



UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ
FACULTAD DE EDUCACIÓN, TURISMO, ARTE Y HUMANIDADES
CARRERA DE HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA
TRABAJO DE TITULACIÓN

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE LICENCIADOS EN HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA

TEMA

ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN MANTA Y
SU DISPOSICIÓN PARA COMERCIALIZAR CERVEZA ARTESANAL

AUTORES

JOSTIN ARIEL CEDEÑO MERO

KRISS MELANYE MOREIRA SANTANA

TUTOR

Mgs. MAURICIO ARTURO BECERRA ÁVILA

MANTA, AGOSTO 2022

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

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

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación, bajo la autoría de la estudiante Cedeño Mero Jostin Ariel, legalmente matriculado/a en la carrera de Hospitalidad, período académico 2021-2022, cumpliendo el total de 384 horas, bajo la opción de titulación de Proyecto de investigación, cuyo tema del proyecto es “Establecimientos de servicios turísticos del cantón Manta y su disposición para comercializar 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.

Lugar, 24 de enero de 2023.

Lo certifico,

Ing. Mauricio Arturo Becerra Ávila, Mg

Docente Tutor

Área: Hospitalidad

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

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación, bajo la autoría de la estudiante Moreira Santana Kriss Melanye, legalmente matriculado/a en la carrera de Hospitalidad, período académico 2021-2022, cumpliendo el total de 384 horas, bajo la opción de titulación de Proyecto de investigación, cuyo tema del proyecto es “Establecimientos de servicios turísticos del cantón Manta y su disposición para comercializar 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.

Lugar, 24 de enero de 2023.

Lo certifico,

Ing. Mauricio Arturo Becerra Ávila, Mg

Docente Tutor

Área: Hospitalidad

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El tribunal evaluador certifica:

Que, el trabajo de carrera, titulado **“ESTABLECIMIENTOS DE SERVICIOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN MANTA Y SU DISPOSICIÓN PARA COMERCIALIZAR CERVEZA ARTESANAL”** ha sido realizado y concluido por los estudiantes Jostin Ariel Cedeño Mero y Kriss Melanye Moreira Santana; 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 Phd.

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL
DEL TITULACIÓN**

Ing. Rolando Velásquez

**MIEMBRO TRIBUNAL DE
TITULACIÓN**

Ing. Carolina Anchundia

**MIEMBRO TRIBUNAL DE
TITULACIÓN**

Ing. Mauricio Becerra Ávila

**DOCENTE TUTOR
DE TITULACIÓN**

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

El siguiente proyecto de titulación es llevado a cabo como requisito previo a la obtención del título de Licenciados en Hospitalidad y Hotelería en la ULEAM. En caso de utilizar el contenido vertido en esta investigación se debe dar los respectivos créditos a los autores intelectuales de este proyecto.

Jostin Ariel Cedeño Mero

Kriss Melanye Moreira Santana

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación lo dedico con todo mi corazón a Dios por permitirme concluir este momento que siempre anhelé, por ser la luz que ha guiado mi camino.

De manera especial a mi mamá por ser mi motor diario, por estar conmigo en cada momento, por inspirarme y ser mi soporte en cada reto.

A mi padre, por demostrarme siempre su cariño y apoyo incondicional, pues sin el nada de esto hubiese sido posible.

A mi familia en general, por la motivación y darme fuerzas para continuar con este proceso.

A los docentes, por su paciencia, tiempo, y por sus enseñanzas que me brindaron en el progreso de mi formación profesional.

Kriss Moreira

DEDICATORIA

Para mis padres, hermanos ya que sin ellos este proyecto no hubiese sido posible, a mi amigo, Roberth Lopez ya que el me ayudó en momentos más difíciles, los más duros y nunca me dejó decaer ni tirar al suelo mi carrera, ellos fueron parte de este duro trabajo, ellos fueron mi inspiración y energía en todo este tiempo, y antes que todo Gracias a Dios, ya que él nos dio la sabiduría y fortaleza en este camino, y gracias a cada una de las personas que fueron parte de esto, A mis compañeros de Salvares, Cruz Roja, Bomberos que siempre me motivaban a seguir adelante, a ser alguien en la vida, muchos de ellos hicieron que esto haya sido posible, cada uno con sus respectivos mensajes y palabras.

Jostin Cedeño

AGRADECIMIENTO

Total, agradecimiento principalmente a Dios quien ha sido nuestra guía en este arduo camino y bendecirnos en este caminar.

A nuestras familias por su comprensión y motivación, cuando existían momentos difíciles, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta este punto, y hoy poder culminar nuestra meta, por ser los principales motores de los anhelos de nuestros corazones y convertirnos en lo que hoy somos y que con cada una de sus palabras de motivación nos hacen sentir orgullosos.

Agradecemos de corazón la ayuda de nuestros maestros y de forma especial a nuestro tutor de tesis el Ing. Mauricio Becerra Ávila por habernos brindado la oportunidad de acudir a su capacidad, quien con sus conocimientos y mucha paciencia nos ha guiado durante todo el desarrollo de nuestra investigación y formar parte de nuestro objetivo alcanzado.

RESUMEN

La cerveza artesanal en el cantón de Manta ha tenido gran acogida tanto en locales comerciales como en restaurantes, aquello ha permitido alcanzar un mayor número de visitas especialmente por personas a las cuales les encanta degustar este producto. Con base a lo expuesto, surge este estudio enfocado en determinar la disposición de los establecimientos de servicios turísticos para la distribución de cervezas artesanales. Respecto a la metodología utilizada, se emplea el uso de herramientas matemáticas-estadísticas para el concerniente análisis de información. Los métodos empleados son: analítico-sintético y el inductivo-deductivo. Las técnicas para recabar datos son la revisión documental, la encuesta aplicada a los clientes y la entrevista a los dueños. Como tal, se recoge un total de 205 respuestas, entre los resultados se observa que el nivel de producción y consumo de cervezas artesanales, se lo realiza tomando considerando los indicadores como la asistencia de los clientes y el gasto. Asimismo, se revela que los consumidores realizan un gasto promedio entre \$1 a \$25 cuando visitan estos establecimientos. No obstante, cabe destacar que estos valores suelen ser cambiantes por la estacionalidad. También se detectan problemas como: Falta de publicidad, poca diversificación de oferta, desconocimiento de las personas por las cervezas artesanales y la competencia desleal. Al finalizar se elaboran estrategias como: Crear campañas publicitarias, planificar eventos como casas abiertas para hacer demostraciones de los tipos de cerveza artesanales, incentivar a la creación de nuevos productos a través de talleres participativos y capacitaciones a los empleados, entre otros.

Palabras claves: Cerveza artesanal, turismo, gastronomía, bebidas ancestrales.

ABSTRACT

Craft beer in the canton of Manta has been very well received both in commercial premises and in restaurants, which has allowed it to reach a greater number of visits, especially by people who love to taste this product. Based on the above, this study focused on determining the disposition of tourist service establishments for the distribution of craft beers arises. Regarding the methodology used, the use of mathematical-statistical tools is used for the relevant analysis of information. The methods used are: analytical-synthetic and inductive-deductive. The techniques to collect data are the documentary review, the survey applied to the clients and the interview with the owners. As such, a total of 205 responses are collected, among the results it is observed that the level of production and consumption of craft beers is carried out taking into account indicators such as customer attendance and spending. Likewise, it is revealed that consumers spend an average of between \$1 and \$25 when they visit these establishments. However, it should be noted that these values tend to change due to seasonality. Problems such as: Lack of advertising, little diversification of supply, ignorance of people for craft beers and unfair competition are also detected. At the end, strategies are developed such as: Create advertising campaigns, plan events such as open houses to demonstrate the types of craft beer, encourage the creation of new products through participatory workshops and employee training, among others.

