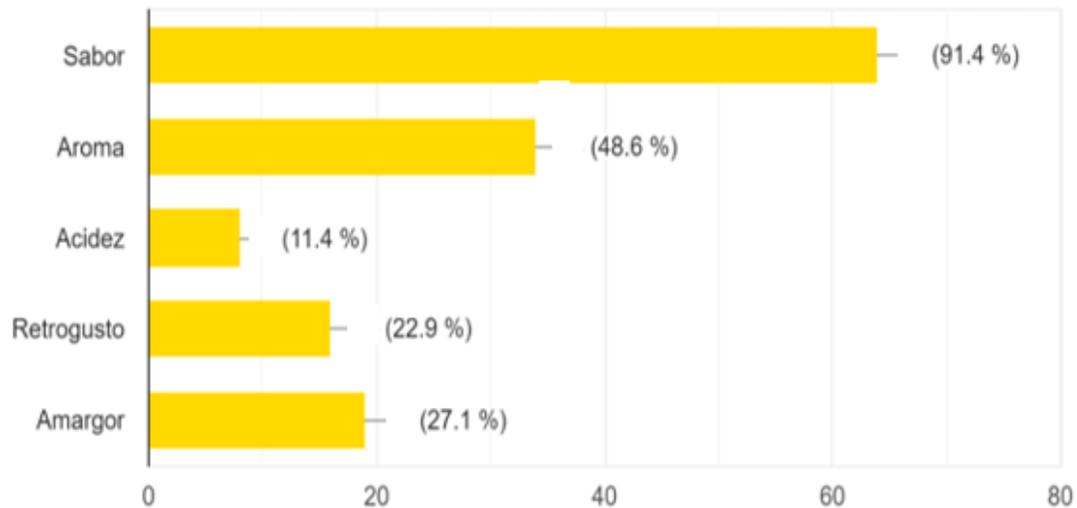


FIGURA 5: Pregunta N° 5 – Atributos de calidad de cerveza artesanal

Con un 91.4% los consumidores de cerveza artesanal el atributo que más valoran de la cerveza artesanal es el sabor seguido con un 48.6% valoran el aroma, con un 27.1% valoran el amargor, con un 22.9% valoran el retrogusto y finalmente con un 11.4% los consumidores de cerveza artesanal valoran la acidez.



6. ¿Con que frecuencia consumes cerveza artesanal?

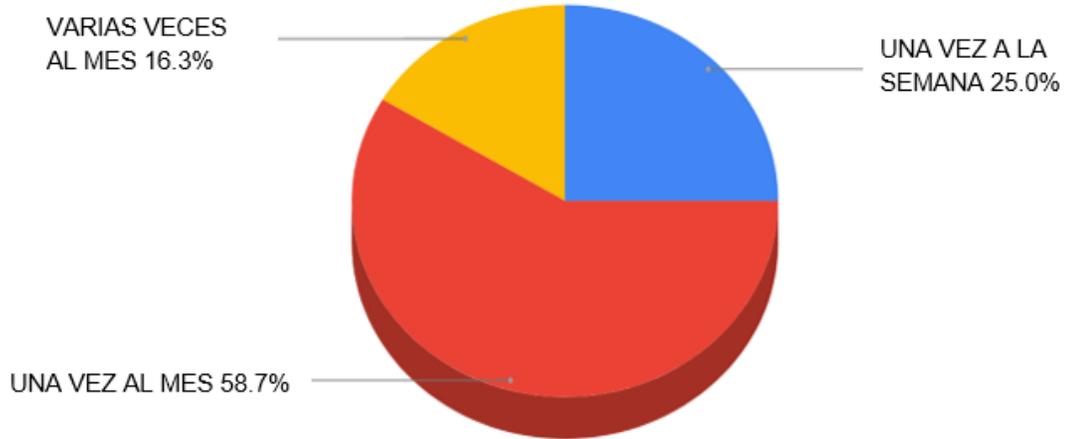


FIGURA 6: Pregunta N° 6 – Frecuencia de Consumo

Con un 58.7% los consumidores de cerveza artesanal consumen cerveza artesanal con la frecuencia de una vez al mes, con un 25.0% consumen cerveza artesanal una vez a la semana y con un 16.3% consumen cerveza artesanal varias veces al mes.



7. ¿Cuál es el principal factor por el que elige una cerveza artesanal?

