

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

ESCUELA DE FORMACIÓN TÉCNICA Y TECNOLÓGICA

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE TECNÓLOGO SUPERIOR EN EMPRENDIMIENTO**

TEMA:

CHAMACA: CERVEZA ARTESANAL

AUTOR:

ALEX DANNYEL ANRANGO LÓPEZ

TUTOR:

DAYANÉ MABEL ARROYO MERA

IBARRA – ECUADOR

Agosto 21 del 2025

Ibarra, agosto 21 del 2025

CERTIFICACIÓN TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de integración curricular titulado: CHAMACA: CERVEZA ARTESANAL, presentado por el estudiante Alex Dannyel Anrango López con cédula de ciudadanía N°_1004201081, para obtener el Título de Tecnólogo Superior en Emprendimiento.

Certifico que el trabajo cumple con todos los parámetros establecidos, mediante el cual el estudiante demuestra el desarrollo de competencias en el campo de conocimiento de su profesión con un nivel de argumentación coherente, para ser sometido a la evaluación por parte de los lectores.

Adicionalmente, se adjunta el certificado de porcentaje de originalidad de TURNITIN.

Trabajo EMPRENDIMIENTO CERVEZA ARTESANAL CHAMACA Alex Anrango.docx			
INFORME DE ORIGINALIDAD			
4%	4%	0%	2%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
FUENTES PRIMARIAS			
1	ccq.ec Fuente de Internet		1%
2	dspace.unl.edu.ec Fuente de Internet		1%
3	Submitted to Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) - Sede Ecuador Trabajo del estudiante		<1%
4	Submitted to Universidad TecMilenio Trabajo del estudiante		<1%
5	quihubolehuixtlatijuana.blogspot.com Fuente de Internet		<1%
6	www.ecuadortimes.net Fuente de Internet		<1%
7	www.clubensayos.com Fuente de Internet		<1%
8	repositorio.unitec.edu Fuente de Internet		<1%

(f): _____
Mgs. Dayané Arroyo
TUTOR DE TRABAJO
C.C.: 1002949137

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal examinador, aprueba el presente trabajo en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra:

(f):

MSc. Dayané Mabel Arroyo Mera

C.C.: 1002949137

(f):.....

MSc. Esteban Gonzalo Rubio Rueda

C.C.: 1001933462

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo, *Alex Dannyel Anrango López*, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilizaciones de sus obras o prestaciones a título gratuito y oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, agosto 21 del 2025

**Alex Dannyel
Anrango**
(f): **López**



Firmado digitalmente
por Alex Dannyel
Anrango López
Fecha: 2025.08.28
16:41:20 -05'00'

Alex Dannyel Anrango López

C.C.: 1004201081

AUTORIA

Yo, *Alex Dannyel Anrango López*, portador de la cedula de ciudadanía N° 1004201081, declaro que el presente trabajo de investigación es de total responsabilidad del autor, y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

Alex Dannyel
Anrango
(f):López



Firmado digitalmente por
Alex Dannyel
Anrango López
Fecha: 2025.08.28
16:41:50 -05'00'

Alex Dannyel Anrango López

C.C.: 1004201081

DEDICATORIA Y AGRADECIMIENTOS

Dedicatoria

A mis padres, Jaime y Janina, por enseñarme con su ejemplo que la constancia y el esfuerzo siempre tienen recompensa, y a mi hermana Karlita, por ser mi apoyo incondicional, mi compañera de vida y la fuerza silenciosa que me impulsa a seguir.

Agradecimientos

Quiero expresar mi gratitud de todo corazón a mis padres, por su amor, paciencia y la confianza que siempre depositaron en mí; a mi hermana, por estar a mi lado en cada paso, compartiendo alegrías y sosteniéndome en los momentos difíciles; a mis docentes y tutores, por su orientación, por cada consejo y por transmitirme no solo conocimiento, sino también motivación; a mis amigos, que me acompañaron en este camino con palabras de ánimo y celebraron conmigo cada pequeño logro; y finalmente, a todas las personas que, de una u otra forma, dejaron su huella en este proceso y lo hicieron más llevadero.

A Alex López, con quien compartí desde el inicio la ilusión, el esfuerzo y cada paso de este proyecto. Gracias por ser parte fundamental de este camino, por tu dedicación y por creer en esta idea tanto como yo. Este logro también es tuyo.

I. ÍNDICE DE CONTENIDO

II. ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
RESUMEN.....	xi
ABSTRACT.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	1
Objetivos del trabajo.....	3
Objetivo General	3
Objetivos Específicos	3
CONTENIDOS O CUERPO DEL TEXTO	4
1. Planteamiento del problema	4
2. Vigilancia tecnológica	6
2.1 Benchmarking.....	6
2.2 Análisis de tendencias	7
3. Solución innovadora.....	9
4. Diseño de metodologías ágiles.....	11
4.1 Metodología aplicada	11
4.1.1 Metodología Entrevista	11
4.1.2 Metodología Focus Group.....	12
4.1.3 Metodología Encuestas	13
5. Validación de la propuesta de valor	17
6. Modelo de negocio	23
6.1 Business Model Canvas de Chamaca Cerveza Artesanal.....	23
6.2 Lean Canvas de Chamaca Cerveza Artesanal	26
7. Producto mínimo viable (PMV).....	28
8. Imagen corporativa.....	29
8.1 Identidad Visual – Chamaca Cerveza Artesanal	29
8.1.1 Logotipo	29
8.1.2 Paleta de Colores.....	32

8.1.3 Tipografía	33
8.1.4 Elementos Gráficos	34
8.1.5 Uso correcto e incorrecto	37
8.1.6 Aplicaciones de Marca	37
9. Promoción y marketing	37
9.1 Marketing Digital	37
9.1.1 Reel 1 (Link del vídeo en Anexo 8)	38
9.1.2 Reel 2 (Link del vídeo en Anexo 9)	38
10. Viabilidad financiera	38
10.1 Inversión Fija	39
10.2 Inversión Variable (Cambia según la cantidad de cerveza producida)	40
10.3 Cálculo del Costo Unitario por Botella (330ml)	41
10.4 Proyecciones Financieras	42
10.5 Estado de Resultados Proyectado 2026	42
10.6 Análisis de la Proyección de la Utilidad Neta	43
10.7 Análisis de Punto de Equilibrio	43
10.7.1 Punto de Equilibrio	43
10.7.2 Margen de contribución por botella	44
10.7.3 Cálculo del Punto de Equilibrio	44
10.8 Rentabilidad y Viabilidad del Proyecto	45
10.8.1 Margen de Ganancia por Botella	45
10.8.2 Ingreso Mensual Proyectado	45
10.8.3 Ganancia Bruta Mensual	45
10.8.4 ROI (Retorno de Inversión)	46
11. Referencias bibliográficas	46
ANEXOS	48

II. ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	6
Tabla 2.....	7
Tabla 3.....	8
Tabla 4.....	9
Tabla 5.....	33
Tabla 6.....	37
Tabla 7.....	39
Tabla 8.....	40
Tabla 9.....	40
Tabla 10.....	40
Tabla 11.....	41
Tabla 12.....	42
Tabla 13.....	43

ÍNDICE DE FIGURAS

Ilustración 1.	13
Ilustración 2.	14
Ilustración 3.	15
Ilustración 4.	16
Ilustración 5.	17
Ilustración 6.	18
Ilustración 7.	19
Ilustración 8.	20
Ilustración 9.	21
Ilustración 10.	22
Ilustración 11.	23
Ilustración 12.	26
Ilustración 13.	30
Ilustración 14.	30
Ilustración 15.	31
Ilustración 16.	32
Ilustración 17.	34
Ilustración 18.	35
Ilustración 19.	35
Ilustración 20.	36

RESUMEN

Palabras clave: Chamaca, cerveza, Atuntaqui, exótico, innovador, emprendimiento, artesanal, juvenil, marketing digital, producto diferenciador.

En la actualidad, tanto la economía local como global ha valorado los productos artesanales, impulsando el interés de los consumidores en la autenticidad, la calidad y la conexión directa con los productores. Dentro de este panorama, la industria cervecera ha evolucionado, y la cerveza artesanal se ha consolidado como una alternativa a las producciones industriales. Este sector se caracteriza por su capacidad para innovar en sabores y experiencias, además de facilitar una relación estrecha con los consumidores y fomentar el aprecio por la elaboración cuidadosa y los ingredientes seleccionados.

Ecuador ha experimentado un crecimiento notable en este sector. La industria de la cerveza artesanal del país demostró un dinamismo considerable, alcanzando una producción de 6.4 millones de litros en 2022, lo que representa un incremento del 36% con respecto a los 4.7 millones de litros producidos en 2021. Este crecimiento ha generado una actividad económica valorada en aproximadamente USD 25.5 millones para el sector en 2022. Factores como la reactivación de los movimientos sociales postpandemia, la incursión de nuevos emprendimientos y la inversión extranjera han impulsado esta expansión.

En la ciudad de Atuntaqui, un epicentro de producción artesanal en la provincia de Imbabura, surge Chamaca como un emprendimiento de cerveza artesanal de alta calidad. Atuntaqui tiene una tradición en la producción artesanal que ha cultivado un espíritu emprendedor arraigado en la comunidad. La cooperación entre productores y la integración de la identidad cultural son aspectos fundamentales. Este modelo de desarrollo entrelaza el

éxito empresarial con la contribución cívica y la promoción de la identidad local. El Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Municipal de Antonio Ante ha impulsado programas de apoyo como los talleres de “Emprendimientos Productivos”. Atuntaqui, al ser un punto clave en la ruta turística de Imbabura, ofrece un mercado natural y favorable para los productos artesanales locales.

ABSTRACT

Keywords: Chamaca, beer, Atuntaqui, exotic, innovative, entrepreneurship, artisanal, youthful, digital marketing, differentiating product.

Today, both the local and global economies have valued artisanal products, driving consumer interest in authenticity, quality, and a direct connection with producers. Within this context, the beer industry has evolved, and craft beer has established itself as an alternative to industrial productions. This sector is characterized by its ability to innovate in flavors and experiences, as well as facilitating a close relationship with consumers and fostering an appreciation for careful brewing and selected ingredients.

Ecuador has experienced notable growth in this sector. The country's craft beer industry demonstrated considerable dynamism, reaching a production of 6.4 million liters in 2022, representing a 36% increase over the 4.7 million liters produced in 2021. This growth has generated economic activity valued at approximately USD 25.5 million for the sector in 2022. Factors such as the reactivation of post-pandemic social movements, the emergence of new ventures, and foreign investment have driven this expansion.

In the city of Atuntaqui, an epicenter of artisanal production in the province of Imbabura, Chamaca emerges as a high-quality craft beer venture. Atuntaqui has a tradition of

artisanal production that has cultivated an entrepreneurial spirit rooted in the community. Cooperation among producers and the integration of cultural identity are fundamental aspects. This development model intertwines business success with civic contribution and the promotion of local identity. The Decentralized Autonomous Government (GAD) of Antonio Ante has promoted support programs such as "Productive Entrepreneurship" workshops. As a key point on the Imbabura tourist route, Atuntaqui offers a natural and favorable market for local artisanal products.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, tanto la economía local como global ha experimentado una alta valorización de los productos de origen artesanal. Al mismo tiempo, impulsó un reciente interés de los consumidores en la autenticidad, la calidad y la conexión directa con sus productores.

