



**UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ**  
**FACULTAD DE EDUCACIÓN, TURISMO, ARTES Y HUMANIDADES**  
**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO**  
**DE LICENCIADOS EN HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA**

**TEMA**

**“CRITERIOS PARA LA FIJACIÓN DEL PRECIO DE VENTA DE CERVEZA**  
**ARTESANAL”**

**AUTORES**

**BAILÓN GÓMEZ WALTHER FERNANDO**  
**ESCALANTE LUCAS KEYLA XIOMARA**

**TUTOR**

**ING. MANUEL ROLANDO VELÁSQUEZ CAMPOZANO**

**MANTA, AGOSTO 2023**

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

En calidad de docente tutor de la Facultad de Hotelería y Turismo de Manta de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí, CERTIFICO:

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación, bajo la autoría de los estudiantes Bailón Gómez Walther Fernando y Escalante Lucas Keyla Xiomara, legalmente matriculados en la carrera de Hospitalidad y Hotelería, período académico 2023 (1), cumpliendo el total de 384 horas, bajo la opción de titulación de Proyecto de Investigación, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es “Criterios para la fijación de precios de venta de cerveza artesanal”

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, agosto 2023

Lo certifico

Ing. Manuel Rolando Velásquez Campozano

**Docente Tutor(a)**

**Área:** Hospitalidad y Hotelería

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL**

El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado “**CRITERIOS PARA LA FIJACIÓN DE PRECIOS DE VENTA DE CERVEZA ARTESANAL**”, ha sido realizado y concluido por los estudiantes Bailón Gómez Walther Fernando y Escalante Lucas Keyla Xiomara; el mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal.

El trabajo de fin de carrera reúne todos los requisitos pertinentes en lo referente a la investigación y diseño que ha sido continuamente revisada por este tribunal en las reuniones llevadas a cabo.

Para dar testimonio y autenticidad,

Firmamos

---

Lic. Reyes Chávez Luis  
**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

Ing. Lucas Mantuano Carmen  
**MIEMBRO TRIBUNAL DE  
TITULACIÓN**

---

Ing. Catagua Míeles Jesenia  
**MIEMBRO TRIBUNAL DE  
TITULACIÓN**

---

Ing. Manuel Rolando Velázquez  
**DOCENTE TUTOR DE  
TITULACIÓN**

---

Bailón Gómez Walther Fernando  
**ESTUDIANTE**

---

Escalante Lucas Keyla Xiomara  
**ESTUDIANTE**

## **AUTORÍA**

El actual trabajo de investigación se realiza como requisito previo a la obtención del título de Licenciados en Hospitalidad y Hotelería en la Universidad Laica Alfaro de Manabí. El contenido expuesto en este proyecto pertenece exclusivamente a los autores; en este caso de utilizar este documento, se debe otorgar los respectivos créditos.

---

**Bailón Gómez Walther Fernando**  
**131631297-2**

---

**Escalante Lucas Keyla Xiomara**  
**131564255-1**

## **DEDICATORIA**

Esta tesis en primer lugar está dedicada a mis padres, por la ayuda brindada en cada obstáculo presentada a mi vida, gracias por enseñarme el camino y guiarme para poder cumplir una de mis metas, por ese apoyo incondicional tanto en lo moral como en lo económico para la culminación de mis estudios.

*BAILON GOMEZ WALTHER FERNANDO*

A tres mujeres excepcionales que han dejado una huella imborrable en mi vida Sin ustedes, este logro no habría sido posible: mamá, abuela y tía, pilares fundamentales en mi camino hacia el éxito académico. Cada una de ustedes han sido fuentes de inspiración constante a lo largo de este camino. Esta tesis es una pequeña muestra de mi agradecimiento y amor hacia cada una de ustedes. Gracias por creer en mí y por ser mis ejemplos a seguir y por brindarme su amor incondicional. por ser mi fuente constante de inspiración.

*ESCALANTE LUCAS KEYLA XIOMARA*

## **AGRADECIMIENTO**

El principal agradecimiento a DIOS quién nos ha guiado y me ha dado la fortaleza para seguir adelante durante todo nuestro proceso de formación académica y personal.

A nuestras familiares por su comprensión y estímulo constante, además el apoyo incondicional a lo largo de los estudios y de igual manera a nuestros amigos más cercanos que no dudaron en brindar su apoyo. Por último, agradecemos a los docentes de la facultad quienes estuvieron presentes a lo largo de la carrera universitaria compartiendo sus conocimientos; a amigos los cuales nos han ofrecido su compañerismo, paciencia, amor y amistad.

## **RESUMEN**

El presente estudio investigativo se realizó con el objetivo de identificar el conocimiento de la población de la ciudad de Manta respecto a los métodos de fijación de precios de la cerveza artesanal. La investigación utilizó la técnica de la entrevista con varias cervecerías que elaboran sus propias cervezas artesanales para determinar los métodos de fijación de precios que aplican. Se utilizó un cuestionario que consta de 10 preguntas y se obtuvieron 112 respuestas, divididas en 3 ejes importantes: métodos de fijación de precios, personalización de la cerveza y selección de proveedores. En particular, el 90% de los encuestados afirmó que los métodos de fijación de precios juegan un papel importante en la creación de un producto.

En conclusión, es fundamental difundir y compartir estos hallazgos con profesionales en el campo para generar interés y proponer estrategias que promuevan una comprensión más profunda de las metodologías de fijación de precios y su correcta aplicación, particularmente dentro de la industria de la cerveza artesanal

**Palabras clave:** mercado, cervezas, cerveza artesanal, métodos de fijación de precios.

## **ABSTRACT**

The present investigative study was carried out with the objective of identifying the knowledge of the population of the city of Manta regarding the methods of pricing craft beer. The research used the interview technique with several breweries that brew their own craft beers to determine the pricing methods they apply. A questionnaire consisting of 10 questions was used and 112 answers were obtained, divided into 3 important axes: pricing methods, beer customization, and supplier selection. In particular, 90% of those surveyed stated that pricing methods play an important role in the creation of a product.

In conclusion, it is essential to disseminate and share these findings with professionals in the field to generate interest and propose strategies that promote a deeper understanding of pricing methodologies and their correct application, particularly within the craft beer industry.

**Keywords:** market, beers, craft beer, pricing methods.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	2
AUTORÍA .....	4
RESUMEN .....	7
ABSTRACT .....	8
ÍNDICE DE CONTENIDO .....	9
ÍNDICE DE TABLAS .....	11
INTRODUCCIÓN .....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
OBJETO DE ESTUDIO .....	5
VARIABLES .....	5
VARIABLE INDEPENDIENTE.....	5
VARIABLE DEPENDIENTE.....	5
OBJETIVO GENERAL.....	6
OBJETIVOS ESPECÍFICOS. ....	6
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO .....	7
1.1.    ANTECEDENTES.....	7
1.2.    MÉTODOS DE FIJACIÓN DE PRECIOS.....	10
1.2.1.    FIJACIÓN DE PRECIOS BASADO EN VALOR.....	10
1.2.2.    FIJACIÓN BASADA EN LA COMPETENCIA. ....	11
1.2.3.    FIJACIÓN BASADA EN LAS CONDICIONES DEL MERCADO	
11	
1.3.    TIPOS DE CERVEZAS ARTESANALES SEGÚN SU	
FERMENTACIÓN.....	12
1.3.1.    ALE (FERMENTACIÓN ALTA): .....	12
1.3.2.    LAGER (FERMENTACIÓN BAJA): .....	14

1.4.	LAS CARACTERÍSTICAS QUE INCIDEN EN LA FIJACIÓN DE PRECIOS EN LAS EMPRESAS DE CERVEZA ARTESANAL.....	16
1.4.1.	EL ENTORNO.....	16
1.4.2.	VALOR AÑADIDO. ....	16
1.4.3.	EL PRECIO COMO ESTRATEGIA DE NEGOCIO.....	16
	CAPITULO II: MARCO METODOLÓGICO .....	17
2.1.	ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN. ....	17
2.2.	TIPO DE INVESTIGACIÓN. ....	17
2.3.	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN .....	18
2.4.	DISEÑO DE INSTRUMENTO. ....	18
2.4.1.	CUESTIONARIO .....	19
2.4.2.	ENTREVISTA .....	22
2.5.	POBLACIÓN Y MUESTRA .....	23
	CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	24
3.1.	RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS Y ENTREVISTAS. ....	24
3.2.1.	ENCUESTAS.....	24
	ENTREVISTA #1 .....	30
	ENTREVISTA #2.....	32
	ENTREVISTA #3.....	34
	CONCLUSIONES .....	36
	RECOMENDACIÓN .....	37
	ANEXOS .....	39
	BIBLIOGRAFÍA .....	41

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 .....	13
Tabla 2 .....	14
Tabla 3 Importancia de los métodos de fijación de precios.....	24
Tabla 4 Tipo de método de fijación de precio más utilizado.....	25
Tabla 5 Importancia de la calidad para fijar un precio final .....	25
Tabla 6 Utilización de métodos de fijación de precio para ingresos futuros .....	26
Tabla 7 Índice de importancia sobre la personalización de un producto.....	26
Tabla 8 Importancia de realizar personalización hacia un producto. ....	27
Tabla 9 Índice influyente sobre metodología de fijación de precio.....	27
Tabla 10 Aspectos importantes para elegir a un proveedor.....	28
Tabla 11 Factores influyentes entre proveedor y precio final .....	28
Tabla 12 Índice de relación entre proveedor y precio final .....	29

## INTRODUCCIÓN

El presente proyecto se enfocó en determinar y analizar el método de fijación de precios basado en la competencia y en el estudio de mercado. La industria de la cerveza artesanal es cada vez más importante en todo el mundo. Este crecimiento se refleja en el desarrollo de una red de proveedores, productores, distribuidores y consumidores, lo que permite una reactivación de la industria cervecera ecuatoriana, aunque a escala artesanal.