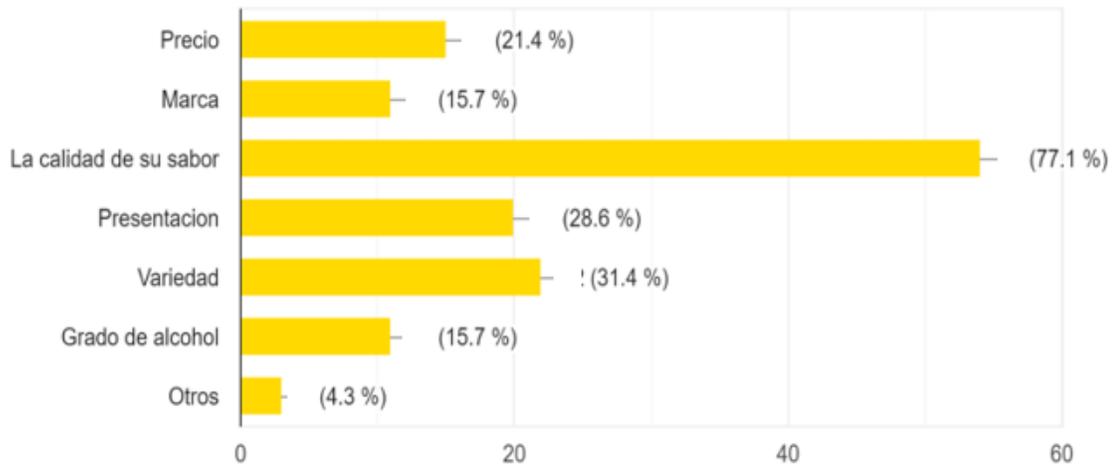


FIGURA 7 : Pregunta N° 7 – Factor de Elección

Con un 77.1% los consumidores de cerveza artesanal deciden que el principal factor por el que eligen cerveza artesanal por la calidad de su sabor seguido con un 31.4% eligen por la variedad de estilos de cerveza artesanal que ofrecen las microempresas, con un 28.6% eligen por su presentación, con un 21.4% eligen por su precio, con un 15.7% eligen por su marca al igual con un 15.7% eligen por el grado de alcohol y finalmente con un 4.3% lo eligen por otros factores.



## 8. ¿Prefiere tomar la cerveza artesanal de...?

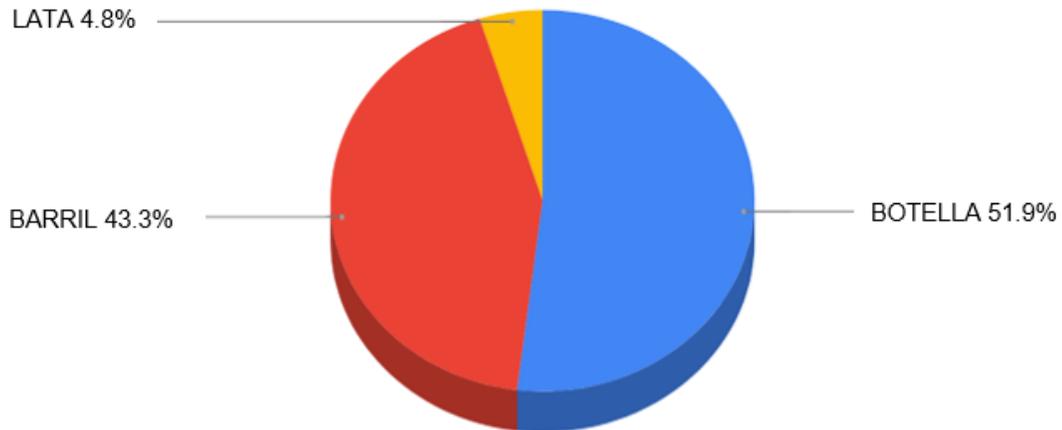


FIGURA 8 : Pregunta N° 8 – Preferencia de envase para consumo

Con un 51.9% los consumidores de cerveza artesanal prefieren tomar cerveza artesanal de botella, con un 43.3% los consumidores de cerveza artesanal prefieren tomar cerveza artesanal de barril y finalmente con un 4.8% los consumidores de cerveza artesanal prefieren tomar cerveza de lata.

Al momento de realizar las encuestas en los diferentes bares y bar-foods los consumidores de cerveza artesanal comentaron que conocían una marca de cerveza cochabambina que vendía cerveza artesanal en lata, su marca se llama "Tapa Dorada" debido que en Bolivia la mayoría de las microcerveceras venden la cerveza artesanal directo de barril o en botella.



