UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE

Economista Especialidad Negocios Internacionales

"LA DEMANDA DE CERVEZA INDUSTRIAL Y CERVEZA ARTESANAL EN LA PROVINCIA DE CORONEL PORTILLO - DEPARTAMENTO DE UCAYALI 2018"

PRESENTADO POR

Bach. BARBA MARIN, WILLIAM JUNIOR

Bach. MERA RUIZ, CYNTIA JUDITH

ASESOR

MG. ROY JAMES PEREZ RIOS.

PUCALLPA – PERU

2020

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
COMISIÓN DE GRADOS Y TÍTULOS

"Año de la Universalización de la Salud"

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE ECONOMISTA: ESPECIALISTA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Siendo las 12.30 del día Viernes 24 de Julio del 2020, en los ambientes del Salón de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables, en cumplimiento con lo señalado en los artículos 17° y 18° del Reglamento General de Grado Académico de Bachiller, Título Profesional y Titulo de Segunda Especialidad Profesional, se reunió el jurado integrado por el **Dr. Tony Hilton Saavedra Murga (Presidente) Dr. Edinson Alirio Rengifo Romero** (Miembro) **y Mg. Olmedo Pizango** Isuiza (Miembro).

Se realizó la sustentación de la Tesis Titulada: **"LA DEMANDA DE CERVEZA INDUSTRIAL Y CERVEZA ARTESANAL EN LA PROVINCIA DE CORONEL PORTILLO – DEPARTAMENTO DE UCAYALI, 2018"**, por (las), (los) Bachiller en Economía y Negocios Internacionales: Barba Marín William Junior, Mera Ruiz Cyntia Judith, y teniendo en cuenta:

Qué; según el Artículo 21° del Reglamento General de Grado Académico de Bachiller, Título Profesional y Titulo de Segunda Especialidad Profesional, que a la letra dice:

"La evaluación se hará de acuerdo a la siguiente escala de calificaciones:
a) Sobresaliente con felicitación escrita y recomendaciones de publicación
b) Aprobado por unanimidad y recomendación de publicación
c) Aprobado por mayoría
d) Desaprobado..."

El/la defensor(a) de la Tesis, ha obtenido la siguiente calificación;

Aprobado por Unanimidad y recomendación publicación

Siendo las 13.30 pm del mismo día, se dio por concluido el acto y luego de ser leído el acta, los Miembro del Jurado Evaluador procedieron a suscribirlo.

Dr. Tony Hilton Saavedra Murga
Presidente

Dr. Edinson Alirio Rengifo Romero
Miembro

Mg.Olmedo Pizango Isuiza
Miembro

Universidad Nacional de Ucayali SECRETARIO PUCALLPA

Abog. Mg. Edgar Guizado Moscoso
Secretario Académico

Escaneado con CamScanner

ACTA DE APROBACIÓN

La presente tesis fue aprobada por los miembros del Jurado Evaluador de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Contables de la Universidad Nacional de Ucayali, como requisito para optar el Título Profesional de Economista: Especialidad en Negocios Internacionales.

Dr. Tony Hilton Saavedra Murga ..... Presidente

Dr. Edinson Alirio Rengifo Romero ..... Miembro

Mg. Olmedo Pizango Isuiza ..... Miembro

Mg. Roy James Pérez Ríos ..... Asesor

Bach. Cyntia Judith Mera Ruiz ..... Tesista

Bach. William Junior Barba Marín ..... Tesista

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI
VICERRECTORADO DE INVESTIGACION
DIRECCION GENERAL DE PRODUCCION INTELECTUAL

Constancia

N° 459

ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACION SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND

La Dirección General de Producción Intelectual, hace constar por la presente, que el Informe Final (Tesis), titulado:

"LA DEMANDA DE CERVEZA INDUSTRIAL Y CERVEZA ARTESANAL EN LA PROVINCIA DE CORONEL PORTILLO - DEPARTAMENTO DE UCAYALI 2018"

Cuyo autor (es)	:	BARBA MARIN, WILLIAM JUNIOR
		MERA RUIZ, CYNTIA JUDITH
Facultad	:	CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
Escuela Profesional	:	ECONOMIA
Asesor(a)	:	Mg. ROY JAMES PEREZ RIOS

Después de realizado el análisis correspondiente en el Sistema Antiplagio URKUND, dicho documento presenta un **porcentaje de similitud de 08 %.**

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentaje establecidos en el artículo 9 de la DIRECTIVA DE USO DEL SISTEMA ANTIPLAGIO URKUND, el cual indica que no se debe superar el 10%. Se declara, que el trabajo de investigación: SI Contiene un porcentaje aceptable de similitud, por lo que SI se aprueba su originalidad.

En señal de conformidad y verificación se FIRMA Y SELLA la presente constancia.

Fecha: 15/11/2019

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI Dirección General de Producción Intelectual UCAYALI

DRA. DINA PARI QUISPE
Directora General de Producción Intelectual

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACION DE TESIS

REPOSITORIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

Yo, William Junior Barba Marin

Autor(a) de la TESIS de pregrado titulada:

La Demanda de cerveza Industrial y cerveza artesanal en la Provincia de Coronel portillo - Departamento de Ucayali 2018

Sustentada el año: 2020

Con la asesoría de: Roy James Perez Rios

En la Facultad: Ciencias Economicas, Administrativas y contables

Escuela profesional: Economía y Negocios Internacionales

Autorizo la publicación:

PARCIAL [ ] Significa que se publicará en el repositorio institucional solo La caratula, la dedicatoria y el resumen de la tesis. Esta opción solo es válida marcar **si su tesis o documento presenta material patentable**, para ello deberá presentar el trámite de CATI y/o INDECOPI cuando se lo solicite la DGPI UNU.

TOTAL [X] Significa que todo el contenido de la tesis y/o documento será publicada en el repositorio institucional.

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali (www.repositorio.unu.edu.pe), bajo los siguientes términos:

Primero: Otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali **licencia no exclusiva** para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

Segundo: Declaro que la **tesis es una creación de mi autoría** y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Nacional de Ucayali y del Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 11 / 11 / 2021

Email: Wijubama@gmail.com
Teléfono: 980 330 055

Firma:
DNI: 7010 8162

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACION DE TESIS

REPOSITORIO DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

Yo, Cynthia Judith Mora Ruiz

Autor(a) de la TESIS de pregrado titulada:

La demanda de cerveza industrial y cerveza artesanal en la Provincia de Coronel Portillo - Departamento de Ucayali 2018

Sustentada el año: 2020

Con la asesoría de: Roy James Perez Rios

En la Facultad: Ciencias Económicos, Administrativas y contables

Escuela profesional: Economía y Negocio Internacionales

Autorizo la publicación:

PARCIAL [ ] Significa que se publicará en el repositorio institucional solo La caratula, la dedicatoria y el resumen de la tesis. Esta opción solo es válida marcar **si su tesis o documento presenta material patentable**, para ello deberá presentar el trámite de CATI y/o INDECOPI cuando se lo solicite la DGPI UNU.

TOTAL [X] Significa que todo el contenido de la tesis y/o documento será publicada en el repositorio institucional.

De mi trabajo de investigación en el Repositorio Institucional de la Universidad Nacional de Ucayali (www.repositorio.unu.edu.pe), bajo los siguientes términos:

Primero: Otorgo a la Universidad Nacional de Ucayali **licencia no exclusiva** para reproducir, distribuir, comunicar, transformar (únicamente mediante su traducción a otros idiomas) y poner a disposición del público en general mi tesis (incluido el resumen) a través del Repositorio Institucional de la UNU, en formato digital sin modificar su contenido, en el Perú y en el extranjero; por el tiempo y las veces que considere necesario y libre de remuneraciones.

Segundo: Declaro que la **tesis es una creación de mi autoría** y exclusiva titularidad, por tanto me encuentro facultado a conceder la presente autorización, garantizando que la tesis no infringe derechos de autor de terceras personas, caso contrario, me hago único(a) responsable de investigaciones y observaciones futuras, de acuerdo a lo establecido en el estatuto de la Universidad Nacional de Ucayali y del Ministerio de Educación.

En señal de conformidad firmo la presente autorización.

Fecha: 11 / 11 / 2021

Email: cynthiamoraruiz@gmail.com
Teléfono: 994998862

Firma:
DNI: 72165798

DEDICATORIA

A mis padres quienes a lo largo de toda mi vida han apoyado y motivado mi formación académica, a mis profesores a quienes les debo gran parte de mis conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza.

AGRADECIMIENTO

En primera instancia agradezco a mis formadores, personas de gran sabiduría quienes se han esforzado por ayudarme a llegar al punto que me encuentro.

INDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCION	XI
CAPITULO I	1
1.1. Antecedentes del Estudio	1
1.2. Planteamiento Teórico	4
1.3. Definición de Términos Básicos	7
CAPITULO II	13
MARCO METODOLOGICO	13
2.1. Método de Investigación	13
2.2. Población y Muestra	13
2.3. Técnicas e Instrumentos para Recolección de Datos	14
2.4. Procedimientos para Recolección de los Datos	14
2.5. Tratamiento de los Datos	15
CAPITULO III	17
RESULTADOS Y DISCUSION	17
3.1. Centros de expendio de cervezas en la ciudad de Pucallpa	17
3.2. Preferencias de cervezas en los centros de expendio de Pucallpa	18
3.3. Demanda potencial de cerveza en la provincia de Coronel Portillo	19
3.3.1. Consumo por marcas de cervezas	19
3.3.2. Consumo por edades de los consumidores	20
3.3.3. Población potencialmente demandante	21
3.3.4. Demanda potencial de cerveza artesanal y cerveza industrial – Hipótesis General	24

3.4. La demanda efectiva de cerveza artesanal y cerveza industrial en los centros de expendio de Pucallpa – Hipótesis Específica 1 29
3.5. Las preferencias de cervezas según los centros de expendio en Pucallpa – Hipótesis Específica 2 34
3.6. Características de preferencia de las cervezas en centros de expendio de Pucallpa – Hipótesis Específica 3 38
3.7. Niveles socioeconómicos de consumidores en centros de expendio de Pucallpa – Hipótesis Específica 4 42

CAPITULO IV 50
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 50
4.1. CONCLUSIONES 50
4.2. RECOMENDACIONES 52
VII. BIBLIOGRAFIA 54

ANEXO N° 01: Matriz de Consistencia 57

ANEXO N° 02 Centros de expendio masivo de cerveza en la ciudad de Pucallpa 58

ANEXO N° 03 Cuestionario de la encuesta de investigación 60

ANEXO N° 04 Sistema de evaluación del nivel socioeconómico de los consumidores de cerveza 62

INDICE DE TABLAS

Tabla 01. Consumo de cerveza de los hogares por ámbito geográfico 2008-2009 Xii
Tabla 02. Población demandante de cerveza en los principales centros poblados de la provincia de Coronel Portillo 22
Tabla 03. Consumo medio mensual de los demandantes por sexo según marcas de cerveza. En Litros. 24
Tabla 04. Participación de los demandantes por edades según marcas de cerveza. En proporciones. 25
Tabla 05. Indicadores estadísticos de la demanda potencial mensual de cervezas en la Provincia de Coronel Portillo. En Litros. 27
Tabla 06. Prueba de Diferencia de Medias. Demanda de Cerveza Artesanal y Cervezas Industriales 28
Tabla 07. Indicadores estadísticos del consumo de cervezas en los centros de expendio en la ciudad de Pucallpa. 32
Tabla 08. Prueba de Diferencia de Medias. Consumo Cerveza Artesanal y Cerveza Industrial 33
Tabla 09. Calificación de las cervezas según centros de expendio en la ciudad de Pucallpa 35
Tabla 10. Frecuencia Observada de las mayores calificaciones de preferencias de cervezas y de los centros de expendio 36
Tabla 11. Frecuencia Observada de las mayores características de cerveza y del mayor consumo 41
Tabla 12. Niveles Socioeconómicos por categorías según puntuaciones de la evaluación 47
Tabla 13. Frecuencia Observada de la demanda mensual de cervezas según el nivel socioeconómico del consumidor 48

INDICE DE FIGURAS

Figura 01. Calificación de la preferencia por concurrencia a los principales centros de expendio de cervezas en la ciudad de Pucallpa 17
Figura 02. Calificación de las preferencias de cervezas en los centros de expendio de la ciudad de Pucallpa 18
Figura 03. Consumo mensual de cerveza en los centros de expendio de la ciudad de Pucallpa. En litros por persona. 20
Figura 04. Participación de consumidores de cervezas en los centros de expendio de la ciudad de Pucallpa. 20
Figura 05. Consumo mensual de cerveza en los centros de expendio de la ciudad de Pucallpa. En litros por persona 21
Figura 06. Participación de la población demandante de cerveza de los centros poblados de la provincia de Coronel Portillo por edades y por centros poblados 23
Figura 07. Consumo mensual medio de cervezas en los centros de expendio de la ciudad de Pucallpa. En litros. 29
Figura 08. Estructura del nivel de consumo mensual de cervezas en los centros de expendio de la ciudad de Pucallpa 30
Figura 09. Consumo medio mensual y límites superior e inferior por marcas de cervezas. En litros. 31
Figura 10. Calificación de las características que definen la preferencia por las cervezas 39
Figura 11. Indicadores del nivel socioeconómico de los consumidores de cerveza 43
Figura 12. Niveles socioeconómicos de los consumidores de Cerveza por centros de expendio 2018 44
Figura 13. Niveles socioeconómicos de los consumidores de Cerveza según marcas de cervezas 2018 46

RESUMEN

La cerveza artesanal es un producto que en los últimos años tiene aceptación en el mercado de la ciudad de Pucallpa. En este estudio se ha tomado como referencia 09 centros de expendio de cervezas: Gold Bar, Tequila Bar, Apolos, Mojitos, Papayas, Sparta, Oxabar, Tirol y Gorila´s Restobar, en los que se consumen las cervezas: San Juan, Cuzqueña, Corona, Cristal, Budweiser y cerveza artesanal. Ninguno de los centros tiene una preferencia de concurrencia Baja, tres de ellos tienen la calificación Alta, seguidos de cerca por otros tres centros, mientras que los otros tres tienen preferencias de concurrencia Regulares. Las cervezas de mayor preferencia son San Juan y Cuzqueña con Alta Calificación entre los consumidores, donde se encuentran también la cerveza Corona y la cerveza artesanal, con las mismas calificaciones pero en menor nivel; finalmente se encuentran las cervezas Cristal y Budweiser con una calificación de Regular. Así, se ha determinado que la demanda potencial de la cerveza artesanal es significativamente menor a la demanda potencial de las cervezas industriales en conjunto, aunque es mayor que la demanda de la cerveza Corona, Cristal y Budweiser, pero es menor frente a las demandas potenciales de las cervezas San Juan y Cuzqueña, aunque la demanda efectiva por persona no tiene diferencias significativas entre la cerveza artesanal y la media de las cervezas industriales. Pero las preferencias no están fuertemente influenciadas por las características de las cervezas aunque sí presentan significativa dependencia respecto a los niveles socioeconómicos de los consumidores, donde la cerveza artesanal presenta mayor consumo en los niveles Medio-Alto a Alto-Bajo, que son los niveles mayoritarios en los centros de expendio estudiados.

Palabras clave: cerveza artesanal, demanda de cerveza, socioeconómico.

ABSTRACT

The handmade beer is a product that has acceptance in the market of the city of Pucallpa in the last years. In this study it is taken as reference 09 centers of it expended of beers: Gold Bar, Tequila Bar, Apolos, Mojitos, Papayas, Sparta, Oxabar, Tyrol and Gorila´s Restobar, in those that waste away the beers: San Juan, Cuzqueña, Crowns, Glass, Budweiser and handmade beer. None of the centers has a preference of Low concurrence, three of them they have the High qualification, continued closely by other three centers, while the other ones three have Regular concurrence preferences. The beers of more preference are San Juan and Cuzqueña with High Qualification among the consumers, where they are the beer it also Crowns and the handmade beer, with the same qualifications but in smaller level; finally the beers Glass and Budweiser meet with a qualification of Regulating. This way, it has been determined that the potential demand of the handmade beer is significantly smaller to the potential demand of the industrial beers on the whole, although it is bigger than the demand of the beer it Crowns, Glass and Budweiser, but it is smaller in front of the potential demands of the beers San Juan and Cuzqueña, although the effective demand for person doesn't have significant differences between the handmade beer and the stocking of the industrial beers. But the preferences are not strongly influenced by the characteristics of the beers although yes they present significant dependence regarding the socioeconomic levels of the consumers, where the handmade beer presents bigger consumption in the Half-high levels to High-under that are the majority levels in the centers of it expended studied.

Words key: handmade beer, demand of beer, socioeconomic.

INTRODUCCION

En el Perú, la preferencia por consumir productos naturales se ha incrementado de modo significativo durante los últimos años, relacionándolos con productos saludables, donde la cerveza artesanal se inserta como una respuesta a esta necesidad. La cerveza artesanal es un producto aceptado en Perú por la mayor preferencia a productos de calidad acorde con sus hábitos alimenticios. Se está introduciendo en el mercado desde hace menos de diez años, como un producto asociado al consumo de productos orgánicos.

