



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

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA**

TEMA:

**PRODUCTO GASTRONÓMICO Y SU IMPORTANCIA EN LA CIUDAD DE MANTA,
CERVEZA ARTESANAL**

ESTUDIANTE:

ADRIAN YITZHAK LOOR HOLGUIN

TUTOR:

ING. MANUEL ROLANDO VELÁSQUEZ CAMPOZANO

2023

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

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

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación, bajo la autoría del estudiante Adrian Yizhak Loor Holguin, legalmente matriculado en la carrera de Hotelería, período académico 2022 (2), cumpliendo el total de 400 horas, bajo la opción de titulación de Proyecto de Investigación, cuyo tema del proyecto o núcleo problémico es “Producto gastronómico y su importancia en la ciudad de Manta, cerveza artesanal”.

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

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

Manta, febrero 2023

Lo certifico

Ing. Manuel Rolando Velásquez Camposano

Docente Tutor(a)

Área: Hotelería

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado “**PRODUCTO GASTRONÓMICO Y SU IMPORTANCIA EN LA CIUDAD DE MANTA CERVEZA ARTESANAL**”, ha sido realizado y concluido por el estudiante Adrian Loor Holguin; el mismo que ha sido controlado y supervisado por los miembros del tribunal.

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

Para dar testimonio y autenticidad,

Firmamos:

Dra. Beatriz Moreira

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Angela Farfán

**MIEMBRO TRIBUNAL DE
TITULACIÓN**

Ing. Carolina Anchundía

**MIEMBRO TRIBUNAL
DE TITULACIÓN**

Ing. Manuel Rolando Velásquez

**DOCENTE TUTOR
DE TITULACIÓN**

DECLARACION DE AUDITORIA

La investigación se efectúa como requisito previo a la obtención del título en licenciado en hospitalidad y hotelería en la universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. El contenido expresado en este proyecto investigativo pertenece exclusivamente al autor. Por lo cual se orienta a dar los respectivos créditos en caso de la utilización de este.

Adrian Yitzhak Loor Holguin

1315592749

DEDICATORIA

Dedico con todo mi corazón a mi madre, esposa e hija quienes son el motor de mi vida las cuales me han apoyado en el transcurso de mis estudios ya que han sido el principal apoyo en momentos de flaqueza y debilidad gracias a sus consejos, enseñanzas y tolerancia me han brindado el respaldo incondicional para culminar esta etapa de mi vida.

Adrian Loor Holguin

AGRADECIMIENTO

El principal agradecimiento a Dios quien me ha guiado y me ha dado la fortaleza para seguir adelante.

A mi familia por su comprensión y estímulo constante, además su apoyo incondicional a lo largo de mis estudios. Por último, agradezco a los docentes de la facultad quienes estuvieron presentes a lo largo de mi carrera universitaria compartiendo sus conocimientos; a mis amigos los cuales me ofrecieron su compañerismo, paciencia, amor y amistad.

RESUMEN

La presente investigación tiene como finalidad determinar el consumo de las cervezas artesanales y su influencia en los aspectos económicos, culturales y culinarios, en la ciudad de Manta. Se reconoce que la cerveza pasó a ser una bebida tradicional luego de ser introducida a nuestro país, en la última década surge la tendencia de elaborar cervezas artesanales, apasionados de esta bebida decidieron emprender este viaje en la elaboración de cervezas artesanales, muchos de estos maestros cerveceros se han preparado para brindar un producto de mejor calidad. Las cervezas artesanales ya forman parte de nuestro medio, se desconoce la acogida de esta bebida, por ese motivo se ha realizado un estudio mediante la técnica de encuestas a ciudadanos consumidores de bebidas alcohólicas de la ciudad de Manta. La información obtenida apunta hacia lo positivo, ha nacido un nuevo sector el cual se puede explotar y generar nuevas oportunidades de trabajo, las cervezas artesanales gozan de una popularidad notoria, el sabor de esta bebida es variada y gracias a esta propiedad contribuye al campo culinario tanto en la fase técnica en elaboración y maridaje. Las cervezas artesanales se diferencian de las industriales por su menor cantidad de producción y que la mayoría de procesos son naturales. Se puede concluir que las cervezas artesanales influyen en los aspectos económicos creando emprendimientos en la ciudad respecto a este sector, gracias a esta tendencia la cultura cervecera de los mantenses que ha venido cambiando y el rumbo que está tomando es muy alentador para el sector cervecero artesanal.

Palabras clave:

Cerveza artesanal; tendencia; bebida alcohólica; consumo

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the consumption of craft beers and their influence on economic, cultural and culinary aspects in the city of Manta. Where it is known that beer became a traditional drink after being introduced to our country, in the last decade the trend of making craft beers has emerged, passionate about this drink they decided to embark on this journey in the production of craft beers, many of them these master brewers have prepared themselves to provide a better quality product. Craft beers are already part of our environment, the reception of this drink is unknown, for this reason a study has been carried out using the technique of surveys of citizens who consume alcoholic beverages in the city of Manta. The information obtained points to the positive, a new sector has been born which can be exploited and generate new job opportunities, craft beers enjoy notorious popularity, the flavor of this drink is varied and thanks to this property it contributes to the culinary field. both in the technical phase in preparation and pairing. Craft beers differ from industrial beers due to their smaller amount of production and the fact that most of the processes are natural. It can be concluded that craft beers influence economic aspects by creating ventures in the city regarding this sector, thanks to this trend the brewing culture of the mantans has been changing and the direction it is taking is very encouraging for the craft beer sector.

Keywords:

Craft beer; trend; alcoholic beverage; consumption

ÍNDICE DE CONTENIDO

Introducción	2
Planteamiento del problema.....	4
Pregunta de investigación	7
Objeto de estudio.....	7
Campo de acción.....	7
Variables conceptuales	7
Variable independiente.....	7
Variable dependiente.	7
Variables de operación.....	8
Objetivos.....	9
Objetivo General.....	9
Objetivos Específicos.	9
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.....	10
1.1. Antecedentes.....	10
1.2. Producto gastronómico	13
1.2.1. Definición Producto Gastronómico	13
1.2.2. Importancia de los productos gastronómicos y turísticos.....	13
1.2.3. Diseño de un producto gastronómico y turístico	14
1.3. Cerveza artesanal	15

CAPÍTULO II. MARCO METODOLÓGICO	19
2.1. Tipo de Investigación.....	19
2.1.1. Investigación descriptiva	19
2.1.2. Método y técnica de recolección de datos.....	19
2.1.3. Población y grupo objetivo	20
2.1.4. Determinación del tamaño de la muestra	20
CAPITULO III: RESULTADOS	22
3.1. Resultados de la encuesta	22
Conclusiones	37
Recomendaciones	38
Referencias bibliográficas	39

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 ¿Cuál es su sexo?	22
Tabla 2 ¿Cuál es su edad?	23
Tabla 3 ¿Qué tipo de cerveza consume?	24
Tabla 4 ¿En qué ocasión consume cerveza?	25
Tabla 5 ¿Cada que tiempo consume cerveza artesanal?	26
Tabla 6 ¿Conoce alguna de estas marcas de cerveza artesanal?.....	28
Tabla 7 ¿Cuál de estas marcas de cerveza es su preferida?.....	29
Tabla 8 ¿De qué manera califica el sabor de una cerveza artesanal?.....	31
Tabla 9 ¿Por qué consume cerveza artesanal?	32
Tabla 10 ¿Cómo considera el costo de una cerveza artesanal?.....	33
Tabla 11 ¿En qué lugar acostumbra a comprar cerveza artesanal?	34

Tabla 12 ¿Qué lugares de cerveza artesanal de la ciudad de Manta conoce?	35
Tabla 13 ¿Usted cree que los lugres mencionados anteriormente de cerveza artesanal han influido económicamente en la ciudad de Manta?	36