Dentro de este panorama, la industria cervecera ha sido testigo de una evolución significativa. Sin embargo, se originó la cerveza artesanal y se consolidó como alternativa distinta a las producciones industriales.

Este segmento se caracteriza por su capacidad de innovar en sabores y experiencias, por esta razón, establecer una relación estrecha y directa con los consumidores es más sencillo, además, así se fomenta una cultura de aprecio por la elaboración cuidadosa y los ingredientes seleccionados.

En este contexto de transformación global y creciente apreciación por lo artesano, Ecuador no ha sido la excepción, experimentando un notable crecimiento en la industria de la cerveza artesanal que ha demostrado un dinamismo considerable.

La producción nacional alcanzó los 6.4 millones de litros, lo que representa un incremento del 36% respecto a los 4.7 millones de litros producidos en 2021 (Gabriela, 2021). Este crecimiento ha generado una actividad económica valorada alrededor de USD 25.5 millones para el sector en 2022. (Gabriela, 2023)

Factores como la reactivación de los movimientos sociales tras la eliminación de las restricciones por la pandemia de COVID-19, la incursión de nuevos emprendimientos y la inversión extranjera han impulsado esta expansión (Gabriela, 2023). Este auge valida la

presencia de un mercado robusto y en desarrollo, con un potencial significativo para nuevas y existentes iniciativas.

En la ciudad de Atuntaqui, un epicentro de la producción artesanal y el desarrollo local en la provincia de Imbabura, surge Chamaca como un emprendimiento enfocado en la elaboración y venta de cerveza artesanal de alta calidad.

Atuntaqui posee una rica tradición en la producción textil y artesanal, lo que ha cultivado un espíritu emprendedor arraigado en la comunidad. La ciudad toma como ejemplo economías escondidas que se transforman en economías públicas. La cooperación entre productores y la integración de identidad cultural en los negocios son partes fundamentales. (Antonio Ante Atuntaqui Imbabura, s. f.; Cáceres, 2022; Colloredo-Mansfeld & Antrosio, 2011)

En este modelo de desarrollo, el éxito empresarial se entrelaza con la contribución cívica y la promoción de la identidad local, además, crea un entorno propicio para iniciativas como Chamaca, que se alinea con el compromiso práctico y responsable en cada aspecto de su operación.

Por su parte, el Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Municipal de Antonio Ante ha impulsado programas como los talleres de “Emprendimientos Productivos” (Diario La Hora - Noticias de Ecuador, sus regiones, provincias y Quito | Empresa periodística con diarios regionales, de carácter local. Nuestras 8 ediciones se enfocan en cubrir las necesidades de los lectores en cada comunidad., s. f.).

Sobre todo, Atuntaqui es un punto clave en la ruta turística de Imbabura, conocida por sus ferias artesanales y su gastronomía. En igual forma, ofrece un mercado natural y una asociación de marca favorable para productos artesanales locales.

La elección del presente tema responde a la imperiosa necesidad de analizar y proponer estrategias de fortalecimiento para el modelo de negocio de Chamaca. Esta idea presenta una propuesta de valor innovadora dentro del mercado cervecero artesanal ecuatoriano, sobre todo, apoyando al desarrollo económico local en Atuntaqui.

La energía observada en el sector, teniendo en cuenta el crecimiento de la cerveza artesanal a nivel nacional, genera una oportunidad para la innovación en diversos procesos, por lo tanto, el presente trabajo de investigación busca obtener un conocimiento amplio en las distintas ramas académicas y empresariales aplicables, permitiendo así posicionar a Chamaca como un referente en este ámbito.

Objetivos del trabajo

Objetivo General

Fortalecer el modelo de negocio de Chamaca, a través de un estudio que abarque aspectos comerciales y estratégicos.

Objetivos Específicos

- Identificar las principales características del mercado de cerveza artesanal en la región.
- Evaluar los procesos de producción y calidad implementados por cerveza chamaca.

- Diseñar estrategias de marketing acorde con tendencias del consumidor artesanal.

CONTENIDOS O CUERPO DEL TEXTO

1. Planteamiento del problema

En el presente, el comercio de bebidas alcohólicas en Ecuador se caracteriza por una gran dominancia de productos elaborados de manera industrial, que concentran el 98% de la participación de mercado nacional (*MDE PLAN COMERCIALIZACION CERVEZA ARTESANAL 6*, s. f.).

Este liderazgo de fábrica conlleva una oferta que restringe la variedad de sabores, la autenticidad de su elaboración y una profunda conexión con las tradiciones y la identidad cultural local.

Por otra parte, los ecuatorianos enfrentan una restricción al acceso de bebidas únicas del mercado que reflejan su riqueza local, esta situación no solo empobrece la diversidad del negocio y la elección del consumidor, sino que también margina el valor de la producción artesanal, sobre todo, favorece un modelo de consumo masivo, desatendiendo la búsqueda de autenticidad y su cultura.

A pesar del consumo masivo que se viene viendo, el sector de la cerveza artesanal en Ecuador ha experimentado un notable desarrollo desde 2010, evidenciado por una tasa de crecimiento anual del 20% y la proliferación de más de 250 cervecerías y entre 245 y 284 marcas registradas a nivel nacional. (*ECUADOR SE PREPARA PARA RECIBIR CERVEZAS ARTESANALES DE TODA LA REGIÓN – Cámara de Comercio de Quito*, s. f.; *El costo de la cerveza artesanal en Ecuador se ha reducido hasta un 50%*, s. f.; *Las cervezas artesanales siguen creciendo en el Ecuador - El Comercio*, s. f.).

A pesar de esta alta actividad después de la pandemia, aún se mantiene una grieta constante, dentro de ciudades y regiones, como Imbabura, que carece de propuestas de cerveza artesanal. De cualquier manera, están perdiendo una gran oportunidad de sobresalir con algo único y representativo de estos lugares.

La caída es crítica cuando observamos que los consumidores cada vez buscan experiencias más genuinas, conectadas con lo local, valorando así algo diferente, como la calidad y la naturalidad. (*Cerveza artesanal*, s. f.; *OKasional Beer*, 2019; *Tendencias globales de la cervecería para 2025 y avances en el envasado*, s. f.; *Montoya et al.*, s. f.).

No obstante, la necesidad de registro sanitario para la libre comercialización, limitan la disponibilidad a las opciones artesanales, llegando así, a mantener su distribución a canales específicos y ampliando la escasez de accesibilidad para el consumidor general.

La problemática vista es de alta relevancia, ya que el proceso de registro sanitario, la restricción al acceso de bebidas y variedad de sabores junto a la limitación en la oferta de cervezas artesanales, no solo restringe la elección y la experiencia del consumidor, sino también desaprovecha el potencial cultural, ambiental y económico de lo local. (*Astudillo*, 2024; *Galván-Mendoza & González-Rosales*, 2025).

El emprendimiento Chamaca surge como una solución directa a esta necesidad. Propone una producción de cerveza artesanal enfatizando la localidad, la creatividad en el uso de ingredientes y la calidad en cada sorbo.

Chamaca no solo invierte en la creciente demanda por productos diferenciados, sino también se alinea con la tendencia global de vuelta a lo local y la preferencia nacional por el consumo de marcas ecuatorianas.

Esto representa una oportunidad para recobrar la autenticidad en el mercado de bebidas y fortalecer una cultura cervecera más diversa e innovadora, así mismo, contribuir al desarrollo socioeconómico local mediante la generación de empleo y el mantenimiento de tradiciones locales.

El éxito de Chamaca no solo solucionaría la escasez de opciones auténticas en la región, sino también podría servir como un modelo replicable para otros emprendimientos; así, buscar transformar la dominancia industrial en una oportunidad artesanal.

2. Vigilancia tecnológica

2.1 Benchmarking

Se realizó un análisis comparativo de cervecerías artesanales destacadas en Ecuador, con el objetivo de identificar prácticas exitosas que puedan ser adaptadas o superadas por Chamaca. Cuadro comparativo de cervecerías ecuatorianas con Chamaca:

Tabla 1.

Cuadro comparativo

Cuadro comparativo de cervecerías artesanales					
Cervecerías	Santa Rosa Cerveza Artesanal	Cervecería Quiteña	Abysmo Brew Pub	Cava Caran	Chamaca
Ubicación	Ibarra	Quito	Quito	Ibarra	Atuntaqui
Detalles	Producción de cerveza utilizando energía solar.	Interpretación de bebidas ecuatorianas.	Etiquetas y nombres de dioses griegos.	Servicio a domicilio en barril y botellas.	Reutilización de materia prima.
Prácticas	Sostenibilidad	Innovación cultural	Branding y Storytelling	Canales de distribución	Sostenibilidad

Fuente 1. Autoría Propia

A partir del análisis, se identifican las siguientes mejores prácticas:

Tabla 2.

Cuadro de prácticas

Chamaca cerveza artesanal		
Análisis	Prácticas	Oportunidades
Sostenibilidad	Uso de energías renovables y prácticas ecológicas.	Implementar empaques ecológicos y operaciones eco amigables.
Innovación cultural	Interpretación de bebidas tradicionales.	Desarrollar cervezas a base de ingredientes locales representando identidad cultural de la región.
Branding y storytelling	Uso de narrativas atractivas y coherentes.	Crear narrativa que represente valores de Chamca y tradición del Ecuador.
Canales de distribución	Servicio a domicilio y presencia en redes sociales.	Expandir presencia tanto en redes sociales como en plataformas e-commerce.

Fuente 2. Autoría Propia

2.2 Análisis de tendencias

Las tendencias más relevantes en el sector cervecero artesanal dentro de Imbabura son las siguientes:

Tabla 3.*Cuadro de tendencias*

	Tendencias relevantes	Cervecerías que las aplican
Enfoque local y la identidad regional	Los consumidores de cerveza artesanal muestran clara preferencia por productos de marcas nacionales, así también buscan propuestas que reflejen sabores, ingredientes autóctonos de cada región reflejando así sus valores culturales.	MUYU-Cerveza Artesanal de Otavalo Cerveza Artesanal Nativa
Innovación en sabores y calidad diferenciada	La industria artesanal ecuatoriana se caracteriza por su creatividad y experimentación únicos, utilizando fermentaciones mixtas y uso de ingredientes exóticos para la creación de experiencias multisensoriales.	Cerveza Artesanal Nativa-Miel orgánica con maracuyá. MUYU-Cebada con café. Chamaca-Maracumango. Wizard-Colada Morada.
Puntos de venta especializados	El crecimiento viene acompañado de la apertura de más de 100 gastropubs especializados en el país. Ofertando cerveza y fomentando la cultural como tal.	MUYU-Patio Cervezero en Otavalo.

Fuente 3. Autoría Propia

Proyecciones y oportunidades para Chamaca:

Tabla 4.