Fuentes y Quintanilla (2016) señalan que este producto está orientado a personas entre 22 a 34 años del NSE A y B, que representan el 21% y 15% de los consumidores, quienes están interesadas en el sabor y el aroma y están dispuestos a pagar más por una mayor calidad, buscando cierto estatus (por el precio, calidad así como por los lugares de distribución).

RPP (2017) comenta: Perú es el quinto lugar en consumo de cerveza con 45.4 litros por persona al año, según un estudio de Euromonitor, donde el primer puesto lo ocupa México, con un consumo per cápita de 61.7 litros de cerveza al año, Brasil es el segundo país con 61 litros por persona, en el tercer puesto aparece Colombia, con un 53 litros de cerveza al año, seguido por Chile con 47.1 litros. Los peruanos gastan al año S/ 428.50 en consumo de cerveza.

En Pucallpa el consumo anual per cápita de cervezas según estudios del INEI es de 43.8 litros por hogar (aproximadamente 60.8 botellas de 670 ml), menor que en las otras ciudades principales de la selva peruana, en el que lidera la ciudad de Iquitos con un consumo anual per cápita de 67.6 litros por hogar, que es la mayor entre las principales ciudades del país, comparable únicamente con el consumo de la ciudad de Moyobamba con 61.5 litros por hogar.

Tabla 01. Consumo de cerveza
de los hogares por ámbito geográfico 2008-2009

Ambito geográfico	Consumo Lt/hogar/año
Total país	38.6
Area Residencial	30.2
Urbana	36.8
Rural	19.4
Región natural	
Costa	37.9
Sierra	24.6
Selva	33.5
Ciudad principal de la selva	
Tarapoto	47.4
Iquitos	67.6
Pucallpa	43.8
Puerto Maldonado	47.8

Fuente: INEI-Encuesta Nacional de Presupuestos Familiares 2008-2009. Elaboración Propia

En Pucallpa existen establecimientos dedicados al expendio masivo de cervezas orientados a la población joven de los Niveles Socioeconómicos A y B, con una capacidad total aproximada de atención simultánea para 370 personas, las que presentan un comportamiento de constante rotación. Entre estos se encuentran dos establecimientos dedicados a la venta de cervezas artesanales: el Tirol, donde la bebida que más sale es la cerveza de limón y parte de su acogida son las músicas en vivo y la comida. También está el Oxabar, donde la bebida que más sale es el shop Golden y parte de su acogida son las músicas en vivo y la comida.

De esta manera, la cerveza artesanal es un producto que en los últimos años ha empezado a tener acogida en el mercado de la ciudad de Pucallpa; por lo

tanto es escasa la información disponible para realizar un mayor análisis económico, siendo por ello necesario obtener información primaria de la oferta y demanda directamente de los consumidores y de los centros de expendio de este producto. El análisis de la introducción de la cerveza artesanal en este mercado, resulta de especial interés considerando sus posibles efectos en el mercado ampliado de los departamentos de la selva peruana. La aceptación en niveles socioeconómicos altos se vienen desarrollando en torno a productos de mayor calidad, donde la cerveza artesanal se está introduciendo con celeridad. En tales circunstancias, resulta importante el análisis de mercado sobre la demanda de la cerveza artesanal frente a la demanda de las diferentes marcas de cerveza industrial, que pueda ser útil para las posibilidades de inversión en este producto, lo que es explorado por pequeños y medianos inversionistas.

Problema General

¿Existen diferencias entre la demanda potencial de la cerveza artesanal y la demanda potencial de cerveza industrial en la Provincia de Coronel Portillo 2018?

Problemas Específicos

1. ¿Existen diferencias significativas entre la demanda efectiva de la cerveza artesanal y la demanda efectiva de cerveza industrial en los principales centros de expendio de la ciudad de Pucallpa - Departamento de Ucayali 2018?
2. ¿Cuál es la relación entre las preferencias en la demanda de la cerveza y las preferencias por los centros de expendio en la ciudad de Pucallpa - Departamento de Ucayali 2018?

3. ¿Las características de las cervezas inciden significativamente en la demanda en los centros de expendio de la ciudad de Pucallpa - Departamento de Ucayali 2018?
4. ¿Los niveles socioeconómicos de los consumidores de cervezas influyen en las cantidades demandadas según marcas de cervezas?

Objetivo General

Determinar si existen diferencias significativas entre la demanda potencial de la cerveza artesanal y la demanda potencial de cerveza industrial en la Provincia de Coronel Portillo 2018.

Objetivos Específicos

1. Determinar si existen diferencias significativas entre la demanda efectiva de la cerveza artesanal y la demanda efectiva de cerveza industrial en los principales centros de expendio de la ciudad de Pucallpa - Departamento de Ucayali 2018
2. Determinar si existe relación de dependencia entre las preferencias en la demanda de la cerveza y las preferencias por los centros de expendio en la ciudad de Pucallpa - Departamento de Ucayali 2018.
3. Determinar si las características de las cervezas inciden significativamente en la demanda en los centros de expendio de la ciudad de Pucallpa - Departamento de Ucayali 2018.
4. Determinar si los niveles socioeconómicos de los consumidores de cervezas influyen en las cantidades demandadas según marcas de cervezas.

CAPITULO I

MARCO TEORICO

1.1. Antecedentes del Estudio

- **Huamán Ogosi y otros (2017) "Cerveza artesanal frutada".** El líder en producción de cerveza en nuestro país (Empresa Backus), están enfocados a un público que les gusta el sabor de la cerveza tradicional y la mayoría de ellos son hombres, pero existe un público que no le agrada la cerveza tradicional por su amargor y alto grado de alcohol, que en su gran mayoría son mujeres. Las personas de los 25 a 50 años son nuestro público objetivo y se encuentran en lugares nocturnos de recreación, restaurantes y hospedajes para turistas. Nuestro producto se distribuirá en cadenas de minimarkets (tipo Tambo), estaciones de servicio, restaurantes, bares tradicionales y de hoteles. Con la finalidad de satisfacer la necesidad de una cerveza artesanal para mujeres y lograr ser el producto preferido por ellas. -
  Para diferenciarnos de la competencia, nuestro producto es elaborado con insumos de alta calidad, que nos posicionara como una cerveza Premium en el sector artesanal. Nosotros nos diferenciaremos del resto de las cervezas industriales y cervezas artesanales por nuestro producto innovador dedicado principalmente al público femenino que no le agrada el sabor de la cerveza tradicional al tener mucho amargor y alto porcentaje de alcohol. Nuestro producto es una cerveza artesanal dulce sabor a frutas, con ligero color rojizo, poco alcohol y amargor, que lo hace distinta al resto de las cervezas

nacional, el producto será envasado en botellas de vidrio oscuro de 335 ml con una etiqueta elegante y acompañado de un eslogan "HECHO PARA REINAS" lo cual será más llamativo para nuestro público femenino.

- **Fuentes y Quintanilla (2016). "Estudio de Pre Factibilidad para la Elaboración y Comercialización de Cerveza Artesanal a base de Quinua en los Sabores de Menta, Granadina, Coco y Quinua".** Los resultados del análisis obtenido en el macro y micro entorno reflejan que, en Lima, el mercado de cerveza artesanal resulta atractivo para el ingreso de nuevos competidores, pero tener en cuenta que se debe aplicar una estrategia de diferenciación del producto, es decir la calidad y sabor de la cerveza, así como su presentación, ya que el consumidor limeño tiende a ser exigente con el ingreso de nuevos productos. La calidad y sabor en el producto son la clave del éxito para la aceptación de los consumidores, por lo tanto, no se debe usar materias primas de baja calidad o utilizar excesivamente adjuntos en el proceso productivo. Los datos obtenidos de las encuestas y del focus group referente al perfil del consumidor, constituidos por personas de 22 a 34 años que pertenecen a los NSE A y B de Lima Moderna, indicaron que tienen una gran aceptación y expectativa con la propuesta de un producto innovador, saludable, nutritivo y ubicado en lugares que ellos frecuentan. El precio de venta sugerido en el primer año es S/ 7,32, por lo tanto, es aceptado ya que ellos están dispuestos a pagar de S/. 9,00 hasta S/. 16,00. Las empresas que ofrecen cerveza artesanal en Lima como Barbarian, Cumbres y

Gourmet han crecido a más del 300% en aproximadamente dos años en el mercado y esperan crecer más debido a que la demanda insatisfecha supera ampliamente la capacidad de producción total. La demanda es 2,35 veces mayor a la oferta actual e irá creciendo conforme las personas prueben y se informen acerca del producto.

- **Quintanilla y Sucno (2017) "Factibilidad de Instalación de una Microcerveceria para la Producción y Comercialización de Cerveza Artesanal en la Ciudad de Lima".** El alto consumo de cerveza per cápita en el país permite el desarrollo de competencia para la industria ya establecida. Existe una demanda en crecimiento por el consumo de cerveza artesanal, así como la tendencia de que nuevos consumidores migren a este producto, de manera que el mercado de cervezas artesanales muestra un crecimiento de ventas anuales desde sus inicios, en el 2009. El consumo de cerveza se da durante todo el año, principalmente en la costa del país. El gusto por las bebidas alcohólicas como la cerveza se desarrolla experimentando con diferentes tipos de bebidas de acuerdo a sus ingredientes, textura, sabor, entre otros. Es por esto que se hace necesaria la investigación y prueba constante en la búsqueda de nuevos ingredientes o sabores, que renueven la imagen de la marca y amplíen el abanico de variedades que ofrece. Sin embargo, es determinante generar las estrategias de marketing y publicidad necesaria para llevar la marca al consumidor. El internet y las redes sociales, actualmente, representan el mejor medio de llegar al público objetivo. Además, es importante que los consumidores idealicen la

cerveza artesanal como un producto exclusivo y de nivel, y que puede competir con el mercado del vino u otras bebidas alcohólicas gourmet con altas notas de maridaje. El producto debe ser percibido como incomparable y de gran calidad por lo que el rol de la publicidad y promoción son de vital importancia, lo que se verá reflejado en las ventas futuras esperadas. Es importante considerar que los consumidores de este segmento realizan sus decisiones de compra basados en valores más que en precios. En este tipo de producto, el boca a boca es la mejor publicidad que una cerveza pueda tener. Es importante reforzar la imagen de marca con eventos privados y públicos que generen la atención de los clientes, tanto los que ya consumen la marca, como los potenciales compradores.

1.2. Planteamiento Teórico

- **Carbajal y Zapata (2012)**, en su título de "Análisis de percepciones de consumidores de bebidas alcohólicas – productos cerveceros". De acuerdo con las diferentes investigaciones analizadas, consumir bebidas alcohólicas es ante todo una actividad de carácter social, es decir, que pocas veces se hace a solas y en cambio se hace en compañía de amigos o personas significativas. El consumo de bebidas alcohólicas se presenta en la mayoría de los casos durante los fines de semana, que son los días en que las personas practican mayor interacción social, lo que propicia situaciones para compartir tiempo con sus amigos y familiares. Las condiciones de tranquilidad muestran ser importantes, de tal manera que el hogar se convierte en

el sitio más propicio. Considerando que algunas características de los consumidores de cerveza se asocian con el tradicionalismo, las organizaciones orientan esfuerzos por la generación de un cambio en la cultura de consumo, dadas las variaciones en gustos y preferencias, con el fin de garantizar la sostenibilidad del negocio en el tiempo. Por esto el consumo de alcohol cada vez incide más en las nuevas generaciones gracias a las campañas. Con respecto a las razones para cambiar de marca, si bien se trata de un producto propicio para el intercambio social, la opinión de los amigos sobre la marca preferida no resulta tan determinante, pues las personas parecen basarse más en su experiencia que en las recomendaciones de terceros a la hora de escoger. Las organizaciones interesadas en promover el consumo de bebidas alcohólicas obtendrían mejores resultados en la medida en que logren hacerlas ver como un medio para mejorar el nivel de relación social entre las personas, para compartir con amigos y para hacer cosas diferentes a su trabajo. La publicidad junto con las degustaciones y otras estrategias de mercadeo promovidas por empresas, inducen a que la persona se sienta como miembro activo de un grupo social y por ende pueda obtener reconocimiento y aceptación.

- **INDECOPI (2000)**, en su título de **"Impacto del Impuesto Selectivo al Consumo sobre la Competencia en los Mercados de Cervezas y Rones".** El Grupo Backus incluye a 19 empresas subsidiarias pertenecientes al sector industrial, agroindustrial y de servicios. Las empresas que directamente están relacionadas con la elaboración y

comercialización de cervezas son Compañía Cervecera del Sur, Cervecería San Juan, Industrias del Envase (fabricación de cajas de plástico para el transporte de cerveza y gaseosas), Maltería Lima (producción de malta y gritz de maíz), Transportes 77 (transporte de cerveza embotellada desde las plantas cerveceras hacia los centros de distribución), Embotelladora Caplina (fabricación de tapas corona y cajas plásticas) y Comercial Excel (distribución de cerveza). Asimismo, cuenta con empresas dedicadas a la comercialización de bebidas gaseosas como Corporación Boliviana de Bebidas, Agua Mineral Litinada San Mateo y Embotelladora Frontera. El mercado local se abastece principalmente de las cervezas producidas por el Grupo Backus en las siete plantas cerveceras del país (Ate, Callao, Trujillo, Motupe, Arequipa, Cusco y San Juan) que operan con una capacidad combinada de producción de 13.65 millones de hectolitros de cerveza por año y un grado de utilización al 45%. Las exportaciones representan el 1% de la producción nacional. La presencia de cervezas importadas en el mercado local es reducida (las importaciones no vinculadas a empresas productoras locales, representaron aproximadamente el 0.06% del total de cerveza consumida en el mercado local). Sin embargo, tanto en supermercados como en centros de esparcimiento (restaurantes o pubs) de la ciudad de Lima, se comercializan ciertas marcas como Corona y Heineken. Cabe mencionar que se ha venido importando cerveza en diferentes presentaciones (latas de 50 y 33 cl. como botellas de vidrio de 330 ml.). El consumo de cervezas en el mercado

local se encuentra influenciado por su precio y el de sus sustitutos, las campañas publicitarias y la capacidad adquisitiva de la población. Si se analizan las ventas por marca de cerveza, se observa que, dentro de las cervezas blancas, Cristal es la más consumida a nivel nacional con una participación del 54%, seguida por Pilsen Callao y Cuzqueña con participaciones menos significativas de 17% y 11% respectivamente.

1.3. Definición de Términos Básicos

Cerveza

EcuRed (s.f.), precisa: Es una bebida de bajo contenido alcohólico resultante de fermentar mediante levadura seleccionada, el mosto elaborado con malta de cebada, arroz, maíz, lúpulo y agua. Hay tres productos básicos utilizados para su elaboración: la malta de cebada, el lúpulo y el agua. Pero además se debe tener muy en cuenta la levadura y los adjuntos (arroz y harina de maíz). Las principales características que identifican a una Cerveza son: **El Color**: Lo determinan las materias primas, especialmente la malta puesto que el color del Mosto determina el color de la cerveza. Hay maltas claras y maltas oscuras. La cepa de levadura también influye en el color final de la cerveza. **La Espuma**: Toda cerveza debe tener una espuma estable. La formación de la espuma depende del contenido de gas carbónico y de las proteínas que al final contiene en suspensión la cerveza. **Brillo y Transparencia:** La cerveza debe ser clara y brillante. La turbidez en una cerveza puede deberse a deficiencias en la filtración, contaminación microbiológica por bacterias o levaduras salvajes, presencia de

proteínas pesadas, desgasificación o contaminación con oxígeno por fisuras en el tapado, reacciones fotoquímicas por sobreexposición a la luz solar. **Contenido alcohólico y Densidad o Extracto**: El grado alcohólico, depende de la relación de azúcares fermentables y carbohidratos no fermentables conocidos como dextrinas.

Cerveza artesanal

Mario Tovar (s.f.), como su nombre lo indica, la cerveza artesanal es aquella que está elaborada siguiendo una "receta" propia, por maestros cerveceros que le dan un sabor distinto y personal; por lógica su producción es limitada, ya que se pone especial atención en sabores y texturas distintas a las marcas industriales. Una cerveza artesanal tiene las siguientes ventajas sobre las industriales: - No contiene elementos artificiales, ni en el proceso ni en los ingredientes, el fermentado es natural y los sabores son el resultado de la mezcla de agua, malta, lúpulo y levadura; adicionalmente contiene frutas, especias y hierbas que unidas a la técnica del maestro cervecero, darán un sabor y un aroma único y especial a esa cerveza. - Es innovadora, ya que podemos crear combinaciones de sabores a gusto de nuestros clientes. - Es independiente y social, ya que al no pertenecer a los grandes corporativos, las ganancias se quedan en la localidad ayudando a su economía.