La cerveza artesanal recibe poca atención con solo un 0,59 %, pero con una tasa de crecimiento anual muy prometedora del 20 % desde 2018, esto es solo un número, y la industria es la de más rápido crecimiento en las capitales del mundo. (Vélez, K. (2021).

Es necesario aprender sobre la fijación de precio de la cerveza artesanal en nuestro país, para lograr incentivar a futuros emprendedores (grandes o pequeños), de esta forma se incentivaría el consumo de este producto en el mercado, hoy en día son pocos los lugares que podemos conseguir cerveza artesanal, pero al incentivarla será un poco más fácil encontrar este producto para poder consumirlo.

El camino a comercializar las cervezas artesanales cada vez resulta más viable con los productores debido al proceso para vender cervezas artesanales de forma legal parece tomar un tiempo similar o un poco mayor al que se necesita para abrir otro tipo de negocio. (Fallas, 2015) Este hecho se ve reflejado, para el año 2010 solo inscribieron en el Ministerio de Salud tres marcas de cerveza artesanal (Chacón, 2015), mientras que, a mediados del año 2018, el total de marcas de cerveza artesanal inscritas sobrepasan las 100 (Barquero, 2018).

Hoy en día, la cerveza artesanal se vende principalmente en tiendas especializadas, algunos supermercados, tiendas de productos en línea, bares que incluyen cerveza artesanal en sus menús, otras bebidas y alimentos, o establecimientos similares

que sirven la cerveza que producen junto con restaurantes (de alta gama). vendido a través de micro cervecerías. (Tabales, N., Sánchez Cañizares, J., & Ma, S. (2015).

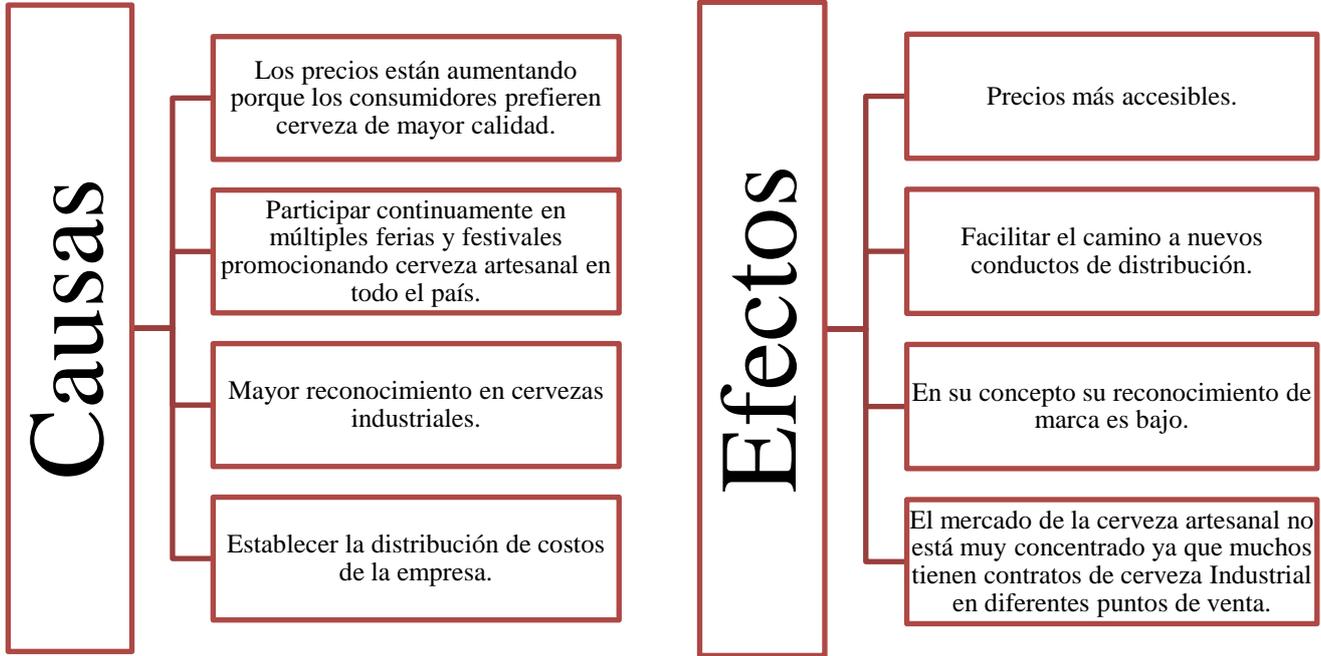
La cerveza artesanal es un producto nuevo en crecimiento en el mercado, ya que es un producto diverso y tiene diferentes características según sus cuatro parámetros, como materias primas, proceso de fabricación, composición y color. Los consumidores de hoy no solo quieren calidad. No solo por los productos, sino también por la diversidad. La cerveza prioriza el uso de materias primas de alta calidad y la mayor parte de la elaboración se realiza a mano. (Albán & Tabales., 2015)

La gran variedad de ingredientes y precios son los factores identificados como clave para la compra de cerveza, La diversidad de las marcas de cervezas son las que más recuerdan los consumidores como representativa del mercado. 18-35 años, el gusto influye más en las decisiones de compra y en la elección de marcas, 36 y 50 años, la marca es uno de los más importantes que influyen en las decisiones de compra. Incluso más que el gusto, el reconocimiento y los clásicos. Por otro lado, precio y ubicación van de la mano, con tarifas significativamente diferentes a las de supermercados, gasolineras, bares y restaurantes. Aun así, el consumidor está dispuesto a afrontar estas fluctuaciones, siempre que mejore su experiencia con el producto, explicándolo de la siguiente manera: el entorno en el que consume el producto, dónde lo consume y con quien lo consume. (Trujillo,2018)

La fijación del precio de venta adecuado para tu cerveza artesanal es fundamental para el éxito de tu negocio. Debes considerar múltiples factores para establecer un precio competitivo que cubra tus costos de producción y te genere ganancias, sin alejar a tus clientes potenciales.

La presente investigación será útil para aquellas investigaciones que estén relacionadas para las personas o empresas que se dedican a la venta de cerveza artesanal, ya que tendrán información notable sobre la fijación de precios. Además el proyecto tiene la siguiente estructura: Se realizó la descripción del estudio sobre los criterios de fijación de cervezas artesanales en el cual describe la fijación de precios que se basa en la competencia del mercado cervecero en la ciudad de Manta, en el capítulo I tenemos una descripción basada en la fijación de precios en la competencia y en las condiciones del mercado, bajo los tipos de cerveza artesanales según su fermentación según sus características que inciden en la fijación de precios bajo el entorno y el valor añadido esto, basado en el precio como estrategia de negocio; capítulo II se muestra el tipo de metodología de la investigación utilizada fue de investigación con enfoque cuantitativo, se diseñó un cuestionario estructurado de 10 preguntas cerradas y se obtuvo 112 respuestas de los ciudadanos de la ciudad de Manta; capítulo III se presenta los resultados que se obtuvieron de las encuestas realizadas a los ciudadanos, presentados con gráficos y análisis por cada pregunta, incluyendo las respuestas obtenidas de las entrevistas realizadas a las empresas de fabricación y venta de cerveza artesanal. Al final del proyecto se presentan las conclusiones y recomendaciones para futuras investigaciones.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.



Las empresas cerveceras artesanales en la ciudad de Manta al fijar el precio de sus productos se basan en algún método para llegar a la conclusión de cual les dará mayor rentabilidad, incluyendo el hecho de que no existe mucha promoción de sus marcas ya establecidas, incluyendo que no hay plazas que se dediquen a la venta de este tipo de cerveza, lo que nos da una interrogante: ¿Cuál es el tipo de método de fijación de precios que prefieren utilizar las compañías de venta de cerveza artesanal en la ciudad de Manta?.

## **OBJETO DE ESTUDIO**

Nos basaremos como objeto de estudio las compañías de venta de cerveza artesanal

Campo de investigación: Nuestro estudio abarcará todas las compañías en el sector de Manta que se dedican a la fabricación y venta de cerveza artesanal, mediante esto lograr identificar sus métodos de fijación de precio.

## **VARIABLES**

### **VARIABLE INDEPENDIENTE.**

Métodos de fijación de precios.

### **VARIABLE DEPENDIENTE.**

Investigación y análisis de los distintos métodos a utilizar para la fijación de precios.

## **OBJETIVO GENERAL.**

Analizar los tipos de métodos para la fijación de precios de la cerveza artesanal en el cantón Manta, considerando su publicidad y demanda.

## **OBJETIVOS ESPECÍFICOS.**

- ✓ Investigar aspectos teóricos y metodológicos sobre la fijación de precio, de acuerdo su publicidad y demanda.
- ✓ Reconocer cuales son las características que inciden en la fijación de precios en las empresas de cerveza artesanal.
- ✓ Concluir que métodos de fijación de precio son los que utilizan las compañías cerveceras artesanales en la ciudad de Manta

## **CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO**

### **1.1. ANTECEDENTES**

En la cerveza artesanal se puede observar datos históricos, la primera industria cervecera guayaquileña fijó sus primeros precios en base al costo, pero de una nueva empresa dedicada a la venta de cerveza artesanal, esto podría deberse a que nos guiamos por los precios establecidos. Descrito como investigación de mercado competitiva.