Cuadro de proyecciones y oportunidades

Chamaca cerveza artesanal	
Oportunidades	Proyecciones
Enfoque local e innovación en sabores	Nuevos estilos de cerveza con branding especial y autóctono del país y de la región. Recetas que fusionen ingredientes locales con calidad internacional.
Crecimiento de gastropubs	Apertura de Chamaca gastropub en la ciudad de Atuntaqui, fomentando la cultura cervecera y ayudando a la economía local.

Fuente 4. Autoría Propia

3. Solución innovadora

Chamaca es una cerveza artesanal elaborada en Atuntaqui; ofrece alternativas auténticas y de alta calidad para consumidores exigentes.

Nuestra línea incluye cerveza rubia y negra, desarrolladas con recetas únicas e ingredientes premium importados de Holanda, por ejemplo: malta y lúpulo de alta pureza, así poder garantizar un sabor refinado, constante y superior al promedio local.

La propuesta se potencia con la incorporación de sabores innovadores como maracumango, que genera una experiencia sensorial novedosa para el consumidor, además, en un futuro desarrollaremos una línea de cerveza verde, elaborada con cannabis medicinal, lo que nos posicionará como uno de los pioneros en este segmento dentro del país.

Chamaca se distingue por:

- Utilizar materia prima importada de alta calidad, lo que asegura una cerveza con estándares internacionales y un perfil de sabor más sofisticado.
- La creación de sabores exóticos, como el maracumango, que no se encuentran ni en cervezas comerciales ni artesanales locales.
- En un futuro ser uno de los primeros emprendimientos ecuatorianos en desarrollar una línea de cerveza cannábica artesanal.
- Proyectar una marca con identidad y estilo propio, que combina el espíritu artesanal con una estética moderna, juvenil y disruptiva.
- Ofrecer una experiencia que va más allá del producto: una bebida con propósito, que busca innovar, provocar y conectar con un público consciente y abierto a nuevas propuestas.

Chamaca responde directamente a las siguientes necesidades y tendencias:

- Creciente demanda de cervezas artesanales de alta calidad en Ecuador y América Latina, por parte de consumidores que rechazan lo industrial y valoran lo exclusivo.
- Escasa oferta de cervezas artesanales en Atuntaqui, lo que convierte a Chamaca en una propuesta necesaria, fresca y deseada.
- Tendencia global hacia el uso de ingredientes importados de origen premium, lo cual garantiza un producto competitivo frente a cervezas internacionales.
- Popularización de productos con cannabis medicinal, cada vez más aceptados por sus beneficios relajantes y su vinculación con un estilo de vida moderno.
- Búsqueda de experiencias nuevas por parte del consumidor: Chamaca no solo ofrece una bebida, sino una propuesta sensorial y conceptual única.

4. Diseño de metodologías ágiles

4.1 Metodología aplicada

La metodología usada es Lean Startup en el que incluye entrevistas: de las cuales se realizaron a cinco personas del entorno cercano, focus group: Se realizó con un maestro cervecero y seis amantes de la cerveza artesanal y encuestas: Se realizó dos encuestas mediante la plataforma de Google forms, de las cuales se escogió las cinco más importantes.

4.1.1 Metodología Entrevista

Se realizaron entrevistas personales con 5 personas del entorno cercano, incluyendo amigos y vecinos. Cada conversación consistió en ofrecer una muestra del prototipo y preguntar:

- ¿Qué opinas del sabor?
- ¿Qué te parece el aroma?
- ¿Qué impresión tienes del nombre y la etiqueta del producto?

Resultados

Entrevistado: Juan Andrango (Familiar)

Sabor: Me parece equilibrado, ni muy amargo ni muy dulce. Es agradable.

Aroma: Es fresco, huele como a frutas, pero con un toque ligero a malta.

Nombre y etiqueta: El nombre es simpático y la etiqueta tiene personalidad. El color azul la hace llamativa.

Entrevistado: Fernando Jácome (Familiar)

Sabor: Delicioso. Me gusta que tenga un sabor suave, me parece una opción buena para compartir.

Aroma: Huele mucho a la fruta de maracuyá. Bastante agradable.

Nombre y etiqueta: La etiqueta es muy creativa, pero quizás usaría colores un poco más llamativos.

Entrevistado: Stev Terán (Amigo cercano)

Sabor: Tiene muy buen sabor, es más amarga que la Pilsener pero me encanta que se sienta artesanal.

Aroma: Olor frutales intensos, la hace diferente de otras cervezas.

Nombre y etiqueta: El nombre es muy original, pero la etiqueta podría verse mejor resaltando más el diseño.

Entrevistado: Andrés Andrade (Compañero de trabajo de un familiar)

Sabor: El amargor un poco más dulce de lo espero, pero me gusta.

Aroma: Suave y agradable. Muy bien logrado el aroma a frutos.

Nombre y etiqueta: El nombre tiene personalidad, pero la etiqueta podría mejorarse.

Entrevista: Francisco Vallejo (Amigo cercano)

Sabor: Refrescante como para una tarde con amigos.

Aroma: Resulta muy agradable para mí, aunque podría ser más intenso.

Nombre y etiqueta: El diseño de la etiqueta es bueno, pero el nombre podría tener algo más impactante.

4.1.2 Metodología Focus Group

Se realizó un focus group con un maestro cervecero y 6 amantes de la cerveza artesanal. El focus group consistió en una primera fase la cual era una ronda de preguntas sobre: etiqueta, aroma, color y sabor. Posteriormente se empezó una charla tipo debate manteniendo un estilo de conversación abierta, suelta y juvenil, en el cual se compartió ideas acerca de la cerveza, métodos de elaboración e historia de la misma. Así mismo las

personas dentro del focus group dieron su retroalimentación, opiniones que se puede mejorar y que se pueden mantener. (Link del vídeo en Anexo)

4.1.3 Metodología Encuestas

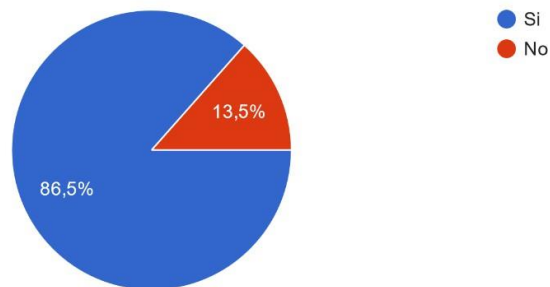
Se realizó dos encuestas mediante la plataforma de Google forms, cada encuesta contaba con diez preguntas cada una de las cuales se escogió las cinco más importantes.

Pregunta 1

Ilustración 1.

Consumo de cerveza artesanal

¿Consumes cerveza artesanal?
208 respuestas



Fuente 5. Autoría Propia

Análisis:

Se empezó la encuesta con una pregunta para averiguar cuantas de las personas encuestadas son consumidoras de cerveza artesanal, así aclarando que esta ronda de preguntas va dedicada solo a personas consumidoras de esta bebida. Obteniendo un resultado de 86,5% en el apartado “Si” y un 13,5% en el apartado “No”.

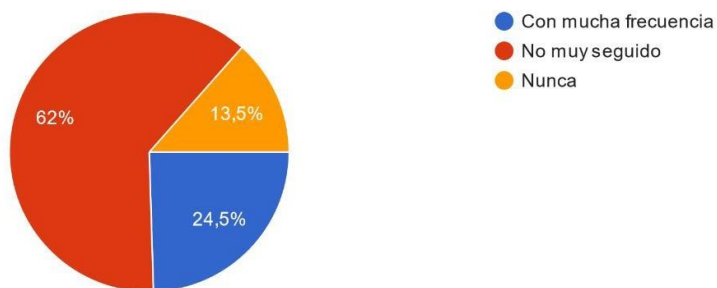
Pregunta 2

Ilustración 2.

Frecuencia de consumo

¿Con que frecuencia consumes cerveza artesanal?

208 respuestas



Fuente 6. Autoría Propia

Análisis:

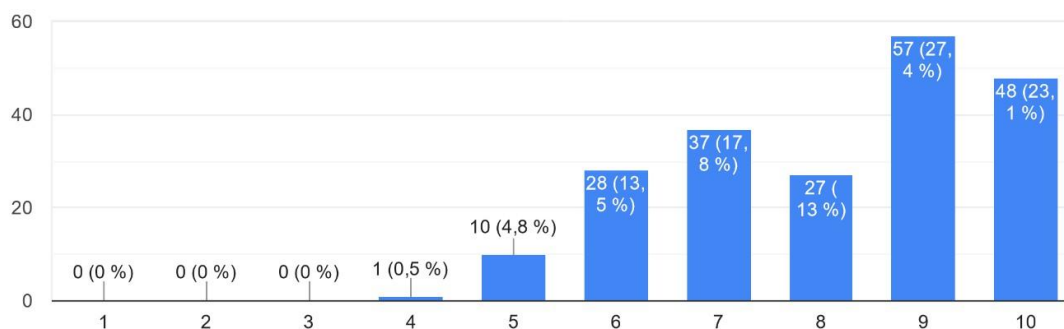
Esta pregunta brindó información relevante sobre los encuestados para saber si los clientes potenciales son consumidores habituales de cerveza artesanal y con qué frecuencia la consumen. Como relevancia se obtuvo un 62% en el apartado de “No muy seguido” y un 24,5% en el apartado de “Con mucha frecuencia”, así se puede observar que los clientes potenciales no consumen frecuentemente cerveza artesanal siendo esto perjudicial dentro del mercado.

Pregunta 3

Ilustración 3.

Grado de factibilidad para producción en Atuntaqui

En escala del 1 al 10 que tan factible ves que Atuntaqui tenga su propia cerveza artesanal
208 respuestas



Fuente 7. Autoría Propia

Análisis:

Para ver cómo sería recibida la cerveza Chamaca, se aplicó la siguiente pregunta en el cual de la escala del uno al diez se obtuvo una mayoría de 27,4% y 23,1% de aprobación para una cerveza artesanal de Atuntaqui.

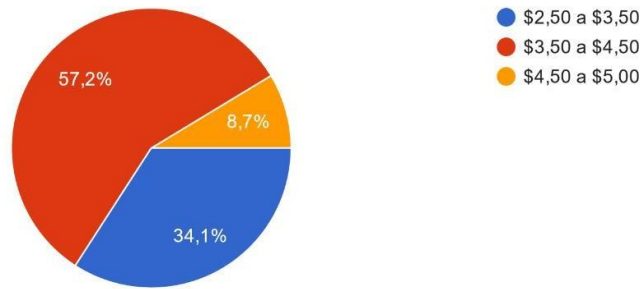
Pregunta 4

Ilustración 4.

Preferencia de precios

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una cerveza artesanal de 330ml?

208 respuestas



Fuente 8. Autoría Propia

Análisis:

La pregunta 4 facilitó la observación a clientes que son conscientes de la variación de precio que tienen las cervezas artesanales sobre las industriales, obteniendo así un 57,2% en precio de 3,50 a 4,50 USD.