Análisis de la Demanda

Nicholson (2008a) señala: Es la determinación y medición de la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere para la satisfacción de una necesidad específica, así como establecer la

posibilidad de su atención. La demanda está en, función de una serie de factores como son: su precio en términos reales, el nivel de ingreso de la población, los precios de sus sustitutos o de sus servicios complementarios, entre otros. El Análisis de Demanda consiste básicamente:

1. La determinación de los bienes o servicios demandados.

2. Diagnóstico de la situación actual de la demanda. Conocimiento de las condiciones de evolución de los hábitos de consumo y compra de la población. Hábitos actuales y previsibles de consumo y compra, su distribución por zonas, gasto comercializable, atracciones y evasiones de gasto y grado de satisfacción de la población con el equipamiento comercial existente.

3. La proyección de la demanda. Es la estimación o previsión de la demanda de un producto durante un periodo futuro. Los pronósticos de ventas son indicadores de las ventas futuras en base a las realidades económicas empresariales y el plan de ventas permite que esa realidad hipotética se materialice.

4. Demandante potencial. Es el número máximo de consumidores que podría obtener para un determinado producto. Se puede estimar de muchas y variadas maneras. Es interesante también cuantificar a cuánto ascendería la demanda potencial.

5. Demandante efectiva. Es el conjunto de mercancías y servicios que los consumidores realmente adquieren en un tiempo determinado y a un precio dado. Es el deseo de adquirir un bien o servicio, más la

capacidad que se tiene para hacerlo. Muy seguramente será inferior al potencial.

Pruebas de Independencia

Armando A., M. et. al (2011). La prueba de independencia Chi-cuadrado, nos permite determinar si existe una relación entre dos variables categóricas. Es necesario resaltar que esta prueba nos indica si existe o no una relación entre las variables, pero no indica el grado o el tipo de relación; es decir, no indica el porcentaje de influencia de una variable sobre la otra o la variable que causa la influencia. Dos eventos aleatorios, A y B, son eventos independientes, si la probabilidad de un evento no está afectada por la ocurrencia del otro evento. Una prueba de independencia usa la pregunta de si la ocurrencia del evento X es independiente a la ocurrencia del evento Y, por lo que el planteamiento de las hipótesis para esta prueba de independencia es:

H0; La ocurrencia del evento X es independiente del evento Y.

H1; La ocurrencia del evento X no es independiente del evento Y.

En las pruebas de independencia se utiliza el formato de la tabla de contingencia, y por esa razón a veces se le llama prueba de tabla de contingencia, o prueba con tabla de contingencia. Una tabla que clasifica datos de acuerdo a dos o más categorías, relacionados con cada una de las variables cualitativas, que pueden ser o no estadísticamente independientes, se llama tabla de contingencias.

FO : Frecuencia observada. Obtenida de encuestas, estudio o experimento.

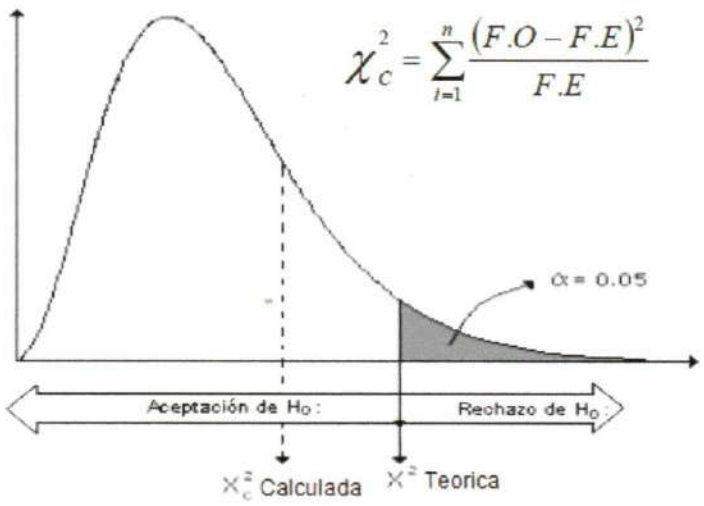
FE: Frecuencia esperada

$$F.E = \frac{(Total\ columna)(Total\ renglón)}{Gran\ total}$$

X^2 teórica con:

$\alpha = 0.05$ y Grados de Libertad. = (Filas -1)(Columnas – 1)

X^2 calculada:



Demanda Potencial

Rubira, Albert (2013). Es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio en unas condiciones y tiempo determinado, y se expresa en unidades físicas o monetarias. La Demanda Potencial del

Mercado es la hipótesis respecto a cuantos individuos son posibles compradores del producto y se forma a partir de demandas individuales.

Demanda Efectiva

Economipedia (2019). La demanda efectiva es la cantidad de uno o varios productos que los consumidores pueden y desean adquirir. Esto, a un precio dado en un momento específico.

CAPITULO II

MARCO METODOLOGICO

2.1. Método de Investigación

En este estudio se aplicará el Método Deductivo mediante una Investigación de tipo Descriptiva de modo Cuantitativo mediante la medición de las Elasticidades Cruzadas de la Demanda de cerveza industrial y de cerveza artesanal a fin de compararlas con utilización del contraste de Pruebas de Diferencias de Medias, para los diversos escenarios de consumo masivo de estos productos.

Del mismo modo se buscará cuantificar la demanda de cerveza en la Provincia de Coronel Portillo utilizando el Método Objetivo de Tests de Mercado, con aplicación de los indicadores de Estadística Descriptiva como Distribución de Frecuencias, Medidas de Centralización y Medidas de Dispersión para demostrar las hipótesis planteadas.

2.2. Población y Muestra

Este estudio estará referido a una población de consumidores de cerveza que puede tratarse como una población no conocida, en cuanto a su número de integrantes, siendo necesario la aplicación de la formula estadística para determinar el tamaño de la muestra para la población infinita o desconocida:

$$n = \frac{Z^2 \; p\,(1 - p)}{e^2}$$

Z: valor correspondiente a la distribución de gauss, $Z\alpha = 0.05 = 1.96$

p: prevalencia esperada del parámetro, si se desconoce $p = 0.5$

e: error que se prevé cometer. Se asumirá el 7.5 %, i = 0.075

n: tamaño de la muestra para la población infinita o desconocida

Se ha definido que el grado de error aceptable en los resultados del estudio estaría entre 5% y 10%, de manera que se ha definido en e=7.5%. De esta manera se ha determinado el tamaño de la muestra a analizar es **171 consumidores**.

2.3. Técnicas e Instrumentos para Recolección de Datos

La recolección de datos se efectuará mediante una encuesta dirigida a la cuantificación y caracterización de la demanda de cerveza artesanal buscando determinar la elasticidad cruzada con la cerveza industrial. El diseño de la encuesta tendrá como principales argumentos a los factores pueden afectar a la elasticidad de demanda: Disponibilidad de los bienes sustitutivos, Porcentaje de renta del consumidor, Necesidad, Duración del factor analizado, Amplitud de la definición, Fidelidad a la marca, Importancia del precio y Disposición a pagar; del mismo modo se recolectará información de caracterización: Rango de Edad, Sexo, Nivel de ingresos, oportunidad y frecuencia de consumo, lugar de frecuencia, cantidad de frecuencia, atributos de mayor preferencia, marcas de mayor preferencia.

2.4. Procedimientos para Recolección de los Datos

Para la encuesta de esta investigación se formulará un diseño muestral que coberture a los centros de consumo de cerveza artesanal y cerveza industrial en la Provincia de Coronel Portillo del Departamento de Ucayali. Este diseño se formulará de tal modo que se asegure la

homogeneidad de la información a acopiar entre los distintos lugares de consumo y que además asegure la aleatoriedad de la misma.

Las entrevistas se realizarán en los lugares de consumo y estarán dirigidas a los consumidores de cervezas.

Para este efecto se emplearán encuestadores capacitados en apropiadas técnicas de entrevista, los propósitos de la encuesta y la intensión de cada pregunta.

La compilación y procesamiento de las respuestas de la encuesta se realizará mediante tablas del Microsoft Excel, con la utilización de las fórmulas y comandos de vinculación de esta herramienta entre las respuestas, para la formulación de las tablas de distribución de frecuencias, cuadros resúmenes y gráficas necesarias para elaborar el correspondiente análisis.

2.5. Tratamiento de los Datos

Con dichos resultados se aplicará la técnica de Microeconomía para la medición de las Elasticidades Cruzadas de la Demanda, así como las técnicas de Estadística Descriptiva para formular los contrastes de las hipótesis de la tesis.

Para la medición de la Elasticidad Cruzada se aplicarán las formulas del Microsoft Excel para relacionar los precios y las cantidades demandadas cruzadas. Esta demanda cruzada también se medirá con relación a los otros factores determinantes de la demanda.

Para el tratamiento del comportamiento del crecimiento de la demanda durante los últimos años, se tomará como referencia las estadísticas de producción de cerveza industrial en el departamento de Ucayali y el

crecimiento de las estadísticas del Impuesto Selectivo al Consumo de este departamento.

Para la medición de la demanda potencial de cerveza artesanal, así como para la caracterización de esta demanda se aplicará el Complemento "Análisis de Datos" del Microsoft Excel con aplicación de las funciones de Estadística Descriptiva. Este tratamiento estadístico en la investigación se aplicará para los contrastes de las hipótesis planteadas, sea para la aplicación de Pruebas de Diferencia de Medias para los diversos escenarios de consumo masivo de estos productos, asi como para para la caracterización de esta demanda.

CAPITULO III

RESULTADOS Y DISCUSION

3.1. Centros de expendio de cervezas en la ciudad de Pucallpa

Para la ejecución del presente estudio se ha tomado como entes de investigación a los principales centros permanentes de expendio de cervezas para consumo directo. Es decir que no se consideran los centros de distribución de cervezas, así como también no se consideran los centros recreacionales o las fiestas ocasionales como parrilladas y otros.

De esta manera se han identificado como muestra 09 centros de expendio de cervezas, sujetos de estudio para esta investigación: Gold Bar, Tequila Bar, Apolos, Mojitos, Papayas, Sparta, Oxabar, Tirol y Gorila´s Restobar.



Fuente: Encuesta de este estudio.

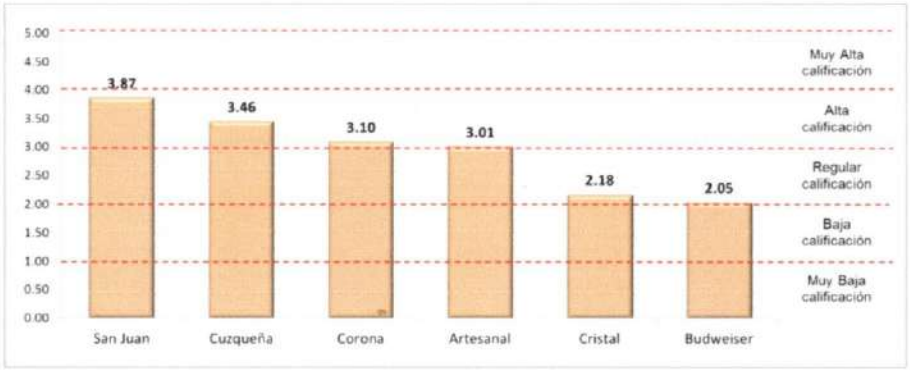
Figura 01. Calificación de la preferencia por concurrencia a los principales centros de expendio de cervezas en la ciudad de Pucallpa

La calificación de las preferencias por la concurrencia de los consumidores a estos centros de expendio de cervezas, fue expresada por mediante puntuaciones en la escala de Likert (Muy alto= 5; Alto= 4; Regular= 3; Bajo= 2; Muy bajo= 1), cuyos resultados se presenta en la gráfica. Obsérvese que ninguno de estos centros tiene una preferencia de

concurrencia Baja. Tres centros tienen la calificación Alta (Gold Bar, Tequila Bar y Apolos), seguidos de cerca por otros tres centros (Mojitos, Papayas y Oxabar) mientras que existen otros centros cuyas preferencias de concurrencia son Regulares (Sparta, Tirol y Gorila´s Restobar).

3.2. Preferencias de cervezas en los centros de expendio de Pucallpa

En el presente estudio se ha considerado la investigación del consumo de cervezas en los principales centros de expendio. Estas son: San Juan, Cuzqueña, Corona, Cristal, Budweiser y cerveza artesanal. La calificación de las preferencias por las cervezas que se consumen en dichos centros de expendio, expresada por los mismos consumidores mediante puntuaciones de la escala de Likert (Muy alto= 5; Alto= 4; Regular= 3; Bajo= 2; Muy bajo= 1), es la siguiente:



Fuente: Encuesta de este estudio.

Figura 02. Calificación de las preferencias de cervezas en los centros de expendio de la ciudad de Pucallpa

Así, se ha determinado que las cervezas de mayor preferencia son San Juan y Cuzqueña con Alta Calificación entre los consumidores, donde se encuentran también la cerveza Corona y la cerveza artesanal, con las mismas calificaciones pero en menor nivel. Finalmente se encuentran las cervezas Cristal y Budweiser con una calificación de Regular.

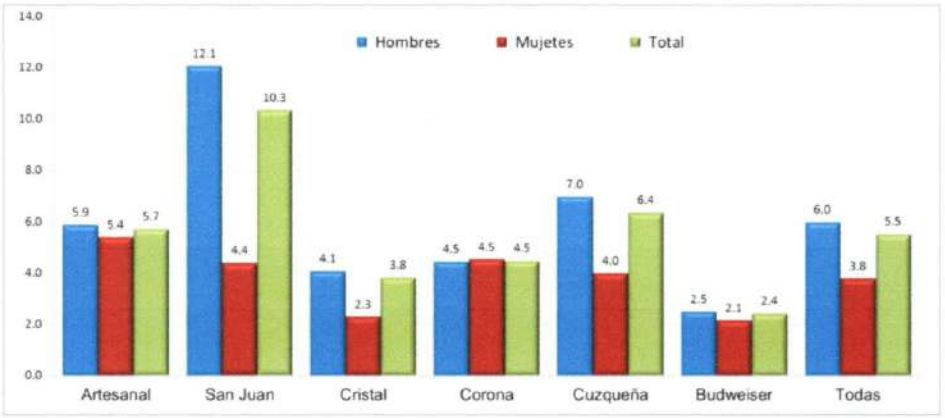
3.3. Demanda potencial de cerveza en la provincia de Coronel Portillo

La demanda potencial de la cerveza, de la población urbana de los principales centros poblados de la provincia de Coronel Portillo, evaluados en este estudio, está definida por los volúmenes que los posibles consumidores pueden adquirir a los precios dados y durante el tiempo en el que se realizó la investigación. Para el estudio de esta demanda potencial de cervezas se ha utilizado como unidad de medida: Litros demandados mensualmente. También se ha utilizado como muestra a los demandantes de los principales centros de expendio de cervezas seleccionados para este estudio donde se cuenta con demandantes de los distritos de Callería, Yarinacocha, Manantay y Campo Verde.

3.3.1. Consumo por marcas de cervezas

En la investigación se ha encontrado que entre los consumidores presentan un mayor consumo los consumidores hombres, con una media de 06 litros por mes mientras que las mujeres consumen 3.8 litros mensuales.

Y entre las marcas de cerveza, existe una mayor tasa de consumo para la Cerveza San Juan en el que se ha llegado a los 12.1 litros (19.5 botellas de 620 ml) en consumidores hombres; también es alto el consumo de Cerveza Cuzqueña con 6.4 litros por persona al mes (10.3 botellas de 620 ml). La cerveza artesanal tiene un consumo medio de 5.7 litros por persona (9.2 botellas de 620 ml).

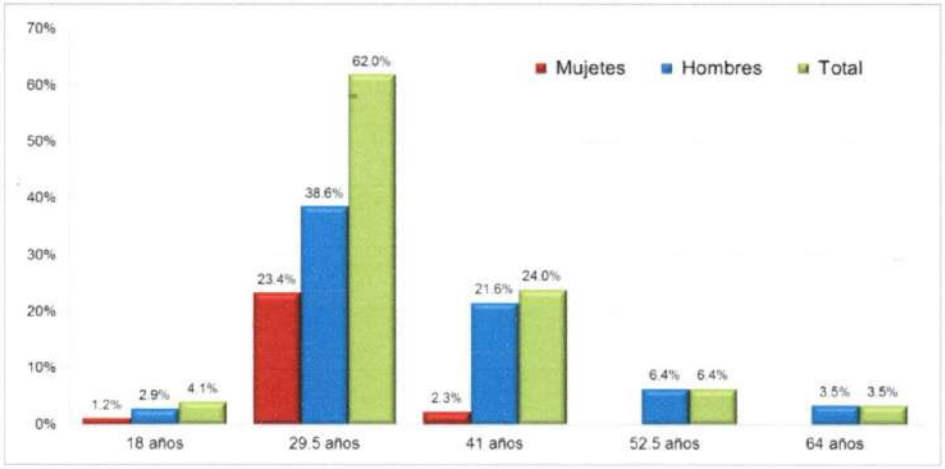


Fuente: Encuesta de este estudio.

Figura 03. Consumo mensual de cerveza en los centros de expendio de la ciudad de Pucallpa. En litros por persona.