Keywords: Craft beer, tourism, gastronomy, ancestral drinks.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
Planteamiento del problema	2
Objetivo general	3
Objetivos específicos	3
CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	5
1.1 Cervezas.....	5
1.2 Cervezas artesanales	6
1.1.1 Cervezas artesanales en Ecuador	8
1.1.2 Cervezas artesanales en Manabí	11
1.1.3 Cervezas artesanales en Manta	11
CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO.....	13
2.1 Tipo de investigación	13
2.2 Método de investigación.....	13
2.3 Técnica de investigación	13
2.4 Instrumentos	17
2.5 Población y muestra	17
2.6 Recopilación de información.....	18
CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	19
3.1 Caracterización del área de estudio	19
3.2 Políticas turísticas	21
3.3 Resultados de la encuesta aplicada.....	22
3.4 Resultados de la entrevista aplicada	30
3.5 Propuesta de actividades.....	34
CONCLUSIONES.....	35

RECOMENDACIONES	36
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	37

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Proceso de elaboración de la cerveza artesanal.....	10
Figura 2. Visita a un establecimiento de bebidas artesanales.....	22
Figura 3. Frecuencia de visitas	23
Figura 4. Calificación de servicios	24
Figura 5. Motivos de visita	25
Figura 6. Acompañamiento	26
Figura 7. Gasto promedio	27
Figura 8. Aporte al crecimiento económico	28
Figura 9. Soluciones	29
Figura 10. Gráfico de Pareto.....	34

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. <i>Características las cervezas artesanales e industriales</i>	7
Tabla 2. <i>Ingredientes de las cervezas artesanales</i>	8
Tabla 3. <i>Establecimientos de cervezas artesanales</i>	12
Tabla 4. <i>Cuestionario de encuesta</i>	14
Tabla 5. <i>Cuestionario de entrevista</i>	15
Tabla 6. <i>Características del cantón Manta</i>	20
Tabla 7. <i>Políticas de turismo</i>	21
Tabla 8. <i>Fortalezas del mercado de cerveza artesanales</i>	30
Tabla 9. <i>Problemáticas del sector de cervezas artesanales</i>	30
Tabla 10. <i>Calificación de los servicios</i>	31
Tabla 11. <i>Nivel de producción de cerveza artesanal</i>	31
Tabla 12. <i>Nivel de consumo</i>	31
Tabla 13. <i>Aporte al crecimiento económico</i>	32
Tabla 14. <i>Posibles soluciones</i>	32
Tabla 15. <i>Principales problemas</i>	33
Tabla 16. <i>Tarjado de problemas</i>	33
Tabla 17. <i>Tarjado para el diagrama de Pareto</i>	34
Tabla 18. <i>Plan de actividades</i>	34

INTRODUCCIÓN

El mercado de la cerveza artesanal es relativamente joven y en la actualidad existen muchas marcas que proveen de estos productos al mercado. Su presentación, grado de alcohol y el precio son algunos de los factores que marcan la diferencia entre esta bebida alcohólica. Esta investigación surge con el objetivo de realizar un estudio acerca los análisis de los establecimientos de servicios turísticos del cantón Manta y su disposición para comercializar la cerveza artesanal.

El turismo es una industria de crecimiento exponencial en donde diariamente surgen nuevos emprendimientos, formas de hacer negocios y en donde constantemente se produce la compra y venta de servicios turísticos en menor y mayor escala alrededor de todo el mundo (Sotomayor, 2019). Los servicios a nivel mundial, han evolucionado en función de los gustos y preferencias de los clientes, especialmente jóvenes y profesionales, las grandes cadenas de hoteles han dado paso a nuevas alternativas de alojamiento y procesos tecnológicos de reserva, estadía, entre otros (Melo, 2020).

La infraestructura se asocia con los establecimientos y necesidades humanas, necesarias para cubrir varios ámbitos entre sus pobladores como: educación, salud, transporte, vivienda, seguridad, energía y comunicaciones (Coally, 2020). Es esencial que durante la prestación de los servicios turísticos se trata de atender todas las peticiones del cliente, para que se sienta a gusto con la adquisición de un determinado servicio o el consumo de un producto.

El mercado de la cerveza es un mercado grande, y en continuo crecimiento, por lo que las diferentes marcas quieren ampliar su mercado tratando de atraer a nuevos clientes. Si el mercado fuese muy limitado, y de crecimiento lento, las marcas tratarían de aumentar su cuota de mercado quitándosela a sus rivales (Muñoz, 2019). Las empresas competidoras en el mercado de las cervezas artesanales deben tratar de brindar un producto de excelencia y también establecer estrategias de venta que ayuden a llamar la atención del cliente.

En el Ecuador, especialmente en la costa existen muchos lugares en los cuales se expenden bebidas alcohólicas artesanales. En el caso de la provincia de Manabí también hay distintas microempresas que producen estas cervezas. Por su parte, el cantón Manta posee una

considerable cantidad de establecimientos dedicados a la venta de este producto, entre las más reconocidas están: Umiña, Beer to go, Blondie, Andes bew, Latitud cero, entre otras.

Planteamiento del problema

El crecimiento poblacional ha traído consigo nuevas corrientes de consumo, motivo por el cual las empresas deben reconsiderar su oferta en cuanto a los productos y servicios actuales. En este sentido, se destaca al mercado de cervezas artesanales, el cual, si bien no es totalmente nuevo, en los últimos años ha tomado gran relevancia. Es así como muchos establecimientos han surgido, teniendo como producto principal las cervezas de origen artesanal. Algunos de estos negocios elaboran esta bebida y otros simplemente sirven de nexo entre los creadores y el consumidor final.

En este sentido Pincay, (2020) indica que uno de los principales problemas de los emprendimientos es no definir clara ni documentadamente objetivos a mediano y largo plazo, incluso no tener delineados los estándares que guíen su operación como: misión, visión, objetivos corporativos, entre otros, limitando así la gestión y desempeño de sus funcionarios, evidenciándose la centralización absoluta en la toma de decisiones y responsabilidades de la administración.

Por su parte Loayza, (2020) sostiene que las empresas que conforman el mercado de la cerveza artesanal, no cuentan con la logística adecuada para desarrollar sus canales de distribución acorde las necesidades del producto. Asimismo, indica que estas empresas, pero no saben promocionarse con su público objetivo, ni mucho menos utilizar los medios adecuados para comunicar los atributos del producto a través de su marca.

En el cantón Manta existen varios bares dedicados a la venta de este producto: Pub 30, La Catrina, La bodega, KRUG PUB, Maui, La Quadra, Latitud 0, La comisaria, Zulu, Humaliwu y demás. Estos acogieron esta nueva bebida de degustación como las marcas, Umiña, Old Boy, Hacienda la Paz, Conejo, Apachita, Los pinos, entre otros. El ámbito turístico se ha afianzado en distribuir la cerveza artesanal como una nueva introducción a la gastronomía nacional e internacional; esta actividad fue de las más afectados por la pandemia.

Con base a lo expuesto se formula la siguiente problemática:

¿Cómo aporta el mercado de cerveza artesanal al desarrollo turístico del cantón Manta?

El **objeto de investigación** es la disposición para venta de cervezas artesanales y **el campo de acción** son los establecimientos de servicios turísticos del cantón Manta.

La **variable dependiente** es la disposición para la venta de cervezas artesanales y la **variable independiente** son los establecimientos de servicios turísticos.

En correspondencia se plantean los siguientes objetivos de investigación.

Objetivo general

Determinar la disposición de los establecimientos de servicios turísticos para la venta de la cerveza artesanal en el cantón Manta

Objetivos específicos

1. Identificar los establecimientos dedicados a la venta de la cerveza artesanal en el cantón Manta.
2. Evaluar el nivel de producción y consumo de cervezas artesanales en la ciudad.
3. Elaborar estrategias que permitan mayor difusión de las cervezas artesanales existentes en esta localidad.

La importancia de la investigación radica en identificar la cantidad de establecimientos dedicados a la venta de cervezas artesanales en el cantón Manta. Asimismo, se determina su disposición para comercializar estos productos y también medir el impacto de esta actividad en el crecimiento de esta localidad.

El enfoque de investigación es cuantitativo, por lo que utiliza herramientas matemáticas-estadísticas para el análisis de información. Los métodos empleados son el analítico-sintético y el inductivo-deductivo. Las técnicas son la revisión documental, encuesta aplicada a los clientes que consumen este producto y la entrevista se dirige a los dueños de dichos establecimientos. El instrumento es el cuestionario y también se aplica el muestreo aleatorio para determinar la cantidad de personas a encuestar.

Este proyecto de investigación se estructura en tres capítulos. En el Capítulo I, Marco Teórico se tratan aspectos vinculados con definiciones, clasificación, características, premisas acerca del consumo de cervezas artesanales. En cuanto al Capítulo II, el Diseño Metodológico, se procede a determinar las etapas de investigación, por ende, se define el enfoque, el tipo, asimismo los respectivos métodos, técnicas y demás herramientas e instrumentos a utilizar para recopilar la información. Mientras que en el Capítulo III, Resultados y Discusión se muestra la información obtenida a través de instrumentos y luego se interpretan dichos datos, dando así respuesta a los objetivos planteados al inicio de este estudio, luego se elaboran las conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

Este capítulo trata de recopilar los datos concernientes a las palabras clave: cervezas artesanales y los establecimientos de servicios turísticos. Dicho contenido es consultado en fuentes bibliográficas digitales.



1.1 Cervezas

La cerveza es una de las bebidas alcohólicas con mayor historia que no pierde vigencia. A lo largo del tiempo, se observa un incremento tanto en la producción como en el consumo. Se trata de un mercado dinámico y en expansión; por lo tanto, resulta interesante comprender los hábitos y las elecciones de los consumidores (Llanos, 2020).