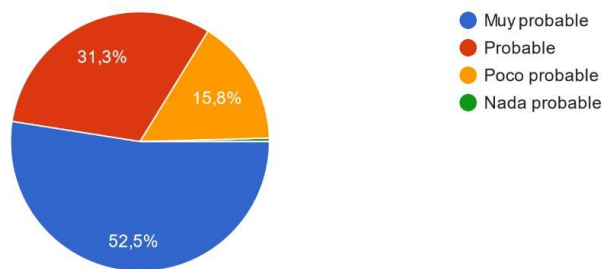
Pregunta 5

Ilustración 5.

Preferencia de Chamaca sobre otras cervezas

¿Qué tan probable es que elijas Chama-K sobre otras cervezas artesanales por su enfoque en capturar la esencia y tradición de Atuntaqui?

463 respuestas



Fuente 9. Autoría Propia

Análisis:

La pregunta 5 facilitó ver la aceptación que va a tener Chamaca dentro de Atuntaqui y dentro del mercado cervecero artesanal, obteniendo un 52,5% en “Muy probable”, un 31,3% en “Probable” y un 15,8% en “Poco probable”.

5. Validación de la propuesta de valor

Para la validación de la propuesta de valor se realizó dos encuestas en Google Forms conformada por diez preguntas, de las cuales se escogió las 5 más importantes.

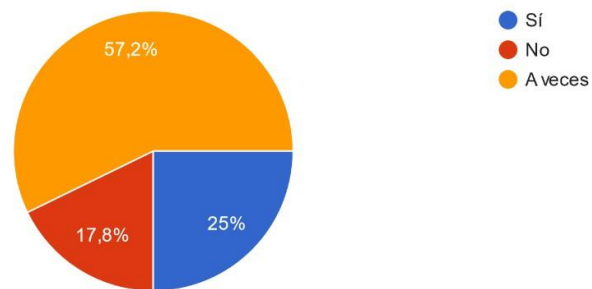
Pregunta 1

Ilustración 6.

Desplazamiento para consumo de cerveza artesanal

¿Viajas a otras ciudades a consumir cerveza artesanal?

208 respuestas



Fuente 10. Autoría Propia

Análisis:

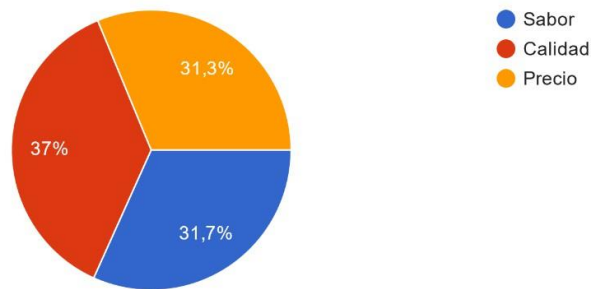
Se empezó con una pregunta que ayuda a ver si los clientes potenciales dentro de Atuntaqui viajan a otras ciudades a consumir una cerveza artesanal, obteniendo así una respuesta de 57,2% “A veces”, un 17,8% “No” y un 25% “Sí”.

Pregunta 2

Ilustración 7.

Aspectos importantes en la cerveza

¿Qué aspectos consideras más importantes al elegir una cerveza artesanal local en Atuntaqui?
208 respuestas



Fuente 11. Autoría Propia

Análisis:

Para validar la propuesta de valor se consultó primero que aspectos consideran más importantes en una cerveza artesanal, 37% de los encuestados eligieron “Calidad”, 31,7% “Sabor”, 31,3% “Precio”, obteniendo valiosa información la cual permite ver que la propuesta de valor iba a ser bien recibida.

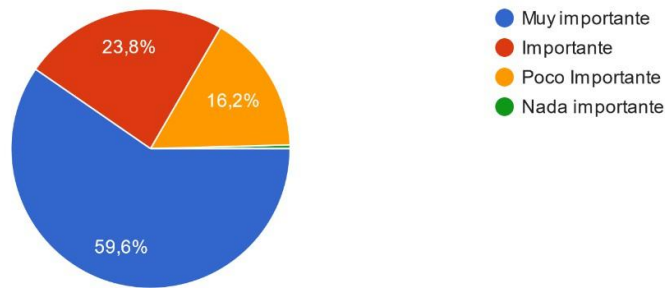
Pregunta 3

Ilustración 8.

Producción local

¿Qué tan importante es para ti que una cerveza artesanal sea producida en Atuntaqui con ingredientes naturales locales y de alta calidad?

463 respuestas



Fuente 12. Autoría Propia

Análisis:

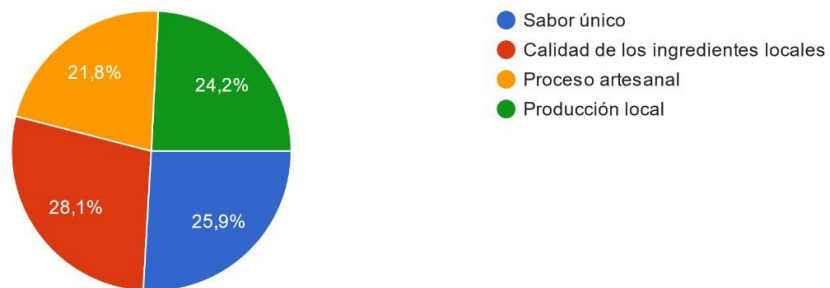
En esta pregunta se plantea la propuesta de valor de cerveza artesanal Chamaca de calidad elaborada con ingredientes locales dando fruto a los sabores exóticos, en el rango de importancia 59,6% de los encuestados votaron “Muy importante”, 23,8% “Importante”, 16,2% “Poco importante”.

Pregunta 4

Ilustración 9.

Características de la cerveza artesanal

¿Qué características consideras más valiosas en una cerveza artesanal como Chama-K?
463 respuestas



Fuente 13. Autoría Propia

Análisis:

Para la validación de nuestra propuesta de valor esta pregunta fue clave con ella pudimos recalcar y ver qué aspectos son más importantes en nuestra cerveza. Como resultados tuvimos un 28,1% en “Calidad de los ingredientes locales”, 25,9% en “Sabor único”, 24,2% en “Producción local”, 21,8% en “Proceso artesanal”. Estas respuestas muestran una buena aceptación a la propuesta de valor.

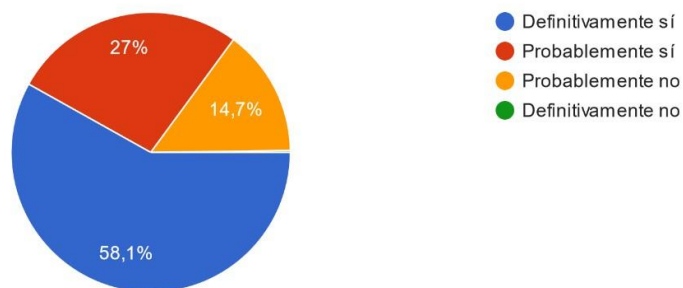
Pregunta 5

Ilustración 10.

Recomendación cerveza Chamaca

¿Recomendarías Chama-K a otros que buscan una experiencia auténtica, con sabores e ingredientes locales y de calidad en una cerveza artesanal?

463 respuestas



Fuente 14. Autoría Propia

Análisis:

Finalmente se plantea una pregunta más genérica la cual muestra el “boca a boca” que va a tener Chamaca dentro del mercado obteniendo un 58,1% en “Definitivamente sí” indicándonos que la mayoría de los encuestados recomendarían la cerveza con otras personas.

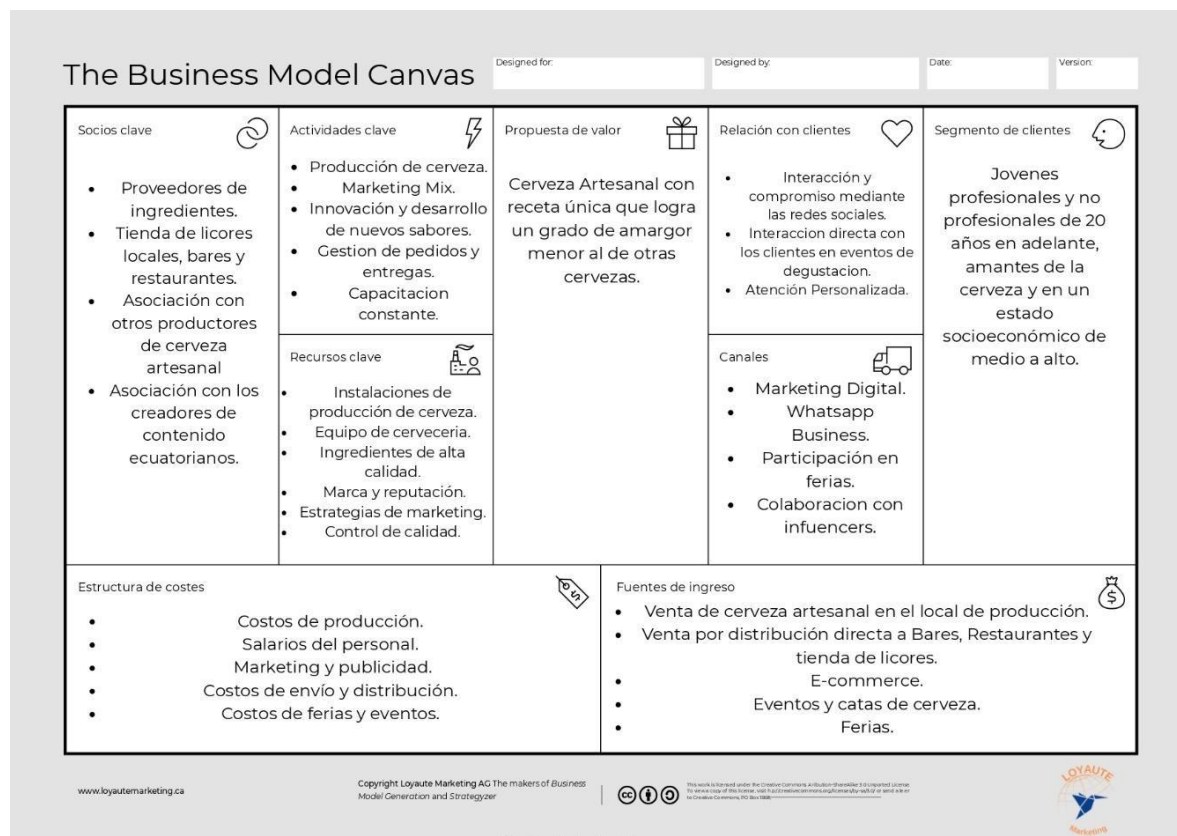
A partir de esta validación realizada se ajusta a la propuesta de valor de Chamaca, cambiando la receta para así llegar a tener un sabor único como piden las personas encuestadas, realizar fusiones de lúpulos a utilizar junto a los ingredientes locales, logrando sabores exóticos, un cambio a destacar también es el distintivo amargor que tiene nuestra cerveza, menor grado de amargor mayor grado de alcohol.