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 ¿Cuál es su sexo?	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 2 ¿Cuál es su edad?	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 3 ¿Qué tipo de cerveza consume?	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 4 ¿En qué ocasión consume cerveza?	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 5 ¿Cada que tiempo consume cerveza artesanal?	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 6 ¿Conoce alguna de estas marcas de cerveza artesanal?	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 7 ¿Cuál de estas marcas de cerveza es su preferida?	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 8 ¿De qué manera califica el sabor de una cerveza artesanal?	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 9 ¿Por qué consume cerveza artesanal?	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 10 ¿Cómo considera el costo de una cerveza artesanal? ...	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 11 ¿En qué lugar acostumbra a comprar cerveza artesanal? ...	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 12 ¿Qué lugares de cerveza artesanal de la ciudad de Manta conoce?	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico 13 ¿Usted cree que los lugres mencionados anteriormente de cerveza artesanal han influido económicamente en la ciudad de Manta?	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1 Causa y efectos.....	6
-------------------------------	---

Introducción

A Ecuador se lo reconoce como un país pluricultural, diverso en tradiciones y costumbres, desde el inicio de su historia es influyente en su gastronomía. La cerveza desde su introducción ha mantenido una gran acogida, en la actualidad es una bebida tradicional. En el año de 1566 se bebió la primera cerveza artesanal en Quito y en 1887 se logró industrializar esta bebida en Guayaquil gracias a su gran popularidad y aceptación, desde aquel entonces la cerveza ha sido parte de ceremonias, reuniones (entre amigos, familiares, fiestas). (Carvajal & Insuasti, 2015).

La cerveza ha sido uno de los productos que ha evolucionado al pasar los años, y las cervezas industrializadas son muy populares. En la última década ha surgido una nueva tendencia de consumir cervezas artesanales, son de mayor calidad y existen muchas variedades. Detrás de esta bebida existe un maestro cervecero que ha decidido ofrecer un nuevo producto con identidad propia y de buena calidad. La influencia crece cada vez más, como es que una bebida fermentada ha influido tanto en un país, las cervezas artesanales son un aporte a nuestra identidad propia de cervezas ya que algunos maestros cerveceros en el país son de nacionalidad ecuatoriana, estos han tenido la pasión de crear sus propias cervezas.

No obstante, la influencia de la gastronomía no solo encierra el resultado por el degustar nuevos sabores o nuevas experiencias, el verdadero sentido de la gastronomía es su máxima expresión de la humanidad a través de la historia. Experimentar al comer lo descubrió el primer hombre y desde entonces no ha saciado sus conocimientos, no solo es comida o nutrirse de un alimento, es el buscar o mantener el deleite de una preparación por el cual sentirse orgulloso, marcando una tradición y cultura, es la relación del hombre en su entorno cultural, un verdadero fin social culinario llamado gastronomía. (Ferreyra, 2017)

Este estudio culinario tiene sensibilidad a lo desconocido, no por la ausencia de conocimiento si no por la amplia gama que hay en el mundo en aromas, sabores, colores, texturas, y entre otras combinaciones. La tradición, la religión y cultura se involucran para defender a la sostenibilidad culinaria de un lugar, haciendo que el hombre persevere la gastronomía de su localidad, en ocasiones buscar la calidad y excelencia de sus preparaciones y sabores. Una persona puede vivir estudiando gastronomía toda su vida, pero incluso así no lograría conocer todo su contenido por la amplia información existente y desconocida alrededor del mundo.

Además, el presente estudio se divide en cuatro partes, las cuales corresponden de la siguiente manera:

En la primera parte está dada por la introducción, planteamiento y pregunta del problema, así como el objeto de estudio y el campo de aplicación, de igual manera se visualiza las variables con su respectiva descripción el cual se sustenta la investigación.

En el primer capítulo se ha presentado los postulados teóricos que definen la investigación. También se pone de manifiesto los antecedentes de investigaciones previas en la cual se evidencia que ya hay estudio sobre la temática planteada.

En el segundo capítulo se demuestra el desarrollo de la metodología planteada, el cual permite identificar el tipo de investigación en la cual se trabajó como también los métodos y técnicas que permitió recabar la información necesaria y su posterior análisis.

Finalmente, en el tercer capítulo, luego de recoger la información, se procedió a analizar dicha información y después presentarla como resultados para definir las conclusiones y que propone la investigación como recomendación.

Planteamiento del problema

La cerveza es una de las bebidas más antiguas del mundo, registrándose los primeros signos de su existencia alrededor del año 4000 AC en Sumeria (Mesopotamia), considerando que fue allí cuando comenzaron a fermentarse granos como la cebada, que luego dieron origen a la mencionada bebida. A través del paso del tiempo, fue expandiéndose y modificando su proceso de elaboración (Costanzo, 2015).

En América Latina la cerveza se convirtió en una de las bebidas de mayor aceptación, y se pronostica un crecimiento del consumo per cápita para los próximos años, sobre todo para el segmento de cervezas premium y artesanales, que apuntan a las nuevas

exigencias del consumidor en cuanto a calidad y sabor. En Argentina, la cerveza lidera el mercado de bebidas alcohólicas, ya que el consumo per cápita es ampliamente superior respecto a otras bebidas. la venta de cerveza por litro, prácticamente, se triplicó (Barreiro, 2021).

La influencia de la gastronomía, En la ciudad de Guayaquil no solo encierra el resultado por el degustar nuevos sabores o nuevas experiencias, el verdadero sentido de la gastronomía es su máxima expresión de la humanidad a través de la historia.

Experimentar al comer lo descubrió el primer hombre y desde entonces no ha saciado sus conocimientos, no solo es comida o nutrirse de un alimento, es el buscar o mantener el deleite de una preparación por el cual sentirse orgulloso, marcando una tradición y cultura, es la relación del hombre en su entorno cultural, un verdadero fin social culinario llamado gastronomía (Cristhian Chiquito, 2018).

El arte culinario tiende a la sensibilidad a lo desconocido, no por la ausencia de conocimiento si no por la amplia gama que hay en el mundo en aromas, sabores, colores, texturas, y entre otras combinaciones. La tradición, la religión y cultura se involucran para defender a la sostenibilidad culinaria de un lugar. En el caso de la cerveza en dicha ciudad ha sido uno de los productos que ha evolucionado al pasar los años, y las cervezas industrializadas son muy populares. En la última década ha surgido una nueva tendencia de consumir cervezas artesanales, son de mayor calidad y existen muchas variedades. Detrás de esta bebida existe un maestro cervecero que ha decidido ofrecer un nuevo producto con identidad propia y de buena calidad.