En efecto, este producto tiene gran acogida por la población a nivel mundial y sus tasas de consumo son muy altas, aunque también depende de las características del mercado y su capacidad de producción y/ logística. Esto ocurre a pesar de conocer las probables consecuencias que podría generar la ingesta de alcohol en el ser humano.

La elaboración de cerveza es uno de los primeros procesos bioquímicos descubiertos por la humanidad. Ya hace diez mil años que se elabora, desde los egipcios y sumerios, pero las técnicas han cambiado y han evolucionado hasta la actualidad. Actualmente existen cervezas

rubias, tostadas, afrutadas, negras, marrones; todas ellas con sus propias técnicas y procesos que dan cobijo a una innumerable lista de fábricas de cerveza en todo el mundo (Serra, 2017).

Desde luego, en la actualidad existen un sinnúmero de marcas dedicadas a la producción de cervezas a nivel mundial, las cuales ofertan productos en distintas presentaciones, sus características varían desde su color, sabor, contenido y grado de alcohol.

Según, Pazmiño (2015) comenta, la industria cervecera del Ecuador nace en el año 1886, siendo los señores Leonardo Stagg y Martín Flores quienes adquieren un terreno que, a su vez, era fábrica de hielo situada al final del barrio Las Peñas; con la finalidad de establecer en la ciudad de Guayaquil la Lager Beer Breweries Association, el 9 de octubre de 1887, se inauguran las instalaciones de la primera cervecería en Guayaquil.

1.2 Cervezas artesanales

La cerveza artesanal se basa en recetas propias de maestros cerveceros que ponen especial atención en sabores y aromas que las distingan de las industriales. Son cervezas sin aditivos ni conservantes y sin pasteurizar (Jaramillo, 2020). Es decir, la cerveza artesanal ofrece calidad, diversidad y atención personal; en lugar de precios bajos, mala calidad, restricción en sabores y publicidad. Por lógica su producción es limitada, ya que se pone especial atención en sabores y texturas distintas a las marcas industriales (Tovar, 2018).

El mercado de la cerveza artesanal es un mercado en auge, dado que está en pleno crecimiento. Una de las principales ventajas es que no existen barreras de entrada, pero si un gran número de competidores. El mercado de la cerveza está dominado por las grandes marcas de cerveza tradicional, pero se pretende aprovechar el auge de las cervezas artesanales para tratar de obtener un hueco en el mercado cervecero (Sanz, 2019).

En la actualidad han surgido nuevas corrientes de consumidores, los cuales demandan productos que vayan más allá de lo cotidiano. En este sentido, los productores de cerveza han considerado generar propuestas que suplan las necesidades solicitadas por los clientes. A raíz de esta premisa, surge la cerveza artesanal, la cual busca instalarse en el mercado como un producto distinto a la oferta actual, rescatando fórmulas tradicionales.

En este contexto Arízaga, (2019) indica que la producción artesanal es más manual, sin químicos y un proceso más lento. Su producción se rige totalmente bajo la Ley de Pureza de Guillermo

IV de Baviera, la cual exigía producir cerveza bajo procesos tradicionales. Además, esta cerveza rescata recetas tradicionales de varias partes del mundo que fueron perdiendo participación debido al proceso de industrialización.

En la siguiente tabla se ubican las características tanto de las cervezas artesanales como las industriales.

Tabla 1. Características las cervezas artesanales e industriales

Características	Artesanal	Industrial
Ingredientes	Ingredientes naturales, sin presencia de aditivos ni conservantes	Se pasteuriza y contiene conservantes
Producción	Tiene más cantidad de pruebas piloto y existe heterogeneidad en el proceso de producción	Ingredientes y procesos económicamente viables. Homogeneidad en el proceso de producción.
Elaboración	Es esencial la participación del maestro cervecero	Proceso automático y participación humana mínima
Espuma	Espesa	Liviana
Filtrado	Químico, pero sin dosificación. No resta calidad	Químico -puede destruir levaduras o proteínas de la cerveza. Resta sabor, calidad y aroma.
Aroma	Más concentrado por su fermentación	Suave
Características inherentes al producto	Mayor sabor, gusto y aroma	Mayor contenido artificial
Mercado/Distribución	Local y de proximidad, circuitos cortos de comercialización	Global

Fuente: Elaboración propia a partir de Cámara Argentina de Productores de Cerveza Artesanal y la Asociación de Cerveceros Españoles (2017)

Como tal las características de las cervezas artesanales e industriales son distintas, ya sea en cuestión de ingredientes, producción y elaboración. Una diferencia que quizás no ayuda al

desarrollo de las cervezas artesanales es que solo se comercializan a nivel local, a diferencia de las industriales que tienen una mayor capacidad del mercado a nivel internacional. Sin embargo, ambas tienen como objetivo satisfacer las necesidades de los clientes y así mantenerse en este mercado tan competitivo.

En la siguiente tabla (2) se agregan los ingredientes de las cervezas artesanales.

Tabla 2. Ingredientes de las cervezas artesanales

Ingredientes	Descripción
Malta de cebada	La malta de cebada es la materia prima más importante como base de la producción del extracto y, al mismo tiempo la única fuente esencial de enzimas.
Lúpulo	Se cultiva solo en climas templados; uno de los principales productores es Inglaterra.
Levadura	En el área de la cervecería, de acuerdo en el comportamiento de floculación.
Agua	Agua empleada en la fabricación de la cerveza es su componente mayoritario, debe tratarse de agua potable y disponer de sistemas de control que garanticen su potabilidad.

Fuente: Elaboración propia de Macías, Pinargote y Tóala (2018)

Por otro lado, las tendencias de consumo de las clases sociales con mayor ingreso apuntan al consumo de cerveza artesanal. En este aspecto, se puede concluir que la condición de demanda es favorable si se considera que se abren mercados y hay tendencias de consumo en la industria de la cerveza, tales como: Cervezas de estilos locales, cervezas con insumos locales, cervezas con frutas, festivales musicales donde solo se venda cerveza artesanal (Almeida, 2019).

1.1.1 Cervezas artesanales en Ecuador

Según Asociación de Cervecerías Artesanales del Ecuador, las cervezas artesanales son la novedad en el Ecuador y su mercado ha vivido un boom extremadamente sorprendente en estos últimos años, no obstante, todavía existen muchas barreras, y es sometido aún por grandes monopolios (ASOCERV, 2018).

La demanda relacionada a la cerveza artesanal no llegaba al 0,5% del total de la industria de cerveza. Se ha podido observar que cada mes o año bares relacionados a la cerveza artesanal abren sus puertas, se realizan festivales con frecuencia; esto incrementa el número de consumidores y eleva el nivel de ventas (BCE, 2018).

Desde luego, es importante saber que la mayoría de empresas de cervezas artesanales son consideradas como microempresas dentro de la clasificación de empresas según su tamaño. Por otra parte, en cuanto al sector económico perteneciente, la cerveza artesanal se encuentra en el sector manufacturero; debido a su elaboración a través de distintos procesos con la materia prima para obtener el producto final. Este sector comprende un 21.31% en la distribución de ventas según los sectores económicos en el periodo del 2012 al 2017 (INEC, 2019).

A nivel provincial, Pichincha es referente para Ecuador en cuanto al desarrollo de la industria de la cerveza artesanal, dado que Quito se reconoce como la primera ciudad en elaborar cerveza en América del Sur. Se considera al Convento de San Francisco el punto de inicio, la primera cervecería, donde cada 15 días los monjes franciscanos elaboraban la cerveza artesanalmente con las espigas de cebada y trigo que trajeron consigo desde Flandes, actual Bélgica, introduciendo la costumbre de acompañar los alimentos con cerveza (Aguirre, 2020; Quintana y Aguilar, 2018).

Dado que el turismo de cerveza artesanal es un micro nicho que se encuentra en expansión en el Ecuador, ciertos estudios han puntualizado el perfil de la persona que consume cerveza artesanal en el contexto de variables demográficas y patrones de consumo. De acuerdo a un estudio de mercado para una empresa de elaboración y venta de cerveza artesanal en Quito, este segmento estaría compuesto por adultos entre 20 y 40 años, cuya ocupación principalmente se circunscribe a empleados o estudiantes, consumiendo en promedio entre \$15 a \$22 (Cajas, 2020).

En Ecuador la rivalidad de los competidores entre cerveza industrial y artesanal es nula o inexistente por la diferencia de proporción de mercado; mientras que dentro de los cerveceros artesanales existe una competencia más agresiva, aunque de todos modos crece según el mercado. Desde 2014 se ha constatado un crecimiento en la industria artesanal, por lo tanto, el tema propuesto está encaminado a examinar la tendencia ascendente del consumo de distintos tipos y sabores de esta última (Reyna, 2020).

En la siguiente figura (1) se muestra el proceso de elaboración de la cerveza artesanal.

