

Expo: Estadística en el Entorno

Estudio de Mercado para Cerveza Artesanal Pirogui

Participantes:

Luis Antonio De Dios Hernández y Samael Alejandro López Hernández

Colaborador (es): M. en Redes y Telecomunicaciones, Carlos Daniel Salazar Ceballos y M. en Ciencia de Datos, Lorena López Lozada

Introducción

El estudio de mercado es una herramienta de mercadotecnia que las empresas utilizan cuando desean analizar la situación actual del mercado de sus productos o valorar sus riesgos. En el caso de la *Cerveza Artesanal Pirogui*, se realizó el estudio de mercado para investigar si consumidores prospectos quieren comprar cerveza artesanal y cuánto están dispuestos a pagar por ello.

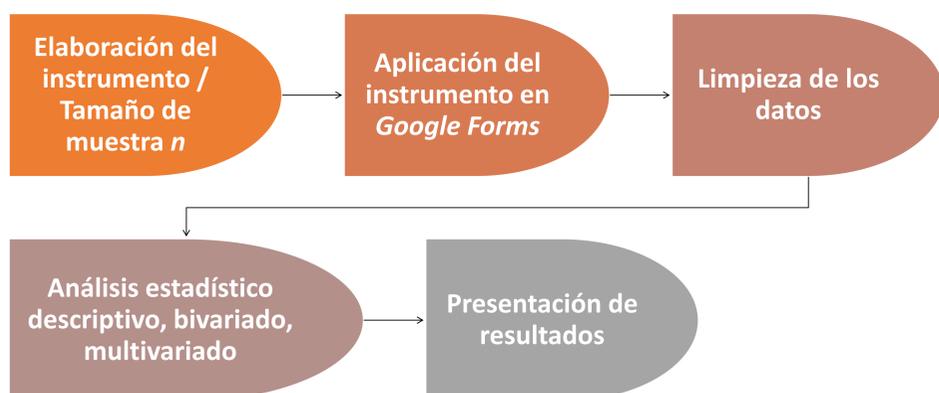
Propuesta de valor

Proporcionar estadísticas que reflejen el comportamiento del mercado de cervezas artesanales y el futuro de estas. Realizar estudios de mercado a largo plazo de manera sistemática favorece el desarrollo de las empresas y las ayuda a tomar decisiones más rentables.

Objetivo

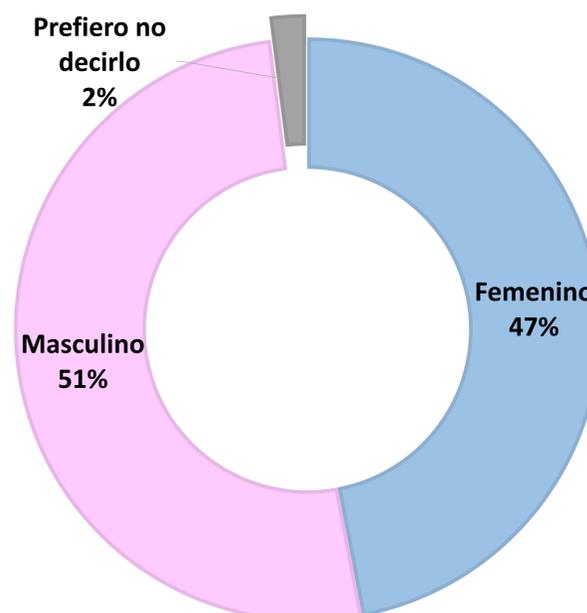
Evaluar el mercado de la *Cerveza Artesanal Pirogui* producida en la ciudad de Xalapa-Enríquez, Veracruz, México para conocer sus clientes actuales y a los potenciales