El mercado ecuatoriano determino cifras de crecimiento mediante la referencia de precios, el crecimiento de mercado entre otros para así realizar un diagnóstico en la cual llegaron a las siguientes deducciones utilizando el método inductivo y deductivo.

El mercado cervecero artesanal ecuatoriano está obstruido de marcas que no se destacan con propuestas de valor y capitalizan sus atributos principales para todos ellos, esto significa una fantástica oportunidad para la gestión y promoción de la marca, así como un fuerte posicionamiento de la marca en el mercado.

Sus principales cervezas ecuatorianas son Brama, Biela y Budweiser en Botella. Las marcas importadas vendidas en el país incluyen Stella Artois Budweiser y Corona enlatada. (Amber Ecuador, 2016)

Otro segmento es la cerveza artesanal, que ha experimentado un aumento de la demanda en los últimos años. Esto se debe a la diversidad presente (rubio, rojo, negro). Algunos contienen otros ingredientes como frutas o dulces como el chocolate. Hecho 100% de cebada, tiene una consistencia consistente. (ProChile,2014)

Tiene una mayor graduación alcohólica que la cerveza industrial la mayoría de estas cervecías se encuentran ubicadas en bares, principalmente en las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca.

La cerveza ecuatoriana ha sido durante mucho tiempo una preocupación comunitaria. Durante años, los pilsener and Club asistían a los clubes no solo dominaron la escena cervecera ecuatoriana, sino que a menudo eran la única opción. “Traiga recuerdos de su hogar con una tentadora cerveza oscura o una refrescante” Luego, hace unos diez años, la cerveza comenzó su transformación en el Ecuador. Los expatriados comenzaron a elaborar su propia cerveza artesanal y a los ecuatorianos les encantó. Hoy en día, Ecuador tiene una próspera escena de cerveza artesanal, una amplia variedad de etiquetas de cerveza y pubs atmosféricos para disfrutar de una cena divertida. (2021, junio 12)

El lúpulo se importa en contenedores y el equipo lo construyen unas pocas personas con experiencia para construir maquinaria.

Hace veinte años, cuando las micro cervecías eran difundidas en el resto del mundo, no había mercados aquí, solo un montón de bares de expatriados que pedían barriles varias veces al año. Estos lugares estaban destinados a diplomáticos que habían vivido en Ecuador durante mucho tiempo y tenían sed de un hogar.

Una vez hubo una fisura entre los amantes de la cerveza que visitaban los EE. UU. y Europa, ahora en algunos lugares hay más opciones en el bloque que los clientes de fin de semana.

En aquel tiempo, ¿qué fue lo que provocó el cambio? Todo comenzó en 2002 cuando la elaboración de cerveza casera se hizo popular en Quito. Fabian Gorostiaga (Buenos Aires) comenzó a dictar cursos de elaboración de cerveza casera en la capital, lo que eventualmente llevó al primer Ecuatorian Beer Challenge de Ecuador en 2012, con 75 cerveceros diferentes participando en el Beer Challenge 2021.

Durante la historia cervecera de Ecuador en 2013, abrió casualmente en el casco antiguo. Frente a un bullicioso mercado en una capilla transformada, tres estadounidenses introdujeron la primera IPA elaborada localmente, llenando un vacío y ayudando a transformar la cultura cervecera de Ecuador.

En ese momento, cinco cervecerías tenían participaciones pequeñas en el juego, y la producción de cerveza ecuatoriana estaba dominada por grandes corporaciones. Pilsener y clubes gobernaron el país. Lejos de ser un éxito instantáneo, la cerveza artesanal ganó impulso en sus primeras etapas.

La clasificación de los granos se realiza para obtener la malta adecuada de cebada. Este es un proceso delicado ya que se recomienda que todos los granos tengan la misma textura para evitar que el producto final se estabilice posteriormente.

Después de completar estos procesos de reciclaje, todos los ingredientes eventualmente tendrán una consistencia calcárea. La fijación del precio de venta de la cerveza artesanal es un aspecto crucial para el éxito de cualquier negocio cervecero. Es importante tener en cuenta una serie de criterios para establecer un precio de venta justo y rentable. El margen se refiere a la ganancia después de deducir el costo de producción del precio de venta.

Es importante establecer un margen de beneficio que le permita ser rentable y sostener su negocio a largo plazo. Para que su negocio tenga éxito, debe elegir el precio correcto para vender su cerveza artesanal. Para establecer un precio competitivo que cubra sus costos de producción y genere ganancias sin alejar a los clientes potenciales, debe considerar varios factores diferentes. En conclusión, determinar el precio de venta de la cerveza artesanal es un proceso complejo que requiere la consideración de varios factores.

Un equilibrio entre los costos de producción, la competencia, la demanda, la calidad y los márgenes de beneficio es fundamental para determinar un precio justo y rentable.

## **1.2. MÉTODOS DE FIJACIÓN DE PRECIOS**

### **1.2.1. FIJACIÓN DE PRECIOS BASADO EN VALOR.**

Es considerado como uno de los principales métodos que pueden determinar el precio mediante la percepción que los consumidores tienen sobre el valor de los bienes y servicios al momento de comprar se utilizan para ver el punto de vista del consumidor porque ellos comprenden un punto de vista y ven la diferencia de veneficios que ellos buscan de ese producto y el costo que están dispuesto a pagar como tal se busca el enfoque del producto rango y precio que se considera inaceptable para poder adquirirlo.

Según (Neagle et al. 2010) una de las metodologías para fijar un valor a un bien o servicio es buscar un valor diferencial que este puede ser definido como el precio del producto de la competencia, es decir el consumidor pagara un valor agregado por las diferencias entre ambos productos, la fijación de precios basado en el valor es el más optimo por que permitirá que la empresa pueda dar un producto que desea el consumidor pero a nivel practico es complicado lograr encontrar un precio referencial que utilicen los consumidores al momento de comprar un producto en especial cuando existen más de un competidor con productos diferenciales pero si la empresa logra encontrar el equilibrio la fijación de precios basada en el valor será la más adecuada

### **1.2.2. FIJACIÓN BASADA EN LA COMPETENCIA.**

Según Martín Alberto Rodríguez Brindis (2015) dice que esta metodología consiste en la observación de los precios establecidos por la competencia y llegar a una decisión tomando como base a los objetivos de venta que tengan la empresa y la estructura base actual del mercado en la que se encuentra, hay que fijar un precio que tenga relación con los precios de la competencia la decisión a tomar es llegar a un acuerdo si el precio será inferior, igual o superior a la competencia el nivel practico para llegar a estos objetivos es la realización de un benchmarking de esta forma se lograra identificar el precio de nuestro producto. Dentro de las estructuras siempre va a existir una empresa líder y a su vez una serie de competidores de los cuales se encontrará la propia empresa.

La fijación de precios basados en la competencia es aquel que no incluye la estructura de costos que tiene la empresa porque si sus costos son inferiores no podrán fijar un precio inferior o igual a sus competidores y poder sobrevivir en el mercado.

### **1.2.3. FIJACIÓN BASADA EN LAS CONDICIONES DEL MERCADO**

Según (MEJIA 2014) Consiste en un enfoque que se basa en las condiciones actual del mercado, es un poco similar al método que se basa en la competencia, pero se diferencian en que este utiliza una doble estrategia como lo son: el descremado o la penetración. La estrategia de descremar el mercado involucra todos los precios altos es decir este no necesitara de un volumen alto de venta para ver ganancias, debido a sus precios de venta alto los objetivos de ganancia se logran más rápido, claro esto se logrará con un buen producto que supere a sus competidores.

Como tal esta estrategia de descremado no se puede utilizar en todo momento, deben existir una inelasticidad en la demanda en donde los productos seas únicos y que el comprador los valore como es debido. en cambio, la estrategia de penetración el cual consistirá y dependerá del volumen de venta al por mayor, es decir precios bajos el cual serán más accesibles a su compra tomando en cuenta una ganancia mínima por producto, pero llegando a una venta en volumen alto, se comenzará a ver las ganancias oh ingresos estimados.

Podemos llegar a una conclusión y diferencia entre este tipo de fijación de precio que se basa en el estudio de mercado y el que se basa en la competencia, el cual tienen como por diferencia que el primero consistirá en el precio estimado mirando los objetivos de la empresa y llegar a la conclusión si será al mayor oh por unidad, pero en cambio el segundo se mantendrá más enfocado en sus competidores y buscando similitudes para llegar a un precio acorde a sus gastos, se podría decir incluso que ambos van de la mano para su respectiva realización.