Causas y Efectos

■ Efectos

■ Causas

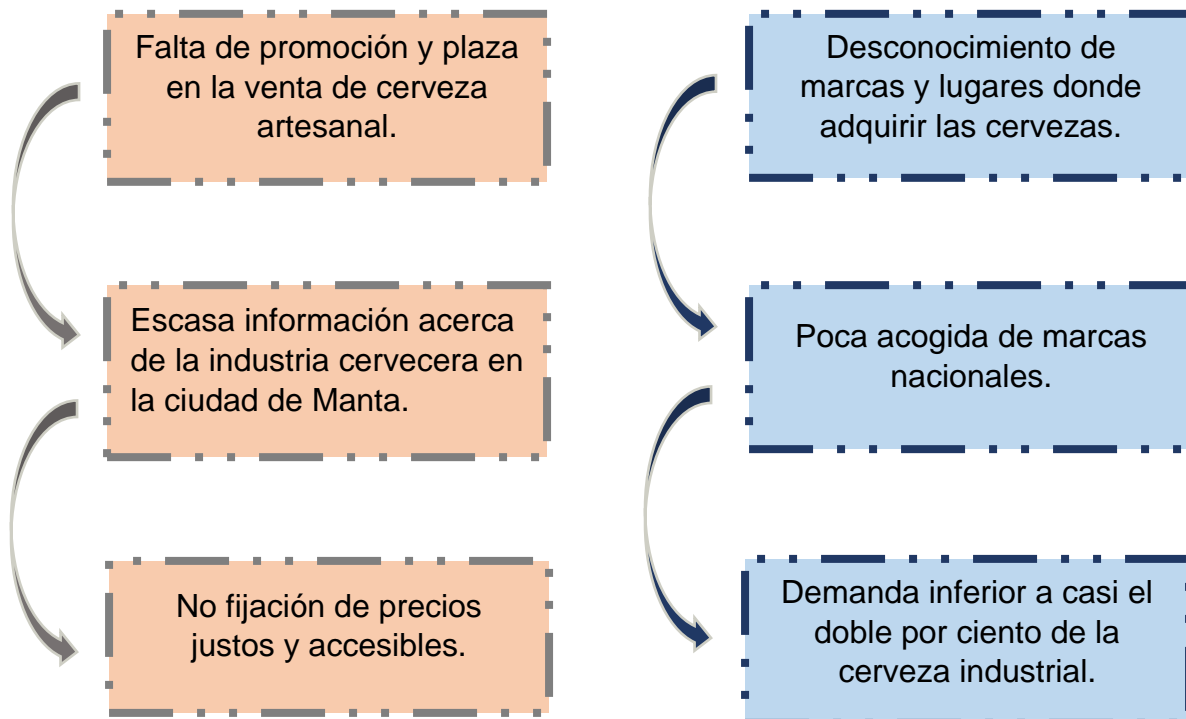


Figura 1 Causa y efectos

Fuente: (Carrera & Vélez, 2018)

Pregunta de investigación

En base a lo planteado anteriormente se establece la siguiente problemática:

¿De qué manera influye el consumo de las cervezas artesanales en los aspectos económicos, culturales y culinarios, en la ciudad de Manta?

Objeto de estudio

Consumo de cerveza artesanal e industrial de la ciudad de Manta.

Campo de acción

Consumidores de cervezas artesanales y su influencia en los aspectos económicos, culturales y culinarios, en la ciudad de Manta.

Variables conceptuales

Variable independiente.

El estudio de la cerveza artesanal

Variable dependiente.

Conocer el aporte económico, cultural y culinario en la ciudad de Manta

Variables de operación.

Variable motivacional de localismo

Priorizar la cerveza artesanal local por encima del industrial posicionamiento.

Ayudar a la economía local a través del consumo de cerveza artesanal.

Experimentar el sentido de comunidad que este provee.

Mantenerse en contacto con la comunidad local.

Motivaciones de empuje-arrastre

Probar nuevas cervezas artesanales (promoción).

Disfrutar del entretenimiento asociado (productores, promoción y enganche).

Relajarse por un día (opción recreativa).

Liberar el estrés.

Ayudar a unir a la familia (como producto de consumo en eventos íntimos familiares).

Compartir con amigos y/o familia.

Motivaciones de norma subjetiva

Visitar un lugar recreativo de expendio de cerveza artesanal, sea por estar posicionada la marca o por recomendación.

Objetivos

Objetivo General

Determinar el consumo de las cervezas artesanales y su influencia en los aspectos económicos, culturales y culinarios, en la ciudad de Manta.

Objetivos Específicos

1. Determinar el posicionamiento de las cervezas artesanales en los consumidores de este tipo de bebida en los bares y restaurantes de la ciudad de Manta.
2. Identificar las marcas de cervezas artesanales que se expenden en los centros de distribución de mayor afluencia en la ciudad Manta.
3. Indagar el aporte económico que ha tenido la ciudad de Manta con la comercialización de cervezas artesanales.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes

De acuerdo con González (2017), menciona que en la actualidad se estima que existe alrededor de 10.000 fábricas de cervezas artesanales alrededor de todo el mundo, cabe mencionar que el mayor número se localiza en Estados Unidos y Europa que corresponde al 86%, además también se encuentran los países latinoamericanos encabezados por Brasil, Argentina y México, seguidos de Venezuela, Chile y Ecuador.

Es importante mencionar que al ser esta bebida considerada refrescante y milenaria su consumo perdura e incluso incrementa. Independientemente del estrato social, edad y sexo; ya que estos son factores que se los categoriza para obtener resultados como: tipos de cerveza, calidad y nivel de consumo.

A nivel del Ecuador la industria cervecera ha tenido un incremento continuo y al igual que en otros países la diferencia de consumo entre la industrial y artesanal es notorio, pese al gran crecimiento en porcentaje de ingesta de esta bebida no está absuelta de presentar

problemas, sugerir mejoras en la calidad, mercado y promoción; incluso la internacionalización de ciertas marcas de cervezas del país (Moyano, 2017).

Según Pallero (2022), indica que en nuestro País la mayoría de los negocios de cerveza artesanal se encuentra en Quito y en Guayaquil, generan 1200 empleos directos y unos 2200 indirectos, este sector de cerveza artesanal se encuentra clasificada en cuatro grupos importante en nuestro país: cervecería artesanal, industrial a pequeña escala, mediana y gran escala. La cerveza industrial está concentrada en una sola empresa “Cervecería Nacional” que tiene el 95% de consumo en las personas, con una producción de 100 litros de cerveza. En cambio, la cerveza artesanal produce 250 y 8000 litros al mes, con una participación del 0,59 en el mercado nacional.

En una tesis elaborada por Nonura (2020), la autora abordó como problemática el escaso desarrollo de estándares que guíen las operaciones a corto, mediano y largo plazo, así como la falta de una estructura administrativa que permita establecer metas y objetivos organizacionales, lo que provoca limitaciones en la gestión del objeto de estudio, lo que ocasiona que los productos de esta microempresa no se posicionen en el mercado y por ende afectando el rendimiento de la misma, por tal razón el objetivo de esta tesis es determinar la importancia del Benchmarking en los emprendimientos del cantón Jipijapa, caso de estudio microempresa de cervecería artesanal “Tribu Xipixapa”, los métodos utilizados fueron: método exploratorio, analítico sintético y bibliográfico, permitiendo fortalecer científicamente el trabajo y los procesos a seguir, así mismo se aplicaron técnicas para recolectar la información, la entrevista destinada al dueño del

emprendimiento y encuesta a los consumidores. Finalmente, se identificó que “Tribu Xipixapa” inició sus actividades económicas de manera empírica, es decir, sin establecer de manera documental un estudio del producto, por lo tanto, no cuenta con una estructura administrativa que le permita establecer una visión a futuro, lo cual ayude al posicionamiento del producto en el mercado, se planteó como propuesta planificación estratégica para la implementación del benchmarking en la microempresa de estudio, cuyo propósito se basa en hacer comparaciones a los procesos con empresas que desarrollen las misma actividad productiva.

Por otro lado, en un trabajo elaborado por Ferrín & Pinargote (2019) dieron a conocer un proyecto de inversión que les permita un emprendimiento en la zona de Manta, la fabricación de cerveza artesanal desde su elaboración hasta su producción y consumo, con sabores suaves para una cerveza rubia, y amarga para una cerveza más densa una cerveza morena con notas delicadas de roble en todas y cada una de ellas ya que serán envejecidas en barriles de robles. Para elaborar dicho proyecto se elaboraron distintos planes de trabajo que permitieron disminuir riesgos a la hora de implementarlo y ponerlo en marcha, buscando proporcionar un producto de alta calidad y satisfacer al cliente consumidor, por ello evaluaron y clasificaron cada uno de la materia prima a utilizarse.

1.2. Producto gastronómico

1.2.1. Definición Producto Gastronómico

Según Montecinos (2020) menciona que el producto gastronómico “Es un conjunto de productos, servicios, experiencias e inspiraciones gastronómicas materiales e inmateriales en itinerarios, *tours*, circuitos, rutas... en regiones geográficas, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las expectativas de manera prioritaria y complementaria como principal motivo de desplazamiento del turista, es un producto compuesto que debe ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: mercados, productos, atracciones y actividades, alojamiento, infraestructura interna y externa, estructura o equipamiento y superestructura.”