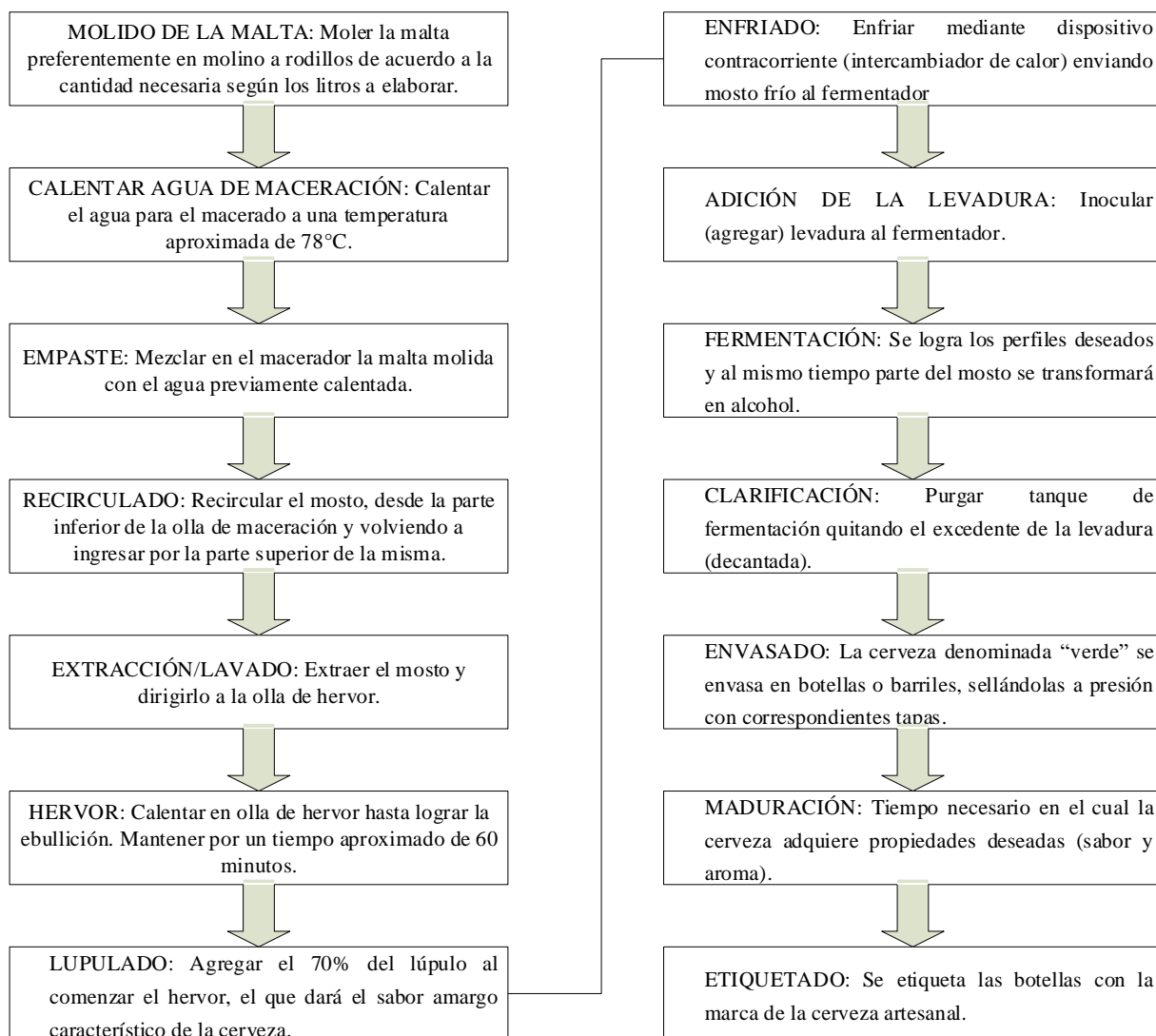


Figura 1. Proceso de elaboración de la cerveza artesanal

Fuente: Elaboración propia

1.1.2 Cervezas artesanales en Manabí

La cerveza artesanal es ideal para acompañar preparaciones culinarias donde el vino ha perdido su poder de maridaje, o como reemplazante del mismo. Es justamente la característica amarga y el contenido carbónico que neutralizan los golpes ácidos y grasos de los alimentos lo que resalta los sabores naturales, permitiendo disfrutar cada bocado del alimento (Lombeida, 2018).

En dicho contexto, cabe destacar que el mercado de las cervezas artesanales se encuentra ganando terreno en el territorio manabita. El expendio de este producto se da en diferentes cantones de la provincia, además cada establecimiento dedicado a esta actividad le otorga su toque de distinción en cuanto al preparación de esta bebida.

El segmento de la cerveza artesanal lo conforman consumidores exigentes en cuanto a calidad, sabor y presentación de la cerveza, mientras que los proveedores ofrecen todas las herramientas necesarias para iniciar con la producción y abastecimiento de insumos; lo que les brinda un alto poder de negociación. Sin embargo, la competitividad en el mercado no es significativa, debido a la gran cantidad de pequeños emprendedores que compiten entre ellos por cuotas mínimas de mercado, frente a los grandes empresarios y corporaciones que terminan llevándose la mayor parte del mercado (Loayza, 2020).

Los negocios dedicados a la venta de cervezas artesanales no solo deben enfocarse en el producto, sino también crear las condiciones necesarias para que el cliente-consumidor se sienta a gusto mientras disfruta de su bebida, ya sea en compañía de su familia, amigos, compañeros de trabajos o solo. Por ende, es fundamental poseer una adecuada infraestructura, además contar con un personal capacitado para que brinde una atención de primer nivel.

1.1.3 Cervezas artesanales en Manta

En el cantón Manta existen muchos establecimientos dedicados a las actividades turísticas, en el cual se encuentran hoteles, restaurantes, agencias de viajes, transporte turístico. En cuanto al sector de alimentos y bebidas, según cifras del Ministerio de Turismo existen un total de 415 negocios dedicados a esta actividad en particular.

En este caso de estudio se hace especial énfasis a los negocios que tienen como oferta principal la venta de cerveza de tipo artesanal en el cantón Manta. Entre estas se destacan las siguientes: Cervecería Umiña, Beer To Go Vía San Mateo, Latitud Cero Manta, Yards & Beer, entre otras.

Tabla 3. Establecimientos de cervezas artesanales

#	Establecimiento	Ubicación
1	Cervecería Umiña	Avenida La Cultura, Antigua Piladora Jacob Vera
2	Beer to go	Tarqui Avenida 109
3	Latitud cero Manta	Avenida Universitaria, Calle U8
4	Yards & Beer	Calle 32 Manta
5	Presea Cerveza Artesanal Express	Av. Circunvalación, Manta 130802
6	Pub 30	Calle Universidad 12, Manta
7	Krug pub Manta	Vía Barbasquillo, Avenida Umiña 1

Nota: Elaboración propia

CAPÍTULO II. DISEÑO METODOLÓGICO

En este apartado se define el enfoque y tipo de investigación, luego se establecen los métodos y las técnicas para la recopilación de datos. Asimismo, se construyen los instrumentos para recabar la información en el campo de acción.

2.1 Tipo de investigación

La investigación es de campo porque está encaminada a recopilar la opinión de los consumidores de cerveza artesanal y también se recolectan los puntos de vista de los dueños de los establecimientos dedicados a la venta de producto en el cantón Manta.

2.2 Método de investigación

El análisis y la síntesis funcionan como una unidad dialéctica y de ahí que al método se le denomine analítico-sintético. El análisis se produce mediante la síntesis de las propiedades y características de cada parte del todo, mientras que la síntesis se realiza sobre la base de los resultados del análisis (Rodríguez y Pérez, 2017). Este método se emplea para valorar los contenidos que se obtienen a través de la revisión documental, en dichos textos se extrae la información más crucial para el desarrollo del proyecto. Mientras que el inductivo-deductivo se lo aplica para efectuar un análisis que va desde lo general hacia lo particular de los temas analizados.

2.3 Técnica de investigación

De acuerdo con Casas et al., (2002) la encuesta es una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características.

Las técnicas empleadas en este proceso investigativo son la revisión documental, la encuesta y la entrevista. La primera se basa en la búsqueda de contenidos en fuentes digitales, por su parte la segunda y la tercera consisten en reunir datos en el campo de acción.

En el siguiente apartado se ubican los cuestionarios de encuesta y entrevista (tabla 4 y 5):

Tabla 4. Cuestionario de encuesta

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Encuesta dirigida a los consumidores de cervezas artesanales en el cantón Manta

El mercado de la cerveza artesanal es un mercado en auge, dado que está en pleno crecimiento. Una de las principales ventajas es que no existen barreras de entrada, pero si un gran número de competidores. El siguiente cuestionario se aplica con el objetivo de reconocer la actualidad de los establecimientos de servicios turísticos del cantón Manta y su disposición para comercializar cerveza artesanal. Gracias de antemano por su colaboración.