### 9. ¿En qué situación tomas cerveza artesanal?

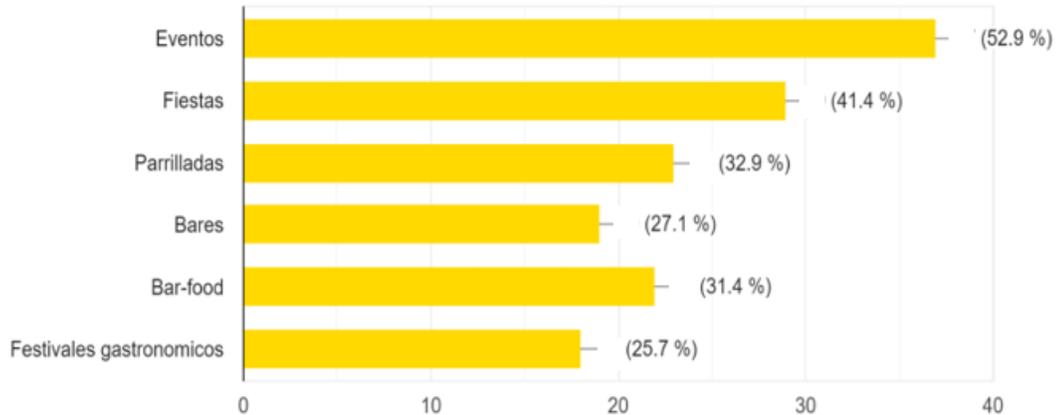


FIGURA 9: Pregunta Nº 9 – Situación en la que se consume cerveza artesanal

Con un 52.9 % los consumidores de cerveza artesanal toman más cerveza artesanal en eventos dedicados especialmente a cervezas artesanales donde más microempresarios pueden ofrecer su producto, un claro ejemplo es el Oktoberfest, un 41.4% toman más cerveza artesana en fiestas privadas, con un 32.9% toman más cerveza artesanal en parrilladas entre amigos y familiares, con un 31.4% toman más cerveza artesanal en bar-foods ,con un 27.1% toman más cerveza artesanal en bares y finalmente con un 25.7% toman más cerveza artesanal en festivales gastronómicos.



## 10. ¿Por qué decides consumir cerveza artesanal frente a otras bebidas alcohólicas?

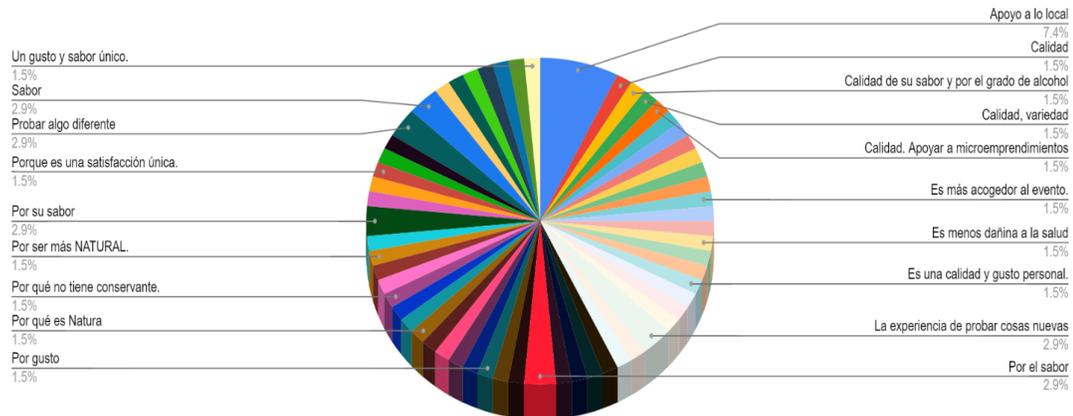


FIGURA 10: Pregunta N° 10 – Elección de cerveza artesanal frente a otras bebidas

Las respuestas fueron múltiples, pero se logró encontrar los siguientes patrones generales de respuesta.

- Apoyo a lo local (microemprendimientos)
- Por la calidad
- Por el sabor
- Por la variedad
- Por ser más natural

Al momento de realizar las encuestas en los diferentes bares y bar-foods los consumidores de cerveza artesanal tienen conocimiento sobre la diferencia de una cerveza industrial con la cerveza artesanal. Esta última es la que aprecian más, ellos comentaron que ya tenían conocimiento en qué lugares pueden consumir cerveza artesanal y a la vez les gusta ir a conocer nuevos lugares de esta manera apoyan los microemprendimientos.