6. Modelo de negocio

6.1 Business Model Canvas de Chamaca Cerveza Artesanal

Ilustración 11.

Modelo canvas



Fuente 15. Autoría Propia

Socios clave:

Chamaca tiene como socios clave al proveedor de ingredientes: Republikan para el abastecimiento de materia prima; además, tenemos en cuenta a los principales distribuidores que son bares, licorerías y restaurantes, por último, la asociación futura con productores de cerveza artesanal de Imbabura como: Cava Caran, la Fortaleza, etc. Y a su vez una colaboración con influencers dentro y fuera de Imbabura para tener un reconocimiento de la marca a nivel nacional.

Actividades clave:

Como actividad clave principal se tiene la producción de cerveza para la cual ya contamos, como anteriormente mencionamos, con maquinaria de producción para 300L logrando así nuestras primeras operaciones. No obstante, con ello llega una innovación y desarrollo de nuevos sabores exóticos, además, se cuenta con una capacitación constante, junto al marketing mix y la gestión de pedidos y entregas, para llegar a ser proactivos en esos ámbitos.

Recursos clave:

Chamaca ya cuenta con el primer recurso clave que son las instalaciones para la producción (Atuntaqui, Imbabura), así mismo se cuenta con maquinaria de 300litros para la elaboración de la misma. El equipo de cervecería se desglosa en 3 personas: Alex López (Maestro cervecero, encargado de pedidos y entregas), Alex Anrango (Maestro cervecero, encargado de marketing), Janina López (Encargada de la contabilidad). Otro recurso clave son los ingredientes de calidad los cuales se compra a socios clave de Republikan ubicados en la ciudad de Quito. Finalmente, durante estos años ya se ha construido la marca y reputación, a base de estrategias de marketing bien elaboradas y llevando siempre un control de calidad de los productos al tanto.

Propuesta de valor:

La propuesta de valor es elaborar una cerveza artesanal con receta única, logrando un grado de amargor menor al de otras cervezas, así mismo en un futuro tener una línea propia de cerveza a base de cannabis medicinal.

Relación con clientes:

Como se puede observar en el business model canvas la relación con los clientes va a ser personalizada, así como directa dentro de eventos y teniendo interacción constante en redes sociales.

Canales:

Se mantendrá una conexión directa mediante WhatsApp business, se contará también con estrategia de marketing digital y por último se colaborará con influencers locales y nacionales participando en ferias.

Segmento de clientes:

Los clientes potenciales son personas profesionales y no profesionales en un rango de edad de 20 a 65 años, amantes de lo innovador, buscadores de nuevas experiencias y con un estado socio económico de medio a alto.

Estructura de costes:

Los costos varían mucho, se tiene costos fijos como: salario del personal y costos de envío y distribución. Y costos variables como: Costos de producción (varía dependiendo cuanta cantidad de cerveza se elaborará), marketing y publicidad y costos de ferias y eventos a participar.


Fuentes de ingresos:

Se tiene varias fuentes de ingresos, pero, las principales son: Venta de cerveza en local de producción, venta por distribución, ferias y eventos, bares y tienda de licores. Además, se quiere implementar un e-commerce para la expansión a nivel nacional.

6.2 Lean Canvas de Chamaca Cerveza Artesanal

Ilustración 12.

Modelo lean canvas



LEAN CANVAS: CHAMACA CERVEZA ARTESANAL				
Problemas <ul style="list-style-type: none"> Escasez de cerveza artesanal y su variedad en Imbabura. Cerveza Artesanal con mas grado de amargor. Falta de formas de expansión a Nivel Nacional de cervezas artesanales. 	Solución <ul style="list-style-type: none"> Elaboración de cervezas artesanales con variedades exóticas dentro de Imbabura. Receta única logrando menor grado de amargor. Venta y distribución mediante e-commerce. 	Propuestas de Valor <ul style="list-style-type: none"> Cerveza Artesanal con menor grado de amargor, recetas con sabores exóticos y su venta mediante e-commerce. 	Ventaja Competitiva <p>Receta única logrando captar mas grados alcohólicos y menos grados de amargor.</p>	Segmentos de clientes <ul style="list-style-type: none"> Estado socioeconómico medio a alto. 20 a 65+ años. Estilo de vida diversificado y abierto. Amantes de lo artesanal y de lo innovador.
Métricas Clave <ul style="list-style-type: none"> Ventas. Distribución. Operación. 		Canales <ul style="list-style-type: none"> Redes Sociales. Marketing Digital. Boca a boca. 		
Estructura de costes <ul style="list-style-type: none"> Costos Operativos. Marketing. Costos de envío y distribución. Costos de ferias y eventos. 			Fuentes de ingresos <ul style="list-style-type: none"> E-commerce. Venta en local de producción. Venta por distribución directa. Ferias, eventos, catas de cerveza. 	

Fuente 16. Autoría Propia

Problemas:

En problemas se ha colocado tres de los cuales los más importantes son: escasez de cerveza artesanal en Imbabura, una cerveza artesanal mucho más amarga y falta de expansión a nivel nacional de las mismas. Se ha puesto estos tres problemas, puesto que son los más notorios dentro de este mercado artesanal.

Solución:

Como soluciones a estos problemas se tiene: elaboración de cervezas artesanales con variedades exóticas dentro de Imbabura; tener receta única propia para lograr una cerveza con menor grado de amargor y finalmente venta y distribución mediante un e-commerce.

Métricas clave:

En métricas clave se tiene venta, distribución y operación: en venta se obtendrá datos exactos del porcentaje de cervezas vendidas dependiendo su estilo, sacando una base de datos las cuales ayudarán a percibir de mejor manera cual está siendo el pico de ventas y cual no. Distribución, en este apartado se mantendrá contacto directo con distribuidores, sin dejar atrás al cliente que se mantendrá siempre al tanto de todo. Operación, se va a manejar e implementar nuevas formas de producción en la cerveza para hacer de su operación mucho más rápida, superando los 300 litros en cada cocción.

Propuesta de valor:

Se mantiene la misma propuesta que el business model canvas, pero con un agregado más que es la venta mediante e-commerce, para llegar a expandirnos a nivel nacional sin necesidad de tener lugares de producción regados por el país.

Ventaja competitiva:

Como ventaja competitiva es lograr producir una cerveza artesanal con mayores grados de alcohol, pero menos grados de amargor, manteniendo está en todas nuestras líneas en el mercado y próximas a salir.

Canales:

Se mantiene dos canales del business model canvas (Redes sociales y marketing digital), y se aumenta la nominada “boca a boca”, este último nos ayudará de mejor manera a que nuestra marca sea reconocida dentro de Imbabura.

Segmento de clientes:

Los clientes potenciales son personas profesionales y no profesionales en un rango de edad de 20 a 65 años, amantes de lo innovador, buscadores de nuevas experiencias, con un estado socio económico medio a alto.

La estructura de costos e ingresos se mantienen de igual manera, no se gasta más y se tiene el mismo porcentaje de ingreso.

7. Producto mínimo viable (PMV)

Para la elaboración del PMV de Chamaca se produjo un lote de prueba de 300 litros, lo que equivale aproximadamente a 800 botellas de 330ml. El estilo elegido para el PMV fue un PALE ALE una cerveza rubia, con lúpulos de maracuyá y mango, buscando una fusión extrasensorial para el consumidor.

Para el proceso de desarrollo se realizó lo siguiente:

- Se consultó a un maestro cervecero de la ciudad de Quito para saber su receta y aprender sus técnicas de elaboración.
- Se seleccionaron cautivamente ingredientes de calidad.
- Se llevó a cabo la preparación siguiendo los lineamientos del maestro cervecero.
- Finalmente, se realizó las pruebas de degustación con consumidores, en este caso dos locales dentro de Imbabura.

Resultados de las pruebas:

Sabor: Se obtuvo varias opiniones sobre el amargo, indicando la necesidad de ajustar la receta.

Aroma: La fusión de maracuyá y mango fue muy poco percibida por el olfato de los consumidores, lo que indicó falta de concentración de los ingredientes.

Empaque: Muy bien visto, sin observaciones negativas.

Aceptación: Se obtuvo un 60% de aceptación de los consumidores.

Precio: Valor muy bien recibido, aprobado.

Los resultados obtenidos de PMV permitieron concluir que Chamaca tiene potencia en el mercado local, requiriendo ajustes en la receta para mejor experiencia del consumidor, mejoras a seguir:

- Revisar la preparación para reducir amargor y potenciar la fusión maracuyá mango.
- Mantener diseño de empaque
- Realizar nuevas pruebas de degustación con la receta mejorada

Con estas pautas a seguir, Chamaca consiguió ofrecer una cerveza artesanal de calidad, reduciendo significativamente el amargor y potenciando todo su aroma y sabor a las fusiones exóticas. Ofreciendo a los consumidores una experiencia sensorial aumentada.

8. Imagen corporativa

8.1 Identidad Visual – Chamaca Cerveza Artesanal

8.1.1 Logotipo

- **Versión principal**

Logotipo compuesto por isotipo (símbolo en espiral de fuego artesanal) y tipografía “CHAMACA”

Ilustración 13.

Logo principal horizontal



Fuente 17. Autoría Propia

Ilustración 14.

Logo principal vertical



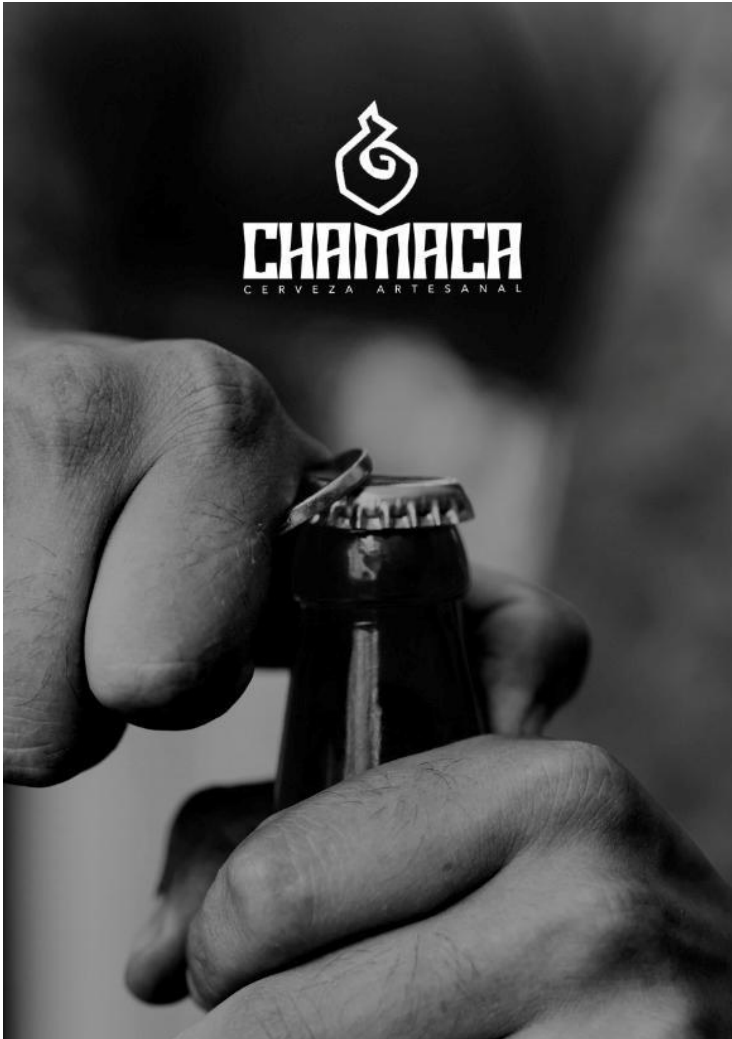
Fuente 18. Autoría Propia

- **Versión Secundaria**

Uso solo del isotipo en aplicaciones reducidas

Ilustración 15.