1. ¿Usted ha visitado alguna vez un establecimiento de cerveza artesanal en el cantón Manta?

Sí

No

2. ¿Con qué frecuencia visita un establecimiento de esta categoría?

Una vez a la semana

Una vez al mes

Una vez al año

Ocasiones especiales

3. Califique los siguientes servicios en los establecimientos de cervezas artesanales

	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
Atención al cliente					
Accesibilidad					
Precios					
Infraestructura					
Seguridad					
Comodidad					
Variedad de oferta					

4. Señale los motivos de visita a un establecimiento de cerveza artesanal

Relajación

Cumpleaños

Encuentros familiares

Ocasiones especiales

Otros.....Especifique

5. ¿Con quiénes acude a estos establecimientos?

Solo

Familia

Amigos

Compañeros de trabajo

6. ¿Cuál es el gasto promedio que realiza en estos establecimientos?

Entre \$1 a \$10

Entre \$11 a \$25

Más de \$26

Ninguno

7. ¿Usted considera que los establecimientos de cervezas artesanales aportan al crecimiento económico del cantón Manta?

Sí

No

8. Señale las posibles soluciones que aporten a mejorar esta actividad en el cantón Manta

Diversificar la oferta

Promocionar eventos

Mayor publicidad en canales digitales

Capacitación a los colaboradores internos

Mejorar la infraestructura

Otros

Fuente: Elaboración propia

Tabla 5. Cuestionario de entrevista

Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí

Entrevista dirigida a los dueños, representantes o administradores de los establecimientos dedicados a la venta de cerveza artesanal en el cantón Manta

El mercado de la cerveza artesanal es un mercado en auge, dado que está en pleno crecimiento. Una de las principales ventajas es que no existen barreras de entrada, pero si un gran número de competidores. El siguiente cuestionario se aplica con el objetivo de reconocer la actualidad de los establecimientos de servicios turísticos del cantón Manta y su disposición para comercializar cerveza artesanal. Gracias de antemano por su colaboración.

Nombres y apellidos:

Nombre del establecimiento:

Cargo:

Años de experiencia:

1. ¿Cuáles son las principales fortalezas del mercado de cerveza artesanal en el mercado mantense?

.....
.....
.....

2. Mencione los principales problemas que no permiten el desarrollo de la comercialización de cervezas artesanales

.....
.....
.....

3. Califique los siguientes servicios en los establecimientos de cervezas artesanales

	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy Malo
Atención al cliente					
Accesibilidad					
Precios					
Infraestructura					
Seguridad					
Comodidad					
Variedad de oferta					

4. ¿Cuál es el nivel de producción de cerveza artesanal en su establecimiento?

Sí

No

5. ¿Cómo califica el nivel de consumo de la cerveza artesanal en su establecimiento?

Muy alto

Alto

Medio

Bajo

Muy bajo

6. ¿Usted considera que los establecimientos de cervezas artesanales aportan al crecimiento económico del cantón Manta?

Sí

No

7. Señale las posibles soluciones que aporten a mejorar esta actividad en el cantón Manta

Diversificar la oferta

Promocionar eventos

Mayor publicidad en canales digitales

Capacitación a los colaboradores internos

Mejorar la infraestructura

Otros

Fuente: Elaboración propia

2.4 Instrumentos

Para compilar la información pertinente se debe utilizar un instrumento, en este caso se emplea el cuestionario. Como tal se diseñan dos: uno para la encuesta la misma que será aplicada a los consumidores de cerveza artesanal en el cantón Manta y la entrevista a los dueños o representantes de los establecimientos dedicados a la prestación de servicios en esta localidad.

2.5 Población y muestra

En este caso de estudio la población objeto corresponde a los habitantes del cantón Manta. En las investigaciones científicas se aplica una muestra para determinar la cantidad de personas a encuestar, en este caso específico se utiliza un muestreo aleatorio. Los detalles de la fórmula se ubican en el siguiente apartado:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2 (N-1) + Z^2 * p * q}$$

N= 264281 Proyección INEC 2020

Z= 1,96 valor para un nivel de confianza del 95%

p= 0,5

q= 0,5

e= 0,07 probabilidad máxima de cometer errores

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 264281}{(0,07)^2 (264281 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,5 * 0,5 * 264281}{0,0049 (264280) + 3,8416 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{253815,4724}{1294,972 + 0,9604}$$

$$n = \frac{253815,4724}{1295,9324}$$

n = 195,86 redondeando a 196

Luego de llevar a cabo este procedimiento matemático-estadístico, se determina que la población a encuestar en esta investigación es de 196.

2.6 Recopilación de información

Después de elaborar el instrumento y definir la población a la cual se investigará se procede a la recopilación de datos, en el campo de acción. Para compilar la cantidad de repuestas requeridas, se procede a visitar los establecimientos dedicados a la venta de cervezas artesanales ubicados en el cantón Manta. Esta etapa se desarrolla durante los días 18 de septiembre al 20 de octubre del año 2022.

CAPÍTULO III. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este apartado se ubican los datos obtenidos a través de la aplicación de los instrumentos en el campo de acción, dando respuesta a los objetivos planteados. al inicio de la investigación.

3.1 Caracterización del área de estudio

El cantón Manta se encuentra ubicado en la provincia de Manabí al borde occidental del Ecuador, posee una extensión territorial de 306 km², limita al norte y oeste con el Océano Pacífico, al sur con el cantón Montecristi y al este con los cantones Jaramijó y Montecristi (GAD Manta, 2020). A criterio de los autores, la ubicación privilegiada de la ciudad de Manta la convierte en un sitio concurrido especialmente en épocas de feriados, no solamente por las personas que acuden por turismo, sino también para llevar a cabo ciertas actividades comerciales.

Manta es un polo de desarrollo de la Provincia de Manabí, sus actividades pesqueras, comerciales y turísticas hacen que Manta sea una de las ciudades más atractivas del Ecuador, su riqueza cultural, la diversidad de sus paisajes y microclimas y el crecimiento económico experimentado durante las últimas décadas convirtiendo a este destino en uno de los preferidos para los turistas nacionales y extranjeros, para las personas migrantes que buscan establecerse en la ciudad y también para los trabajadores de los cantones aledaños que realizan sus actividades laborales en la ciudad (GAD Manta, 2020).

A pesar de las bondades turísticas que ofrece esta localidad, con el paso del tiempo se ha tratado de fortalecer la infraestructura, optimizar los servicios básicos, capacitar a los servidores turísticos, entre otras acciones. Aquello ha permitido impulsar el crecimiento local y así estar a la altura de otros destinos a nivel nacional. No obstante, aún falta mucho por mejorar, por tal motivo se exhorta a los gestores a trabajar articuladamente con el sector para conseguir mayores logros a beneficio de este territorio.

En el siguiente apartado se ubica información referencial acerca de las características del cantón Manta (Tabla 6).

Tabla 6. Características del cantón Manta

Características	Detalles
Componentes biofísicos	La ciudad contempla su paisaje a través de su relieve costero, con playas, colinas de baja altura, acantilados, terrazas, valles fluviales, ríos, vías y una zona urbana en constante crecimiento. Su territorio se asienta, principalmente, sobre una matriz verde en el área rural, limitada por un cordón litoral hacia el oeste que alterna acantilados medianos de baja altura y playas arenosas.
Contexto económico	Manta es el segundo cantón más exportador del país con 359,742.580 dólares, la Economía del cantón en la provincia ha fluctuado entre 752 millones de dólares desde el año 2007 a 1.977 millones en el año 2017. El crecimiento del cantón ha sido principalmente del mar hacia el continente por las actividades de pesca las cuales, junto con su industria conexas, han llegado a sus etapas de mayor eficiencia.
Turismo	Esta localidad cuenta con el 15% del total de atractivos de Manabí, además posee la planta turística más grande de Manabí (es la tercera más grande del Ecuador) 531 establecimientos, 416 establecimientos comerciales complementarios, 21 organizaciones de comerciantes de planta turística. También tiene la presencia de cruceros y turismo internacional
Logística	La ubicación privilegiada frente a los puertos nacionales e internacionales, por su cercanía al canal de Panamá y a las rutas internacionales de navegación, lo que incide en la logística, carga y descarga de bienes y servicios.
Contaminación ambiental	Las fuentes principales de emisiones de gases de efecto invernadero y de ruido se encuentran a nivel del sector industrial, energético, el transporte terrestre, marítimo y aéreo, el sector de la construcción de obras civiles y los talleres. La población percibe, además, ruidos y malos olores de aguas residuales y basura abandonada.
Riesgos	En cuanto a riesgos, los más recurrentes en el cantón son los incendios estructurales e inundaciones. Los incendios forestales generan afectaciones a la flora y fauna, pérdida de suelo por erosión y si no se controla adecuadamente, la consecución de incendios estructurales. Las inundaciones son ocasionadas por el desbordamiento de los ríos Burro y Manta, no obstante, existen varias obras de mitigación, estructurales y no estructurales que reducen disminuir el riesgo, solamente en el 2019 se registraron 4 inundaciones en diferentes sectores de la cabecera cantonal.