## 11. ¿Cómo te describes?

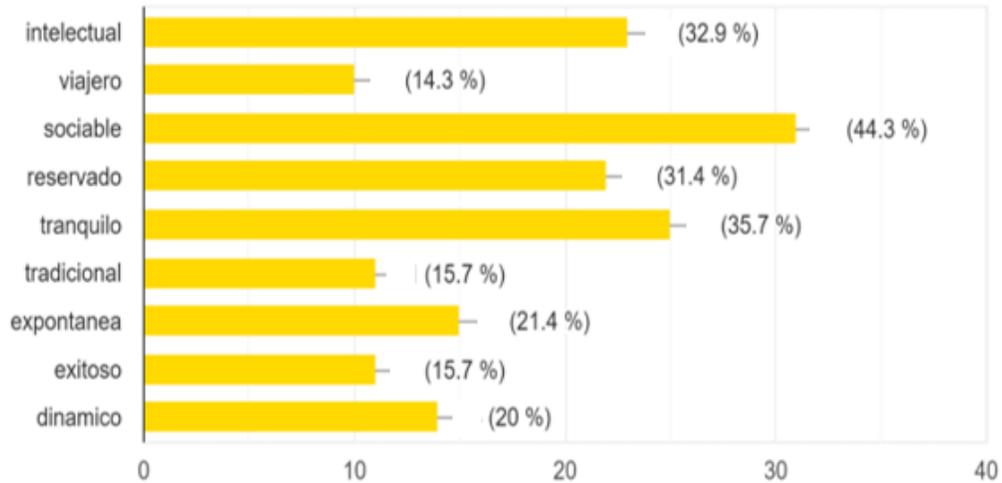


FIGURA 11: Pregunta N° 11 – Como se describe el consumidor

Con un 44.3% los consumidores de cerveza artesanal se describen como sociables seguido con un 35.7% se describen tranquilos, con un 32.9% se describen intelectuales, con un 31.4% se describen reservados, con un 21.4% se describen espontáneos, con un 20% se describen dinámicos, con un 15.7% tradicionales e igualmente con un 15.7 % exitosos y finalmente con un 14.3% se describen como viajeros.

Al ser esta una pregunta con opciones múltiples podemos caracterizar a nuestro consumidor de cerveza artesanal con los primeros tres rasgos más altos, “sociable, tranquilo e intelectual”.



## 12. ¿Con quién prefiere consumir cerveza artesanal?

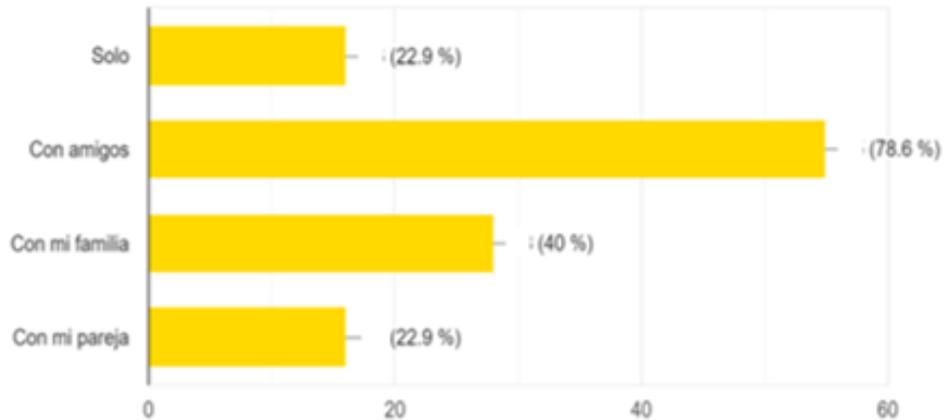


FIGURA 12: Pregunta N° 12 – Preferencias en la compañía para consumir cerveza artesanal

Con un 78.6 % los consumidores de cerveza artesanal prefieren consumir cerveza artesanal con sus amigos seguido con un 40% que prefieren consumir cerveza artesanal con su familia, con un 22,9 % prefieren consumir cerveza artesanal solos y al igual con un 22.9% prefieren consumir cerveza artesanal con sus parejas.

Al momento de realizar las encuestas en los diferente bares y bar-foods se logró observar que efectivamente en su mayoría se podía observar a los consumidores de cerveza artesanal compartiendo con sus amigos.



### 13. ¿Acompaña con algún producto la cerveza artesanal?

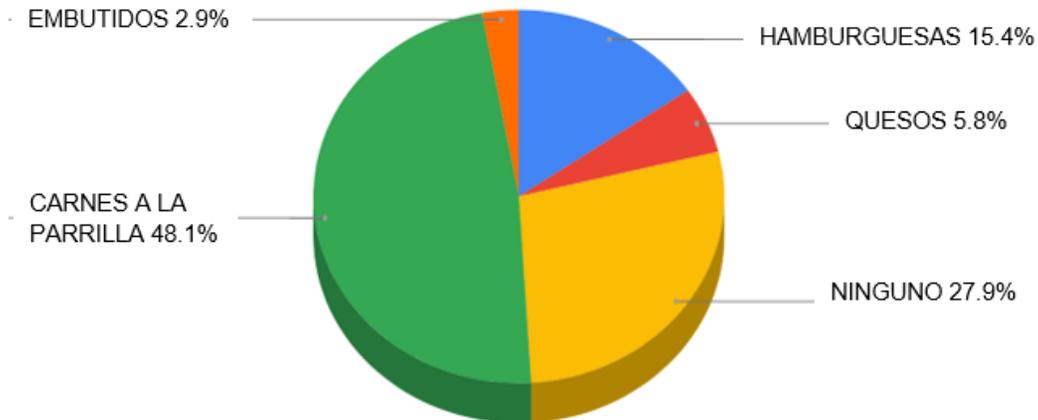


FIGURA 13: Pregunta N° 13 – Acompañamiento al consumir cerveza artesanal

Con un 48.1 % los consumidores de cerveza artesanal acompañan la cerveza artesanal con carnes a la parrilla seguido con un 27.9% que no acompañan su consumo con nada, con un 15.4% lo acompañan con hamburguesas, con un 5.8% lo acompañan con quesos y finalmente con un 2.9% lo acompañan con embutidos.