1.2.2. Importancia de los productos gastronómicos y turísticos

Los productos gastronómicos y turísticos integrados son la esencia para las ventas y plan de mercadotecnia de un destino de turismo gastronómico, ya que son el componente principal de la interacción de la oferta (bienes y servicios) y demanda (consumidores), para integrar paquetes gastronómicos y turísticos finales con transporte, hospedaje, intermediación, alimentación, información, visitas de recreación, acompañamiento, servicios de sanidad, que tienen como fin la práctica de actividades con animación turística profesional en un entorno diferente al habitual que motivan el desplazamiento de viajeros, los cuales pueden ser comercializados por plataformas,

centrales de reservas, guías de turismo y agencias de viajes locales, aplicaciones tecnológicas (apps), redes sociales (Instagram, Facebook, Twitter, entre otras) y a través de los canales de distribución nacionales e internacionales, que también fijan el precio para que el turismo gastronómico potencial pueda vivir una experiencia gastronómica inspiradora e integral. Montecinos (2022)

1.2.3. Diseño de un producto gastronómico y turístico

Para el diseño de un producto gastronómico y turístico lo más importante es identificar el inventario geográfico y patrimonio gastronómico y turístico cultural, natural, inmaterial y mixto, en la dimensión espacial ecológica, social por usos y costumbres, geopolítica, patrimonio cultural y/o turística de un sitio, comunidad, localidad, región, país o continente(s).

En el caso del patrimonio gastronómico cultural se debe considerar el patrimonio colectivo, que para las comunidades receptoras es el más importante, pues lo identifican, reconocen y delimitan geográficamente por usos y costumbres como propio por derecho, al cual se deben sumar posteriormente los reconocimientos nacionales (ejemplo Patrimonio Cultural de la Nación en Colombia) e internacionales como la UNESCO (listas del Patrimonio Mundial Material, Natural, Paisaje Cultural, Inmaterial, Mixto, Reservas de la Biosfera y Geoparques Mundiales).

La complejidad de la situación actual ha repercutido profundamente en la manera de percibir la experiencia del viaje por el turista, quien antepone incluso al disfrute, la responsabilidad de aportación a la sociedad local y el consumo justo de los productos elaborados por los artesanos agrícolas en el caso de la alimentación en el destino.

Al hablar de gastronomía, no solo hablamos del disfrute de los sentidos, status o de satisfacer necesidades básicas de alimentación, salud o nutrición, hablamos de las raíces culturales de los pueblos, integración de la sociedad y de un soporte económico importante para ese micro, pequeño y mediano productor artesanal quien en la mayoría de los casos es el menos beneficiado al no contar con los recursos, conocimientos u apoyos necesarios que le permitan competir o al menos integrarse de manera digna a la oferta y demanda del mercado.

Las bondades del turismo pueden beneficiarle mediante la creación de rutas gastronómicas en sus diversas modalidades de agroturismo, rural, orgánico, artesanal e industrial responsable entre otros.

1.3. Cerveza artesanal

1.3.1. Definición

La historia de la cerveza se remonta a varios milenios atrás, probablemente los prehistóricos ya elaboraban esta bebida, aunque los primeros registros que se tienen son de la antigua Mesopotamia. Actualmente las tendencias en elaboración de cerveza están muy encaminadas hacia estilos más tradicionales elaborados de forma artesanal.

La cerveza es una bebida milenaria, con inicios en Mesopotamia, que se expandió por todo el mundo a través de los tiempos. Hoy en día, y con una fuerte historia y trayectoria en países europeos como Bélgica y Alemania, entre otros, y con diversificación en aroma y sabores, ha contagiado a países como Estados Unidos donde, partir de la década de los 80, han emergido un sin número de cervecerías artesanales.

En Latinoamérica, las cervecerías artesanales empezaron a surgir con fuerza a inicios del año 2000, mientras que, en Ecuador, la apertura a este nuevo producto ha empezado a desarrollarse en el 2012, con cervecerías artesanales que buscan satisfacer el gusto por la variedad de estilos y sabores de esta tendencia mundial Santana (2017)

Actualmente la cerveza artesana está cogiendo mucho impulso. Tras unas décadas en las que las cervezas industriales del tipo lager dominaban, en los últimos diez años han aparecido gran cantidad de pequeñas cervecerías artesanales que han permitido a los cerveceros probar nuevos estilos ya olvidados y refinar su paladar de forma que ha aumentado y mejorado el gusto y la exigencia de los clientes. Hoy en día las grandes cerveceras han visto que estaban perdiendo cuota de mercado y cada vez están sacando más estilos de cerveza al mercado.

Con este bum de las cervezas artesanales se ha extendido rápidamente el mundo la elaboración de la cerveza casera. Se pueden encontrar gran variedad de kits e ingredientes en el mercado y actualmente hay gran cantidad de posibilidades para la elaboración, pudiendo reproducir en casa casi cualquier estilo. Algunos de los más intrépidos siguen escribiendo la historia de la cerveza experimentando con nuevos ingredientes y elaborando estilos nunca antes vistos. Sánchez (2019)

1.3.2. Los beneficios de la cerveza artesanal

Si además de poder decir que la cerveza artesana está muy buena, también se puede decir que tiene un montón de beneficios para nuestra salud. Y es que tenemos que dejar claro que no estamos hablando de refrescos industriales ni otro tipo de bebidas, sino de cervezas elaboradas artesanalmente que, consumidas con cierta moderación, causa en nuestro organismo muchísimos beneficios.

Hay que dejar claro también que cuando se habla de una cerveza artesanal nos referimos a una cerveza 100% artesanal, sin pasteurizar, ni que hayan sido sometidas a un proceso industrial. Y es que, gracias a su delicioso y refrescante sabor, se convertirá en tu mayor aliada en estos tiempos de calor. Pues bien, os dejamos un gran listado de los beneficios que presenta el beber cerveza artesana.

1.3.3. Cerveza Artesanal - Economía

El impacto de la agroindustria cervecera es a escala transversal y nacional. Durante el 2020, la inversión realizada por sector alcanzó los 11.500 millones y, desde 2008 hasta 2019, la generación de puestos de trabajo formales se ubicó a un ritmo promedio de 2,82% anual; con un 80% del empleo en el interior del país.

El crecimiento del número de marcas se debe al ingreso de nuevos competidores, y principalmente a los cambios de hábitos de consumo. Por las restricciones y la reducción de aforo, además del cierre de bares y restaurantes, las personas optaron por las cervezas artesanales envasadas, ya que se pueden consumir en casa. Otro cambio

que ha experimentado la demanda de cervezas artesanales es la priorización de los sabores.

En medio de la pandemia los ingresos del sector de cerveza artesanal cayeron hasta un 80%, por las restricciones de movilidad y aforo. Pero, con la aceleración del proceso de vacunación y la reactivación económica eso ha cambiado. “La demanda de las cervecerías llegó al máximo, por lo que se puede decir que casi se ha recuperado los niveles de producción prepandemia. La demanda que más se ha incrementado es la de Guayaquil, Quito y Manta. Eso se explica porque el consumo masivo se ha recuperado más en la región Costa, según la consultora de mercado Kantar. Si se ve el detalle del ticket de consumo masivo de la Costa, la cerveza figura como uno de los productos que más se recupera. La reactivación económica y el impulso del turismo han derivado en la llegada de más inversión en las cervecerías artesanales. Esa llegada de más capitales ha hecho que las cervecerías artesanales evalúen exportar sus bebidas en Latinoamérica. Entre los destinos que son atractivos para este sector figuran: Argentina, México, Panamá, Costa Rica, Colombia y Perú.

CAPÍTULO II. MARCO METODOLÓGICO

La dedicación de este proyecto se basa en el análisis gastronómico, económico, cultural tomando en consideración la preferencia de consumo de cerveza artesanal y su importancia en la ciudad de Manta.

En la presente investigación se considerará el método cuantitativo que permite medir o proporcionar algún objeto, suceso, o fenómeno, asociada con cantidad. Mediante este método se obtiene reducción de variantes en el sector social, agrupando indicadores.