### **1.3. TIPOS DE CERVEZAS ARTESANALES SEGÚN SU FERMENTACIÓN**

Existen dos derivados de cervezas artesanales que estas se caracterizan por su tipo de fermentación: ALE (fermentación alta) y LAGER (fermentación baja)

#### **1.3.1. ALE (FERMENTACIÓN ALTA):**

Se le denomina ale por que la cerveza pasa por una etapa alta a temperatura entre 15°C a 20°C y de forma ocasional 24°C una de sus características es que la levadura se elabora con espuma de la parte superior de la cerveza de forma general este tipo de cerveza se puede empezar a beber a partir de 3 meses en adelante desde el comienzo de

su fermentación aunque existen mucha variedad de tiempos de envejecimientos que pueden ser meses hasta años e incluso pueden variar en su color y estos abarcan desde colores pálidos hasta alcanzar colores oscuros entre algunos de sus derivados tenemos:

Tabla 1

**ALE (Fermentación Alta)**

NOMBRE	LOGOTIPO	CARACTERÍSTICAS
	<b>BANDIDO BREWING</b>	<p>El sabor es a lúpulo tiene de consistencia un cuerpo ligero con un color cobrizo, contiene 15 a 20 °C de temperatura.</p>
	<b>PARAMO STOUT</b>	<p>De sabor amargo con una textura espesa, aunque su tonalidad es oscura contiene 15°C de temperatura.</p>
	<b>INDIA PALE ALE</b>	<p>Con proceso tradicional elaborado, de fermentación alta a temperaturas entre 18 y 20 °C.</p>

**Nota.** Esta tabla muestra los tipos de cerveza ALE con fermentación alta con temperatura entre 15°C a 20°C.

### 1.3.2. LAGER (FERMENTACIÓN BAJA):

Este tipo de cerveza pasa por un proceso de fermentación baja, sus grados de fermentación abarca desde los 0°C hasta los 10°C por un periodo de 2 a 6 meses uno de sus puntos característico es su sabor ligero a comparación de ALE entre varios de sus derivados tenemos:

Tabla 2

#### LAGER (Fermentación Baja)

NOMBRE	LOGOTIPO	CARACTERÍSTICAS
		SÁNCHEZ BIER
		Es de un color tornado de dorado, su sabor es suave y armonioso, Con una maduración de 2° a 4°C
		LUPULO
		Cerveza artesanal con un grado de 5.5°C exclusivamente para exhibir y comercializar las cervezas artesanales.
		NUESTRA SIEMBRA
		Hecha con ingredientes 100% naturales con 3.5°C de alcohol.



**BONANZA**

Tiene un sabor amargo pero floral, el tono de color es de oro profundo el cual tiene 3°C de alcohol, levemente espumoso.

---



**UMIÑA**

Entre 4 a 7,5°C grados de alcohol con un toque manabita agregándole cacao fino de aroma, mora y maracuyá.

---



**LATITUD CERO**

Con textura dorado, con una ligera turbidez con diferentes grados de alcohol entre, 6, 7°C.

---

**Nota.** En la siguiente tabla muestra los tipos de cerveza LAGER con fermentación baja con temperatura de 0°C hasta los 10°C por un periodo de 2 a 6 meses

## **1.4. LAS CARACTERÍSTICAS QUE INCIDEN EN LA FIJACIÓN DE PRECIOS EN LAS EMPRESAS DE CERVEZA ARTESANAL.**

### **1.4.1. EL ENTORNO.**

Nos ponemos en marcha con la fijación de precios, es un análisis detallado de los productos y servicios alternativos, los precios y costos de los competidores, los mercados objetivo, la demanda y el entorno económico. Utiliza la información resultante como parámetros, pero no como reglas para la fijación de precios.

### **1.4.2. VALOR AÑADIDO.**

El precio es un factor en las decisiones de compra, pero el valor agregado puede aumentarlo. Para formar un precio establecido en el valor de su ofrecimiento comercial, es muy importante que sus intereses sean creíbles y visibles para los clientes.

### **1.4.3. EL PRECIO COMO ESTRATEGIA DE NEGOCIO.**

El precio debe coincidir con los objetivos de su empresa. Se puede usar como una herramienta para ingresar a nuevos mercados, aumentar su compromiso, disuadir e eliminar a competidores más pequeños. ¡Considerando los factores que afectan el precio de su artículo! Recordando que ganar o perder dinero depende del método de fijación de precios que se utilice.

## **CAPITULO II: MARCO METODOLÓGICO**

En esta sección se puntualizó la descripción del enfoque que tomo la investigación, cual fue el tipo que se utilizó, que métodos se utilizaron y que tipo de técnicas fueron utilizadas para su realización, para poder recopilar datos, mediante esto incluir el manejo de herramientas que fueron necesarias para obtener los resultados del proyecto.

### **2.1. ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN.**

El enfoque de la investigación cuantitativa asume que el conocimiento debe ser objetivo y que surge a través de un proceso deductivo en el que, a través de la medición numérica y el análisis estadístico inferencial, se prueban hipótesis reformuladas. Este enfoque a menudo se asocia con las prácticas y normas de las ciencias naturales y el positivismo. Está basa su investigación en casos "tipo" con el principal objetivo de lograr resultados generalizables. (*Bryman, 2004:19*). La investigación actual se enfocó en la realización de un análisis para datos numéricos que se recopilaron mediante una encuesta a las empresas de fabricación de cerveza artesanal en la ciudad de Manta en el mes de enero del 2023.

### **2.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.**

Para la investigación descriptiva, como el propio nombre lo sugiere, intenta describir algo, pero no para describirlo de alguna manera, sino cuantitativamente. Y así nació la estadística descriptiva, que recoge datos, los almacena, crea tablas e incluso gráficos y nos da información sobre algo. Además, nos proporcionan medidas para recopilar información a partir de grandes cantidades de datos.

Para el tipo de investigación se utilizó el método descriptivo ya que nos basamos con el fin de coleccionar información referente a criterios para la fijación del precio de venta de cerveza artesanal. José Francisco López. (2023).

### **2.3. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

Se realizó la técnica de encuesta para la recolección de datos, el cual consiste en la búsqueda de antecedentes que tienen como finalidad obtener información sobre un proceso de fijación de precio. Por medio de este se aplicó el cuestionario dirigido hacia las empresas cerveceras artesanales de la ciudad de Manta.

### **2.4. DISEÑO DE INSTRUMENTO.**

El cuestionario tipo encuesta es una herramienta de recopilación de datos, las preguntas se presentan de manera sistemática y clara, las respuestas se registran utilizando un sistema de registro simple establecido. López Roldán P y Fachelli (2016)

Tiene como propósito recolectar información sobre el consumo de la cerveza artesanal en la ciudad de Manta y sus preferencias al momento de consumir, se diseñó un cuestionario de 10 preguntas cerradas, aplicadas de forma presencial este procedimiento da inicio con la preparación de cuestionarios, después estos instrumentos fueron llevados a sus respectivas empresas y así tener una conclusión por ende el criterio para proceder a fijar precios de cervezas artesanales.

**Eje #1: Método de fijación de precios:** Con preguntas que hacen referencia a que tipo de método de fijación de precios se utilizan.

**Eje #2: Personalización:** Se refiere al valor por innovación del producto final

**Eje #3: Importancia de los proveedores:** Preguntas con relación hacia los proveedores para saber cuánta es la influencia en la fijación de precio del producto.

### 2.4.1. CUESTIONARIO

#### EJE#1: MÉTODO DE FIJACIÓN DE PRECIOS.

1) ¿Usted cree que los métodos de fijación de precio tienen un rol importante antes de la creación de un producto?

2) ¿Para usted qué tipo de metodología de fijación de precios es el que más le resulta?

- a) Método de fijación de precio basado en las condiciones del mercado.
- b) Método de fijación de precio basado en la competencia.
- c) Método de fijación de precio basado en el valor.
- d) Desconoce el tipo de metodología de fijación de precios.

3) Al momento de fijar el precio en el producto, ¿Es necesario que alguien se encargue de la calidad de este?

Sí       No

4) ¿Cuándo está en decisión de fijar el precio final, tiene presente si una vez posicionado en el mercado obtendrá las ganancias estimadas, tomando en cuenta los métodos de fijación de precios?

Sí       No

## EJE #2: PERSONALIZACIÓN

5) ¿En escala del 1 al 5 que tan importante cree que es la personalización del producto? en donde 5 es muy importante y 1 no es para nada importante.

1.

2.

3.

4.

5.

6. ¿Al momento de realizar una personalización del producto, piensa usted que el precio final se verá afectado?

Sí       No

7. ¿Al crear un producto innovador usted aplica algún método en específico para fijar su precio final?

Sí       No

### **EJE #3: IMPORTANCIA DE LOS PROVEEDORES**

8. ¿Al momento de elegir un proveedor que aspecto son los que considera más importantes?

- a) Precio alto a mejor calidad.
- b) Precios bajos con menor calidad.
- c) Precios no tan bajos, pero con calidad media.

9. ¿Qué factores influyen en el precio de la cerveza artesanal al momento de elegir un proveedor?

- a) Producto de mala calidad.
- b) Precio de competencia.
- c) Innovación de producto.

10. ¿Qué relación tiene el proveedor al momento de fijar precios?

- a) Calidad del producto
- b) Diferencia de costos

### 2.4.2. ENTREVISTA

Se realizaron las siguientes entrevistas con la finalidad de tener información sobre de las empresas y negocios que fabriquen sus propias cervezas artesanales con la finalidad de saber si aplicaban o conocían sobre los métodos de fijación de precios.

- 1) ¿Usted tiene conocimiento de los métodos de fijación de precios?
- 2) ¿Mediante los métodos de fijación de precios existe una relación de varios factores, para llegar a un precio ideal usted cree que en el mercado de cerveza artesanal es importante la aplicación de algunos de estos métodos como cuál cree usted que sería el mejor a utilizar?
- 3) ¿Cree usted que los métodos de fijación de precios sean fundamental al momento de establecer precio en el producto final?
- 4) Al momento de fijar el precio en el producto, ¿Usted cree que debe de estar alguien que se encargue de la calidad de este?
- 5) ¿Cuándo está en decisión de fijar el precio final, tiene presente si una vez posicionado en el mercado obtendrá las ganancias estimadas, tomando en cuenta los métodos de fijación de precios?
- 6) ¿Qué aspecto usted considera importante que debería de tener un buen proveedor?
- 7) ¿Usted como empresario considera que la competencia actual de mercado de cerveza artesanal es de gran ayuda para la venta de su producto?

## 2.5. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población de estudio está enfocada a los habitantes de la ciudad de Manta, para determinar la muestra se tomó en cuenta el método de muestreo aleatorio simple, a continuación, se agrega la fórmula.