Al momento de realizar las encuestas en los diferentes bares y bar-foods se realizaron comentarios de los consumidores de cerveza artesanal, donde comentaban que en lugares donde se pueden degustar diferentes sabores al acompañar la cerveza artesanal con diferentes productos son en las degustaciones de cerveza artesanal.



#### 14. ¿Tiene alguna preferencia por el estilo de cerveza artesanal?

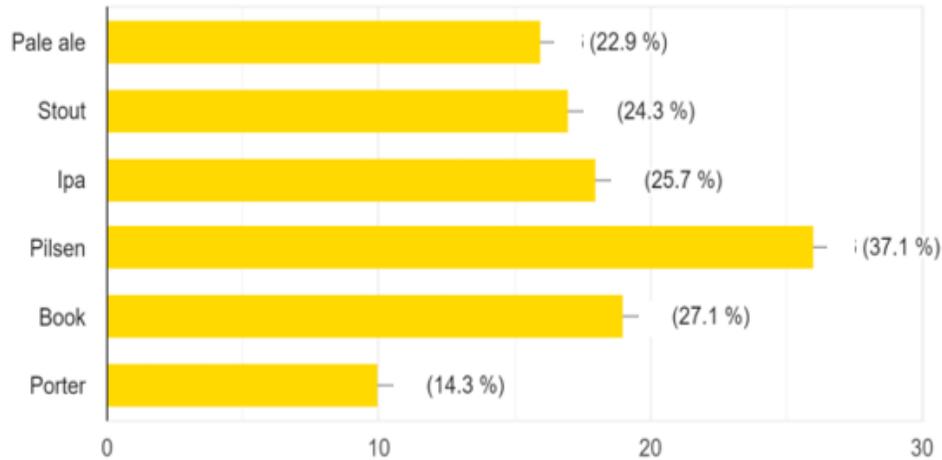


FIGURA 14: Pregunta N° 14 – Preferencia por estilo de cerveza artesanal

Con un 37.1% los consumidores de cerveza artesanal tienen una preferencia al estilo de cerveza artesanal “Pilsen” seguida con un 27.1% de cerveza artesanal estilo “Book”, con un 25.7% de cerveza artesanal estilo “Ipa”, con un 24.3% de cerveza artesanal estilo “Stout”, con un 22.9% de cerveza artesanal estilo “Pale Ale” y finalmente con un 14.3 % de cerveza artesanal estilo “Porter”.

Al momento de realizar las encuestas en los diferentes bares y bar-foods se logró observar que en su mayoría no contaban con la cerveza artesanal estilo “Porter” y en su mayoría siempre se encontraba los estilos “Pilsen” “Pale Ale” “Ipa” y otros diferentes sabores propios creados por dueños de los locales.



15. ¿Qué motivo te incentivaría comprar cerveza artesanal?