Versión secundaria post



Fuente 19. Autoría Propia

Ilustración 16.

Versión secundaria etiqueta




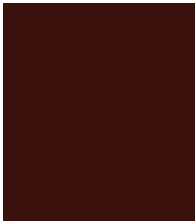

Fuente 20. Autoría propia

8.1.2 Paleta de Colores

Estos colores transmiten artesanía, calidez, tradición y calidad.

Tabla 5.

Paleta de colores

Tipo de Color	HEX	Imagen	Uso Recomendado
Dorado artesanal	#F19903		Color principal, logotipo y elementos gráficos.
Marrón oscuro	#3b110e		Color secundario, tradición y cerveza negra.
Blanco puro	#FFFFFF		Fondo, contraste y limpieza visual

Fuente 21. Autoría Propia

8.1.3 Tipografía

Logotipo (“CHAMACA”):

- Tipografía personalizada, estilo artesanal y geométrico.
- Inspirada en diseños étnicos y tallados manuales.
- Equivalentes sugeridos: Tribal Box, Andes Bold, JungleFever.

Texto complementario (“CERVEZA ARTESANAL”):

- Sans Serif geométrica ligera.
- Sugerencia: Montserrat Light o Futura Light

8.1.4 Elementos Gráficos

- **Isotipo:** La espiral de fuego central representa movimiento, origen y esencia artesanal única.

Ilustración 17.

Isotipo



Fuente 22. Autoría Propia

- **Estilo visual:** Fusión entre lo tradicional andino y lo moderno minimalista.

Ilustración 18.

Estilo visual

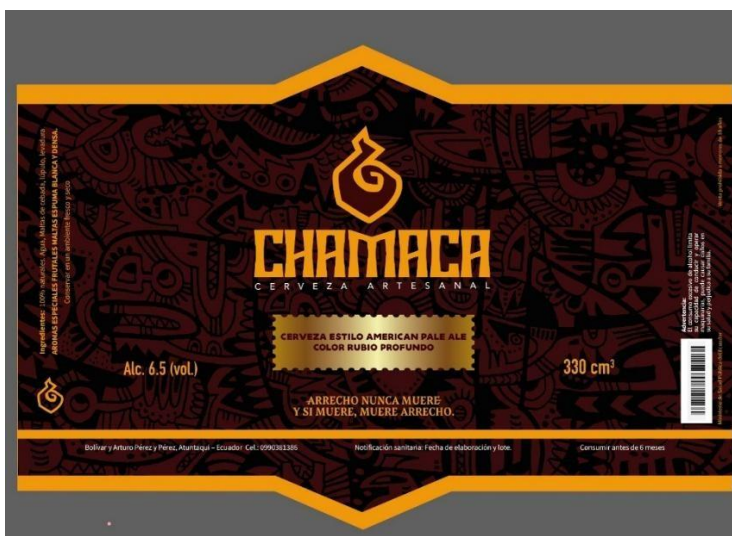


Fuente 23. Autoría Propia

- **Aplicaciones:** Puede usarse en sellos, etiquetas de packaging y merchandising, y redes sociales.

Ilustración 19.

Aplicación etiqueta



Fuente 24. Autoría Propia

Ilustración 20.

Aplicación post



Fuente 25. Autoría Propia

8.1.5 Uso correcto e incorrecto

Tabla 6.

Uso correcto e incorrecto

Correctos	Incorrectos
Mantener proporciones del logo	No deformar el logotipo
Usar únicamente la paleta oficial	No alterar los colores oficiales
Respetar márgenes de seguridad	No colocarlo sobre fondos con bajo contraste

Fuente 26. Autoría Propia

8.1.6 Aplicaciones de Marca

- Packaging: Etiquetas de botellas, tapas, cajas. (Ejemplos Anexo)
- Merchandising: Camisetas, vasos, posavasos. (Ejemplos Anexo)
- Digital: Redes sociales, banners, landing pages. (Ejemplos Anexo)
- Impreso: Flyers, papelería, señalética en punto de venta. (Ejemplos Anexo)

9. Promoción y marketing

Dentro de Chamaca cerveza artesanal se implementa estrategias de marketing digital y tradicional utilizando diferentes herramientas para lograr reconocimiento local. En las estrategias implementadas se tiene marketing de redes sociales, eventos y patrocinios, marketing directo y “boca a boca”.

9.1 Marketing Digital

Como estrategia de marketing digital se tiene el marketing de redes sociales, se realiza publicidad orgánica dentro de las plataformas de Facebook e Instagram subiendo contenido de calidad como videos y posts relacionados con días festivos y logros que va teniendo Chamaca dentro del mercado (Link página de Instagram y Facebook en Anexos).

Como posts efectivos tenemos los siguientes:

9.1.1 Reel 1 (Link del vídeo en Anexo)

En este reel se presenta un trend de la plataforma de TikTok conocido como “Y si ponemos/tenemos/creamos un...” mostrando el proceso de construcción de la cervecería. Se toma como ejemplo este reel ya que es el más viral dentro de Facebook con un total de 2mil reproducciones y 15 reacciones, obteniendo una alta efectividad generando reconocimiento dentro de Atuntaqui y la venta de 35 botellas lo que daría un total de 105 USD aproximadamente posterior a la publicación del mismo.

9.1.2 Reel 2 (Link del vídeo en Anexo)

El segundo reel más popular es en la plataforma de Facebook, contiene una promoción hacia una barra móvil propia de Chamaca, la publicación cuenta con un post llamativo y un vídeo reflejando la presencia en una fiesta de grado en la ciudad de Atuntaqui, se cuenta con la venta de cervezas artesanales y cócteles. Este post dió más reconocimiento obteniendo consigo 1.9mil reproducciones, así mismo un contrato para una boda en la ciudad de Chaltura con la barra móvil mencionada.

10. Viabilidad financiera

El presente análisis evalúa la viabilidad financiera de Chamaca cerveza artesanal, basándose en proyecciones financieras, punto de equilibrio y los indicadores clave de rentabilidad.

10.1 Inversión Fija

Tabla 7.

Inversión fija

Ítem	Descripción	Monto (USD)
Hot Liquor Tank	Tanque para agua de proceso (300L)	1.800
Mash Tun	Sistema de maceración de cereales (300L)	3.600
Boiler Keattle	Caldera para hervir mosto (360L)	2.400
Bomba de Mosto	Bomba sanitaria para líquidos calientes	1.200
Intercambiador de Calor	Sistema para enfriar mosto rápidamente	1.400
Línea de interconexión	Tubería sanitaria y válvulas	1.200
Fermentador	Tanque cilíndrico cónico de 360L	2.400
Cuarto Frío	Refrigeración para almacenamiento	3.500
TOTAL INVERSIÓN FIJA	(Inversión total en infraestructura y equipos)	17.500

Fuente 27. Autoría Propia

10.2 Inversión Variable (Cambia según la cantidad de cerveza producida)

➤ Materia Prima por Lote de 300L

Tabla 8.

Inversión variable

Concepto	Monto (USD)
Maltas, Lúpulo, Levadura, Agua, Frutas	300
Botellas y Etiquetas	376
Subtotal Materia Prima y Empaque	676

Fuente 28. Autoría Propia

➤ Costos Operativos Variables por Lote de 300L

Tabla 9.

Costos variables

Concepto	Monto (USD)
Costos Energéticas	60
Agua	20
Insumos de Limpieza y Sanitización	30
Subtotal Costos Operativos Variables	110

Fuente 29. Autoría Propia

➤ Mano de Obra Variable

Tabla 10.

Mano de obra variable

Concepto	Monto (USD)
Pago Maestro Cervecerero	465
Personal para Distribución y Ventas	300
Subtotal Mano de Obra Variable	765

Fuente 30. Autoría Propia

➤ **Total Costos Variables**

Tabla 11.

Total costos variables

Categoría	Monto (USD)
Materia Prima y Empezaste	676
Costos Operativos y Variables	110
Mano de Obra Variable	765
Total Costos Variables por 300L	1.551

Fuente 31. Autoría Propia

10.3 Cálculo del Costo Unitario por Botella (330ml)

Para el cálculo de los costos:

- **Producción Mensual** = 300 Litros
- **Total Botellas** = 850 Botellas de 330ml
- **Total de costos variables por 300L** = \$1,551

➤ **Costo por Litro de Cerveza**

Ecuación 1.

Costo por litro de cerveza

$$\frac{1,551}{300} = 5.17 \text{ Dolares por litro}$$

➤ **Costo por Botella de 330ml**

Ecuación 2.

Costo por botella de 330ml

$$\frac{5.17}{3} = 1.72 \text{ Dolares por botella}$$

10.4 Proyecciones Financieras

Este apartado detalla la proyección de ingresos y costos estimado para el próximo período.

10.5 Estado de Resultados Projectado 2026

Las proyecciones se basan en un crecimiento esperado del 12% sobre las cifras del año 2025.

Tabla 12.

Resultados proyectados

Concepto	Monto 2025 (USD)	Crecimiento 12%	Proyección 2026 (USD)
Ingresos por Ventas	\$56,100	+\$6,732	\$62,832
Costo de Ventas	\$23,000	+\$2,760	\$25,760
Gastos Operativos	\$17,000	+\$2,040	\$19,040
Utilidad Neta	\$10,260	+\$1,231,20	\$11,495.40

Fuente 34. Autoría propia

10.6 Análisis de la Proyección de la Utilidad Neta

Tabla 13.

Proyección utilidad neta

Concepto	Valor (USD)
Ventas Brutas	\$62,832
(-) Costo de Ventas	\$25,760
= Utilidad Bruta	\$37,072
(-) Gastos Operativos	\$19,040
= Utilidad antes de P.T y I.Renta	\$18,032
(-) P.T (15%)	\$2,704.80
= Utilidad después de P.T	\$15,327.20
(-) Impuesto a la Renta (25%)	\$3,831.80
= Utilidad Neta	\$11,495.40

Fuente 35. Autoría Propia

10.7 Análisis de Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio determina el volumen de ventas necesario para cubrir todos los costos y gastos, sin generar pérdidas. Con las siguientes fórmulas:

10.7.1 Punto de Equilibrio

Ecuación 3.

Punto de equilibrio

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Margen de Contribución por Botella}}$$

10.7.2 Margen de contribución por botella

Ecuación 4.