$N = 217553$  proyección total poblacional de habitantes en Manta 2023

$Z = 1,96$  valor para un nivel de confianza del 95%

$p = 0,5$

$q = 0,5$

$e = 0,10$  probabilidad máxima de cometer errores

### Muestreo aleatorio simple

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 217553}{(0,10)^2 (217553) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5 * 217553}{0,01(217553) + 3,8416 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 208937,9012$$

$$2175,53 + 0,9604$$

$$n = 208937,9012$$

$$2176,4904$$

$$n = 95,99 \text{ redondeado a } 96$$

Mediante este proceso hemos utilizado un 95% de nivel de confianza y con un error del 10%, hemos llegado a la conclusión que se tomará un tamaño muestral de 96 habitantes para encuestar en la ciudad de Manta. El cual se realizaron 112 encuestas.

## CAPÍTULO III: RESULTADOS Y DISCUSIÓN

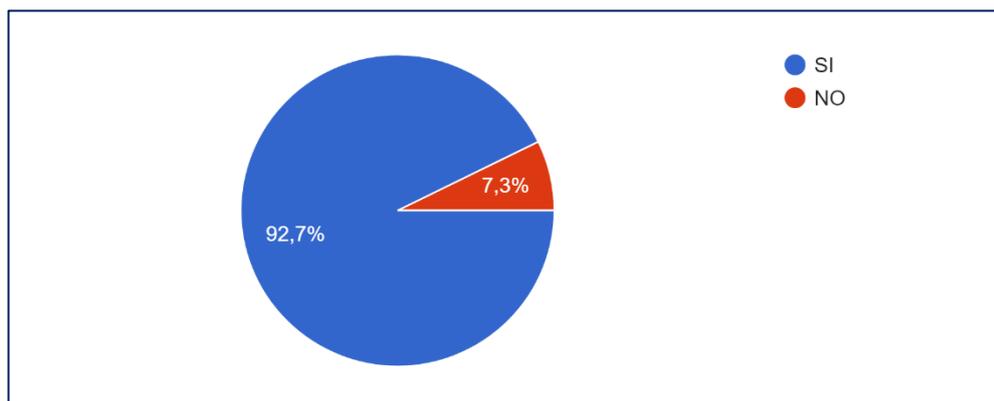
En este capítulo se describen las respectivas respuestas que fueron obtenidas mediante la aplicación del instrumento y además se incluyen los respectivos análisis con el cual se emite conclusiones.

### 3.1. RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS Y ENTREVISTAS.

Mediante la recolección de datos tipo encuesta se obtuvieron un total de 112 respuestas. A continuación, se encuentran la información recopilada.

#### 3.2.1. ENCUESTAS

- 1) ¿Usted cree que los métodos de fijación de precio tienen un rol importante antes de la creación de un producto?



*Tabla 3 Importancia de los métodos de fijación de precios*

**Nota.** El 92.7% de los encuestados opinan que los métodos de fijación de precio si tienen un rol importante antes de crear un nuevo producto y el 7.3% opinan que no tienen un rol importante.

2) **¿Para usted qué tipo de metodología de fijación de precios es el que más le resulta?**



Tabla 4 Tipo de método de fijación de precio más utilizado

**Nota.** En esta sección de los tipos de metodología de fijación de precio opinaron un 36% como mayor porcentaje en que es más factible el método que se basa en las condiciones del mercado, por debajo con el 34.5% está el método de fijación basado en la competencia, y con un 29.1% el método que se basa en el valor oh costes de fabricación.

3) **Al momento de fijar el precio en el producto, ¿Es necesario que alguien se encargue de la calidad de este?**

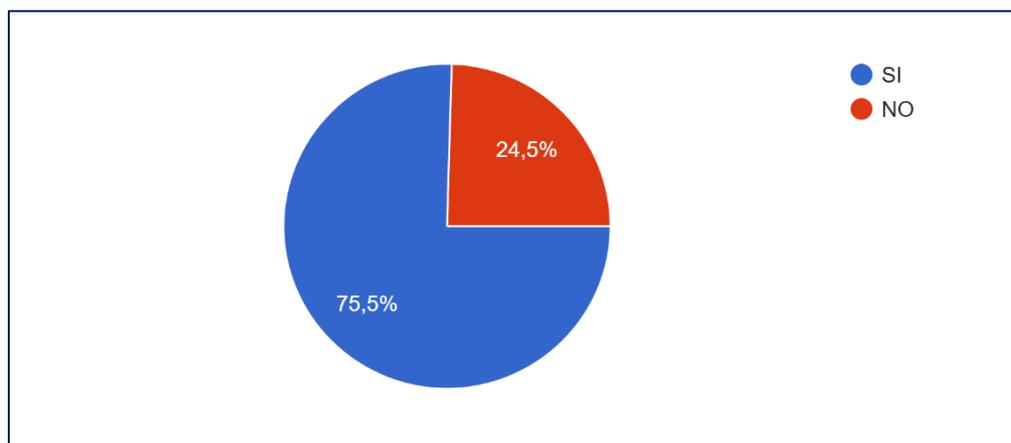
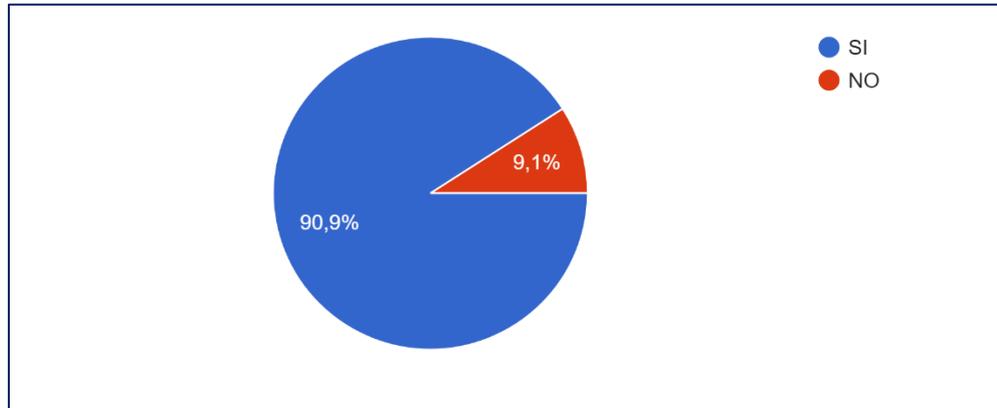


Tabla 5 Importancia de la calidad para fijar un precio final

**Nota.** El 75.5% dice que si es necesario que exista un encargado de revisar la calidad del producto antes de salir a la venta y el 24.5% dicen que no es necesario.

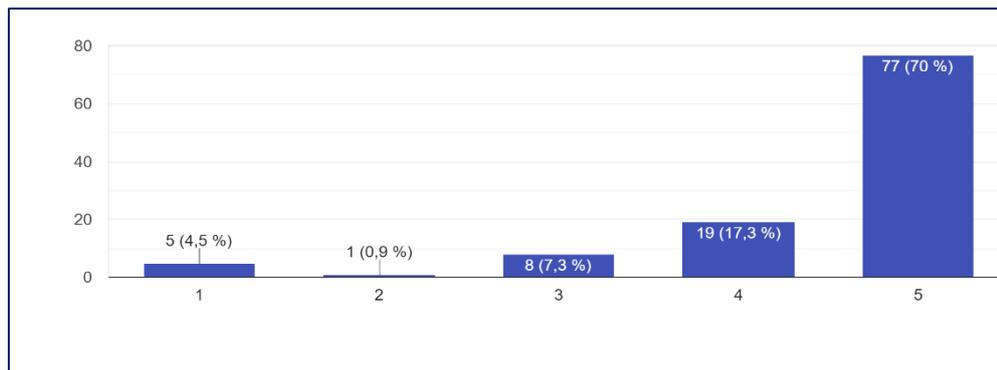
- 4) **¿Cuándo está en decisión de fijar el precio final, tiene presente si una vez posicionado en el mercado obtendrá las ganancias estimadas, tomando en cuenta los métodos de fijación de precios?**



*Tabla 6 Utilización de métodos de fijación de precio para ingresos futuros*

**Nota.** Con un porcentaje del 90.9% dicen que si se toma en cuenta los métodos de fijación de precio y el 9.1% dicen que no lo toman en cuenta.

- 5) **¿En escala del 1 al 5 que tan importante cree que es la personalización del producto? en donde 5 es muy importante y 1 no es para nada importante.**



*Tabla 7 Índice de importancia sobre la personalización de un producto*

**Nota.** Tomando en cuenta la respuesta de los encuestados llegamos a la conclusión que con un resultado del 70% dicen que es muy importante la personalización de n producto antes de llegar al mercado.

6) **¿Al momento de realizar una personalización del producto, piensa usted que el precio final se verá afectado?**

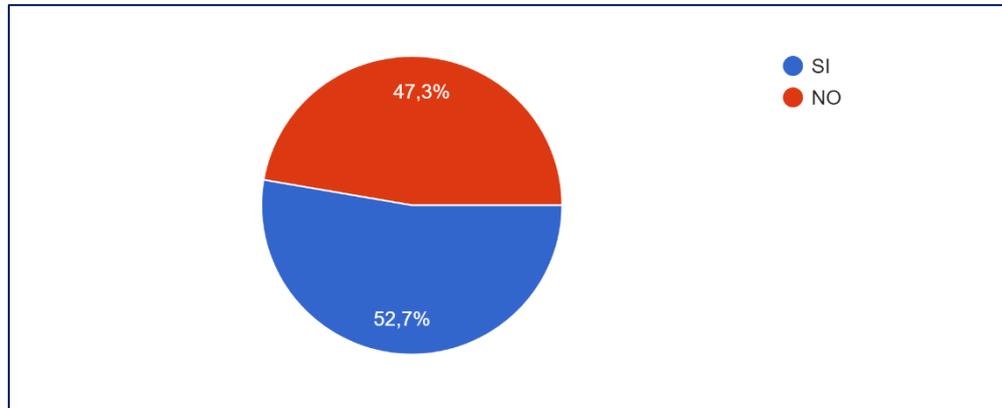


Tabla 8 Importancia de realizar personalización hacia un producto.