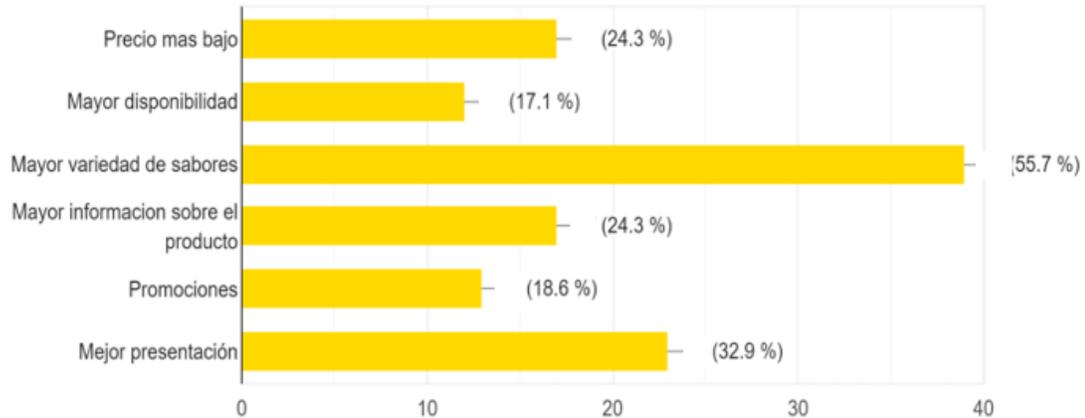


FIGURA 15: Pregunta N° 15 – Incentivos para la compra de cerveza artesanal

Con un 55.7% a los consumidores de cerveza artesanal lo que más les incentiva a comprar una cerveza artesanal es la mayor variedad de sabores seguido con un 32.9% en una mejor presentación, con un 24.3 % precios más bajos al igual con un 24.3% con mayor información sobre el producto, con un 18.6% mejores promociones y finalmente con un 17.1% la mayor disponibilidad de cerveza artesanal.



**16. ¿Usted cree que la publicidad influye en el consumo de la cerveza artesanal?**

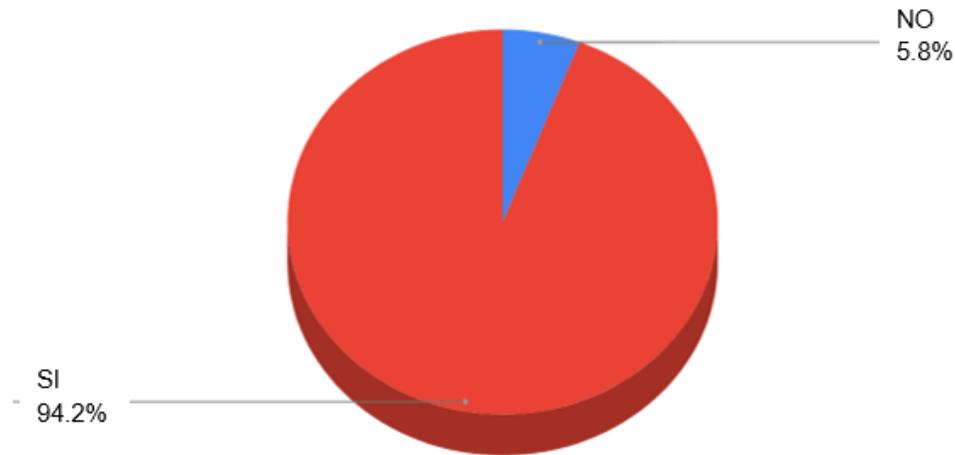


FIGURA 16: Pregunta N° 16 – Influencia de la publicidad

Con un 94.2% los consumidores de cerveza artesanal creen que la publicidad influye en el consumo de cerveza artesanal en la ciudad de la paz y con un 5.8% consumidores de cerveza artesanal no cree que la publicidad influya en el consumo de cerveza artesanal

Al momento de realizar las encuestas en los diferente bares y bar-foods se logró observar que en los lugares donde no producen sus propias cervezas, se pueden encontrar publicidad de la cerveza artesanal “Prost”, un claro ejemplo “los porta servilletas “que tenían impresa la marca de la cerveza artesanal “Prost” así como otros carteles decorativos.



## 6.2 Conclusiones del Marco Práctico

En conclusión, la falta de un estudio sobre hábitos de consumo de los bebedores de cerveza artesanal es uno de los problemas por la cual no se cumplió con el objetivo de ventas esperadas en la cual se ve la necesidad de proponer estrategias, que se platearan a continuación.

## CAPITULO VII

### 7.1 Propuesta a la empresa Niebla Boliviana Cerveza

Se proponen las siguientes estrategias, en base al estudio de hábitos de consumo que se realizó a los bebedores de cerveza artesanal:

- Participar en eventos locales: La Paz cuenta con festivales, ferias y eventos gastronómicos donde puedes presentar y ofrecer degustaciones de tu cerveza artesanal.
- Organizar tours y visitas a la cervecería: Invitar al público a conocer el proceso de elaboración de la cerveza artesanal y cómo se hace de manera local.
- Lograr presencia en redes sociales: Utilizar plataformas como Instagram y Facebook para promocionar tus productos, compartir contenido relevante sobre el mundo de la cerveza artesanal y mantener una comunicación activa con tus seguidores.
- Realizar Catas y eventos especiales: Organizar catas de cerveza artesanal donde los asistentes puedan degustar y aprender sobre los productos, y conocer nuevos sabores que se expongan de manera limitada.
- Distribución estratégica: Asegurar que los productos estén disponibles en lugares clave de la ciudad, como supermercados, tiendas especializadas y bares concurridos.



## ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ



-Diseños especiales: Diseñar envases creativos y atractivos para las cervezas artesanales exclusivamente para grupo de amigos, organizaciones, asociaciones y grupos familiares.

-Elaborar productos con el logo de la empresa en porta servilletas, posavasos, abre botellas, posters, ceniceros de mesa y sombrillas para eventos los cuales se distribuirán en los bares con los que se tiene ventas directas.