Margen de contribución por botella

$$\text{Precio de Venta} - \text{Costo Variable} = 3.50 - 1.72 = 1.78$$

10.7.3 Cálculo del Punto de Equilibrio

Ecuación 5.

Cálculo punto de equilibrio

$$\frac{17.500}{1.78} = 9.831 \text{ Botellas}$$

Como resultado de las operaciones se determina que se debe vender 9,831 botellas para recuperar la inversión inicial, teniendo en cuenta esto, si se venden 850 botellas por mes se recupera la inversión en:

Ecuación 6.

Final cálculo punto de equilibrio

$$\frac{9.831}{850} = 11.57 \text{ meses} = 1 \text{ año}$$

10.8 Rentabilidad y Viabilidad del Proyecto

Para calcular la viabilidad del proyecto vamos a tener que utilizar varias fórmulas como son:

10.8.1 Margen de Ganancia por Botella:

Ecuación 7.

Margen de ganancia por botella

$$\frac{1.78}{3.50} \times 100 = 50.86\%$$

Eso significa que por cada botella que vendamos ganaremos 50.86% después de cubrir costos variables.

10.8.2 Ingreso Mensual Proyectado

Ecuación 8.

Ingreso mensual proyectado

$$\text{Venta de 850 Botellas} \times \$3.50 \text{ por botella} = 2.975$$

10.8.3 Ganancia Bruta Mensual

Ecuación 9.

Ganancia bruta mensual

$$\text{Ingresos} - \text{Costos Variables} = 2.975 - 1.551 = 1.424$$

10.8.4 ROI (Retorno de Inversión)

Ecuación 10.

Cálculo ROI

$$\frac{1.424 \times 12}{17.500} \times 100 = 97.6\% \text{ anual}$$

Esto indica que se podría recuperar casi toda la inversión en un año si se mantiene las ventas constantes.

11. Referencias bibliográficas

Antonio Ante Atuntaqui Imbabura. (s. f.). Recuperado 17 de julio de 2025, de <https://ec.viajandox.com/imbabura/canton-antonio-ante-C76>

Astudillo, B. E. V. (2024). El turismo gastronómico y la cerveza artesanal: Impacto económico en Cuenca, Azuay, Ecuador. *Universidad y Sociedad*, 16(6), 188-198.

Cáceres, M. (2022, agosto 19). Imbabura turística. *El Comercio*.

<https://www.elcomercio.com/opinion/imbabura-turismo-comunitario-ecologico-reservas-naturales/>

Cerveza artesanal: Una experiencia multisensorial, segunda edición | Deloitte SLATAM.

(s. f.). Recuperado 13 de agosto de 2025, de

<https://www.deloitte.com/latam/es/industries/consumer-products/research/estudio-de-la-cerveza-artesanal-una-experiencia-multisensorial-segunda-edicion.html>

Collaredo-Mansfeld, R., & Antrosio, J. (2011). Economías Públicas Y Escondidas En Atuntaqui (Ecuador): Los Desafíos De La Cooperación Sostenible En La Producción.

Eutopía - Revista de Desarrollo Económico Territorial.

<https://doi.org/10.17141/eutopia.3.2011.1020>

Diario La Hora—Noticias de Ecuador, sus regiones, provincias y Quito | Empresa periodística con diarios regionales, de carácter local. Nuestras 8 ediciones se enfocan en cubrir las necesidades de los lectores en cada comunidad. (s. f.). LA HORA. Recuperado 17 de julio de 2025, de <https://www.lahora.com.ec>

ECUADOR SE PREPARA PARA RECIBIR CERVEZAS ARTESANALES DE TODA LA REGIÓN – Cámara de Comercio de Quito. (s. f.). Recuperado 13 de agosto de 2025, de <https://ccq.ec/ecuador-se-prepara-para-recibir-cervezas-artesanales-de-toda-la-region/>

El costo de la cerveza artesanal en Ecuador se ha reducido hasta un 50%. (s. f.). LA HORA. Recuperado 13 de agosto de 2025, de <https://www.lahora.com.ec/archivo/El-costode-la-cerveza-artesanal-en-Ecuador-se-ha-reducido-hasta-un-50-20231025-0054.html>

Gabriela, C. (2021, octubre 2). *El número de marcas de cerveza artesanal crece un 20% en Ecuador.* Primicias. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/marcas-cerveza-artesanal-crecimiento-ecuador/>

Gabriela, C. (2023, julio 21). *Aumenta la producción de cerveza artesanal en Ecuador.* Primicias. <https://www.primicias.ec/noticias/economia/cerveza-artesanal-produccion-ecuador/>

Galván-Mendoza, O., & González-Rosales, V. M. (2025). Normas subjetivas, actitud e identidad étnica como factores que explican la intención de compra de productos artesanales en Ensenada, Baja California. *Ciencias Administrativas. Teoría y Praxis*, 21(2), 169-186. <https://doi.org/10.46443/catyp.v21i2.484>

Las cervezas artesanales siguen creciendo en el Ecuador—El Comercio. (s. f.). Recuperado 13 de agosto de 2025, de

<https://www.elcomercio.com/actualidad/quito/cervezas-artesanales-siguen-creciendo-en-ecuador/>

MDE PLAN COMERCIALIZACION CERVEZA ARTESANAL 6. (s. f.). Recuperado 17 de julio de 2025, de <https://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/16267/1/UDLA-EC-TMGP-2024-05.pdf>

Montoya, D. C. B., Zuñiga, M. E. G., Orellana, P. J. T., Cucalón, M. T., & Básconez, A. F. R. (s. f.). *El marketing de cerveza. Una perspectiva del consumidor guayaquileño.*

OKasional Beer. (2019, abril 20). OKasional Beer. <https://okasional-beer.com/blog/noticias/tendencias-en-el-mundo-de-la-cerveza-artesanal-para-el-2025>

Tendencias globales de la cervecería para 2025 y avances en el envasado. (s. f.).

Recuperado 13 de agosto de 2025, de

<https://www.hbfuller.com/es/blog/thegluetalkblog/2025/june/brewery-global-trends-for-2025-and-advancements-in-packaging>

ANEXOS

Anexo 1

Link video focus group: <https://youtu.be/9qieuDz6bT0>

Fotos del focus group



Anexo 2

Diseño de encuestas para metodología y validación de MVP

¿Consumes cerveza artesanal?

- Si
- No

2.- ¿Con que frecuencia consumes cerveza artesanal?

- Con mucha frecuencia
- No muy seguido
- Nunca

3.- ¿Viajas a otras ciudades a consumir cerveza artesanal?

- Si
- No
- A veces

4.- En escala del 1 al 10 que tan factible ves que Atuntaqui tenga su propia cerveza artesanal

Poco factible

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9

- 10

Factible

5.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una cerveza artesanal de 330ml?

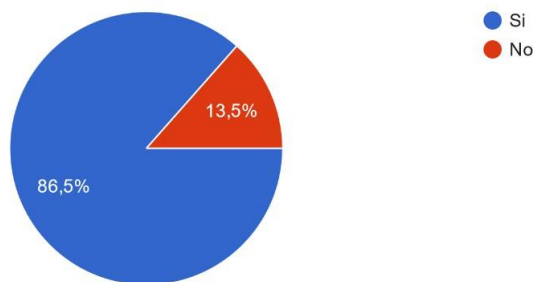
- 2.50 a 3.50
- 3.50 a 4.50
- 4.50 a 5.00

6.- ¿Qué aspectos consideras más importantes al elegir una cerveza artesanal local en Atuntaqui?

- Sabor
- Calidad
- Precio

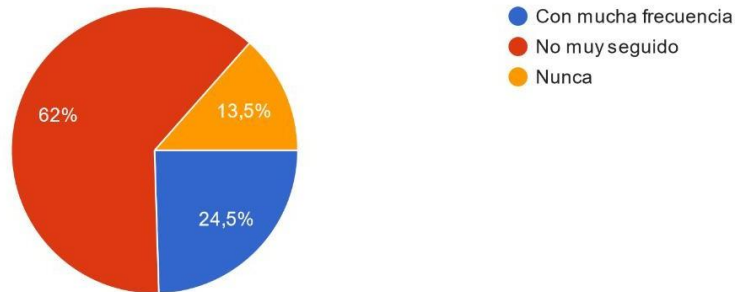
Ilustraciones

¿Consumes cerveza artesanal?
208 respuestas



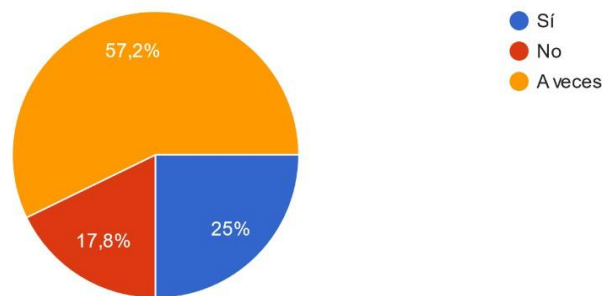
¿Con que frecuencia consumes cerveza artesanal?

208 respuestas



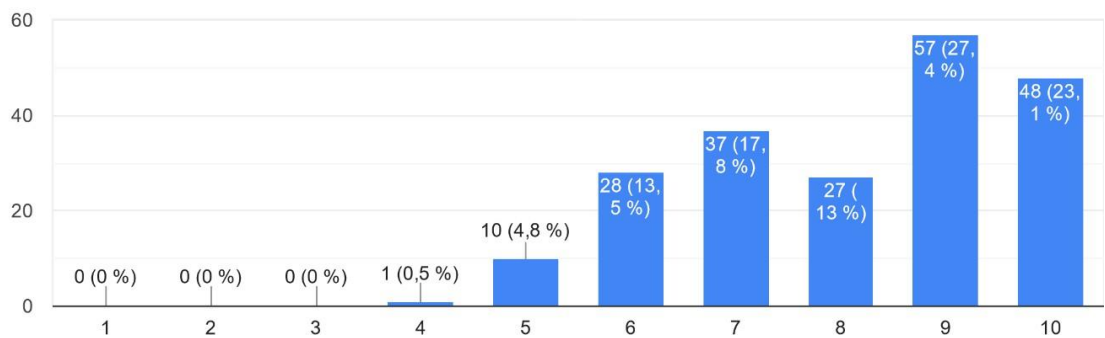
¿Viajas a otras ciudades a consumir cerveza artesanal?