3.3.2. Consumo por edades de los consumidores

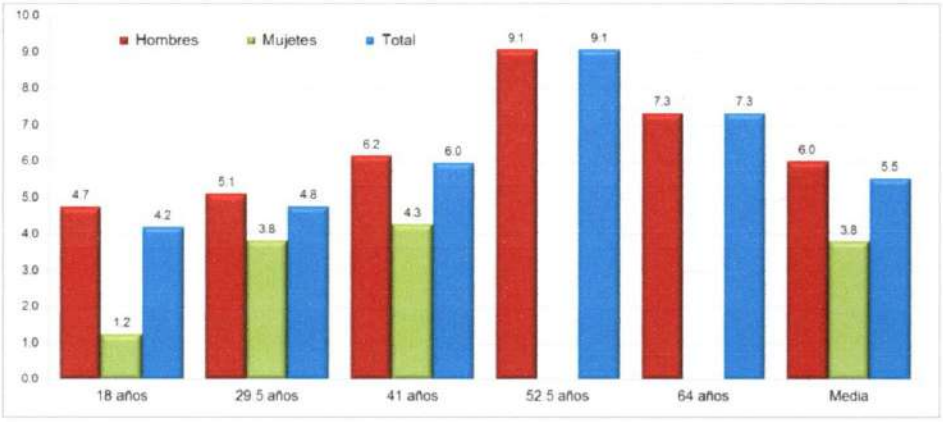
Entre los consumidores de cerveza de los centros de expendio analizados, se ha observado una mayor participación de hombre y mujeres entre los 19 y 30 años de edad significando el 62% de los consumidores, y hasta los 41 años ha participado un 24% de ellos, mientras que hasta los 53 años de edad solo participaron un 6.4% y hasta los 64 año, fueron solo el 3.5% de los consumidores.



Fuente: Encuesta de este estudio.

Figura 04. Participación de consumidores de cervezas en los centros de expendio de la ciudad de Pucallpa. Por Edades.

Sin embargo, el consumo promedio mensual de cerveza en estos centros de expendio, es mayor en las personas entre los 41 y 64 años de edad llegando a los 9.1 litros (14.7 botellas de 620 ml), mientras que los consumidores entre los 30 y 41 años de edad adquieren 06 litros mensuales (9.7 botellas de 620 ml), entre los 18 y 30 años consumen 4.8 litros (7.7 botellas de 620 ml) y los de 18 años de edad consumen 4.2 litros de cerveza mensualmente (6.8 botellas de 620 ml).



Fuente: Encuesta de este estudio.

Figura 05. Consumo mensual de cerveza en los centros de expendio de la ciudad de Pucallpa. En litros por persona

3.3.3. Población potencialmente demandante

En esta investigación, para estimar la población demandante, se ha utilizado la información de la población urbana censada del año 2017, distribuida por los principales centros poblados de la provincia de Coronel Portillo considerados en el análisis y según los rangos de edades de los demandantes. Esta información se ha conjugado con la información de sexo, edad y lugar de procedencia obtenida mediante la encuesta de la investigación.

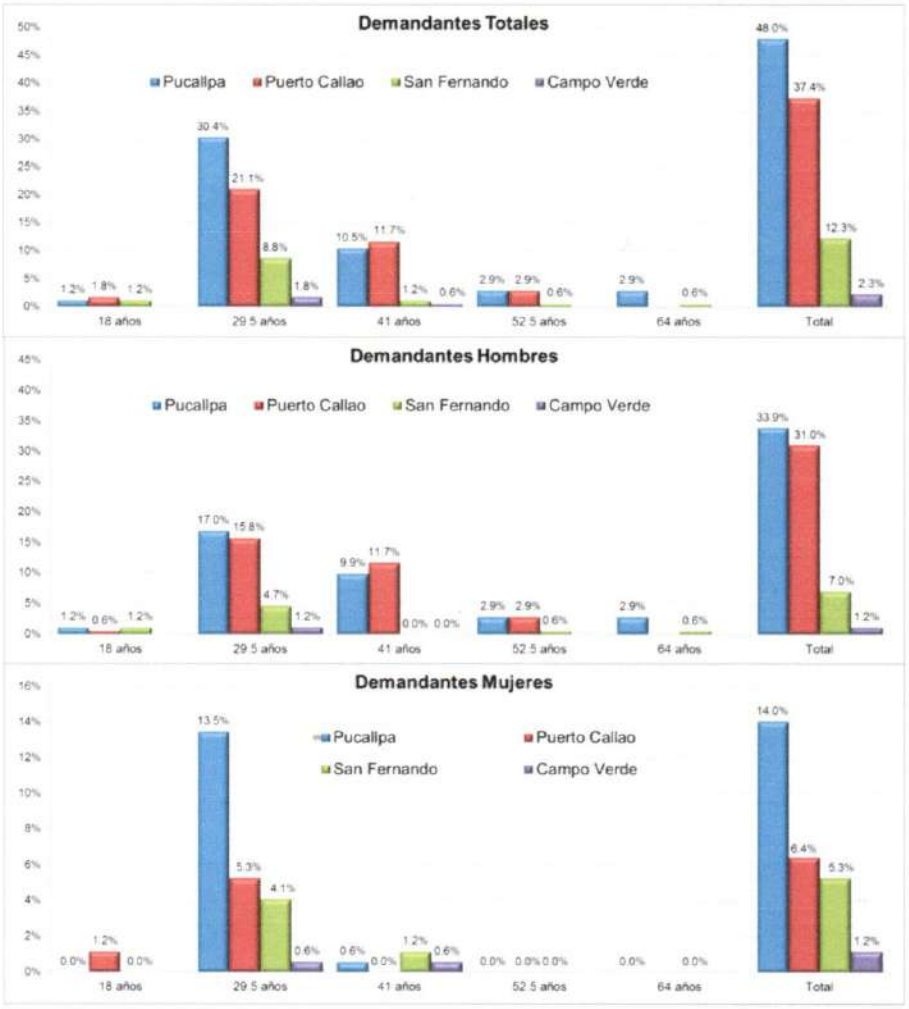
Es así como se ha estimado una población potencialmente demandante de 25,891 personas (18,222 hombres y 7,669 mujeres), que representan una participación del 16% de la población total de estos centros poblados (22% de hombres y 9% de mujeres). De esta forma se han podido estimar las participaciones de los centros poblados evaluados por sexo y edades de los demandantes, las que se presentan a continuación.

Tabla 02. Población demandante de cerveza en los principales centros poblados de la provincia de Coronel Portillo

URBANA	Población Censada			Población Potencialmente Demandante			Participación %		
	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer	Total	Hombre	Mujer
PUCALLPA									
Total	144,207	72,151	72,056						
Urbana	135,581	67,835	67,746						
Potenial	**74,383**	**37,216**	**37,167**	**6,294**	**3,767**	**2,527**	**8%**	**10%**	**7%**
18 años	3,023	1,512	1,510	2	2	0	0%	0%	0%
29.5 años	26,693	13,355	13,338	5,636	3,143	2,493	21%	24%	19%
41 años	21,909	10,962	10,947	617	583	34	3%	5%	0.3%
52.5 años	14,380	7,195	7,185	30	30	0	0.2%	0.4%	0%
64 años	8,379	4,192	4,187	10	10	0	0.1%	0.2%	0%
CAMPO VERDE									
Total	5,483	2,748	2,735						
Urbana	1,839	922	917						
Potenial	**1,009**	**506**	**503**	**359**	**108**	**143**	**36%**	**21%**	**28%**
18 años	41	21	20	0	0	0	0%	0%	0%
29.5 años	362	181	181	325	108	108	90%	60%	60%
41 años	297	149	148	34	0	34	12%	0%	23%
52.5 años	195	98	97	0	0	0	0%	0%	0%
64 años	114	57	57	0	0	0	0%	0%	0%
PUERTO CALLAO									
Total	93,248	46,036	47,212						
Urbana	84,734	41,833	42,901						
Potenial	**46,487**	**22,951**	**23,537**	**4,620**	**3,643**	**977**	**10%**	**16%**	**4%**
18 años	1,889	933	956	2	1	2	0%	0.1%	0%
29.5 años	16,683	8,236	8,446	3,902	2,926	975	23%	36%	12%
41 años	13,692	6,760	6,932	686	686	0	5%	10%	0%
52.5 años	8,987	4,437	4,550	30	30	0	0%	1%	0%
64 años	5,236	2,585	2,651	0	0	0	0%	0%	0%
SAN FERNANDO									
Total	85,540	42,239	43,301						
Urbana	82,032	40,507	41,525						
Potenial	**45,005**	**22,223**	**22,782**	**1,704**	**877**	**827**	**4%**	**4%**	**4%**
18 años	1,829	903	926	2	2	0	0.1%	0.2%	0%
29.5 años	16,151	7,975	8,176	1,626	867	759	10%	11%	9%
41 años	13,256	6,546	6,710	69	0	69	1%	0%	1%
52.5 años	8,700	4,296	4,404	6	6	0	0.1%	0.1%	0%
64 años	5,070	2,503	2,566	2	2	0	0.04%	0.1%	0%
TOTAL									
Potenial	**166,885**	**82,895**	**83,989**	**25,891**	**18,222**	**7,669**	**16%**	**22%**	**9%**
18 años	6,782	3,369	3,413	138	99	40	2%	3%	1%
29.5 años	59,889	29,748	30,141	18,532	11,482	7,050	31%	39%	23%
41 años	49,154	24,416	24,738	5,862	5,283	579	12%	22%	2%
52.5 años	32,262	16,025	16,237	1,031	1,031	0	3%	6%	0%
64 años	18,798	9,338	9,461	328	328	0	2%	4%	0%

Fuente: INEI - Censos Nacionales de Población y Vivienda 2017.

De esta forma se ha podido establecer que existe un 48.5% de demandantes potenciales (6,294 personas) que provienen de la ciudad de Pucallpa. 35.6% (4,620 personas) provienen de Puerto Callao, 13.1% (1,704 personas) de San Fernando y 2.8% de demandantes potenciales (359 personas) provienen de Campo Verde.



Fuente: Encuesta de este estudio.

Figura 06. Participación de la población demandante de cerveza de los centros poblados de la provincia de Coronel Portillo por edades y por centros poblados.

3.3.4. Demanda potencial de cerveza artesanal y cerveza industrial – Hipótesis General

Es importante señalar que en esta investigación se ha evaluado el consumo de las diferentes marcas de cervezas que se comercian en los centros de expendio para consumo directo de tipo permanente (no se consideran los centros de distribución de cervezas, los centros recreacionales, fiestas ocasionales, parrilladas y otros). Para este propósito se ha tomado como muestra a los 09 principales centros de expendio con las características señaladas y a sus respectivos consumidores de cervezas.

De esta forma, se ha analizado las preferencias de los consumidores por las marcas de cervezas que se expenden en dichos centros, determinándose el consumo medio.

Tabla 03. Consumo medio mensual de los demandantes por sexo según marcas de cerveza. En Litros.

Indicador		Artesanal	San Juan	Cristal	Corona	Cuzqueña	Budweiser	Todas
Hombres	Media	5.89	12.07	4.08	4.46	6.97	2.51	6.00
	DesVest	4.88	9.29	2.98	3.03	4.83	1.67	5.52
Mujeres	Media	5.39	4.40	2.30	4.53	4.00	2.15	3.80
	DesVest	2.65	1.99	0.75	3.01	1.87	0.70	2.04
Todas	Media	5.72	10.34	3.84	4.49	6.36	2.44	5.53
	DesVest	5.23	8.89	3.04	3.91	4.81	1.74	5.63

Fuente: Encuesta de este estudio.

Como resultado se ha encontrado que las cervezas de mayor consumo medio entre sus correspondientes demandantes son: Cerveza San Juan con 12.07 litros mensuales (19.5 botellas de 620 ml), Cerveza Cuzqueña con 6.97 litros (11.2 botellas de 620 ml) y la cerveza artesanal con un consumo medio de 5.9 litros mensuales (9.5 botellas de 620 ml).

De igual manera, se ha encontrado que existe una mayor participación de consumidores de Cerveza San Juan con 25%, seguido de los consumidores de Cerveza Cuzqueña con 20% y Cerveza Cristal con 18%, mientras que los consumidores de la Cerveza Artesanal son un 15%.

Tabla 04. Participación de los demandantes por edades según marcas de cerveza. En proporciones.

Edad de los consumidores	Artesanal	San Juan	Cristal	Corona	Cuzqueña	Budweiser	Total
18 años	18%	18%	9%	27%	18%	9%	100%
29.5 años	15%	25%	10%	19%	19%	11%	100%
41 años	15%	25%	8%	16%	22%	14%	100%
52.5 años	18%	22%	10%	14%	20%	16%	100%
64 años	17%	17%	17%	17%	33%		100%
Total	15%	25%	10%	18%	20%	12%	100%

Fuente: Encuesta de este estudio.

En consecuencia, considerando estos hallazgos y con la información de la población urbana demandante de los principales centros poblados de la Provincia de Coronel Portillo, es posible estimar la demanda potencial por marcas de cervezas, donde al conjugarse las data de la población por edades con la de consumidores por edades y marcas de cerveza así como la data de consumo medio por marcas de cervezas, la determinación de la demanda potencial resulta de especial interés académico y comercial, planteándose la siguiente hipótesis.

Hipótesis General:

"La demanda potencial de la cerveza artesanal es estadísticamente igual a la demanda potencial de cerveza industrial en la Provincia de Coronel Portillo 2018".

Operacionalización:

Variable 1: La demanda potencial de la cerveza artesanal.

Indicadores: Cantidad de demanda potencial de cerveza artesanal en litros mensuales.

Desviación Estándar de la demanda potencial de cerveza artesanal en litros mensuales.

Variable 2: La demanda potencial de cerveza industrial.

Indicadores: Media de las cantidades de demandas potenciales de las cervezas industriales en litros mensuales.

Desviación Estándar de las cantidades de demandas potenciales de las cervezas industriales en litros mensuales.

Hipótesis Estadística:

H_0: No existen diferencias significativas entre la cantidad demandada de cerveza artesanal y la cantidad demandada de cerveza industrial.

$$Ho: \mu_1 = \mu_2$$

H_a: Existen diferencias significativas entre la cantidad demandada de cerveza artesanal y la cantidad demandada de cerveza industrial.

$$Ha: \mu_1 \neq \mu_2$$

Planteamiento:

Prueba de Diferencia de Media para dos Muestras.

Nivel de significación para 2 colas: $\alpha = 975$ Z teórica = $\pm$ 1.96

Z para dos muestras:

$$Z = \frac{\mu_1 - \mu_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$

μ_1 : Media de demanda Artesanal

μ_2 : Media de demanda Industrial

S_1 : Desviación estándar Artesanal

S_2 : Desviación estándar Industrial

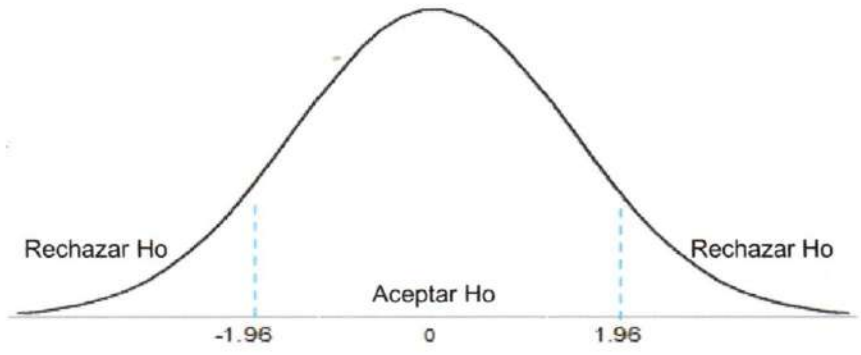
n_1 : Número de datos Artesanal

n_2 : Número de datos Industrial

Tabla 05. Indicadores estadísticos de la demanda potencial mensual de cervezas en la Provincia de Coronel Portillo. En Litros.

Indicador		Artesanal	San Juan	Cristal	Corona	Cuzqueña	Budweiser	Todas	Industriales
Hombres	Media	14,493	55,682	8,223	13,185	26,536	5,946	109,280	21,915
	DesVest	12,005	42,853	6,001	8,966	18,363	3,972	100,638	16,031
	N	2,363	4,670	2,054	3,009	3,808	2,318	18,222	3,172
Mujeres	Media	8,773	7,672	937	8,429	5,117	1,623	29,122	4,756
	DesVEst	4,304	3,472	303	5,602	2,391	530	15,681	2,459
	N	1,626	1,748	384	1,811	1,303	797	7,669	1,209
Todas	Media	22,803	66,085	9,596	21,115	32,702	7,722	143,217	27,444
	DesVEst	20,857	56,785	7,585	18,412	24,741	5,523	145,792	22,609
	N	3,988	6,419	2,437	4,820	5,111	3,115	25,891	4,380

Fuente: Encuesta de este estudio.