También se va a utilizar el método cualitativo que se va a obtener resultados específicos no generalizados para detallar las propiedades o cualidades, de un objeto, fenómeno estudiado, en este caso la cerveza artesanal.

2.1. Tipo de Investigación

2.1.1. Investigación descriptiva

Es el método o técnica que se va a utilizar con la finalidad de recoger o analizar datos, para en lo posterior describir por medio de gráficas y análisis.

2.1.2. Método y técnica de recolección de datos

La técnica de entrevista y encuesta es la que se va a aplicar en la presente investigación. Con la técnica de entrevista se pretende conocer la opinión de personajes específicos y especializados en el tema de interés, y mediante la técnica de encuesta obtener información de consumidores de bebidas alcohólicas de la ciudad de Manta.

2.1.3. Población y grupo objetivo

El grupo objetivo se ha definido a maestros cerveceros de la ciudad de Manta con microempresas de cervezas artesanales existentes dentro de la misma ciudad, con el propósito de conocer sus puntos de vista de cómo ha estado influyendo esta bebida.

2.1.4. Determinación del tamaño de la muestra

Para determinar el tamaño de la muestra se usa los datos actualizados obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). Según el INEC (2010) el cantón cuenta con 226.477, cifra el cual se le calculó un porcentaje del 2 % que representa a la población aproximada consumidora de bebidas alcohólicas en la provincia Manabí, obteniendo un resultado final de 4.529 habitantes consumidores de bebidas alcohólicas, que son el tamaño de muestra a estudiar, a esta cifra final se aplica la fórmula para el cálculo de la muestra de población finita, que permitirá encontrar el tamaño de encuestas que se necesitará en nuestra investigación.

La fórmula para calcular la muestra finita se puede aplicar cuando conocemos el total de la población que deseamos estudiar.

Cálculo del tamaño de la muestra:

$$n = (Z^2 * \sigma^2 * N) / e^2 * (N - 1) + Z^2 * \sigma^2$$

n = Tamaño de la muestra

N = Tamaño de la población

σ = Desviación estándar de la población, como no se tiene su valor, se utiliza un valor constante de 0,50

Z = El valor más común es del 1,96 que equivale al 95% de confianza

e = Límite aceptable de error muestral. Generalmente se usa un valor entre 1% (0,01) al 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador. Se usará un valor del 5%

Una vez reemplazados los valores queda:

$$N = 4529$$

$$\sigma^2 = 0,50$$

$$Z^2 = 1,96^2 \quad e^2 = 5\% (0,05)$$

$$n = 1,96^2 * 0,5^2 * 4529 / 0,05^2 (4529 - 1) + 1,96^2 * 0,50^2$$

La muestra final es de 354,2 habitantes, el cual se redondea a 354 encuestas a realizar.

CAPITULO III: RESULTADOS

En este apartado se detalla las respuestas obtenidas mediante la aplicación de los instrumentos, además se incluye el análisis de los datos y conclusiones.

3.1. Resultados de la encuesta

La información recabada se ubica en el siguiente enunciado

Tabla 1 ¿Cuál es su sexo?

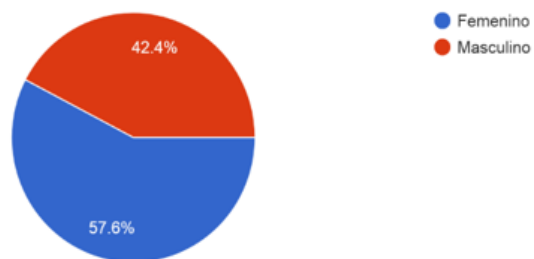
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Femenino	204	57.6%
Masculino	150	42.4%
TOTAL	354	100 %

Gráfico 1

¿Cuál es su sexo?

¿Cuál es su sexo?

354 respuestas



Nota. El gráfico representa los porcentajes de mayor consumo por género.

Análisis y resultados

De acuerdo a la tabla #1, se determina el sexo del consumidor de bebidas alcohólicas, apoyado en los resultados obtenidos de acuerdo a la encuesta aplicada el 57.6% corresponde al sexo femenino, mientras que el 42.4% pertenece al sexo masculino. Por lo tanto, se deduce que el sexo masculino adquiere más bebidas alcohólicas.

Tabla 2 ¿Cuál es su edad?

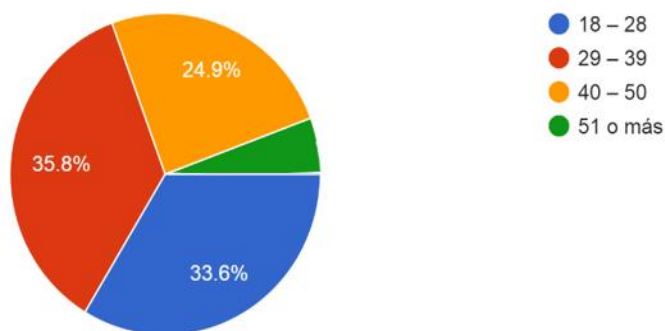
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 – 28	119	33.6 %
29 – 39	127	35.8 %
40 – 50	88	24.9 %
51 o más	20	5.7 %
TOTAL	354	100 %

Gráfico 2

¿Cuál es su edad?

¿Cuál es su edad?

354 respuestas



Nota. El gráfico representa los porcentajes de rangos de edad de consumo.

Análisis y resultados

De acuerdo a la encuesta realizada, el 33.6% corresponde a la edad de 18 a 28 años, el 35.8% pertenece a la edad de 29 a 39 años, el 24.8% representa a la edad de 40 a 50 años y el 5.7% concierne a la edad de 51 o más, por lo tanto la edad que sobresale y el público que adquiere es la edad de 18 a 28 años, es decir son aquellos frecuentemente consume bebidas alcohólicas.

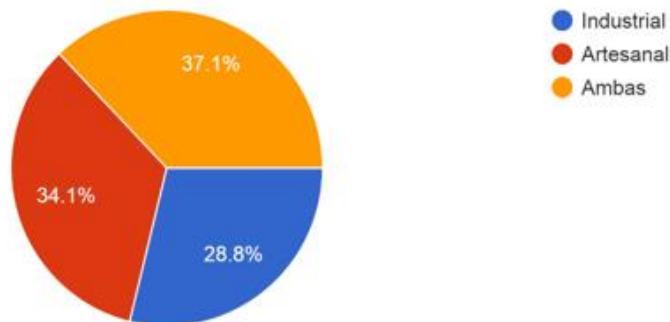
Tabla 3 ¿Qué tipo de cerveza consume?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Industrial	102	28.8 %
Artesanal	121	34.1 %
Ambas	131	37.1 %
TOTAL	354	100 %

Gráfico 3

¿Qué tipo de cerveza consume?

¿Qué tipo de cerveza consume?
354 respuestas



Nota. El gráfico representa los porcentajes del tipo de cerveza más consumida.

Análisis y resultados

De acuerdo con la encuesta realizada el 28.8% el indica que consume cerveza industrial, el 34.1% menciona que consume cerveza artesanal y el 37.1% expresa que consume ambas, por lo tanto, se deduce ambas cervezas tiene acogida en el mercado, sin embargo, la cerveza artesanal, tiene gran aceptación.

Tabla 4 ¿En qué ocasión consume cerveza?

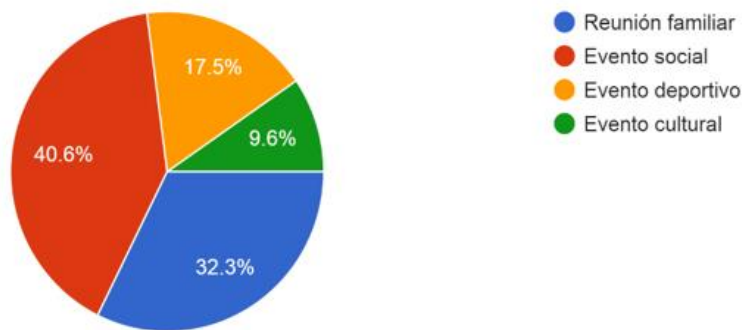
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Reunión familiar	114	32.3 %

Evento social	144	40.6 %
Evento deportivo	62	17.5 %
Evento cultural	34	9.6%
TOTAL	354	100 %

Gráfico 4

¿En qué ocasión consume cerveza?