-Integrar la cerveza artesanal a la cultura popular: Integrar la Cerveza Viacheña (Marca de la cerveza artesanal Niebla) en las festividades, recepciones, prestes en la ciudad de VIACHA. (donde se encuentra la fábrica)

**Las primeras estrategias en las cuales se deben priorizar son:**

### **Organizar tours y visitas a la cervecería**

Envase al estudio realizado, la prioridad son los grupos de amigos, organizaciones, asociaciones y grupos familiares, a las cuales se les realizara invitaciones para que formen parte del tour y lograr la venta de paquetes los cuales se les entregara cada mes.

La propuesta debe aplicarse en un plazo no superior a medio año, ya que la empresa cuenta con un espacio en las instalaciones de la fábrica en la ciudad de Viacha, el trabajo a realizar es la remodelación y realizar las invitaciones por páginas de Facebook e Instagram; con mensajes directos a asociaciones, grupos familiares, organizaciones y grupos de amigos.

De esta manera se dará a conocer más la marca y que más personas conozcan el sabor y la calidad que representa **Niebla**.

La persona a cargo de ejecutar la propuesta es el Ing. Boris Patzi Buezo Gerente general y el costo aproximado es de unos 15.000 mil bolivianos.



### **Diseños especiales:**

Como ya se había mencionado los grupos sociales son un punto fuerte donde se debe enfocar la exclusividad se debe realizar envases con diseños creativo atractivos, vasos y barriles de colección exclusivos para grupos de amigos organizaciones, asociaciones y grupos familiares.

En los tours y visitas a la cervecería se debe ofrecer diferentes diseños realizados por un diseñador gráfico, mostrar diferentes modelos que pueden plasmarse en los vasos y barriles con logos personalizados o especiales para cumpleaños y eventos sociales.

Esta propuesta debe realizarle en un plazo no superior a un año y la persona a cargo de ejecutar la propuesta es el Ing. Boris Patzi Buezo junto con su equipo de marketing.

### **Integrar la cerveza artesanal a la cultura popular.**

Para integrarse con la cultura popular se debe realizar degustaciones para las festividades, recepciones, prestes en la ciudad de VIACHA.

Contactarse con los “pasantes” (anfitriones de la fiesta) de las diferentes fiestas y promocionar la cerveza como símbolo Viacheño, el primer paso es reunir la información de las fechas de cada fiesta y aprender el manejo de las costumbres populares con respecto a la cerveza, además de realizar un estudio de comportamiento y gustos en el consumo.

## **7.2 Conclusiones**

En conclusión, se logró llevar a cabo un estudio exhaustivo sobre los hábitos de consumo de cerveza artesanal en la ciudad de La Paz, brindando información invaluable a la empresa Niebla Boliviana. Los hallazgos clave que hemos alcanzado, son los siguientes:



**Factores de Influencia:** La decisión de consumir cerveza artesanal se ve influenciada significativamente por amigos y familiares, estos desempeñan un papel crucial, ya que los consumidores buscan la pertenencia a grupos específicos o participan activamente en comunidades dedicadas a la degustación de cervezas artesanales. En un sentido cultural, se trata menos de adherirse a las "costumbres" preestablecidas en la ciudad de La Paz y más de forjar una nueva cultura que respalde los micro emprendimientos de cerveza artesanal.

**Atributos Fundamentales:** Se posicionan como los atributos fundamentales a la calidad y el sabor en el proceso de toma de decisiones de compra de cerveza artesanal, así como también se revela que a medida que los consumidores adquieren más conocimiento sobre las cervezas artesanales, desarrollan preferencias específicas en cuanto a acidez, amargor y retrogusto, subrayando constantemente la importancia de mantener la calidad y el sabor de la cerveza.

**Perfil del Consumidor:** El perfil del consumidor de cerveza artesanal en la ciudad de La Paz, se caracteriza por una combinación de rasgos de sociabilidad, tranquilidad e intelectualidad, donde predominan los hombres, aunque las mujeres también muestran bastante interés en el consumo, el rango de edad de los consumidores abarca principalmente desde los 18 hasta los 40 años y se destaca que los consumidores tienen conocimiento sobre diversas marcas de cerveza artesanal, que, aunque variadas, incluyen tanto marcas locales como de otros departamentos de Bolivia. En términos de frecuencia de consumo, la mayoría consume cerveza artesanal una vez al mes, aunque un segmento significativo lo hace semanalmente.

Además del sabor, la preferencia por la cerveza artesanal también se ve influenciada por la variedad de sabores disponibles en el mercado. Aunque



## ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ



muchos consumidores prefieren el consumo directo del barril, la accesibilidad lleva a la mayoría a optar por la botella.