Nota: Elaboración propia a partir de GAD Manta, (2020)

3.2 Políticas turísticas

En el estado ecuatoriano a través del órgano máximo rector del ámbito turístico (Mintur, 2020) se han diseñado un conjunto de políticas turísticas, las cuales tienen como finalidad impulsar el crecimiento de esta actividad. En el siguiente apartado se detallan con mayor precisión las características de cada una.

Tabla 7. Políticas de turismo

#	Descripción de las políticas
1	Fomentar el turismo sostenible, accesible e inclusivo como modelo de desarrollo en todos los niveles de gestión, basándolo en la revalorización y conservación del patrimonio cultural y natural; la generación de desarrollo productivo y social; así como, el acceso a oportunidades para disfrutar de la actividad turística de una manera segura, cómoda y autónoma.
2	Fortalecer la gestión de los destinos a través de la coordinación interinstitucional entre los actores del sector público, privado, académico, asociativo y comunitario, sustentado en sistemas eficientes de gobernabilidad colaborativa y gestión descentralizada y desconcentrada.
3	Mejorar la competitividad de los destinos, basada en la planificación turística, la generación de productos turísticos innovadores y la prestación de servicios de calidad, favoreciendo al turismo con base local como factor diferenciador de la oferta turística.
4	Dinamizar la conectividad (transporte, infraestructura y comunicación) nacional e internacional, mediante la atracción y el fomento de nuevas operaciones aéreas, terrestres, marítimas y fluviales; así como fomento de la inversión pública y privada en infraestructura aeroportuaria, portuaria y terrestre, complementada con el fortalecimiento de la cobertura de servicios de comunicación inteligente.
5	Fomentar la inversión turística nacional y extranjera directa, a través de la creación y mejora de incentivos, la diversificación de fuentes y líneas de financiamiento (público y privado), la dinamización de los encadenamientos productivos y la empleabilidad.
6	Impulsar la inteligencia de mercados turísticos a través del levantamiento de datos y estadísticas, así como del monitoreo de la percepción y el impacto de las estrategias de promoción, para direccionar la toma de decisiones de mercado acorde con las necesidades del turismo y sus tendencias a nivel mundial.

Nota: Elaboración propia a partir de Mintur (2020)

Las políticas fijadas tienen como objetivo precautelar los recursos naturales o culturales existentes en las localidades, evitando así la extinción de especies de flora y fauna, o la desaparición de las costumbres, fiestas o tradiciones. Asimismo, persigue el desarrollo de las actividades turísticas en el territorio ecuatoriano, beneficiando de tal manera a las comunidades receptoras y especialmente a los prestadores de servicios turísticos.

3.3 Resultados de la encuesta aplicada

Al culminar el proceso de recopilación de opiniones se obtienen un total de 205 respuestas. A continuación, se muestran los siguientes resultados:

1. ¿Usted ha visitado alguna vez un establecimiento dedicado a la venta de cerveza artesanal en el cantón Manta?

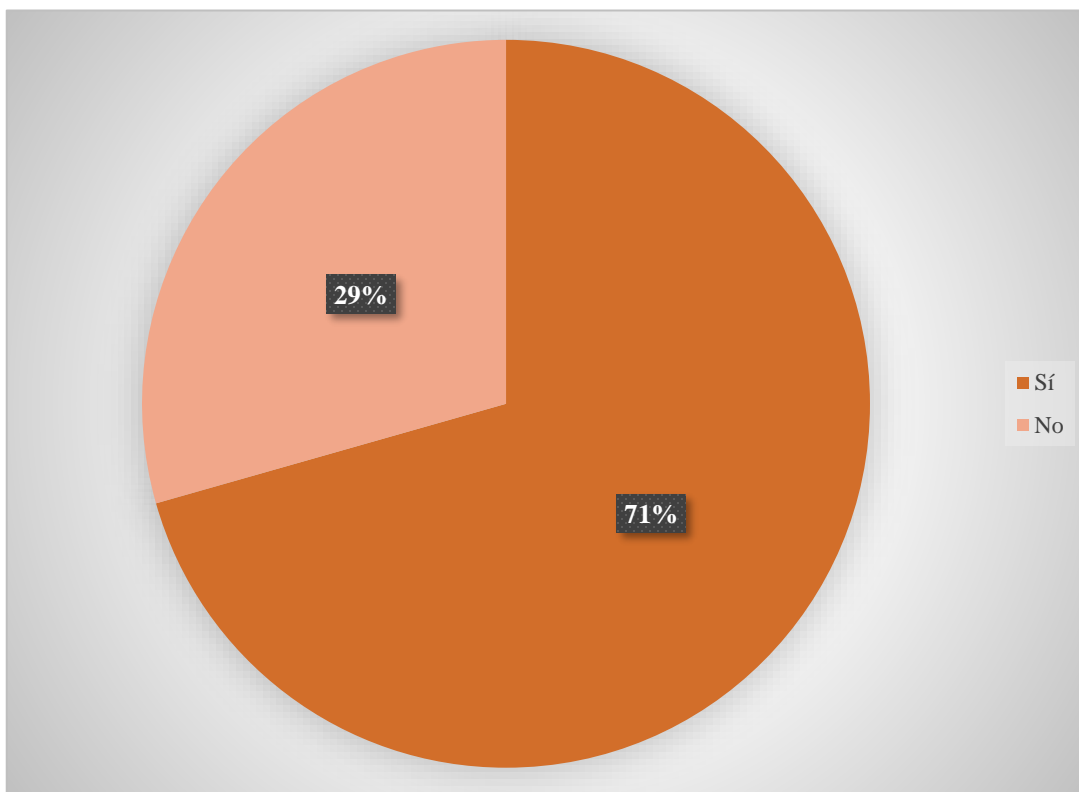


Figura 2. Visita a un establecimiento de bebidas artesanales

Nota: Elaboración propia

Con base a los resultados obtenidos, se determina que el 71% de los encuestados si ha visitado un establecimiento dedicado a la comercialización de cervezas artesanales en esta localidad. Asimismo, es posible inferir que los consultados si tienen conocimiento acerca de las características implícitas en el desarrollo de esta actividad como: atención al cliente, características de los productos, infraestructura y demás. Estos comentarios aportan a revelar la situación actual de este mercado en particular.

2. ¿Con qué frecuencia visita un establecimiento de esta categoría?