**Nota.** El 52.7% de resultados apuntan que la personalización de un producto afecta el precio final pero el 47.3% dicen que no se ve afectado este valor.

7) **¿Al crear un producto innovador usted aplica algún método en específico para fijar su precio final?**

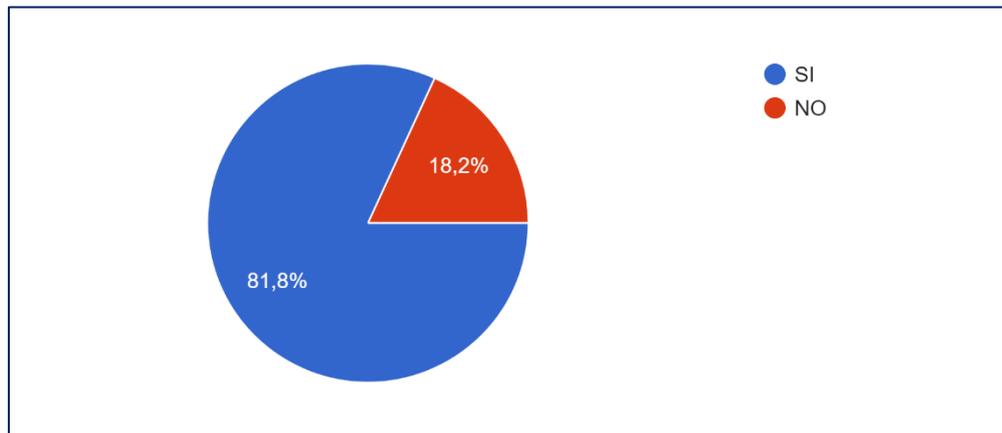
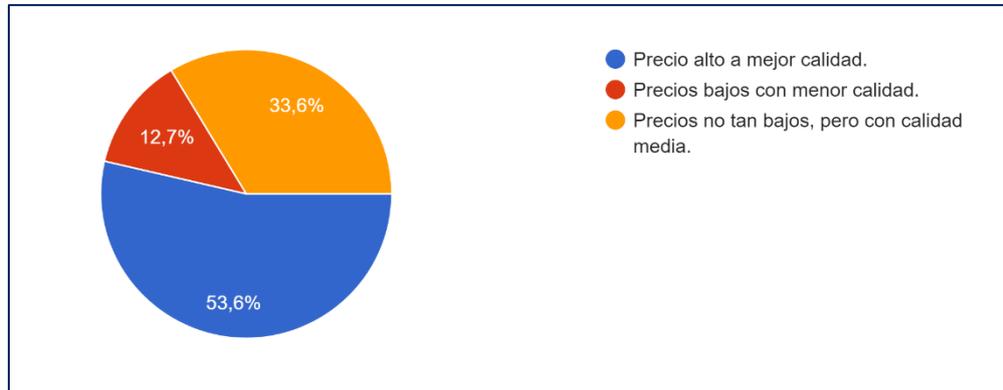


Tabla 9 Índice influyente sobre metodología de fijación de precio

**Nota.** Mediante los resultados se llegó a la conclusión que si se aplica algún método de fijación de precio al crear un producto con el 81.8% de aprobación y el 18.2% dice que no se aplica ningún método de fijación de precio

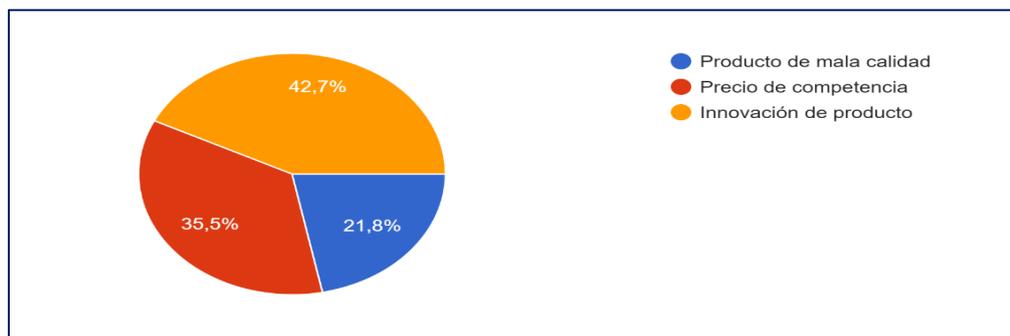
**8) ¿Al momento de elegir un proveedor que aspecto son los que considera más importantes?**



*Tabla 10 Aspectos importantes para elegir a un proveedor*

**Nota.** En la ciudad de Manta el 53,6% consideran de mayor importancia al momento de elegir un proveedor la calidad, aunque tenga mayor precio el 33,6% prefieren precio y calidad media pero el 12,7% prefieren pagar menos y que el producto tenga menor calidad.

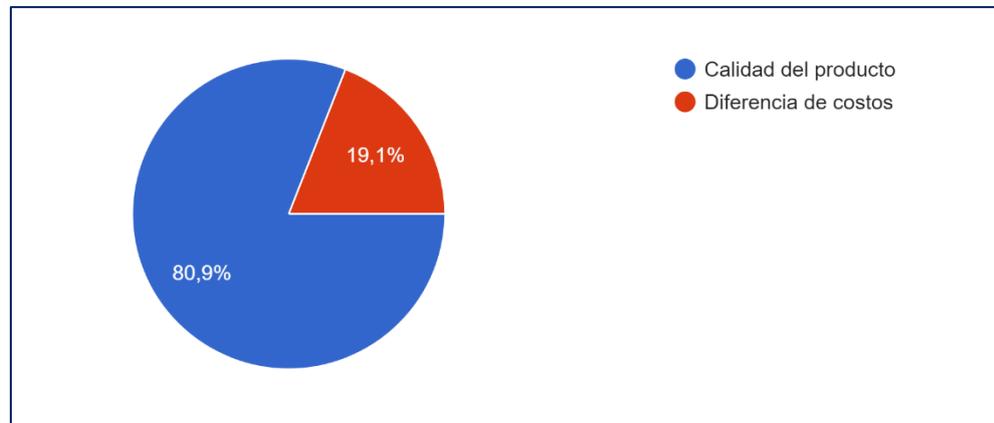
**9) ¿Qué factores influyen en el precio de la cerveza artesanal al momento de elegir un proveedor?**



*Tabla 11 Factores influyentes entre proveedor y precio final*

**Nota.** El 43,7% dicen que la innovación del producto influye al momento de elegir un proveedor como opción principal, el 35,5% dice que influye el precio de la competencia y el 21,8% dicen que el producto de bajo precio que tiene relación con la baja calidad.

**10) ¿Qué relación tiene el proveedor al momento de fijar precios?**



*Tabla 12 Índice de relación entre proveedor y precio final*

**Nota.** Los resultados dan como respuesta que el 80.9% la calidad del producto tiene mucha relación con el proveedor al momento de fijar el precio, y que la relación es la diferencia de costos entre proveedores con el 19.1%.

## **ENTREVISTA #1**

**NOMBRE DE LA EMPRESA: BINNA EXPRESS**

**NOMBRE DEL ENTREVISTADO: ANDRES RODRIGEZ**

1) ¿Usted tiene conocimiento de los métodos de fijación de precios?

**NO**

2) ¿Mediante los métodos de fijación de precios existe una relación de varios factores, para llegar a un precio ideal usted cree que en el mercado de cerveza artesanal es importante la aplicación de algunos de estos métodos como cuál cree usted que sería el mejor a utilizar?

**Si, es importante porque el método se basa en los costos.**

3) ¿Cree usted que los métodos de fijación de precios sean fundamental al momento de establecer precio en el producto final?

**SI**

4) Al momento de fijar el precio en el producto, ¿Usted cree que debe de estar alguien que se encargue de la calidad de este?

**Si**

5) ¿Cuándo está en decisión de fijar el precio final, tiene presente si una vez posicionado en el mercado obtendrá las ganancias estimadas, tomando en cuenta los métodos de fijación de precios?

**Si**

6) ¿Qué aspecto usted considera importante que debería de tener un buen proveedor?

- **Puntualidad.**
- **Precios estables.**
- **Gran variedad.**
- **Buenos valores.**

7) ¿Usted como empresario considera que la competencia actual de mercado de cerveza artesanal es de gran ayuda para la venta de su producto?

**Si**

## ENTREVISTA #2

**NOMBRE DE LA EMPRESA: LUPULO SAS**

**NOMBRE DEL ENTREVISTADO: JOHAN GARCIA**

1) ¿Usted tiene conocimiento de los métodos de fijación de precios?

**Si**

2) ¿Mediante los métodos de fijación de precios existe una relación de varios factores, para llegar a un precio ideal usted cree que en el mercado de cerveza artesanal es importante la aplicación de algunos de estos métodos como cuál cree usted que sería el mejor a utilizar?

**Si, el método según los costos y el estudio del mercado.**

3) ¿Cree usted que los métodos de fijación de precios sean fundamental al momento de establecer precio en el producto final?

**Si, es fundamental**

4) Al momento de fijar el precio en el producto, ¿Usted cree que debe de estar alguien que se encargue de la calidad de este?