En cuanto a las preferencias de acompañamiento, los consumidores muestran un gusto por acompañar la cerveza artesanal con carnes a la parrilla. El estilo de cerveza preferido inicialmente es la Pilsen, pero con el tiempo, los consumidores tienden a explorar y probar otros estilos.

En términos económicos, se observa que la mayoría de los consumidores de cerveza artesanal muestran estabilidad económica. Además, su búsqueda constante de experiencias nuevas y saludables en sus elecciones de bebida resalta la importancia de la calidad y el disfrute en su consumo de cerveza artesanal.

En conjunto, estos hallazgos ofrecen una base estratégica sólida para que Niebla Boliviana adapte y optimice sus productos y estrategias de marketing, contribuyendo así al crecimiento continuo en las ventas y sostenido del mercado de cerveza artesanal en la región.



## Bibliografía y Anexos

- Armstrong, G., & Kotler, P. (2012). Fundamentos del Marketing. Estados Unidos: Pearson Education.
- Azafran Bolivia. (2018). Obtenido de azafranbolivia.com:  
<https://azafranbolivia.com/?p=22597>
- Buezo Patzi, B. (2022). Habitos de consumo de la cerveza artesanal en La Paz. (S. Morales Flores, Entrevistador)
- Castillo Ortiz , I. (13 de 5 de 2020). Atributos Preferidos de los Consumidores Mexicanos de Cerveza Artesanal un enfoque de analisis conjunto.
- Da Silva, D. (2021). zendesk.com.mx. Obtenido de  
<https://www.zendesk.com.mx/blog/tipos-consumidores/>
- Deloitte. (25 de 5 de 2017). www2.deloitte.com. Obtenido de  
<https://www2.deloitte.com/mx/es/pages/consumer-business/articles/cerveza-artesanal.html>
- Llanquihue, C. (11 de 12 de 2019). Cecinas.com. Obtenido de  
<https://cecinasllanquihue.cl/blog/tipos-de-cerveza-artesanal/>
- Molla, A., Berenguer, G., Gomez, M., & Quintanilla, I. (2006). Comportamiento del Consumidor. Barcelona: UOC.
- Zorrilla, S. (2009). Introducción a la metodología de la investigación. Mexico: Nexos-Sociedad, Ciencia y Literatura.



## ENCUESTA REALIZADA

### "Cerveza Artesanal"

**1. Género:**

Mujer

Hombre

**2. Edad:**

18-30 años

31- 40 años

41- 60 años

60-100 años

**3. ¿Cuántas marcas de cerveza artesanal conoces?**

Una

Dos/Tres

Más de cinco

**4. ¿Cuál cerveza artesanal es la que más te gusta? ¿Por qué?**

**5. ¿Qué atributos de calidad valoras de la cerveza artesanal?**

Sabor

Aroma

Acidez

Retrogusto

Amargor

**6. ¿Con que frecuencia consumes cerveza artesanal?**

Una vez a la semana

Una vez al mes

Varias veces al mes

**7. ¿Cuál es el principal factor por el que elige una cerveza artesanal?**

Precio

Marca



ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE  
LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA  
CIUDAD DE LA PAZ



La calidad de su sabor

Presentación

Variedad

Grado de alcohol

Otros

**8. ¿Prefiere tomar la cerveza artesanal de ...?**

Botella

Barril

Lata

**9. ¿En qué situaciones tomas cerveza artesanal?**

Eventos

Fiestas

Parrilladas

Bares

Bar-food

Festivales gastronómicos

**10. ¿Por qué decides consumir cerveza artesanal frente a otras  
bebidas alcohólicas?**

**11. ¿Cómo te describes?**

Intelectual

Viajero

Sociable

Reservado

Tranquilo

Tradicional

Espontanea

Exitoso

**12. ¿Con quién prefiere consumir cerveza artesanal?**

Solo



Con amigos

Con mi familia

Con mi pareja

**13. ¿Acompaña con algún producto la cerveza artesanal?**

Carnes a la parrilla

Embutidos

Hamburguesas

Quesos

Pescados

Ninguno

**14. ¿Tiene alguna preferencia por el estilo de cerveza artesanal?**

Pale ale

Stout

Ipa

Pilsen

Book

Porter

**15. ¿Qué motivo te incentivaría comprar cerveza artesanal?**

Precio más bajo

Mayor disponibilidad

Mayor variedad de sabores

Mayor información sobre el producto

Promociones

Mejor presentación

**16. ¿Usted cree que la publicidad influye en el consumo de la  
cerveza artesanal?**

Si

No



# ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ





# ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ





# ESTUDIO SOBRE LOS HÁBITOS DE CONSUMO DE LOS BEBEDORES DE CERVEZA ARTESANAL EN LA CIUDAD DE LA PAZ