¿En qué ocasión consume cerveza?
354 respuestas



Nota. El gráfico representa los porcentajes de las ocasiones en que se consume la cerveza.

Análisis y resultados

De la encuesta ejecutada se obtiene como resultado que el 32.3% consume cerveza en reuniones familiares, el 40.6% indica que, en evento social, el 17.50% menciona que en evento deportivo y el 9.6% expresa que, en evento cultural, por lo tanto, se deduce que las personas mayormente consumen en eventos sociales.

Tabla 5 *¿Cada que tiempo consume cerveza artesanal?*

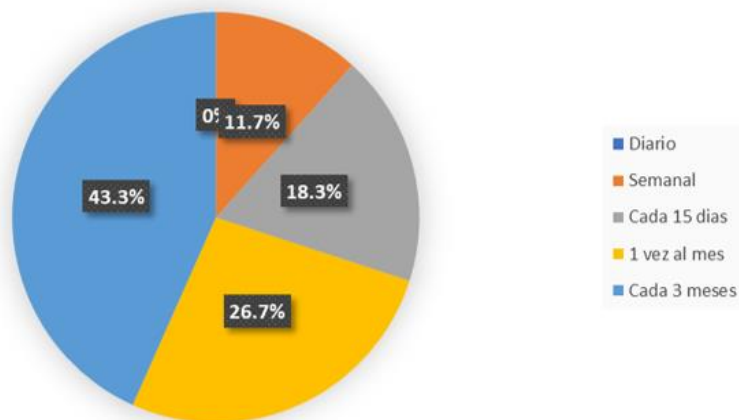
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Diario	0	0 %

Semanal	41	11.7 %
Cada 15 días	65	18.3 %
1 vez al mes	95	26.7 %
Cada 3 meses	153	43.3 %
TOTAL	354	100 %

Gráfico 5

¿Cada que tiempo consume cerveza artesanal?

¿Cada que tiempo consume cerveza artesanal?
354 respuestas



Nota. El gráfico representa los porcentajes del tiempo de consumo de la cerveza artesanal.

Análisis y resultados

De acuerdo a la encuesta realizada el 0% menciona que diariamente consume cerveza artesanal, el 11.7% indica que semanal, el 18.3% expresa que cada 15 días, el 26.7% señala que una vez al mes y el 43.3 % revela que cada tres meses, por lo tanto, mayormente las personas consumen cerveza artesanal cada tres semana, debido a que la adquiere en eventos sociales.

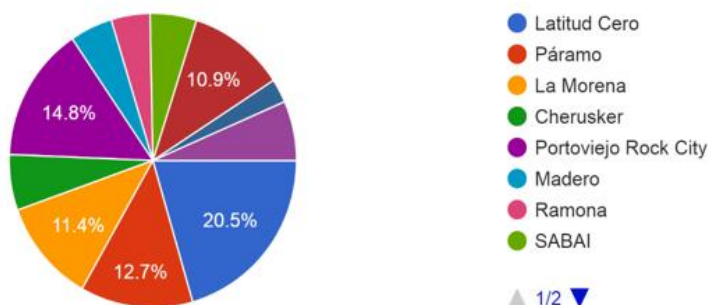
Tabla 6 ¿Conoce alguna de estas marcas de cerveza artesanal?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Latitud Cero	73	20.5 %
Páramo	45	12.7 %
La Morena	40	11.4 %
Cherusker	22	6.1 %
Portoviejo Rock City	52	14.8 %
Madero	17	4.8 %
Ramona	16	4.4 %
SABAI	18	5.2 %
Umiña	39	10.9 %
Frigga	9	2.6 %
Ninguna	23	6.6 %
TOTAL	354	100 %

Gráfico 6

¿Conoce alguna de estas marcas de cerveza artesanal?

¿Conoce alguna de estas marcas de cerveza artesanal?
354 respuestas



Nota. El gráfico representa los porcentajes de las marcas de cerveza artesanal más conocidas.

Análisis y resultados

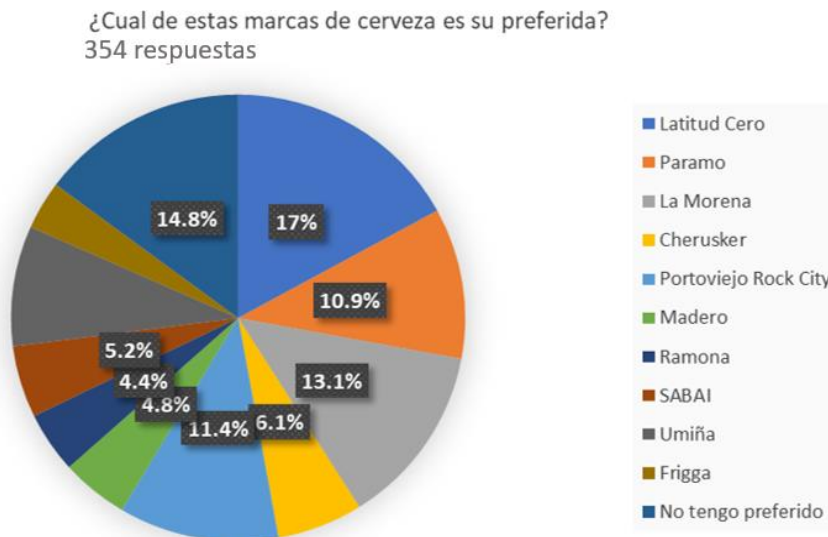
De acuerdo a la encuesta realizada el 20.5% menciona que conoce de la marca de cerveza artesanal Latitud Cero, el 12.7% el Páramo, el 11.4% La Morena, el 6.1% Cherusker, el 14.8% Portoviejo Rock City, el 4.8% Madero, el 4.4% Ramona, el 5.2% SABAI, el 10.9% Umiña, el 2.6% Frigga y el 6.6% ninguna. Por lo tanto, se deduce que la cerveza más reconocida y adquirida es Portoviejo Rock City.

Tabla 7 ¿Cuál de estas marcas de cerveza es su preferida?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Latitud Cero	60	17 %
Páramo	39	10.9 %
La Morena	46	13.1 %
Cherusker	22	6.1 %
Portoviejo Rock City	40	11.4 %
Madero	17	4.8 %
Ramona	16	4.4 %
SABAI	18	5.2 %
Umiña	31	8.7 %
Frigga	12	3.5 %
No tengo preferida	52	14.8 %
TOTAL	354	100 %

Gráfico 7

¿Cuál de estas marcas de cerveza es su preferida?



Nota. El gráfico representa los porcentajes de las marcas mas preferidas por los consumidores.

Análisis y resultados

De acuerdo a la encuesta realizada el 17% menciona que conoce de la marca de cerveza artesanal Latitud Cero, el 10.9% el Páramo, el 13.1% La Morena, el 6.1% Cherusker, el 11.4% Portoviejo Rock City, el 4.8% Madero, el 4.4% Ramona, el 5.2% SABAI, el 8.7% Umiña, el 3.5% Frigga y el 14.8% no tiene preferencia. Se deduce que los consumidores no tienen preferencia definida sobre alguna cerveza artesanal.

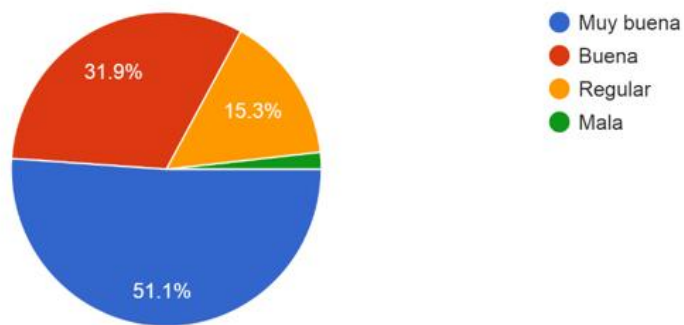
Tabla 8 ¿De qué manera califica el sabor de una cerveza artesanal?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy buena	181	51.1 %
Buena	113	31.9 %
Regular	54	15.3 %
Mala	6	1.7 %
TOTAL	354	100 %

Gráfico 8

¿De qué manera califica el sabor de una cerveza artesanal?