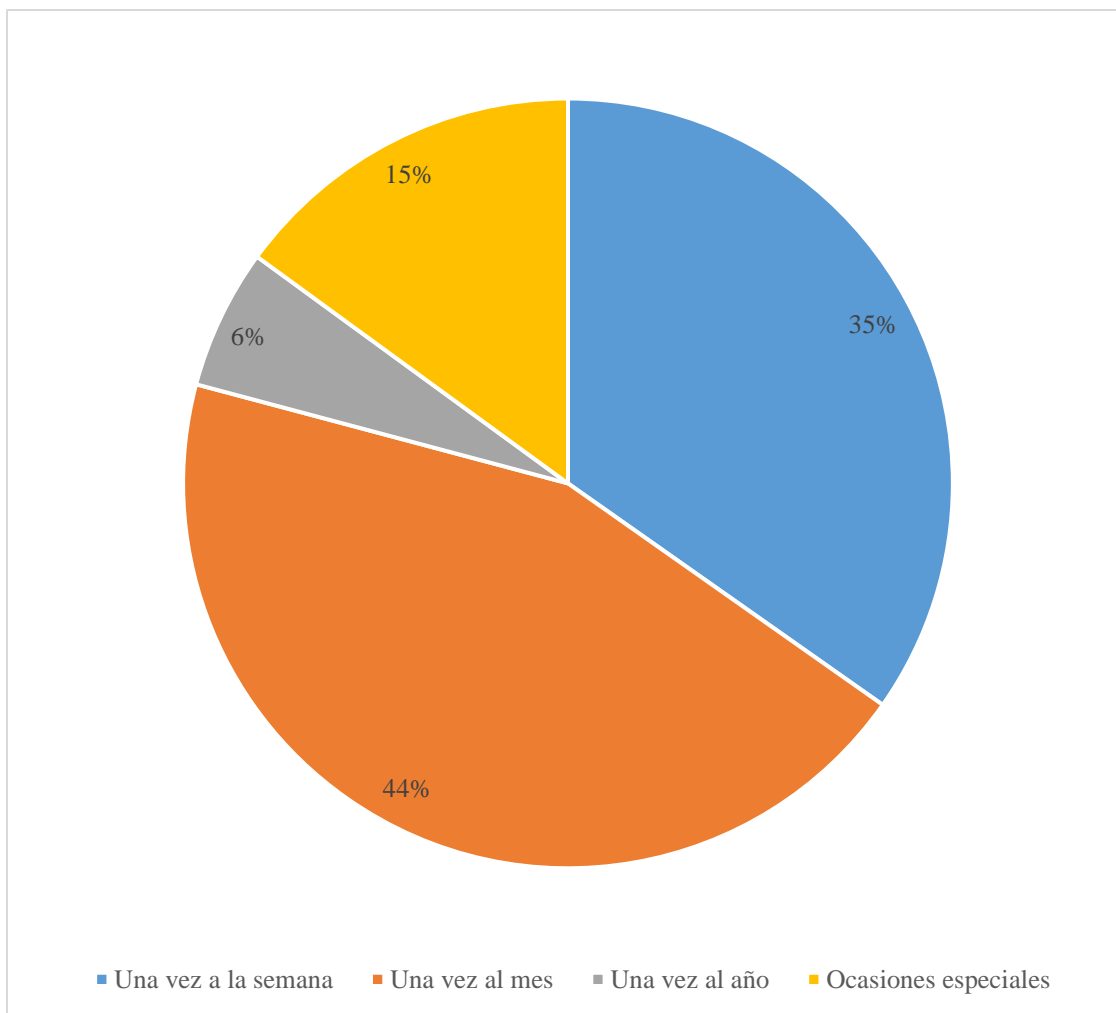


Figura 3. Frecuencia de visitas

Nota: Elaboración propia

Con respecto a las frecuencias de visitas hacia estos establecimientos se obtiene que el 44% de los investigados asiste al menos una vez al mes, seguido de un 35% que acude al menos una vez a la semana. El promedio de asistencia a estos lugares es un indicador a considerar por futuras propuestas de este servicio, sobre todo porque ayuda a establecer días y horarios en los cuales las personas se dirigen hacia estos sitios.

3. Califique los siguientes servicios en los establecimientos de cervezas artesanales

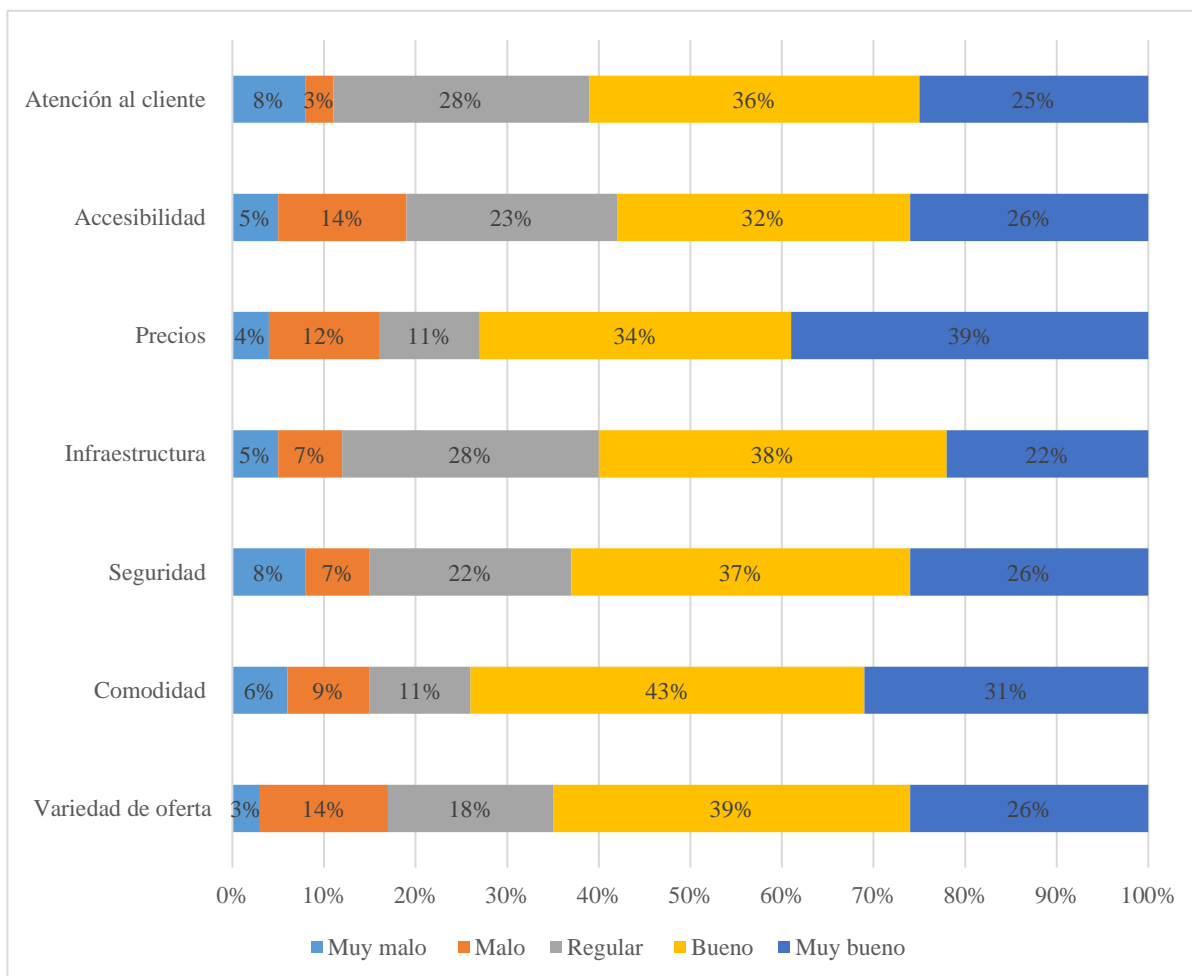


Figura 4. Calificación de servicios

Nota: Elaboración propia

Con base a los resultados obtenidos, se determina que los servicios como son valorados como bueno y muy bueno respectivamente. No obstante, existen comentarios que difieren de estos pronunciamientos, por ende, se solicita a los establecimientos dedicados a esta actividad de venta de cerveza artesanal en el cantón Manta a buscar soluciones que ayuden a mejorar la atención al cliente, de tal manera que este se sienta satisfecho por el servicio recibido.

4. Señale los motivos de visita a un establecimiento de cerveza artesanal

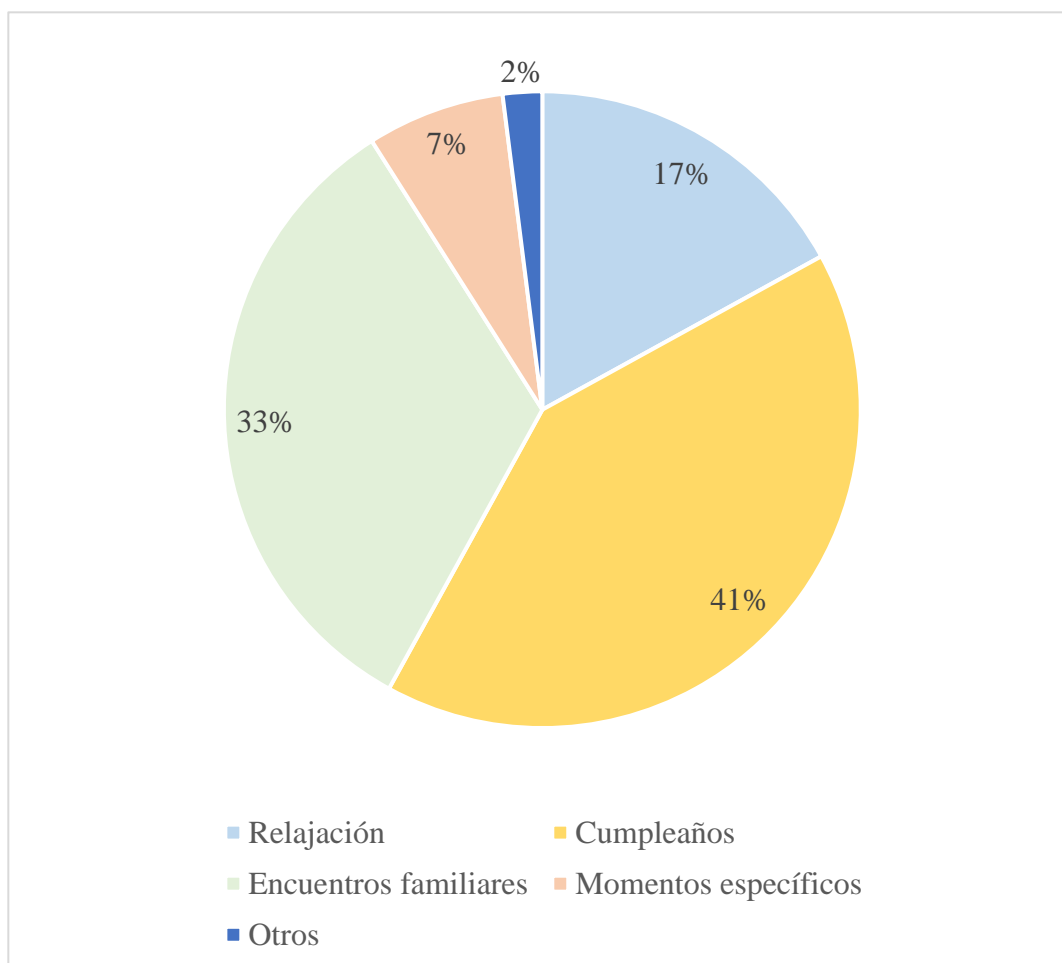


Figura 5. Motivos de visita

Nota: Elaboración propia

De acuerdo a los datos recabados en esta interrogante, se revela que entre los motivos por los cuales las personas acuden a estos establecimientos dedicados a la venta de cerveza artesanal en el cantón Manta son por: 41% celebración de cumpleaños. Un 33% visita estos lugares solo por relajación y un 17% por encuentros familiares. En definitiva, dichos datos pueden ser utilizados por estos negocios para generar propuestas acordes a los parámetros indicados, diversificando así la oferta de estas bebidas.