Región crítica. Rechazo de hipótesis nula para:

$Z_{calculada} < Z$ teórica: $\mu_1 < \mu_2$ $Z_{calculada} > Z$ teórica: $\mu_1 > \mu_2$

Tabla 06. Prueba de Diferencia de Medias. Demanda de Cerveza Artesanal y Cervezas Industriales

$Z_{teórica} = \pm 1.96$

Comparativo	Hombres		Mujeres		Todas	
	$Z_{calculada}$	Resultados	$Z_{calculada}$	Resultados	$Z_{calculada}$	Resultados
Artesanal - San Juan	-61.12	$\mu_1 < \mu_2$	8.14	$\mu_1 > \mu_2$	-55.35	$\mu_1 < \mu_2$
Artesanal - Cuzqueña	-31.14	$\mu_1 < \mu_2$	29.10	$\mu_1 > \mu_2$	-20.69	$\mu_1 < \mu_2$
Artesanal - Corona	4.42	$\mu_1 > \mu_2$	2.03	$\mu_1 > \mu_2$	3.99	$\mu_1 > \mu_2$
Artesanal - Cristal	22.38	$\mu_1 > \mu_2$	72.66	$\mu_1 > \mu_2$	36.26	$\mu_1 > \mu_2$
Artesanal - Budweiser	32.82	$\mu_1 > \mu_2$	65.97	$\mu_1 > \mu_2$	43.74	$\mu_1 > \mu_2$
Artesanal - Industriales	-19.69	$\mu_1 < \mu_2$	31.37	$\mu 1 > \mu 2$	-9.77	$\mu_1 < \mu_2$

Fuente: Encuesta de este estudio.

Conclusión:

Se rechaza la hipótesis nula. Se acepta la hipótesis alternativa: Existen diferencias significativas entre la cantidad demandada de cerveza artesanal y la cantidad demandada de cerveza industrial.

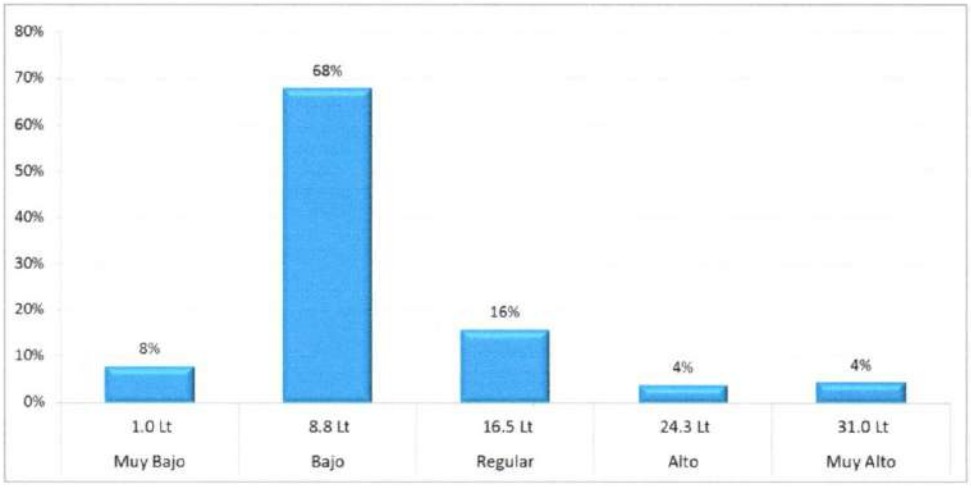
Por tanto: La demanda potencial de la cerveza artesanal no es estadísticamente igual a la demanda potencial de cerveza industrial en la Provincia de Coronel Portillo 2018. La demanda potencial de la cerveza artesanal es significativamente menor.

Sin embargo, la cantidad demanda de la cerveza artesanal (22,803 litros mensuales) es significativamente mayor que las demandas de las cervezas Corona (21,115 litros), Cristal (9,593 litros) y Budweiser (7,722 litros), siendo una demanda significativamente menor frente a las demandas de las cervezas San Juan (66,085 litros) y Cuzqueña (32,702 litros). Obsérvese que en la demanda de las consumidoras mujeres la demanda de la cerveza artesanal (8,773 litros) es mayor que todas las demandas de las otras cervezas evaluadas (media: 4,756 litros).

3.4. La demanda efectiva de cerveza artesanal y cerveza industrial en los centros de expendio de Pucallpa – Hipótesis Específica 1

En general, entre los consumidores de los centros de expendio de cervezas analizados, se ha determinado un consumo medio de cervezas de 5.5 litros por mes (09 botellas de 620 ml), donde el consumo más alto se ha determinado en 31.0 litros y el más bajo en 1.0 litros mensuales.

De esta manera, para el presente estudio, la mediana de esta información ha sido tratada con consumo Regular, estableciéndose la escala estadística que se presenta en el siguiente gráfico.

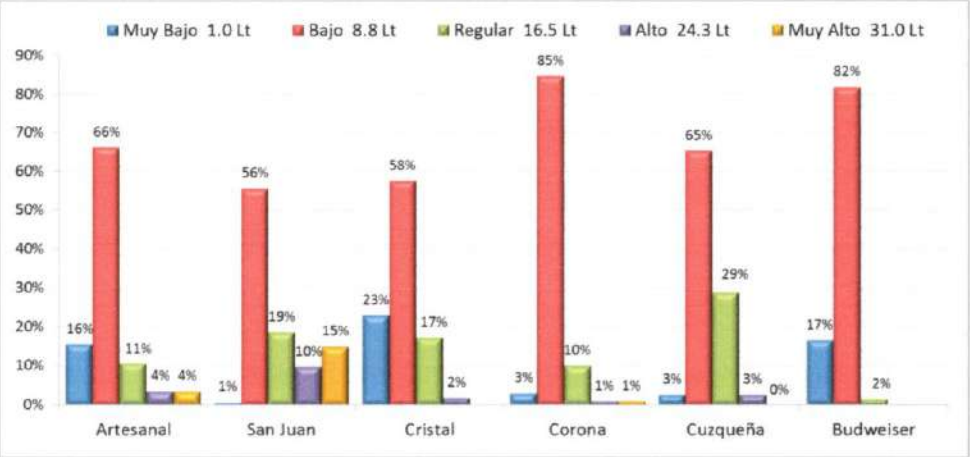


Fuente: Encuesta de este estudio.

Figura 07. Consumo mensual medio de cervezas en los centros de expendio de la ciudad de Pucallpa. En litros

Siguiendo estos parámetros, entre los resultados destacados se ha observado que, con los asistentes a los centros de expendio estudiados, el 68% tiene un consumo de cerveza que puede considerarse de nivel Bajo con 8.8 litros mensuales (14.1 botellas de 620 ml), mientras que el 16% de estos consumidores demandan 16.5 litros mensuales (26.6 botellas de 620 ml) considerándose un consumo de nivel Regular.

Entre las diferentes marcas de cerveza estudiadas, se ha observado que en todas existe una gran proporción de consumidores con demanda de nivel Bajo, donde los que tienen preferencia por la Cerveza Corona y Cerveza Budweiser tienen una mayor proporción en este nivel de consumo, mientras que para las cervezas San Juan y Cristal es menor la proporción de consumidores con demanda de nivel Bajo.

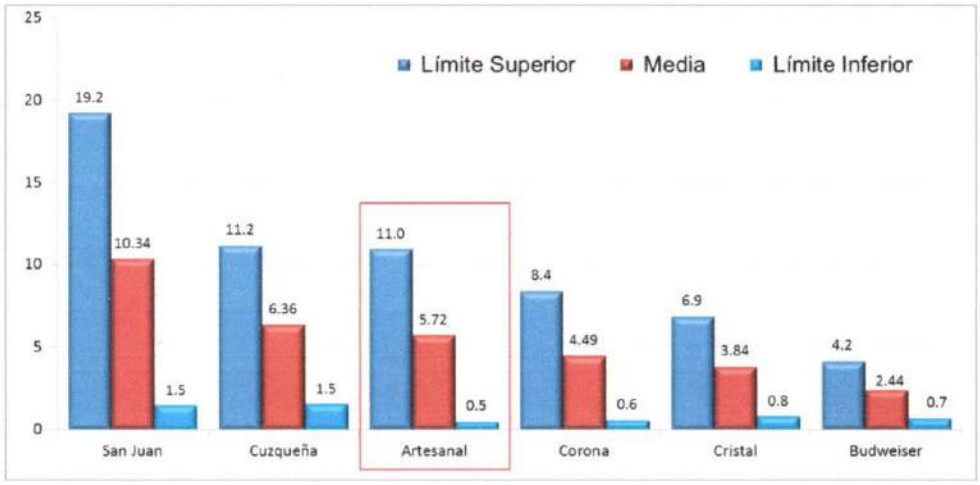


Fuente: Encuesta de este estudio.

Figura 08. Estructura del nivel de consumo mensual de cervezas en los centros de expendio de la ciudad de Pucallpa

De esta manera se ha encontrado que, en los centros de expendio estudiados, la cerveza de mayor consumo medio es la Cerveza San Juan con 10.34 litros mensuales (16.68 botellas de 620 ml) seguida de Cerveza Cuzqueña con 6.36 litros y la Cerveza Artesanal con 5.72 litros mensuales. Sin embargo se ha observado que la desviación estándar de estos indicadores es muy alta, de modo que las diferencias entre las cantidades demandadas no se encuentran plenamente definidas. Estableciendo la Desviación Estándar como indicador para los límites Superior e Inferior de la demanda, el consumo medio mensual de la

Cerveza Artesanal presenta un límite superior de 11 litros, mayor que la media de las otras cervezas.



Fuente: Encuesta de este estudio.

Figura 09. Consumo medio mensual y límites superior e inferior por marcas de cervezas. En litros.

En consecuencia, se justifica el propósito de la presente investigación en el que se plantea determinarse la demanda de la cerveza artesanal es estadísticamente igual a la demanda de las cervezas industriales en los centros de expendio de la ciudad de Pucallpa, planteándose la siguiente

Hipótesis Específica 1:

> "La demanda efectiva de la cerveza artesanal es estadísticamente igual a la demanda efectiva de cerveza industrial en los principales centros de expendio de la ciudad de Pucallpa - Departamento de Ucayali 2018".

Operacionalización:

Variable 1: La demanda efectiva de la cerveza artesanal.

Indicadores: Media de consumo mensual de la cerveza artesanal.

Desviación Estándar del consumo mensual de la cerveza artesanal.

Variable 2: La demanda efectiva de las cervezas industriales.

Indicadores: Media de consumo mensual de cervezas industriales.

Desviación Estándar del consumo mensual de cervezas industriales.

Hipótesis Estadística:

H_0: No existen diferencias significativas entre la media del consumo mensual de la cerveza artesanal y la media del consumo mensual de las cervezas industriales.

$$Ha: \mu_1 = \mu_2$$

H_a: Existen diferencias significativas entre la media del consumo mensual de la cerveza artesanal y la media del consumo mensual de las cervezas industriales.

$$Ho: \mu_1 \neq \mu_2$$

Planteamiento:

Prueba de Diferencia de Media para dos Muestras.

Tabla 07. Indicadores estadísticos del consumo de cervezas en los centros de expendio en la ciudad de Pucallpa. En Litros.

Indicador	Artesanal	San Juan	Cuzqueña	Corona	Cristal	Budweiser	Todas	Cerveza Industrial
Max	30	31	21.7	31	18.6	14.88	24.53	31
N	83	133	107	98	52	66	90	846
Media por persona	5.72	10.34	6.36	4.49	3.84	2.44	5.53	6.56
Media de la muestra	474.7	1,375.8	680.8	439.6	199.8	160.8	496.9	5,552.6
Desviación Estándar	434.21	648.41	283.08	871.07	483.23	131.46	272.80	2,520.09

Fuente: Encuesta de este estudio.

Nivel de significación para 2 colas: $\alpha = 975$ Z teórica = $\pm$ 1.96

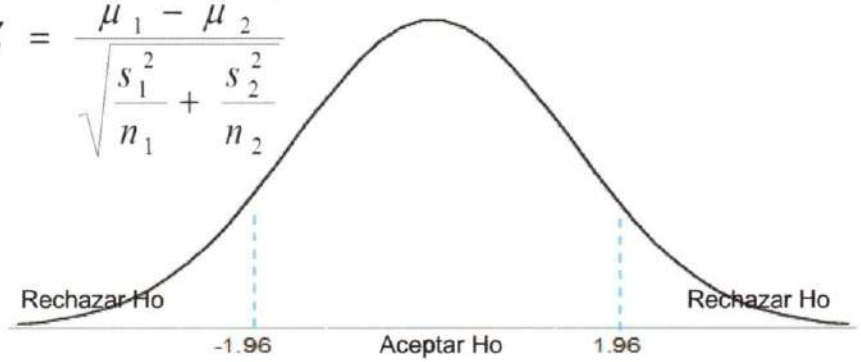
Z para dos muestras:

μ_1 : Media de consumo Artesanal μ_2 : Media de consumo Industrial

S_1 : Desviación estándar Artesanal S_2 : Desviación estándar Industrial

n_1 : Número de datos Artesanal n_2 : Número de datos Industrial

$$Z = \frac{\mu_1 - \mu_2}{\sqrt{\frac{s_1^2}{n_1} + \frac{s_2^2}{n_2}}}$$



Región crítica. Rechazo para:

$Z_{calculada} < Z$ teórica: $\mu_1 < \mu_2$ Para $Z_{calculada} > Z$ teórica: $\mu_1 > \mu_2$

Tabla 08. Prueba de Diferencia de Medias. Consumo Cerveza Artesanal y Cerveza Industrial

Comparativo	$Z_{calculada}$	$Z_{teórica}$	Resultados
Artesanal - San Juan	-12.22	± 1.96	$\mu_1 < \mu_2$
Artesanal - Cuzqueña	-3.75	± 1.96	$\mu_1 = \mu_2$
Artesanal - Corona	0.35	± 1.96	$\mu_1 = \mu_2$
Artesanal - Cristal	3.34	± 1.96	$\mu_1 > \mu_2$
Artesanal - Budweiser	6.24	± 1.96	$\mu_1 > \mu_2$
Artesanal - Industriales	-51.35	± 1.96	$\mu_1 = \mu_2$

Fuente: Encuesta de este estudio.

Conclusión:

Se acepta la hipótesis alternativa: No existen diferencias significativas entre la media del consumo mensual de la cerveza artesanal y la media

del consumo mensual de las cervezas industriales. Por tanto: La demanda efectiva de la cerveza artesanal (5.72 litros) es estadísticamente igual a la demanda efectiva de cerveza industrial (6.56 litros) en los centros de expendio de la ciudad de Pucallpa - Departamento de Ucayali 2018.

Sin embargo, para los consumidores, la demanda efectiva de la Cerveza San Juan (10.34 litros por persona) es mayor que la demanda efectiva de la cerveza artesanal (5.72 litros), mientras que la demanda efectiva de la cerveza artesanal es mayor que la demanda de las cervezas Cristal (3.84 litros, Budweiser (6.56 litros), Corona (4.49 litros) y Cuzqueña (6.36 litros por persona).

3.5. Las preferencias de cervezas según los centros de expendio en Pucallpa – Hipótesis Específica 2

Respecto a las calificaciones de las preferencias a las principales marcas de cervezas, se observa una media de calificaciones Alto para Cerveza San Juan en todos los centros de expendio, aunque la Cerveza Corona, Cerveza Cristal y la Cerveza Artesanal presentan diferenciados niveles de preferencias entre los consumidores según los centros de expendio.

En consecuencia resulta de importancia determinar si entre los consumidores de los centros de expendio de cervezas estudiados existe relación de dependencia de las preferencias por los centros de expendio y sus preferencias por las marcas de cervezas investigadas.

Tabla 09. Calificación de las cervezas según centros de expendio en la ciudad de Pucallpa

Centros de expendio	San Juan	Cuzqueña	Corona	Artesanal	Cristal	Budweiser
GOLD BAR	3.99	2.74	2.27	1.47	0.80	1.19
TEQUILA BAR	3.92	3.03	2.14	1.54	0.80	1.11
APOLOS	3.94	2.78	2.88	1.98	1.20	1.98
MOJITOS	3.64	2.75	2.49	2.16	0.69	1.51
PAPAYAS	4.00	2.80	2.40	1.71	1.13	1.42
SPARTA	3.82	2.65	3.27	2.10	1.02	1.86
OXABAR	3.84	2.55	3.50	2.21	1.74	1.58
TIROL	3.56	2.83	2.98	2.85	0.98	1.69
GORILA´S RESTOBAR	3.83	2.98	3.21	2.29	0.83	1.54
MEDIA	3.87	3.46	3.10	3.01	2.18	2.05

Fuente: Encuesta de este estudio.

De esta manera, se ha planteado la siguiente hipótesis:

Hipótesis Específica 2

"Las preferencias en la demanda de la cerveza está relacionada con las preferencias por los centros de expendio en la ciudad de Pucallpa - Departamento de Ucayali 2018".

Operacionalización:

Variable 1: Las preferencias en la demanda de la cerveza

Indicador: Calificación a las marcas de cerveza mediante puntuaciones de la escala de Likert:

Muy Alto= 5 Alto= 4 Regular= 3 Bajo= 2 Muy Bajo= 1

Variable 2: Las preferencias por los centros de expendio en Pucallpa

Indicador: Calificación a los centros de expendio mediante puntuaciones de la escala de Likert:

Muy Alto= 5 Alto= 4 Regular= 3 Bajo= 2 Muy Bajo= 1

Hipótesis Estadística:

H0: La calificación de las preferencias por las marcas de cerveza es independiente de la calificación a los centros de expendio.