**Si**

5) ¿Cuándo está en decisión de fijar el precio final, tiene presente si una vez posicionado en el mercado obtendrá las ganancias estimadas, tomando en cuenta los métodos de fijación de precios?

**Si, tomando en cuenta los métodos mencionados**

6) ¿Qué aspecto usted considera importante que debería de tener un buen proveedor?

- **Puntualidad.**
- **Precios estables.**
- **Calidad.**
- **Responsables.**

7) ¿Usted como empresario considera que la competencia actual de mercado de cerveza artesanal es de gran ayuda para la venta de su producto?

**Si, por que gracias a la competencia el cliente encuentra más variedad al momento de escoger el producto.**

### ENTREVISTA #3

**NOMBRE DE LA EMPRESA: LATITUD CERO**

**NOMBRE DEL ENTREVISTADO: PAULA FAREZ**

1. ¿Usted tiene conocimiento de los métodos de fijación de precios?

**Si, precios estandarizados a nivel nacional.**

2. ¿Mediante los métodos de fijación de precios existe una relación de varios factores, para llegar a un precio ideal usted cree que en el mercado de cerveza artesanal es importante la aplicación de algunos de estos métodos como cuál cree usted que sería el mejor a utilizar?

**Si**

3. ¿Cree usted que los métodos de fijación de precios sean fundamental al momento de establecer precio en el producto final?

**Si**

4. Al momento de fijar el precio en el producto, ¿Usted cree que debe de estar alguien que se encargue de la calidad de este?

**Si**

5. ¿Cuándo está en decisión de fijar el precio final, tiene presente si una vez posicionado en el mercado obtendrá las ganancias estimadas, tomando en cuenta los métodos de fijación de precios?

**Si**

6. ¿Qué aspecto usted considera importante que debería de tener un buen proveedor?

- **Precios estables.**
- **Puntualidad.**
- **Gran variedad de productos.**
- **Buena presencia.**

7. ¿Usted como empresario considera que la competencia actual de mercado de cerveza artesanal es de gran ayuda para la venta de su producto?

**Si**

## **CONCLUSIONES**

Los aspectos teóricos y metodológicos son esenciales. La investigación teórica y metodológica proporciona el marco conceptual y las herramientas necesarias para comprender y abordar los problemas de fijación de precios en la industria de la cerveza artesanal. Una comprensión de los principios económicos, la teoría de la fijación de precios y los métodos de investigación le permite analizar y evaluar de manera más efectiva los factores que influyen en las decisiones de fijación de precios.

Las características que afectan la fijación de precios son diversas: se han identificado varias características que pueden afectar la fijación de precios en las cervecerías artesanales. Estos factores incluyen la calidad de las materias primas utilizadas, los costos de producción, la demanda del mercado, el posicionamiento de la marca, la competencia y las preferencias de los consumidores.

Conocer estas características es fundamental para determinar un precio competitivo y rentable. Se observó que las empresas cerveceras artesanales de la ciudad de Manta utilizan diferentes métodos de fijación de precios.

## RECOMENDACIÓN

Ampliar la investigación teórica y metodológica: Para mejorar la calidad de los trabajos, se recomienda ampliar la investigación teórica y metodológica sobre precios, publicidad y demanda. Incluye una revisión y análisis de la literatura especializada en fijación de precios y un examen detallado de los diversos métodos y modelos utilizados en la industria cervecera.

Realice una investigación de mercado detallada: para comprender mejor las características que afectan el precio de una empresa de cerveza artesanal, se recomienda realizar una investigación de mercado detallada. Esto puede incluir encuestas, entrevistas con propietarios de negocios de cerveza artesanal, análisis de la competencia y una revisión de datos financieros relevantes.

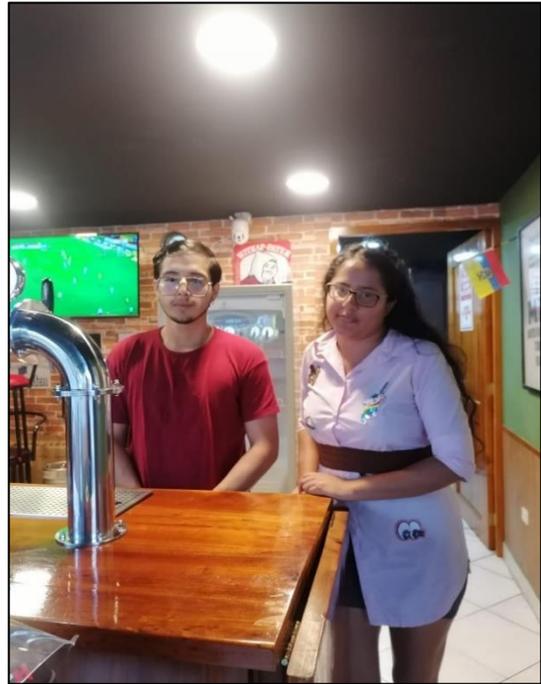
Un estudio completo describiría más completamente los factores que influyen en la fijación de precios. Evaluación de precios y demanda: Se recomienda evaluar el precio de la cerveza artesanal de acuerdo a la demanda del mercado. Esto puede incluir el análisis de datos históricos de ventas, la recopilación de información sobre el comportamiento del consumidor y modelos econométricos para determinar cómo los cambios de precios afectan la demanda de cerveza artesanal.

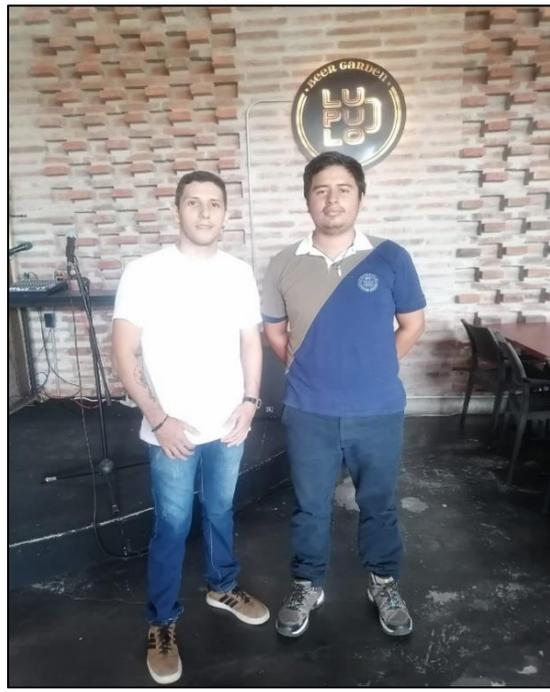
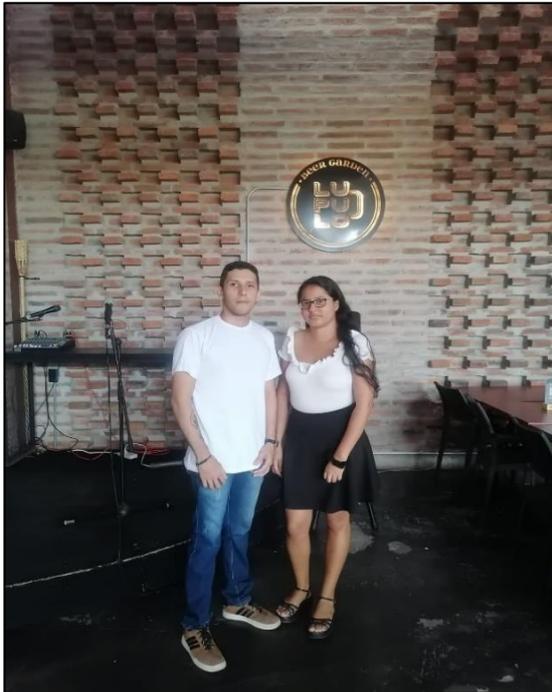
Este análisis ayudará a comprender mejor cómo la empresa puede establecer precios óptimos para aumentar sus ingresos.

Al momento de comparar diferentes métodos de fijación de precios: Se ofrece una comparación de los métodos de fijación de precios adoptados empleados por las compañías cerveceras artesanales en la ciudad de Manta. Esto puede incluir análisis de estudios de casos, entrevistas con propietarios o gerentes de negocios y recopilación de

datos sobre las estrategias de fijación de precios utilizadas. Al comparar los métodos utilizados, será posible identificar las prácticas y recomendaciones más efectivas para mejorar la fijación de precios de la industria.

ANEXOS





## BIBLIOGRAFÍA

Happy Gringo. (2021, January 12). *Cerveza de Ecuador - La revolución de la cerveza artesanal*. Happygringo.com; Happy Gringo Travel.  
<https://es.happygringo.com/blog/craft-beer-in-ecuador/>

*Historia de la cerveza*. (2019). Cultura.gob.ar. [https://www.cultura.gob.ar/cronologia-de-la-cerveza\\_7973/](https://www.cultura.gob.ar/cronologia-de-la-cerveza_7973/)

*Historia de la cerveza*. (2023, February 14). Cervecistas.  
<https://www.loscervecistas.es/historia-de-la-cerveza/>

*Historia de Cervecería Nacional del Ecuador | Cervecería Nacional*. (2014). Cerveceria Nacional. <https://www.cervecerianacional.ec/historia-cerveceria-nacional>

*History of Beer - Ecuador - VIVA Cerveza! Ecuador*. (2020, November 11). ¡VIVA Cerveza! Ecuador. <https://www.vivacerveza.com.ec/beer-history-ecuador/>

UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA. (n.d.). Retrieved July 20, 2023, from  
[https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/18042/1/Risue%C3%B1o\\_Balde%C3%B3n\\_Anabela.pdf](https://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/18042/1/Risue%C3%B1o_Balde%C3%B3n_Anabela.pdf)

*La Cerveza Artesanal Una experiencia multisensorial.* (n.d.).

