

**UNIVERSIDAD NACIONAL MAYOR DE SAN MARCOS**

**FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

**UNIDAD DE POSGRADO**

**La industria de la cerveza artesanal en el Perú y su  
proyección en el mercado peruano**

**TESIS**

Para optar el Grado Académico de Magíster en Ingeniería  
Industrial

**AUTOR**

Eleazar Roberto QUISPE OREJÓN

**ASESOR**

Teonila GARCÍA ZAPATA

Lima, Perú

2018

## **Resumen**

La presente investigación se realizó con la finalidad de conocer las barreras que tienen los emprendedores de cerveza artesanal peruanos, que impide el incremento de su oferta de producción. Para conocer este impacto se aplicó un cuestionario y entrevistas a productores de cerveza artesanal de Lima Metropolitana y a consumidores de un segmento de mercado, encontrándose que la preferencia de los emprendedores de realizar promoción y publicidad en redes sociales es ineficiente. Un significativo porcentaje de emprendedores orienta sus productos a un amplio segmento de mercado. El sistema mixto de pago del impuesto selectivo al consumo es visto por el emprendedor como injusto y considerado un elemento que eleva el precio de sus productos. El consumidor aprecia el atributo sabor de la cerveza y muestra su disposición en pagar un precio alto.

Palabras clave: emprendedor, microcervecero, marketing y cerveza.

## **Summary**

This research was conducted in order to understand the barriers that Peruvian entrepreneurs craft beer, which prevents increasing their production supply. To meet this impact a questionnaire and interviews with producers of craft beer consumers in metropolitan Lima and a market segment was applied, being the preference of entrepreneurs to carry out promotion and advertising on social networks is inefficient. A significant percentage of entrepreneurs focuses its products to a broad market segment. The mixed system of payment of excise tax is seen as unfair by the entrepreneur and considered an element that raises the price of its products. The consumer appreciates the taste of beer attribute and shows its willingness to pay a high price.

Keywords: entrepreneur, craft beer, brewers, marketing and beer.