¿De qué manera califica el sabor de una cerveza artesanal?
354 respuestas



Nota. El gráfico representa los porcentajes de como los consumidores califican el sabor de la cerveza artesanal.

Análisis y resultados

De acuerdo con la encuesta realizada el 51.1% califica que el sabor de la cerveza artesanales muy buena, el 31.9% buena, el 15.3% regular y el 1.7% mala. Por lo tanto, los consumidores consideran que el sabor de la cerveza artesanal es aceptable para su paladar.

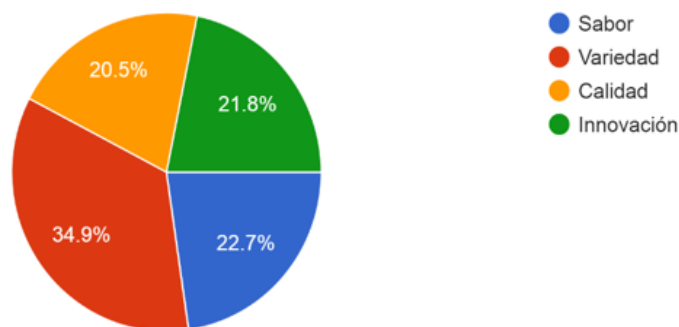
Tabla 9 ¿Por qué consume cerveza artesanal?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sabor	80	22.7 %
Variedad	124	34.9 %
Calidad	73	20.5 %
Innovación	77	21.8 %
TOTAL	354	100 %

Gráfico 9

¿Por qué consume cerveza artesanal?

¿Por qué consume cerveza artesanal?
354 respuestas



Nota. El gráfico representa los porcentajes del porque se consume la cerveza artesanal.

Análisis y resultados

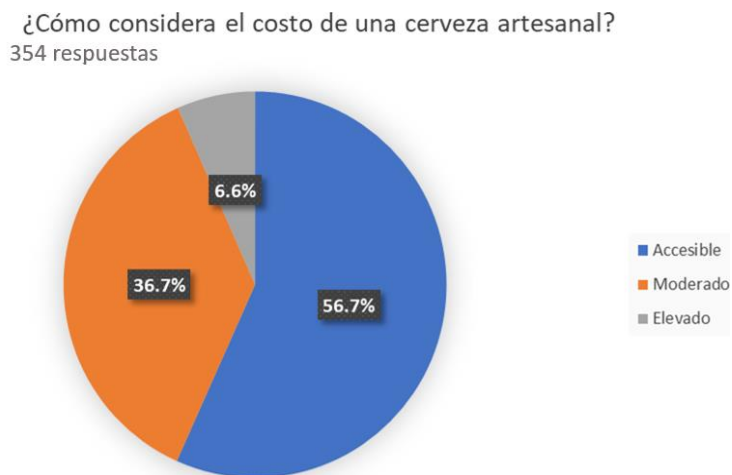
De acuerdo con la encuesta realizada se obtiene como resultado que el 22.7% consume cerveza artesanal por su sabor, el 34.9% por la variedad, el 20.5% por la calidad y el 21.8% por la innovación. Por lo que el consumidor se siente atraído por la variedad, más que su sabor y también por la innovación artesanal.

Tabla 10 ¿Cómo considera el costo de una cerveza artesanal?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Accesible	201	56.7 %
Moderado	130	36.7 %
Elevado	23	6.6 %
TOTAL	354	100 %

Gráfico 10

¿Cómo considera el costo de una cerveza artesanal?



Nota. El gráfico representa los porcentajes de como consideran los consumidores el costo de la cerveza artesanal.

Análisis y resultados

De acuerdo con la encuesta realizada se obtiene como resultado el 56.7% considera que el costo de la cerveza artesanal es accesible al bolsillo del consumidor, el 36.7% indica que es moderado y el 6.6% menciona que es elevado. Sin embargo, la mayor parte acepta el costo.

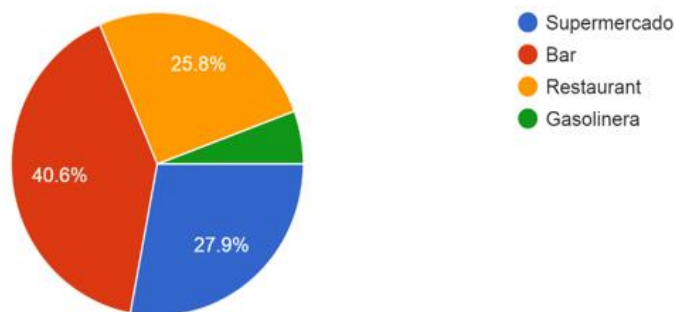
Tabla 11 ¿En qué lugar acostumbra a comprar cerveza artesanal?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Supermercado	99	27.9 %
Bar	144	40.6 %
Restaurant	91	25.8 %
Gasolinera	20	5.7 %
TOTAL	354	100 %

Gráfico 11

¿En qué lugar acostumbra a comprar cerveza artesanal?

¿En qué lugar acostumbra a comprar cerveza artesanal?
354 respuestas



Nota. El gráfico representa los porcentajes de los lugares donde acostumbran a comprar los consumidores la cerveza artesanal.

Análisis y resultados

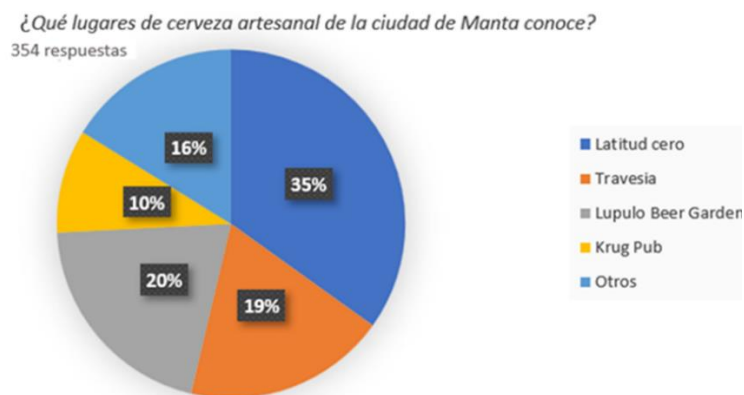
De acuerdo con la encuesta realizada se obtiene como resultado que el 27.9% adquiere la cerveza artesanal en supermercados, el 40.6% en bar, el 25.8% en restaurant y el 5.7% en la gasolinera. Por lo tanto, la cerveza artesanal es comprada frecuentemente en bares, por los consumidores, puesto que habitualmente asiste a sus eventos sociales.

Tabla 12 ¿Qué lugares de cerveza artesanal de la ciudad de Manta conoce?

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Latitud cero	124	34.9 %
Travesía	67	18.8 %
Lúpulo Beer Garden	73	20.5 %
Krug Pub	34	9.6 %
Otros	57	16.2 %
TOTAL	354	100 %

Gráfico 12

¿Qué lugares de cerveza artesanal de la ciudad de Manta conoce?



Nota. El gráfico representa los porcentajes de los lugares mas conocidos de cerveza artesanal en la ciudad de Manta.

Análisis y resultados

De acuerdo con la encuesta realizada se obtiene como resultado el 34.9 % conoce el punto de venta de cerveza artesanal en la ciudad de Manta Latitud cero, el 18.8% corresponde a la Travesía, el 20.5% concierne a Lúpulo Beer Garden, el 9.6% indica Krug Pub y el 16.2% pertenece a otros. Por lo tanto, los sitios que los consumidores frecuenta es latitud cero y Lúpulo Beer Garden.