H1: La calificación de las preferencias por las marcas de cerveza es dependiente de la calificación a los centros de expendio.

Planteamiento:

Prueba de Chi Cuadrada de Independencia. Para establecer las frecuencias de la contingencia, se ha determinado que en el conteo de los casos en los que las calificaciones de las preferencias por las marcas de cerveza así como de las calificaciones a los centros de expendio, se considere únicamente los casos que cumplan con esta restricción:

Calificaciones ≥ 3 : Calificaciones mayor o igual a Regular

Tabla 10. Frecuencia Observada de las mayores calificaciones de preferencias de cervezas y de los centros de expendio

	San Juan	Cuzqueña	Corona	Artesanal	Cristal	Budweiser	TOTAL
GOLD BAR	68	52	37	18	10	10	195
TEQUILA BAR	50	41	22	13	5	7	138
APOLOS	68	52	37	18	10	10	195
MOJITOS	32	24	24	20	4	10	114
PAPAYAS	25	18	12	7	5	4	71
SPARTA	28	15	26	11	5	12	97
OXABAR	22	13	20	9	10	7	81
TIROL	18	15	17	21	1	9	81
GORILA'S RESTOBAR	15	14	13	7	1	1	51
TOTAL	326	244	208	124	51	70	1023

Fuente: Encuesta de este estudio.

Frecuencia Esperada:

$$F.E = \frac{(Total\ columna)(Total\ renglón)}{Gran\ total}$$

62.141	46.51	39.65	23.636	9.721	13.3431
43.977	32.915	28.06	16.727	6.88	9.44282
62.141	46.51	39.65	23.636	9.721	13.3431
36.328	27.191	23.18	13.818	5.683	7.80059
22.626	16.935	14.44	8.6061	3.54	4.85826
30.911	23.136	19.72	11.758	4.836	6.63734
25.812	19.32	16.47	9.8182	4.038	5.54252
25.812	19.32	16.47	9.8182	4.038	5.54252
16.252	12.164	10.37	6.1818	2.543	3.48974

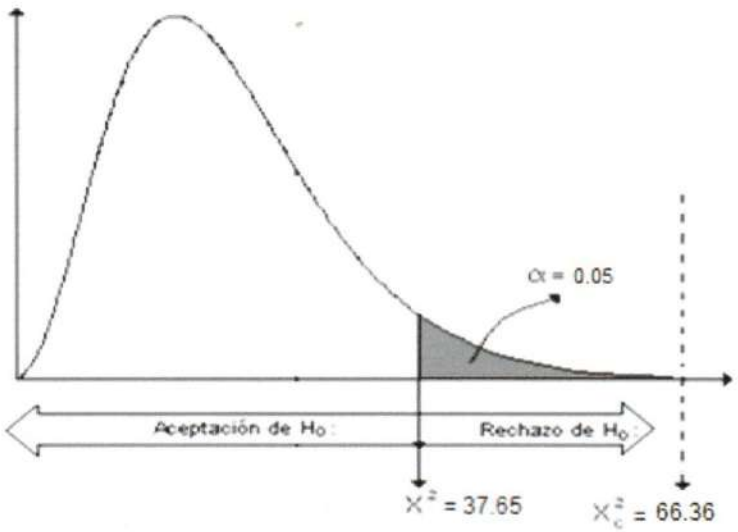
X^2 calculada:

$$\chi_C^2 = \sum_{i=1}^{n} \frac{(F.O - F.E)^2}{F.E}$$

0.552	0.648	0.177	1.344	0.008	0.838
0.825	1.986	1.308	0.831	0.514	0.632
0.552	0.648	0.177	1.344	0.008	0.838
0.516	0.374	0.029	2.766	0.499	0.620
0.249	0.067	0.411	0.300	0.603	0.152
0.274	2.861	1.998	0.049	0.006	4.333
0.563	2.067	0.757	0.068	8.802	0.383
2.364	0.966	0.017	12.735	2.286	2.157
0.096	0.277	0.667	0.108	0.936	1.776

Resultados:

Grados de Libertad	GL =	25	Chi Cuadrada teórica	X^2 =	37.65
Nivel de significación	α =	5.0%	Chi Cuadrada calculada	X^2 =	66.3612
			Valor crítico	P =	0.0013%



Conclusión:

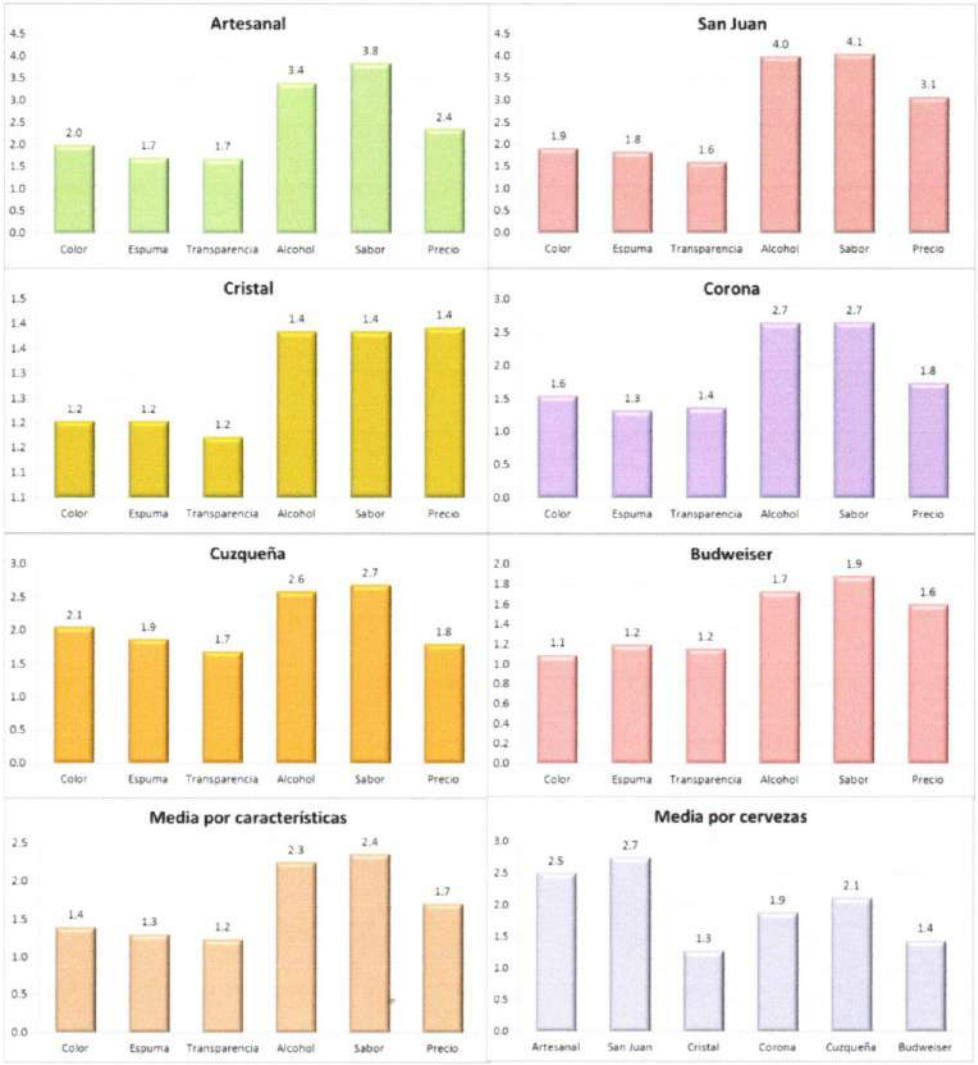
Se rechaza la hipótesis nula. Se acepta la hipótesis alternativa: La calificación de las preferencias por las marcas de cerveza es dependiente de la calificación a los centros de expendio de cerveza. Este resultado presenta 0.0013% de error en la relación de dependencia. Por tanto: Las preferencias en la demanda de la cerveza está relacionada con las preferencias por los centros de expendio en la ciudad de Pucallpa - Departamento de Ucayali 2018.

3.6. Características de preferencia de las cervezas en centros de expendio de Pucallpa – Hipótesis Específica 3

Entre las características de las cervezas que determinan las preferencias de los consumidores, se ha observado que entre todas las marcas de cervezas tienen mayores calificaciones medias las características de Sabor, Alcohol y Precio, aunque en la escala de Likert que se ha aplicado estas calificaciones se encuentran entre los niveles Bajo y Regular, mientras que en las otras características evaluadas las calificaciones medias estuvieron en el nivel Muy Bajo.

Entre las medias de las calificaciones por marcas de cervezas, se ha observado que presentan mayores calificativos la Cerveza San Juan y la Cerveza Artesanal con calificaciones entre Alta y Regular (2.7 y 2.5 respectivamente). La cerveza San Juan y artesanal tienen características de Alcohol, Sabor y Precio con calificaciones entre Regular y Alto (3 a 4 puntos). En las otras cervezas las calificaciones de estas características tienen menor nivel de calificación, pero en todas ellas las características

de Alcohol, Sabor y Precio presentan mayores calificaciones que en las características de Color, Espuma y Transparencia.



Fuente: Encuesta de este estudio.

Figura 10. Calificación de las características que definen la preferencia por las cervezas

Ante estas caracterizaciones de las preferencias por las diferentes marcas de cerveza y frente al consumo medio por marcas de cervezas observado entre los asistentes a los centros de expendio, resulta importante determinar la incidencia entre las calificaciones de las características que

definen las preferencias y el consumo realmente efectuado de las cervezas. De esta manera se plantea la siguiente hipótesis:

Hipótesis Específica 3

"La calificación de las características de las cervezas inciden significativamente en la demanda en los centros de expendio de la ciudad de Pucallpa - Departamento de Ucayali 2018".

Operacionalización:

Variable 1: Las características de las cervezas

Indicador: Calificación a las características de cerveza mediante puntuaciones de la escala de Likert:

Color – Espuma – Transparencia – Alcohol – Sabor - Precio

Muy Alto= 5 Alto= 4 Regular= 3 Bajo= 2 Muy Bajo= 1

Variable 2: La demanda por las marcas de cerveza

Indicador: Consumo medio (en litros) de cerveza:

Artesanal: 5.7 Lt. San Juan: 10.3 Lt. Cristal: 3.8 Lt.

Corona: 4.5 Lt. Cuzqueña: 6.4 Lt. Budweiser: 2.4 Lt.

Hipótesis Estadística:

H0: La calificación de las características de cerveza es independiente del consumo de cerveza.

H1: La calificación de las características de cerveza es dependiente del consumo de cerveza.

Planteamiento:

Prueba de Chi Cuadrada de Independencia.

Para establecer las frecuencias de la contingencia, se ha determinado que en el conteo de los casos en los que las calificaciones de las características de cerveza se considere únicamente:

Calificación ≥ 3 : Calificaciones mayor o igual a Regular

Del mismo modo, para el conteo de los casos en los que el consumo medio de las marcas de cerveza se considere únicamente:

Consumo ≥ Consumo medio: Consumo mayor o igual al nivel medio por marcas de cerveza

Tabla 11. Frecuencia Observada de las mayores características de cerveza y del mayor consumo

Cervezas	Consumo Medio (Lt)	Color	Espuma	Transparencia	Alcohol	Sabor	Precio	TOTAL
Artesanal	5.7	23	17	12	69	73	49	243
San Juan	10.3	15	11	8	34	34	22	124
Cristal	3.8	24	18	13	73	77	52	257
Corona	4.5	24	18	13	71	75	51	252
Cuzqueña	6.4	20	14	9	54	55	37	189
Budweiser	2.4	33	27	22	96	98	69	345
TOTAL	5.5	139	105	77	397	412	280	1410

Fuente: Encuesta de este estudio.

Frecuencia Esperada:

$$F.E = \frac{(Total\ columna)(Total\ renglón)}{Gran\ total}$$

23.96	18.10	13.27	68.42	71.00	48.26
12.22	9.23	6.77	34.91	36.23	24.62
25.34	19.14	14.03	72.36	75.10	51.04
24.84	18.77	13.76	70.95	73.63	50.04
18.63	14.07	10.32	53.21	55.23	37.53
34.01	25.69	18.84	97.14	100.8	68.51

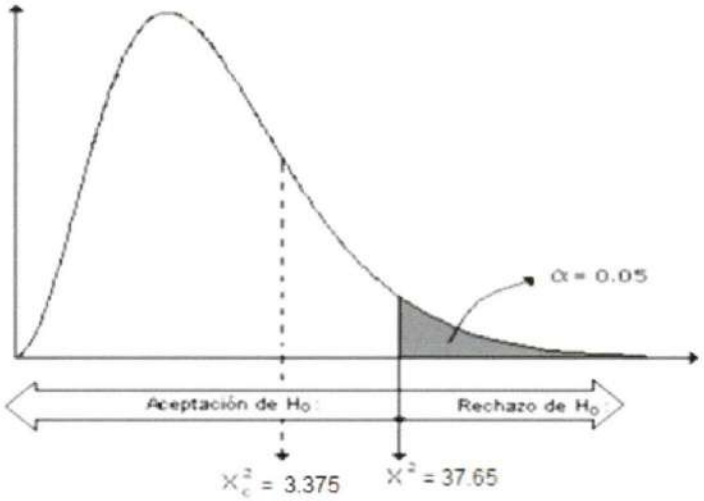
X^2 calculada:

$$\chi_C^2 = \sum_{i=1}^{n} \frac{(F.O - F.E)^2}{F.E}$$

0.038	0.066	0.122	0.005	0.056	0.011
0.630	0.338	0.223	0.024	0.138	0.280
0.070	0.068	0.076	0.006	0.048	0.018
0.029	0.031	0.042	0.000	0.025	0.018
0.100	0.000	0.169	0.012	0.001	0.008
0.030	0.067	0.530	0.013	0.078	0.003

Resultados:

Grados de Libertad	GL = 25	Chi Cuadrada teórica	X^2 = 37.65
Nivel de significación	α = 5.0%	Chi Cuadrada calculada	X^2 = 3.375
		Valor crítico	P = 100.0%



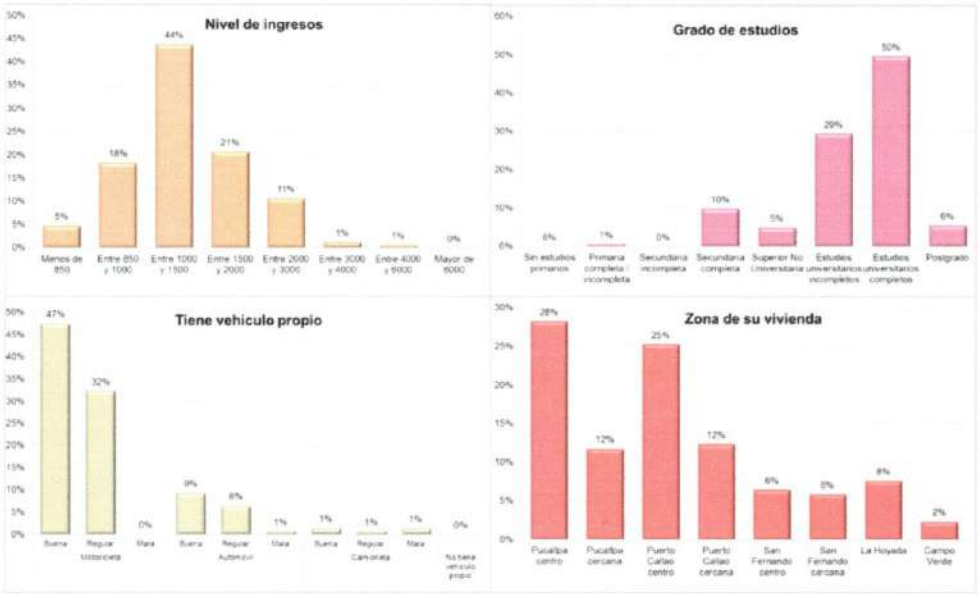
Conclusión:

Se acepta la hipótesis nula: La calificación de las características de cerveza es independiente del consumo de cerveza. Este resultado presenta 100% de error en la relación de dependencia. Por tanto, la calificación de las características de las cervezas no incide significativamente en la demanda en los centros de expendio de Pucallpa.

3.7. Niveles socioeconómicos de consumidores en centros de expendio de Pucallpa – Hipótesis Específica 4

Como indicadores básicos de los niveles socioeconómicos de los consumidores de cervezas en los centros de expendio analizados en esta investigación se han analizado los niveles de ingresos, grado de estudios, tipo de vehículo y la zona de su vivienda. Así, entre los niveles de ingresos se ha encontrado que los consumidores de cerveza en los centros de expendio evaluados, en un 44% tienen ingresos entre 1,000.0

y 1,500.0 Soles, mientras que el 21% tiene ingresos entre los 2,000.0 y 3,000.0 Soles y un 18% tiene entre 850.0 y 1,000.0 Soles de ingresos.