208 respuestas



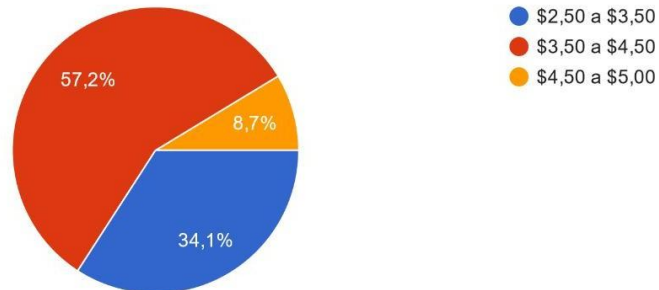
En escala del 1 al 10 que tan factible ves que Atuntaqui tenga su propia cerveza artesanal

208 respuestas



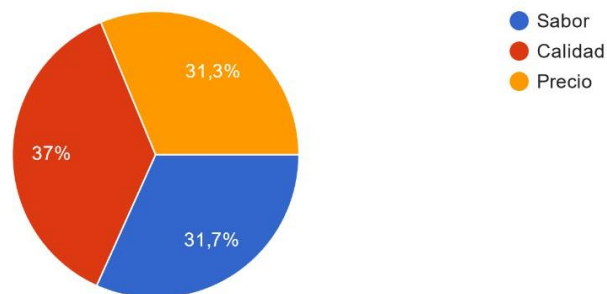
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por una cerveza artesanal de 330ml?

208 respuestas



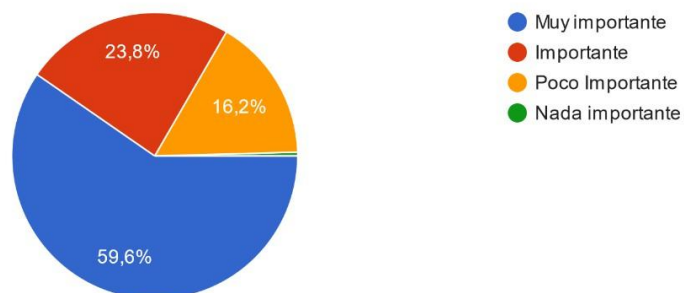
¿Qué aspectos consideras más importantes al elegir una cerveza artesanal local en Atuntaqui?

208 respuestas



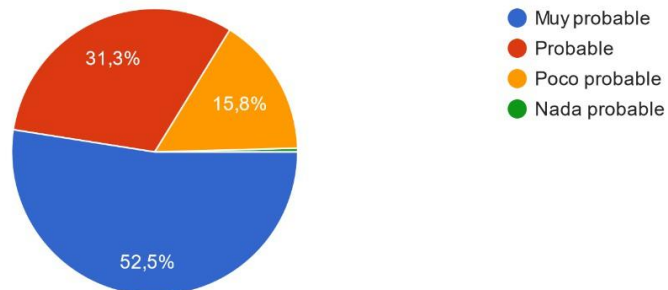
¿Qué tan importante es para ti que una cerveza artesanal sea producida en Atuntaqui con ingredientes naturales locales y de alta calidad?

463 respuestas



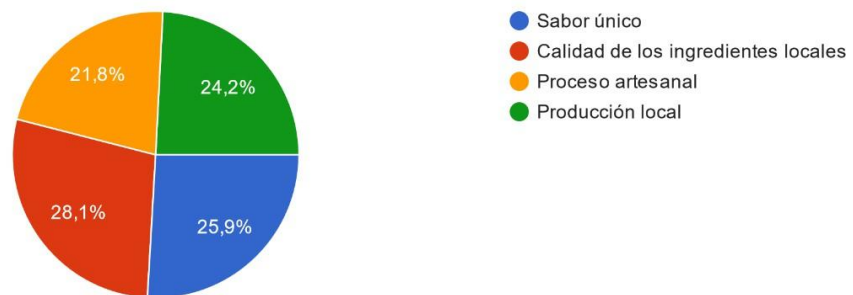
¿Qué tan probable es que elijas Chama-K sobre otras cervezas artesanales por su enfoque en capturar la esencia y tradición de Atuntaqui?

463 respuestas



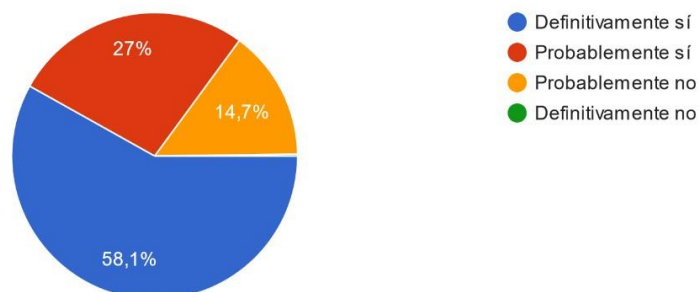
¿Qué características consideras más valiosas en una cerveza artesanal como Chama-K?

463 respuestas



¿Recomendarías Chama-K a otros que buscan una experiencia auténtica, con sabores e ingredientes locales y de calidad en una cerveza artesanal?

463 respuestas



Anexo 3

Business Model Canvas

The Business Model Canvas

Designed for: _____ Designed by: _____ Date: _____ Version: _____

<p>Socios clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de ingredientes. • Tienda de licores locales, bares y restaurantes. • Asociación con otros productores de cerveza artesanal • Asociación con los creadores de contenido ecuatorianos. 	<p>Actividades clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Producción de cerveza. • Marketing Mix. • Innovación y desarrollo de nuevos sabores. • Gestión de pedidos y entregas. • Capacitación constante. <p>Recursos clave </p> <ul style="list-style-type: none"> • Instalaciones de producción de cerveza. • Equipo de cerveceria. • Ingredientes de alta calidad. • Marca y reputación. • Estrategias de marketing. • Control de calidad. 	<p>Propuesta de valor </p> <p>Cerveza Artesanal con receta única que logra un grado de amargor menor al de otras cervezas.</p>	<p>Relación con clientes </p> <ul style="list-style-type: none"> • Interacción y compromiso mediante las redes sociales. • Interacción directa con los clientes en eventos de degustación. • Atención Personalizada. <p>Canales </p> <ul style="list-style-type: none"> • Marketing Digital. • Whatsapp Business. • Participación en ferias. • Colaboración con influencers. 	<p>Segmento de clientes </p> <p>Jovenes profesionales y no profesionales de 20 años en adelante, amantes de la cerveza y en un estado socioeconómico de medio a alto.</p>
<p>Estructura de costes </p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos de producción. • Salarios del personal. • Marketing y publicidad. • Costos de envío y distribución. • Costos de ferias y eventos. 		<p>Fuentes de ingreso </p> <ul style="list-style-type: none"> • Venta de cerveza artesanal en el local de producción. • Venta por distribución directa a Bares, Restaurantes y tienda de licores. • E-commerce. • Eventos y catas de cerveza. • Ferias. 		

www.loyautemarketing.ca


Copyright Loyaute Marketing AG The makers of Business Model Generation and Strategizer

This work is licensed under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/> or send a letter to Creative Commons, 529 Rue Bay Street.

Texto del gráfico

Anexo 4

Lean Canvas

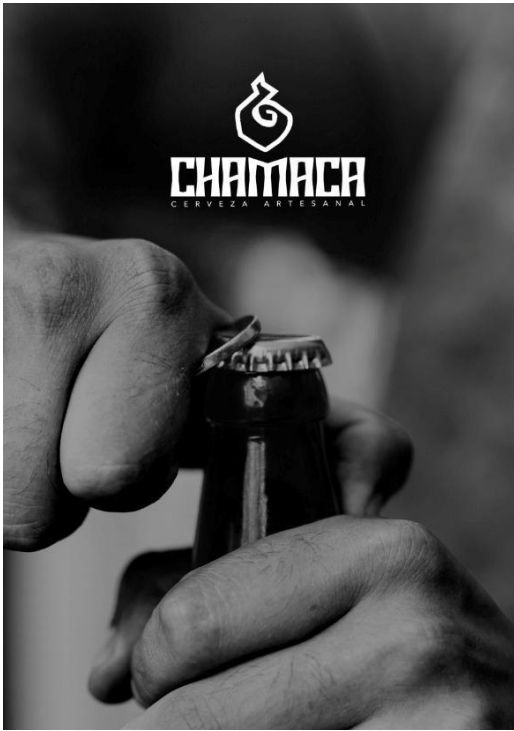


LEAN CANVAS: CHAMACA CERVEZA ARTESANAL				
<p>Problemas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escasez de cerveza artesanal y su variedad en Imbabura. • Cerveza Artesanal con mas grado de amargor. • Falta de formas de expansión a Nivel Nacional de cervezas artesanales. 	<p>Solución</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de cervezas artesanales con variedades exóticas dentro de Imbabura. • Receta única logrando menor grado de amargor. • Venta y distribución mediante e-commerce. 	<p>Propuestas de Valor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cerveza Artesanal con menor grado de amargor, recetas con sabores exóticos y su venta mediante e-commerce. 	<p>Ventaja Competitiva</p> <p>Receta única logrando captar mas grados alcohólicos y menos grados de amargor.</p>	<p>Segmentos de clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estado socioeconómico medio a alto. • 20 a 65+ años. • Estilo de vida diversificado y abierto. • Amantes de lo artesanal y de lo innovador.
	<p>Métricas Clave</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ventas. • Distribución. • Operación. 		<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"> • Redes Sociales. • Marketing Digital. • Boca a boca. 	
<p>Estructura de costes</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costos Operativos. • Marketing. • Costos de envío y distribución. • Costos de ferias y eventos. 		<p>Fuentes de ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> • E-commerce. • Venta en local de producción. • Venta por distribución directa. • Ferias, eventos, catas de cerveza. 		

Anexo 5

Identidad visual Chamaca









CHAMACA

CERVEZA ARTESANAL

Ingredientes: 100% naturales. Agua, Maltas de cebada, lúpulo, levadura
AROMAS ESPECIALES: FRUTALES, MALTAS, ESPUMA BLANCA Y DENSA.
Conservar en un ambiente fresco y seco.

Alc. 6.5 (vol.)

**CERVEZA ESTILO AMERICAN PALE ALE
 COLOR RUBIO PROFUNDO**

**ARRECHO NUNCA MUERE
 Y SI MUERE, MUERE ARRECHO.**

330 cm³



Ministerio de Salud Pública del Ecuador

Advertencia: El consumo excesivo de alcohol limita la capacidad de conducir, operar maquinaria, puede causar daños en su salud y perjudica a su familia.

Venta prohibida a menores de 18 años.

Bolívar y Arturo Pérez y Pérez, Atuntaqui – Ecuador Cel.: 0990381386

Notificación sanitaria: Fecha de elaboración y lote.

Consumir antes de 6 meses

CHAMACA
CERVEZA ARTESANAL

**ARRECHO NUNCA MUERE
Y SI MUERE, MUERE ARRECHO.**

Bolívar y Arturo Pérez y Pérez, Atuntaquí - Ecuador. Cel.: 0990381386

HECHO EN ATUNTAQUI

CHAMACA
CERVEZA ARTESANAL

Alc. 4.5vol. 300 cm³

CHAMACA
CERVEZA ARTESANAL

Alc. 4.5vol. 300 cm³

CHAMACA
CERVEZA ARTESANAL

Alc. 4.5vol. 300 cm³

CHAMACA
CERVEZA ARTESANAL

Alc. 4.5vol. 300 cm³





Anexo 6

Link reels de Facebook:

1. <https://www.facebook.com/share/v/19JzqZ8aFb/>
2. <https://www.facebook.com/share/v/1JG2HJSEkZ/>