Tabla 13 ¿Usted cree que los lugares mencionados anteriormente de cerveza artesanal han influido económicamente en la ciudad de Manta?

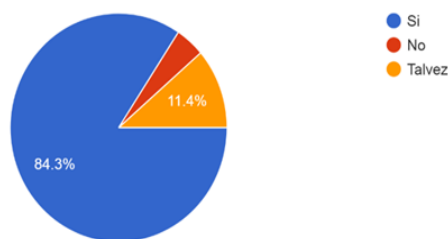
RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	298	84.3 %
No	40	11.4 %
Tal vez	16	4.4 %
TOTAL	354	100 %

Gráfico 13

¿Usted cree que los lugares mencionados anteriormente de cerveza artesanal han influido económicamente en la ciudad de Manta?

¿Usted cree que los lugares mencionados anteriormente de cerveza artesanal han influido económicamente en la ciudad de Manta?

354 respuestas



Nota. El gráfico representa los porcentajes en donde los consumidores determinan su parecer en cuanto los lugares que más han influido económicamente en la ciudad de Manta.

Análisis y resultados

De acuerdo con la encuesta realizada se obtiene como resultado el 84.3% corresponde que los lugares anteriormente mencionados en la pregunta 12, si aporta a la economía de la Ciudad de Manta, el 11.4% indica que no y el 4.4% señala que tal vez. Por lo tanto, la comercialización la cerveza artesanal si influyen al movimiento económico de la ciudad, por ende, su aporte es positivo.

Conclusiones

- El estudio gastronómico de la cerveza artesanal se identificó una aceptación a nivel social, cultural y culinario, logrando un posicionamiento en bares de cerveza artesanal como Latitud cero, La Travesía, Lúpulo Beer Garden, Krug Pub, donde puedan degustar las distintas marcas de cerveza artesanal, dándole un plus social, moderno e innovador en el ámbito gastronómico a la ciudad de Manta.
- Las marcas de cerveza artesanal más consumidas en los bares de cerveza artesanal según las encuestas arrojadas son Portoviejo Rock City, Latitud Cero, Cherusker, seguido también de la cerveza Ramona y Umiña que son netamente producidas en la ciudad de Manta.
- El aporte económico que le ha dado la cerveza artesanal a la ciudad de Manta, ha sido muy significativo ya que le han dado otro giro de lo que es solo la cerveza

artesanal, donde han sabido sacar su máximo potencial de lo que es este producto en los distintos bares y restaurantes, donde no solo se produce, también se comercializa y se consume, logrando un aporte económico superior de cómo se consumía antes dentro de la ciudad , donde ahora los consumidores ya tienen sus lugares preferidos y de buena acogida para consumir de las distintas marcas de cerveza artesanal.

Recomendaciones

- Se recomienda que el Ministerio de Turismo le dé más cabida al sector cervecero artesanal, para mejorar su nivel de productividad y su aporte turístico que conlleva tener este negocio y las distintas marcas que se manejan los bares y restaurantes que la expiden.
- Dada las encuestas el 14.8% menciona que aún no tienen una cerveza artesanal favorita o incluso no les agrada este producto, por ello se recomienda aprovechar la calidad la cerveza artesanal, introduciéndolas en el mercado a través de degustaciones en lugares de elevada concurrencia pública, participando en ferias de productos gourmet, realizando visitas guiadas a sus plantas de producción y así entregar al cliente un producto diferente y variado.

- Se recomienda crear y fortalecer asociaciones de productores artesanales, que representen a los productores en las cámaras de comercio, que promueva la inclusión de los productores en las definiciones regulatorias y posicionando a la industria como unas de las de mayor crecimiento, que necesita un tratamiento diferenciado con el principal competidor las cervezas industriales.
- Se recomienda que el Gobierno quite los impuestos que enfrentan los cerveceros artesanales ya que son altos los costos de los impuestos donde en el Ecuador no se produce malta, ni lúpulo ni cebada cervecera, y existen aranceles altos para importar estos materiales primordiales para la producción de cerveza.

Referencias bibliográficas

- Barreiro, P. (10 de Noviembre de 2021). *Forbes EC*. Obtenido de Forbes EC: <https://www.forbes.com.ec/negocios/de-irlanda-argentina-primera-vez-cerveza-guinness-producira-sudamerica-n9754>
- Carrera, J. E., & Vélez, C. (2018). Proyecto de investigación para la comercialización de la cerveza artesanal Ise'Moeller en la ciudad de Guayaquil. *Universidad de Guayaquil*, 78.
- Carvajal, L., & Insuasti, A. (2015). Elaboración de cerveza artesanal utilizando cebada y yuca. *Universidad Técnica del Norte*.
- Costanzo, P. (2015). *El potencial turístico de la cerveza artesanal en Mar del Plata*. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata.
- Cristhian Chiquito, J. H. (2018). *Estudio Gastronómico de la Cerveza Artesanal en la ciudad de Guayaquil*. Guayaquil.: Universidad de Guayaquil.
- Ferreya, L. (2017). Elaboración de cerveza: Historia y evolución, desarrollo de actividades de capacitación e implementación de mejoras tecnológicas para productores artesanales . *Laboratorio de investigación en Productos Agroindustriales*.

- Ferrín, G. M., & Pinargote, E. M. (2019). Plan de Marketing " Cerveza artesanal Rein Beir". *Uleam*.
- González, M. (2017). Principios de Elaboración de las Cervezas Artesanales. Coyright. Obtenido de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=0COaDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=cerveza+artesanal&ots=ZvBEph_lcw&sig=msJFCwepIKP6-SKf6i7zdGPly2s#v=onepage&q=cerveza%20artesanal&f=false
- INEC. (2010). Cifras ciudad de Manta. Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas/>
- Montecinos Torres, A. (02 de Marzo de 2022). *Importancia de los productos gastronómicos y turísticos*. Recuperado el 16 de Julio de 2022, de <https://www.entornoturistico.com/que-es-un-producto-gastronomico-y-turistico-sostenible/>
- Montecinos, A. (5 de junio de 2016). *¿Qué es un Producto Gastronómico y Turístico? Por Antonio Montecinos*. Obtenido de <https://cegaho.wordpress.com/2016/07/05/productos-gastronomicos-y-turisticos-diseno-gestion-y-venta-en-iberoamerica/>
- Montecinos, A. (2020). *¿Qué es un Producto Gastronómico y Turístico? 10*. Recuperado el 16 de Julio de 2022, de <https://cegaho.wordpress.com/2016/07/05/productos-gastronomicos-y-turisticos-diseno-gestion-y-venta-en-iberoamerica/#:~:text=%E2%80%9CEs%20un%20conjunto%20de%20productos,%2C%20tours%2C%20circuitos%2C%20rutas%E2%80%A6>
- Montseny. (2020). *Las 7 diferencias entre la cerveza artesanal y la industria*. Obtenido de <https://cervesamontseny.cat/es/las-7-diferencias-entre-la-cerveza-artesana-y-la-industrial/>
- Moyano, M. (2017). *Análisis de las dimensiones cualitativas que determinan la preferencia de marca para el consumo de cerveza en Ecuador año 2015*.
- Nonura, K. P. (2020). El Benchmarking en los emprendimientos del Cantón Jipijapa: caso de estudio microempresa de cervecería artesanal "Tribu Xipixapa. *Unesum*.
- Pallero, D. (06 de Julio de 2022). *Líderes*. Obtenido de Líderes: <https://www.revistalideres.ec/lideres/cervecerias-artesanales-crecimiento-desafios-informe.html>
- Santana. (Mayo de 2017). Cerveza artesanal con historia. Recuperado el 16 de Julio de 2022, de revistagestion.ec/empresas/cerveza-artesanal-con-historia

Vistazo. (4 de septiembre de 2019). *La Ruta Cervecera Artesanal*. (G. Pinasco, Editor)
Obtenido de <https://www.vistazo.com/actualidad/nacional/la-ruta-cervecera-artesanal-LBVI149471>