Fuente: Encuesta de este estudio.

Figura 11. Indicadores del nivel socioeconómico de los consumidores de cerveza

Del mismo modo se ha encontrado que en los centros de expendio estudiados, mayoritariamente el grado de estudio de los consumidores es de Universidad Incompleta con 29% y Universidad Completa con 50%. De igual manera, el 47% de estos consumidores tiene motocicleta en buenas condiciones y 32% de ellos tiene motocicleta en condiciones regulares, mientras que un 15% tienen automóviles. También se ha observado que el 40% de los consumidores proceden de la ciudad de Pucallpa, 37% tienen sus viviendas en Puerto Callao, mientras que el 12% vienen de San Fernando 8% de la zona de la Hoyada, solo 2% de Campo Verde y no manifestaron otros centros poblados como lugar de su vivienda.

En el Anexo N° 04 se presenta el sistema de evaluación de los niveles socioeconómicos de los consumidores en los centros de expendio de

cervezas evaluados. Este sistema fue adaptado del planteamiento presentado por Arbildo H. G.M. y Robles H., J.C. (2018).



Fuente: Encuesta de este estudio.

Figura 12. Niveles socioeconómicos de los consumidores de cerveza por centros de expendio 2018

Como resultado, en el siguiente gráfico se presenta los límites superiores de los rangos de clase de las puntuaciones por niveles socioeconómicos y la frecuencia de consumidores en los centros de expendio de cervezas. Así, entre los centros de expendio de cervezas evaluados se ha

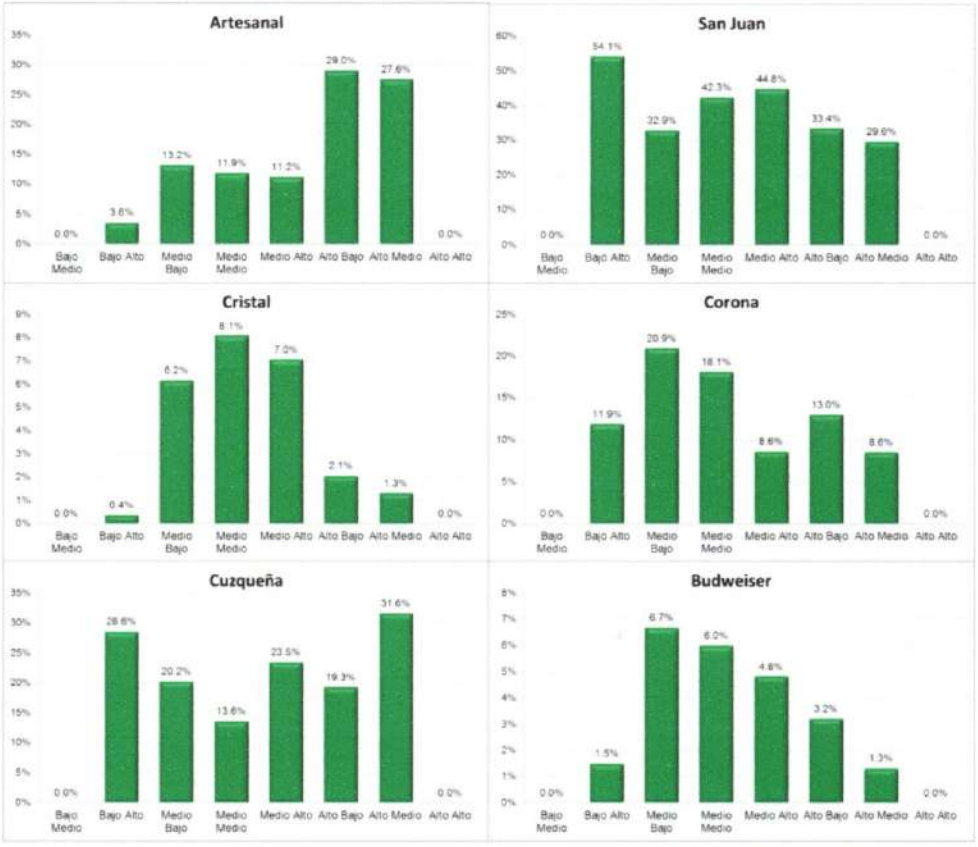
encontrado que el 83% de estos consumidores corresponden al Nivel Socioeconómico Medio: 12% Medio- Bajo, 39% Medio-Medio y 32% Medio-Alto (en el Anexo N° 04 se puede encontrar las correspondientes equivalencias con los niveles socioeconómicos de la Asociación Peruana de Empresas e Investigación de Mercados - APEIM).

En esta evaluación, los niveles socioeconómicos medios se encuentran menos concentrados en los centros de expendio Tequila Bar, Apolos y Tirol, mientras que en los centros de expendio Oxabar, Gorila´s Restobar, Spata y Gold Bar las frecuencias de los consumidores se concentran en los niveles socioeconómicos Medio-Medio a Alto-Medio.

De esta forma resulta también importante definir las preferencias de los consumidores con respecto a las marcas de cervezas según su nivel socioeconómico. Sin embargo, estas preferencias se pueden expresar mediante el número de consumidores demandantes, así como mediante las cantidades (litros por mes) demandadas.

En el gráfico anterior se puede apreciar la distribución de frecuencias relativa de los niveles socioeconómicos con respecto al número de consumidores demandantes de cervezas en los centros de expendio estudiadas. En el siguiente gráfico se presenta la frecuencia relativa de los niveles socioeconómicos de los consumidores según las cantidades de cerveza que cada uno de ellos demanda (en litros por mes).

Es evidente que, a diferencia de los niveles socioeconómicos por centro de expendio de cervezas, en el caso de la demanda (en litros por mes) por marcas de cervezas la distribución de los niveles socioeconómicos presenta importantes diferencias según las marcas evaluadas.



Fuente: Encuesta de este estudio.

Figura 13. Niveles socioeconómicos de los consumidores de cerveza según marcas de cervezas 2018

Por esta razón resulta de importancia analizar si existe una dependencia significativa entre los niveles socioeconómicos de los consumidores y las cantidades de cervezas que ellos demandan según las correspondientes marcas, planteándose la siguiente hipótesis de investigación:

Hipótesis Específica 4

> "Los niveles socioeconómicos de los consumidores de cervezas presentan influencia significativa en las cantidades demandadas según marcas de cervezas".

Operacionalización:

Variable 1: Los niveles socioeconómicos de los consumidores de cervezas.

Indicador: Puntuaciones para evaluar el Nivel Socioeconómico del consumidor (Anexo N° 02). De los 171 consumidores de la muestra.

Tabla 12. Niveles Socioeconómicos por categorías según puntuaciones de la evaluación

Nivel	Equivalencias con APEIM		Categoría	Puntuación
10	A : Alto	22 – 25 puntos	Alto - Alto	29 - 32
9			Alto - Medio	25 - 28
8	B : Medio	18 – 21 puntos	Alto - Bajo	21 - 24
7			Medio - Alto	17 - 20
6	C : Bajo Superior	13 – 17 puntos	Medio - Medio	13 - 16
5			Medio - Bajo	9 - 12
4	D : Bajo Inferior	9 – 12 puntos	Bajo - Alto	5 - 8
3			Bajo - Medio	1 - 4
2	E : Marginal	5 – 8 puntos	Bajo - Bajo	No evaluado
1			Marginal	No evaluado

Fuente: Elaborado en base a Arbildo H. G.M. y Robles H., J.C. (2018).

Variable 2: Las cantidades demandadas según marcas de cervezas

Indicador: Cantidades demandadas por consumidor (en litros por mes) de cerveza. En los 171 consumidores de la muestra.

Hipótesis Estadística:

H0: La cantidad demandada según marca de cerveza es independiente del nivel socioeconómico del consumidor de cerveza.

H1: La cantidad demandada según marca de cerveza es dependiente del nivel socioeconómico del consumidor de cerveza.

Planteamiento:

Prueba de Chi Cuadrada de Independencia.

Tabla 13. Frecuencia Observada de la demanda mensual de cervezas según el nivel socioeconómico del consumidor

Puntuación	Nivel Socioeconómico	Artesanal	San Juan	Cristal	Corona	Cuzqueña	Budweiser	Total
4	Bajo-Medio							
8	Bajo-Alto	6.0	90.5	0.6	19.8	47.7	2.5	167.2
12	Medio-Bajo	46.5	115.9	21.7	73.8	71.3	23.6	352.8
16	Medio-Medio	103.2	368.3	70.2	157.5	118.4	52.2	869.8
20	Medio-Alto	153.0	611.9	96.1	117.8	320.6	65.8	1,365.2
24	Alto-Bajo	140.0	161.2	9.9	62.6	93.0	15.5	482.2
28	Alto-Medio	26.0	27.9	1.2	8.1	29.8	1.2	94.2
32	Alto-Alto							
Total		474.7	1,375.8	199.8	439.6	680.8	160.8	3,331.4

Fuente: Encuesta de este estudio.

Frecuencia Esperada:

$$F.E = \frac{(Total\ columna)(Total\ renglón)}{Gran\ total}$$

23.83	69.05	10.03	22.06	34.17	8.07
50.27	145.68	21.15	46.55	72.09	17.02
123.95	359.22	52.16	114.78	177.76	41.97
194.54	563.78	81.87	180.14	278.98	65.88
68.72	199.15	28.92	63.63	98.55	23.27
13.42	38.90	5.65	12.43	19.25	4.55

X^2 calculada:

$$\chi_C^2 = \sum_{i=1}^{n} \frac{(F.O - F.E)^2}{F.E}$$

13.337	6.677	8.825	0.224	5.390	3.871
0.285	6.071	0.014	15.934	0.009	2.511
3.460	0.229	6.237	15.889	19.808	2.501
8.868	4.114	2.474	21.571	6.202	0.000
73.941	7.232	12.482	0.016	0.312	2.595
11.784	3.111	3.441	1.536	5.738	2.404

Resultados:

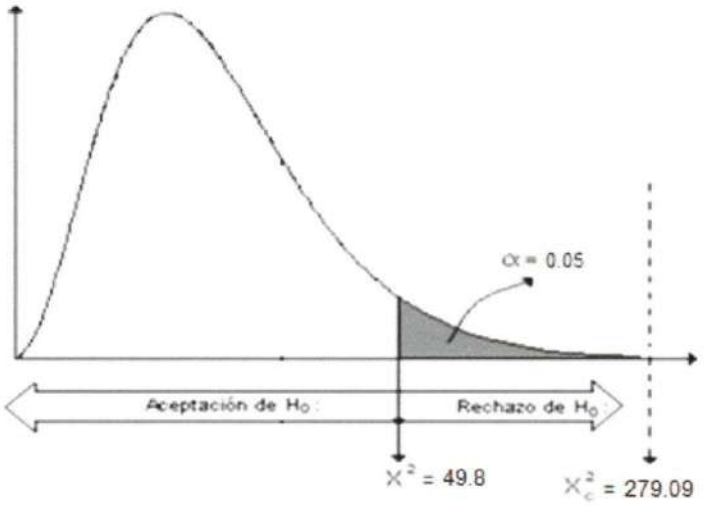
Grados de l GL = 35

Nivel de sig α = 5.0%

Chi Cuadrada teórica X^2 = 49.80

Chi Cuadrada calculada X^2 = 279.092

Valor crítico P = 0.0%



Conclusión:

Se rechaza la hipótesis nula. Se acepta la hipótesis alternativa: La cantidad demandada según marca de cerveza es dependiente del nivel socioeconómico del consumidor de cerveza. Este resultado presenta 0% de error en la relación de dependencia. Por tanto: Los niveles socioeconómicos de los consumidores de cervezas presentan influencia significativa en las cantidades demandadas según marcas de cervezas.

Así, la cerveza artesanal presenta una mayor concentración de consumo en los niveles socioeconómicos altos. Cristal y Budweiser tienen mayor consumo en los niveles socioeconómicos medios. Cuzqueña tiene menor preferencia en los niveles socioeconómicos medios. Corona y San Juan tienen preferencias similares en todos los niveles socioeconómicos, en Corona la tendencia es hacia el nivel medio y en San Juan la tendencia es hacia el nivel bajo.

CAPITULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

1. La demanda potencial de la cerveza artesanal es significativamente menor a la demanda potencial de las cervezas industriales en conjunto en la Provincia de Coronel Portillo 2018. Sin embargo, la cantidad de demanda potencial de la cerveza artesanal de 22,803 litros mensuales es significativamente mayor que la demanda de la cerveza Corona de 21,115 litros, Cristal con 9,593 litros y Budweiser con 7,722 litros, siendo una demanda significativamente menor frente a las demandas potenciales de las cervezas San Juan con 66,085 litros mensuales y Cuzqueña con 32,702 litros. Además, la demanda potencial de cerveza artesanal de las mujeres de 8,773 litros es significativamente mayor que las demandas de las otras cervezas con una media de media: 4,756 litros mensuales.
2. En los principales centros de expendio de cervezas, la demanda efectiva está formada por un 68% de consumidores con una demanda de 8.8 litros por persona considerada de nivel bajo, 16% con una demanda de 16.5 litros, 8% que demanda 1.0 litros, 4% que demandas 24.3 litros y 4% con una demanda efectiva de 31 litros por persona mensualmente. Entre estos consumidores cerveza, la demanda efectiva de cerveza artesanal de 5.72 litros por persona es estadísticamente igual a la demanda efectiva de

cerveza industrial de 6.56 litros por persona en los centros de expendio de la ciudad de Pucallpa - Departamento de Ucayali 2018. Sin embargo, para los consumidores, la demanda efectiva de la Cerveza San Juan de 10.34 litros por persona es mayor que la demanda efectiva de la cerveza artesanal, que es mayor que la demanda de las cervezas Cristal con 3.84 litros, Budweiser con 6.56 litros, Corona con 4.49 litros y Cuzqueña con 6.36 litros por persona.

3. Las preferencias por las características de las cervezas no incide significativamente en la demanda de cervezas en los principales centros de expendio de Pucallpa. Entre las calificaciones por marcas de cervezas, se ha observado que presentan mayores calificativos la Cerveza San Juan y la cerveza artesanal con calificaciones entre Alta y Regular. La cerveza San Juan y artesanal tienen características de Alcohol, Sabor y Precio con calificaciones entre Regular y Alto. En las otras cervezas las calificaciones de estas características tienen menor nivel de calificación, pero en todas ellas las características de Alcohol, Sabor y Precio presentan mayores calificaciones que en las características de Color, Espuma y Transparencia.

4. Los niveles socioeconómicos de los consumidores de cervezas presentan influencia significativa en las cantidades demandadas según marcas de cervezas. Así, la cerveza artesanal presenta una mayor concentración de consumo en los niveles socioeconómicos altos. Cristal y Budweiser tienen mayor consumo en los niveles

socioeconómicos medios. Cuzqueña tiene menor preferencia en los niveles socioeconómicos medios. Corona y San Juan tienen preferencias similares en todos los niveles socioeconómicos, en Corona la tendencia es hacia el nivel medio y en San Juan la tendencia es hacia el nivel bajo. Entre los centros de expendio de cervezas evaluados, el 83% de estos consumidores corresponden al Nivel Socioeconómico Medio: 12% Medio- Bajo, 39% Medio-Medio y 32% Medio-Alto. Los niveles socioeconómicos medios se encuentran menos concentrados en los centros de expendio Tequila Bar, Apolos y Tirol, mientras que en los centros de expendio Oxabar, Gorila´s Restobar, Spata y Gold Bar las frecuencias de los consumidores se concentran en los niveles socioeconómicos Medio-Medio a Alto-Medio.

4.2. RECOMENDACIONES

1. Siendo que entre las consumidoras mujeres la demanda potencial de cerveza artesanal es mayor a la demanda de las otras cervezas y en la demanda total la demanda potencial de cerveza artesanal se encuentra en tercer lugar después de la las cervezas San Juan y Cuzqueña, esa demanda efectiva fue de 22,803 litros mensuales equivalentes a 36,776 botellas de 620 ml., para el consumo mensual 2018. Ante esta situación es recomendable mejorar y ampliar la producción y distribución de la cerveza artesanal entre los principales centros de expendio en la ciudad de Pucallpa.

2. Siendo que la demanda efectiva de la cerveza artesanal por persona no tiene diferencias significativas con la media de las demandas efectivas de cervezas industriales y que las mayores proporciones de consumo de cervezas en los centros de expendio analizados se concentran en niveles bajos de consumo individual, se recomienda prestar similares atenciones comerciales para la venta de la cerveza artesanal considerando que los niveles bajos de consumo individual son las que generan mayores ventas totales de cervezas.

3. Aun cuando las características de las cervezas no incide significativamente en la demanda de cervezas en los principales centros de expendio de Pucallpa, las cervezas San Juan y artesanal tienen mayores calificaciones entre todas las cervezas y las características de Alcohol, Sabor y Precio son las más calificadas. En consecuencia, resulta importante que las campañas de comercialización se enfoquen en resaltar estas características.