Metodología

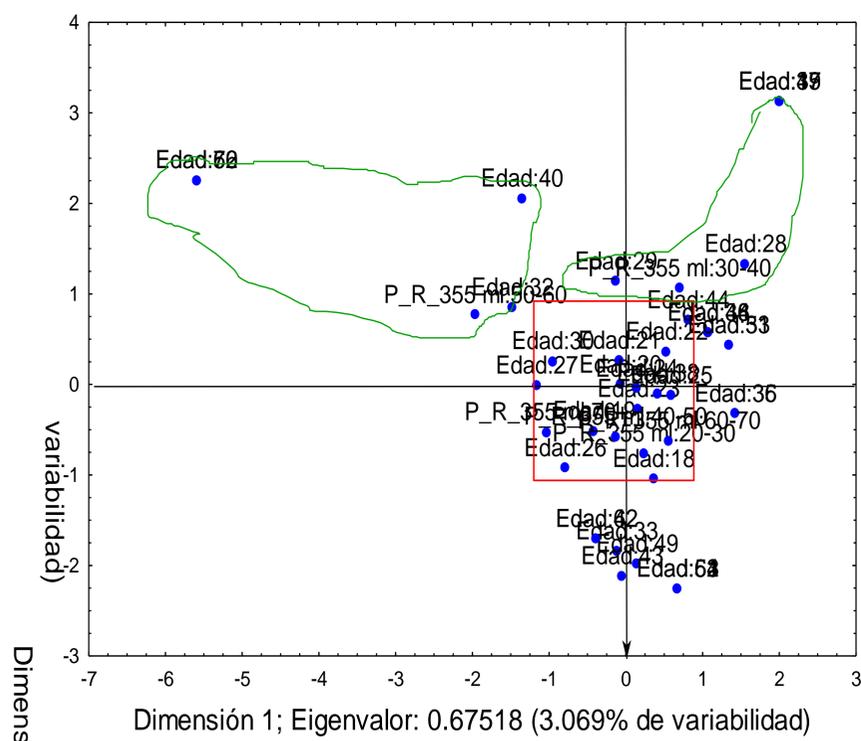


Resultados

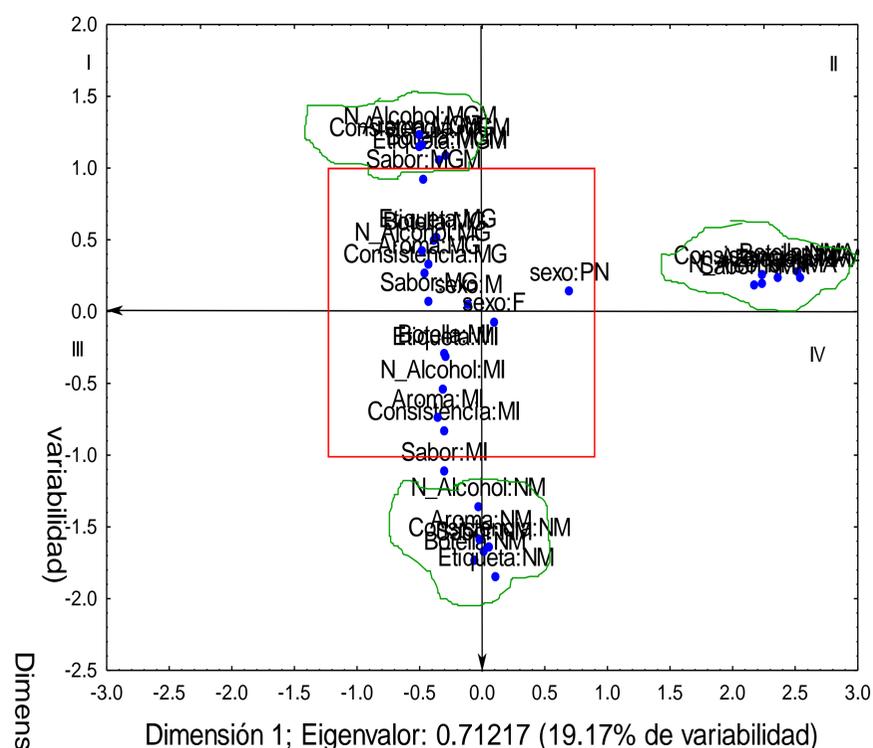
Encuestados por sexo



Caracterización de los encuestados según su edad y el precio para una botella de cerveza artesanal



Caracterización de consumidores prospectos según sus preferencias de presentación, botella, etiqueta, consistencia, aroma y nivel de alcohol



Conclusiones

Las personas buscan en una cerveza el sabor, consistencia, aroma y nivel de alcohol. Por otro lado, se tiene un grupo de personas con edad de 30 años que consumen más cerveza artesanal y los que mejor pagarían por una cerveza de 355 ml son las personas de 32-73 años.

Referencias

Bech Vertti, J. (2019). Análisis Multivariado. Disponible en: https://editorial.uaa.mx/docs/analisis_multivariado.pdf
StatSoft, Inc. (2004). STATISTICA (data analysis software system), version 7. www.statsoft.com