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/consumer-business/2017/Cerveza-Artesanal-Mexico-2017.pdf>

Vélez, K. (2021, October 31). *El crecimiento de la cerveza artesanal.* Wwww.expreso.ec;

Expreso. <https://www.expreso.ec/quito/crecimiento-cerveza-artesanal-114724.html>

Tabales, N., Sánchez Cañizares, J., & M<sup>a</sup>, S. (2015). EL SECTOR CERVECERO

ARTESANAL ESPAÑOL Y SUS POSIBILIDADES DE

INTERNACIONALIZACIÓN ALBÁN CABACO, Beatriz Title: The Spanish

Craft Brewing Industry and its Possibilities of Internationalization. *Regional and Sectoral Economic Studies*, 15(2).

<https://www.usc.es/economet/reviews/eers15211.pdf>

De Contaduría, F., Administración, Y., Morales López, A., Daniel, M., & Zapata.

(2018). *UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA.*

<https://repositorioinstitucional.uabc.mx/server/api/core/bitstreams/078aff5e-6788-4040-ab29-4dff005b792d/content>

*Cerveza Guayusa Porter Artesanal - Amaru.* (2020, May 4). Cerveza Artesanal Amaru.

<https://amarucerveza.com/guayusa-porter/>

Beteta, C. (2019, July 12). *5 tipos de cervezas artesanales y con qué platillo acompañarlas*. Marco Beteta; Marco Beteta.  
<https://mbmarcobeteta.com/cervezas-artesanales-estilos-platillos/>

el cervecero. (2020, March 30). *Cerveza Porter ★ Qué es y cómo se elabora una Baltic Porter*. Hacer Cerveza Artesanal. <https://hacercervezaartesanal.com/cerveza-baltic-porter-receta/>

el cervecero. (2020, January 12). *CERVEZA PALE ALE. RECETA DE UNA CERVEZA ARTESANAL CLÁSICA*. Hacer Cerveza Artesanal.  
<https://hacercervezaartesanal.com/pale-ale-receta-de-una-cerveza-clasica-y-artesana/>

KOROLUK CARLOS A. (2023). *Cerveza de Argentina*. Cervezadeargentina.com.ar.  
<https://cervezadeargentina.com.ar/recetas/recetas.htm>

thebeertimes. (2021, March 24). *¿Qué es una cerveza Altbier? Descripción de estilo según la guía BJCP*. The Beer Times™; The Beer Times™.  
<https://www.thebeertimes.com/que-es-una-cerveza-altbier-descripcion-de-estilo-segun-la-guia-bjcp/>

*Asocerv.* (2021). Asocerv.beer. <https://asocerv.beer/documentospublicos>

*Conozca más de La Cigarra.* (2016). La Cigarra. <http://lacigarralicores.com/quienes-somos/>

*Factores que influyen en la determinación del precio.* (2023). Microsip.com.  
<https://www.microsip.com/blogs/factores-que-influyen-en-la-determinacion-del-precio>

el cervecero. (2020, January 12). *CERVEZA PALE ALE. RECETA DE UNA CERVEZA ARTESANAL CLÁSICA.* Hacer Cerveza Artesanal.  
<https://hacercervezaartesanal.com/pale-ale-receta-de-una-cerveza-clasica-y-artesana/>

*Páramo Altbier - Bandido Brewing.* (2020, September 11). Bandido Brewing.  
<https://bandidobrewing.com/producto/paramo-altbier/>

*Cervecería Latitud Cero | Cerveza Artesanal.* (2023). Cervecerialatitudcero.com.  
<https://www.cervecerialatitudcero.com/cervezas/?age-verified=f5efd362f9>

*Cervezas regionales; las cervezas Manabitas.* (2017, June 29). Cerveza En Ecuador;  
Cerveza en Ecuador.  
<https://cervezaenecuador.wordpress.com/2017/06/29/cervezas-regionales-las-cervezas-manabitas/>

*Cerveza artesanal y otros productos de la EPS destacan en Manabí – Economía*

*Solidaria*. (2019). Economiasolidaria.gob.ec.

<https://www.economiasolidaria.gob.ec/cerveza-artesanal-y-otros-productos-de-la-eps-destacan-en-manabi/>

*El sabor manabita en una cerveza gourmet*. (2012, November). Revistalideres.ec;

Revistalideres.com. <https://www.revistalideres.ec/lideres/sabor-manabita-cerveza-gourmet.html>

El, E., Quito, D., Santiago, R., & Silva, P. (n.d.). *UNIVERSIDAD INTERNACIONAL*

*DEL ECUADOR Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas*

*PROYECTO DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGÍSTER*

*EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS PROPUESTA DE PLAN*

*ESTRATÉGICODE PROCESOS PRODUCTIVOSY COMERCIALIZACIÓN*

*PARA LA CERCEVERÍA DJANGO CARÁTULA QUITO -ECUADOR.*

<https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3052/1/T-UIDE-2174.pdf>

Selecta Gourmet. (2019, April 5). *Cerveza de Fermentación Alta | Selecta Gourmet*.

Wikigourmet. <https://www.selectagourmet.com/blog/principales-tipos-de-cerveza-de-alta-fermentacion/>

El. (2012, September 23). *Umiña, cerveza*. El Diario Ecuador.

<https://www.eldiario.ec/noticias-manabi-ecuador/243198-umia-cerveza-made-in-manta/>

*Los-3-monjes*. (2016). Asocerv.beer. <https://asocerv.beer/mapaCervecero/miembro/Los-3-monjes>

*Cerveza extra refrescante INTI / Nuestra Siembra*. (2021). Nuestra Siembra Ecuador.

<https://www.nuestrasiembraecuador.com/inti>

*Nuestras Cervezas - Cerveza Bajamar*. (2022, June 12). Cerveza Bajamar.

<https://cervezabajamar.com/index.php/elementor-1759/>

*Sánchez Bier - Inicio*. (2023). Sanchezbier.com. <https://www.sanchezbier.com/?intro=f>



# Bailon Gomez-Escalante Lucas - Final

3%  
Similitudes



< 1% Texto entre comillas  
0% similitudes entre comillas  
1% Idioma no reconocido

Nombre del documento: Bailon Gomez-Escalante Lucas - Final.docx  
ID del documento: 6d8d7b799a1f31a8dfb8bbe86db40ac7eef36a32  
Tamaño del documento original: 2,25 MB

Depositante: MANUEL VELASQUEZ CAMPOZANO  
Fecha de depósito: 21/7/2023  
Tipo de carga: interface  
fecha de fin de análisis: 21/7/2023

Número de palabras: 6825  
Número de caracteres: 45.896

Ubicación de las similitudes en el documento:



## Fuentes

### Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	<a href="https://es.happygringo.com/blog/craft-beer-in-ecuador/#:~:text=La%20cerveza%20de%20Ecuador%20ha%20sido%20durant...">es.happygringo.com</a>   Cerveza de Ecuador – La revolución de la cerveza artesanal – ... https://es.happygringo.com/blog/craft-beer-in-ecuador/#:~:text=La cerveza de Ecuador ha sido durant...	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (65 palabras)
2	<a href="https://www.usc.es/economet/reviews/eers15211.pdf">www.usc.es</a> https://www.usc.es/economet/reviews/eers15211.pdf 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (34 palabras)
3	<a href="https://www.redalyc.org/journal/5826/582661258007/html/">www.redalyc.org</a>   Concentración Económica en el Mercado Cervecerero Ecuatoriano https://www.redalyc.org/journal/5826/582661258007/html/ 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (34 palabras)
4	<a href="https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3052/1/T-UIDE-2174.pdf">repositorio.uide.edu.ec</a>   Propuesta de plan estratégico de procesos productivos y c... https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3052/1/T-UIDE-2174.pdf	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (31 palabras)
5	<a href="https://www.microsip.com/blogs/factores-que-influyen-en-la-determinacion-del-precio">www.microsip.com</a>   Factores que influyen en la determinación del precio https://www.microsip.com/blogs/factores-que-influyen-en-la-determinacion-del-precio 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (28 palabras)

### Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	Documento de otro usuario #de3070 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (14 palabras)
2	Documento de otro usuario #215ca7 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (11 palabras)
3	Documento de otro usuario #a57050 El documento proviene de otro grupo	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (10 palabras)
4	<a href="https://www.economiasolidaria.gob.ec/cerveza-artesanal-y-otros-productos-de-la-eps-destacan-en-m...">www.economiasolidaria.gob.ec</a>   Cerveza artesanal y otros productos de la EPS dest... https://www.economiasolidaria.gob.ec/cerveza-artesanal-y-otros-productos-de-la-eps-destacan-en-m...	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (11 palabras)
5	<a href="https://www.lokad.com/es/definicion-de-fijacion-de-precios-basados-en-la-competencia">www.lokad.com</a>   Definición de fijación de precios basados en la competencia https://www.lokad.com/es/definicion-de-fijacion-de-precios-basados-en-la-competencia	< 1%		Palabras idénticas : < 1% (10 palabras)

### Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

- <https://es.happygringo.com/blog/craft-beer-in-ecuador/>
- [https://www.cultura.gob.ar/cronologia-de-la-cerveza\\_7973/](https://www.cultura.gob.ar/cronologia-de-la-cerveza_7973/)
- <https://www.loscervecistas.es/historia-de-la-cerveza/>
- <https://www.cervecerianacional.ec/historia-cerveceria-nacional>
- <https://www.vivacerveza.com.ec/beer-history-ecuador/>