4. Siendo que los niveles socioeconómicos de los consumidores influyen en las cantidades demandadas de cervezas, donde la cerveza artesanal presenta mayor consumo en los niveles socioeconómicos Altos, las campañas de comercialización deben tener esta orientación en los centros de expendio estudiados, donde se ha demostrado que el consumo tiene tendencia hacia los niveles socioeconómicos Medio-Alto a Alto-Bajo.

VII. BIBLIOGRAFIA

Armando A., M. et. al (2011). "Inferencia Estadística; Prueba de Chi Cuadrada". Serie Aprendiendo Estadística. Universidad Nacional Autónoma de México. México. URL: https://docplayer.es/66852010-Presentacion-los-autores.html

Carbajal P., J. W. y Zapata G., E. E. (2012). "Análisis de percepciones de consumidores de bebidas alcohólicas – productos cerveceros". Universidad Libre. Criterio Libre N° 17. Bogotá, Colombia. URL: http://revistas.unilibre.edu.co/index.php/criteriolibre/article/view/1143

Cervantes L., L. et. al. (2016). "Fundamentos de Microeconomía – Teoría y Práctica". Universidad Inca Garcilaso de la Vega. Fondo Editorial. Lima. http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/426

EcuRed (s.f.). "Cerveza". URL: https://www.ecured.cu/Cerveza

Fuentes R. A., G.V. y Quintanilla G., G. (2016). "Estudio de Pre Factibilidad para la Elaboración y Comercialización de Cerveza Artesanal a base de Quinua en los Sabores de Menta, Granadina, Coco y Quinua". Universidad Católica del Perú. Facultad de Ciencias e Ingeniería. Lima, Perú.. URL: http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/7287

Huamán O. et al. (2017). "Cerveza artesanal frutada". Universidad San Ignacio de Loyola. Facultad de Ingeniería. Lima, Perú. URL: http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/3405/3/2017_Huaman-Ogosi.pdf

Hal R., V. (2010). "Microeconomía Intermedia – Un enfoque actual". University of California, Berkeley. Antoni Bosh Editor. https://hpe2017.files.wordpress.com/2017/08/microeconomia-intermedia-varian.pdf

INDECOPI (2000). "Impacto del Impuesto Selectivo al Consumo sobre la Competencia en los Mercados de Cervezas y Rones". Secretaría Técnica de la Comisión de Libre Competencia - INDECIPI. Lima, Perú. https://www.consumidor.gob.pe/documents/20182/143803/ImpImpSelecConsCompMercCervRones.pdf

Montalvo V., A.A. y Cruz R., J.J. (2017). "Las actividades ocupacionales y los niveles socioeconómicos de los hogares en el distrito de Campo Verde, provincia de Coronel Portillo, 2017". Universidad Nacional de Ucayali. Pucallpa, Perú. http://181.176.160.68/handle/UNU/3771

Nicholson, W. (2008). Teoría Microeconómica – Principios Básicos y Ampliaciones". Novena Edición. Cengage Learning Editores. WWW.FreeLinros.me. México. https://www.academia.edu/17315269/Teoria-microeconomica-principios-basicos-y-aplicaciones-9na-edicic3b3n?auto=download

Quintanilla B., D.A. y Sucno L. S.A. (2017). "Factibilidad de Instalación de una Microcerveceria para la Producción y Comercialización de Cerveza Artesanal en la Ciudad de Lima". Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Facultad de Negocios. Lima, Perú. URL: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/621877

Rubira, Albert (2013). "La demanda Potencial y Mercado Meta". LinkedIn Corporation. URL: https://es.slideshare.net/albertrubira/demanda-potencial-y-mercado-meta

RPP (2017). "Perú es el quinto país de la región en consumo de cerveza. ECONOMÍA. 23 de octubre del 2017". RPP Economía. URL: https://rpp.pe/economia/economia/peru-es-el-quinto-pais-de-la-region-en-consumo-de-cerveza-noticia-1084263

Tovar, M. (s.f.). "¿Qué es la Cerveza artesanal?". CERVEXXA. Cervecería La Guayaba. https://www.cervezaartesanalmexicana.mx/cultura-cervecera/que-es-la-cerveza-artesanal

Westreicher, Guillermo (2019). "Demanda Efectiva". Diccionario Económico. URL: https://economipedia.com/definiciones/demanda-efectiva.html

ANEXO: Matriz de Consistencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	INDICADORES
PROBLEMA GENERAL ¿Existen diferencias entre la demanda potencial de la cerveza artesanal y la demanda potencial de cerveza industrial en la Provincia de Coronel Portillo 2018?	**OBJETIVO GENERAL** Determinar si existen diferencias significativas entre la demanda potencial de la cerveza artesanal y la demanda potencial de cerveza industrial en la Provincia de Coronel Portillo 2018.	**HIPOTESIS GENERAL** La demanda potencial de la cerveza artesanal es estadísticamente igual a la demanda potencial de cerveza industrial en la Provincia de Coronel Portillo 2018.	1. : La demanda potencial de la cerveza artesanal. 2.La demanda potencial de cerveza industrial.	Cantidad de demanda potencial de cerveza artesanal Media de las cantidades de demandas potenciales de las cervezas industriales en litros mensuales.
PROBLEMAS ESPECIFICOS 1. ¿Existen diferencias significativas entre la demanda efectiva de la cerveza artesanal y la demanda efectiva de cerveza industrial en los principales centros de expendio de la ciudad de Pucallpa - Departamento de Ucayali 2018?	**OBJETIVOS ESPECÍFICOS** 1. Determinar si existen diferencias significativas entre la demanda efectiva de la cerveza artesanal y la demanda efectiva de cerveza industrial en los principales centros de expendio de la ciudad de Pucallpa - Departamento de Ucayali 2018	**HIPOTESIS ESPECÍFICAS** 1. La demanda efectiva de la cerveza artesanal es estadísticamente igual a la demanda efectiva de cerveza industrial en los principales centros de expendio de la ciudad de Pucallpa - Departamento de Ucayali 2018.	1. La demanda efectiva de la cerveza artesanal. 2.La demanda efectiva de las cervezas industriales	Media de consumo mensual de la cerveza artesanal Media de consumo mensual de cervezas industriales
2. ¿Cuál es la relación entre las preferencias en la demanda de la cerveza y las preferencias por los centros de expendio en la ciudad de Pucallpa - Departamento de Ucayali 2018?	2. Determinar si existe relación de dependencia entre las preferencias en la demanda de la cerveza y las preferencias por los centros de expendio en la ciudad de Pucallpa - Departamento de Ucayali 2018.	2. Las preferencias en la demanda de la cerveza está relacionada con las preferencias por los centros de expendio en la ciudad de Pucallpa - Departamento de Ucayali 2018.	1. Las preferencias en la demanda de la cerveza. 2. Las preferencias por los centros de expendio en Pucallpa	Calificación a las marcas de cervezas Calificación a los centros de expendio
3. ¿Las características de las cervezas inciden significativamente en la demanda en los centros de expendio de la ciudad de Pucallpa - Departamento de Ucayali 2018?	3. Determinar si las características de las cervezas inciden significativamente en la demanda en los centros de expendio de la ciudad de Pucallpa - Departamento de Ucayali 2018.	3. La calificación de las características de las cervezas inciden significativamente en la demanda en los centros de expendio de la ciudad de Pucallpa - Departamento de Ucayali 2018.	1. Las características de las cervezas. 2. La demanda por las marcas de cerveza	Calificación a las características de cerveza Consumo medio (en litros) de cerveza
4. ¿Los niveles socioeconómicos de los consumidores de cervezas influyen en las cantidades demandadas según marcas de cervezas?	4. Determinar si los niveles socioeconómicos de los consumidores de cervezas influyen en las cantidades demandadas según marcas de cervezas.	4. Los niveles socioeconómicos de los consumidores de cervezas presentan influencia significativa en las cantidades demandadas según marcas de cervezas.	1. Los niveles socioeconómicos de los consumidores de cervezas. 2. Las cantidades demandadas según marcas de cervezas	Puntuaciones para evaluar el Nivel Socioeconómico Cantidades demandadas por consumidor

ANEXO N° 02

CENTROS DE EXPENDIO MASIVO DE CERVEZA EN LA CIUDAD DE PUCALLPA

TIROL, Av. Miraflores Mza. 183 lote A, frente al polideportivo el BOSQUE

Atención todos los días, lunes a jueves de 05:30 pm a 01:30 am viernes a domingo de 05:30 pm a 03:30 am; la bebida que más sale es la cerveza de limón, su precio está entre S/. 8 hasta S/.15, se puede apreciar un tipo de cliente de clase alta-media, parte de su acogida son las músicas en vivo y la comida.

Capacidad: 60
Capacidad lun-mar-mier- llega hasta los 30 y fines de semana lleno total al tope

OXABAR, Unión con jorge najarkokali

Atención todos los días, lunes a jueves de 05:30 pm a 01:30 am viernes a domingo de 05:30 pm a 03:30 am; la bebida que más sale shop Golden, su precio está entre S/. 7 hasta S/. 15, se puede apreciar un tipo de cliente de clase alta-media,

Capacidad 40
Capacidad lun-mar-mier- unas 20 personas y fines de semana hasta 40

CERVEZA ARTIFICIAL

APOLOS, Miraflores 915,

Atención lunes, martes, miércoles, jueves y domingo de 05:00 pm a 01:30 am, viernes y sábados 05:00 pm a 03:30 pm

Valor de la cerveza:
Cerveza San Juan 3x10
Cerveza Corona (40 balde)
Cerveza Cusqueña (S/ .8)
Capacidad para 40 personas
Lun-mar-mier- llega a un límite de hasta 15 a 20
Jue-vie-sab- lleno total hasta se podría decir que pasa el límite

GORILLA RESTOBAR, Av. Unión cdra. 27

Atención miércoles y jueves de 06:00 pm hasta la 01:00 am viernes y sábados de 06:00 pm hasta 03:00 am

Cerveza Corona (S./50 balde)
Cerveza San Juan (S/. 3 x15)
Cerveza Cuzqueña (S/8)
Capacidad 50 personas
Miércoles y jueves hasta un máximo de 25 a 30
Viernes y sábado de 30 a 40 solo en caso de algún evento como tocada de musica hay un lleno de local

MOJITOS, Av. Universitaria, 061

Atención todos los días desde las 04:00 pm hasta las 02:00 am

Cerveza Corona (S/40 balde)
Cerveza Budweiser (S/40 balde)
Capacidad: 50 personas
Lun-mar-mier- de 20 a 25 personas
Fines de semana con un lleno que hasta supera el aforo

SPARTA, Jr. Adolfo Morey 101.

atención martes, miércoles, jueves de 06:00 pm hasta las 12:00 am, viernes sábado 06:00 pm hasta las 03:00 am, domingo 06:00 hasta las 12:00 am

Cerveza S/ 2 X 15 corona

Capacidad 50 personas
Mar-mier-dom de 15 a 20
Fines de semana de 25 a 35

Y luego están los que los consumen las personas de clase media a baja

GOLD BAR, Av. Arborización Mz 01 Lt. 09.

Atención todos los días desde las 03:00 pm hasta las 03:30 am
Cerveza San Juan S/ 7. Corona S/8.
Capacidad 50 personas
Lun mar mie hasta 30 personas, fines de semana lleno total hasta sobre pasa el limite diría que hasta 70

PAPAYAS, Jr.Eglinton 901

Atención lunes a sábado de 05:00 pm a 03:00 am
Capacidad 15 personas
Cerveza San Juan S/. 7

TEQUILA BAR, av universitaria con alamedas.

Atención todos los días de 05:00 pm hasta las 03:00 am
Cerveza San Juan S/ 6.
Cerveza Corona S/ 8.
Cerveza Budweiser (S/ 40 BALDE)
Capacidad 35 personas

Fuente: Elaboración Propia.

ANEXO N° 03

CUESTIONARIO DE LA ENCUESTA DE INVESTIGACION

UNIVERSIDAD NACIONAL DE UCAYALI

FACULTAD DE CIENCIA ECONOMICAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ESCUELA DE ECONOMIA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

PRESENTACION

Estamos realizando un estudio sobre la demanda de cerveza industrial y cerveza artesanal en la ciudad de Pucallpa, según los niveles socioeconómicos de los concumidores. Agradecemos por anticipado tu colaboración.

Sexo ☐ Edad ☐

¿Cual es la calificación de su concurrencia a estos establecimientos? Marque con "X"

	Mu Alta concurrencia	Alta concurrencia	Regular concurrencia	Baja concurrencia	Muy Baja concurrencia	Concurrencia aproximada por Mes (Noches)
TIROL						
OXABAR						
APOLOS						
GORILA´S RESTOBAR						
MOJITOS						
SPARTA						
GOLD BAR						
PAPAYAS						
TEQUILA BAR						
Otro:						

¿Cómo califica su nivel de preferencias por las siguientes cervesas? Marque con "X"

	Mu Alta	Alta	Regular	Baja	Muy Baja	Consumo promedio por mes	
						Botellas	Chop
Artesanal							
San Juan							
Cristal							
Corona							
Cuzqueña							
Budweiser							
Corona							
Otra:							

Califique (del 1 al 5) las carácterísticas que motivan sus preferencias

	Color	Espuma	Transparencia	Alcohol	Sabor	Precio	Otra:
ARTEASANAL							
San Juan							
Cristal							
Corona							
Cuzqueña							
Budweiser							
Corona							
Otra:							

Calificación de la sustituibilidad

Cervezas	Cual es el precio que está pagando	Si los precios fueran iguales,califique (1 al 5) sus preferencias	Si el precio de la cerveza ARTESANAL fuese **menor**,califique (1 al 5) sus preferencias		Si el precio de la cerveza ARTESANAL fuese **mayor**,califique (1 al 5) sus preferencias	
			Precio propuesto	Calificación de la preferencia	Precio propuesto	Calificación de la preferencia
ARTEASANAL						
San Juan						
Cristal						
Corona						
Cuzqueña						
Budweiser						
Corona						
Otra:						

Nivel Socioeconómico

Nivel aproximado de ingresos (En soles mensuales)

☐ Menos de 850	☐ Entre 1000 y 1500	☐ Entre 2000 y 3000	☐ Entre 4000 y 6000
☐ Entre 850 y 1000	☐ Entre 1500 y 2000	☐ Entre 3000 y 4000	☐ Mayor de 6000

Grado de estudios

☐ Sin estudios primarios	☐ Superior No Universitaria
☐ Primaria completa / incompleta	☐ Estudios universitarios incompletos
☐ Secundaria incompleta	☐ Estudios universitarios completos
☐ Secundaria completa	☐ Postgrado

Tiene vehículo propio **No tiene vehículo propio** [X]

Motocicleta			Automóvil			Camioneta		
Buena	Regular	Mala	Buena	Regular	Mala	Buena	Regular	Mala

Zona de su vivienda

☐ Pucallpa centro	☐ Yarinacocha centro	☐ San Fernando centro	☐ La Hoyada
☐ Pucallpa cercana	☐ Yarinacocha cercana	☐ San Fernando cercana	☐ Campo Verde

ANEXO N° 04

SISTEMA DE EVALUACION DEL NIVEL SOCIOECONOMICO DE LOS CONSUMIDORES DE CERVEZA

Puntuaciones para evaluar los Niveles Socioeconómicos de los consumidores

Puntos	Nivel de ingresos (En soles mensuales)
0	Menos de 850
1	Entre 850 y 1000
2	Entre 1000 y 1500
3	Entre 1500 y 2000
4	Entre 2000 y 3000
5	Entre 3000 y 4000
6	Entre 4000 y 6000
7	Mayor de 6000

Puntos	Grado de estudios
0	Sin estudios primarios
1	Primaria completa / incompleta
2	Secundaria incompleta
3	Secundaria completa
4	Superior No Universitaria
5	Estudios universitarios incompletos
6	Estudios universitarios completos
7	Postgrado

Puntos	Zona de su vivienda
1	Campo Verde
2	La Hoyada
3	San Fernando cercana
4	San Fernando centro
5	Yarinacocha cercana
6	Yarinacocha centro
7	Pucallpa cercana
8	Pucallpa centro

Puntos	Tiene vehículo propio
	Motocicleta
1	Mala
2	Regular
3	Buena
	Automóvil
4	Mala
5	Regular
6	Buena
	Camioneta
7	Mala
8	Regular
9	Buena

Niveles Socioeconómicos por categorías según puntuaciones de la evaluación

Nivel	Equivalencias con APEIM		Categoría	Puntuación
10	A : Alto	22 – 25 puntos	Alto - Alto	29 - 32
9			Alto - Medio	25 - 28
8	B : Medio	18 – 21 puntos	Alto - Bajo	21 - 24
7			Medio - Alto	17 - 20
6	C : Bajo Superior	13 – 17 puntos	Medio - Medio	13 - 16
5			Medio - Bajo	9 - 12
4	D : Bajo Inferior	9 – 12 puntos	Bajo - Alto	5 - 8
3			Bajo - Medio	1 - 4
2	E : Marginal	5 – 8 puntos	Bajo - Bajo	No evaluado
1			Marginal	No evaluado

Fuente: Elaborado en base a Arbildo H. G.M. y Robles H., J.C. (2018).