5. ¿Con quiénes acude a estos establecimientos?

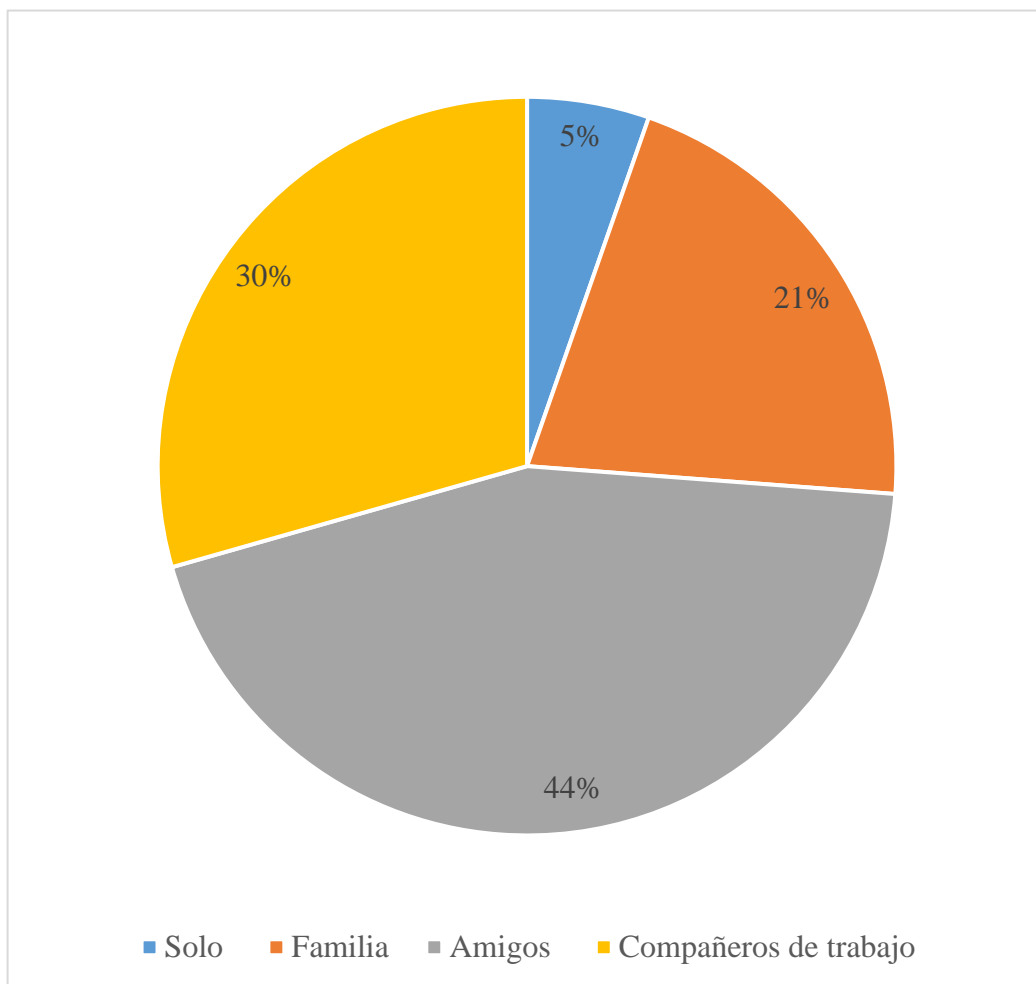


Figura 6. Acompañamiento

Nota: Elaboración propia

El 44% de las personas que respondieron este formulario acude a los establecimientos de cervezas artesanales en compañía de amigos, mientras que el 30% lo hace con sus compañeros de trabajo. Como tal, el estudio de estos factores es fundamental para diseñar estrategias como promociones, atrayendo así a los clientes.

6. ¿Cuál es el gasto promedio que realiza cuando asiste a estos establecimientos?

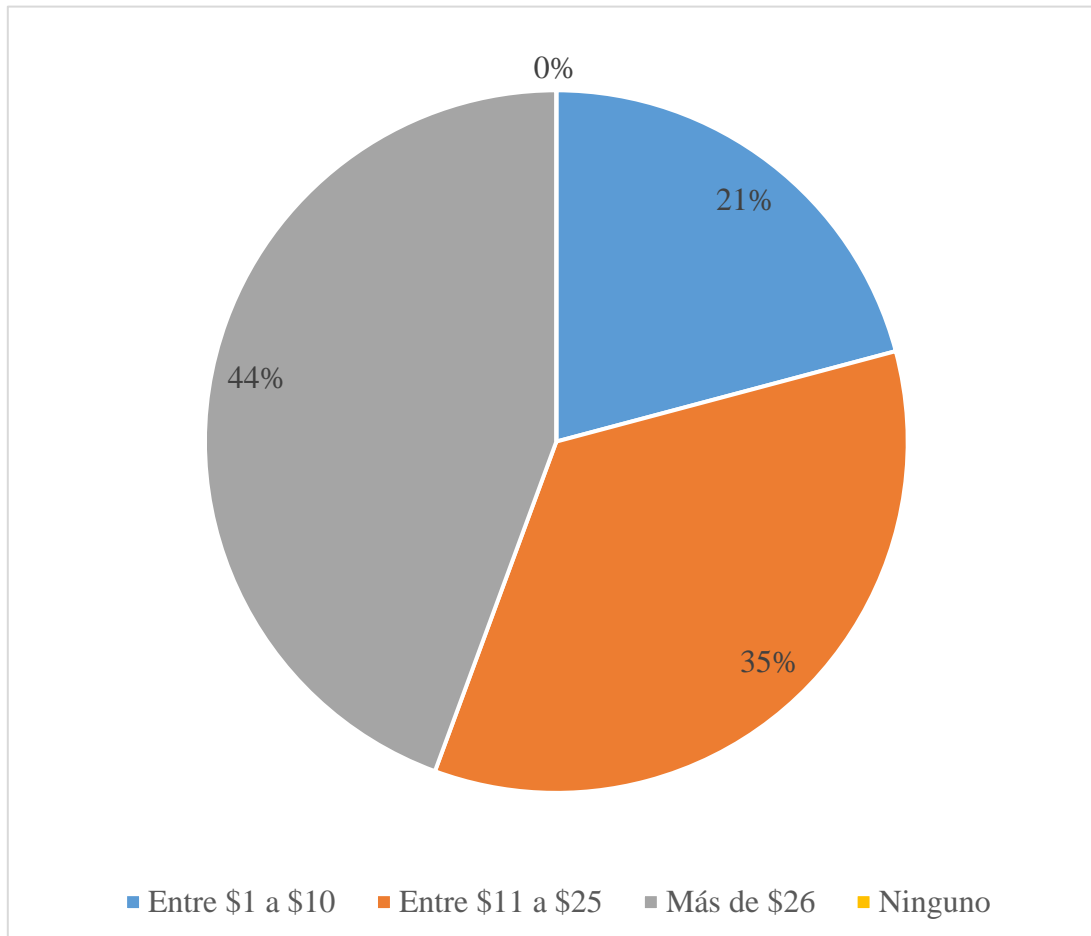


Figura 7. Gasto promedio

Nota: Elaboración propia

Referente a este enunciado, el 44% de clientes paga una cuenta por un valor que oscila entre \$1 y \$10. Por su parte el 35% tiene cancela entre \$11 a \$25. Con base a estos datos se revela que las personas que acuden a estos locales de venta de cerveza artesanal hacen un gasto promedio entre \$1 a \$25. Estos datos pueden ser utilizado para desarrollar nuevas propuestas de productos con base al nivel de consumo y precios de los consumidores.

7. ¿Usted considera que los establecimientos de cervezas artesanales aportan al crecimiento económico del cantón Manta?

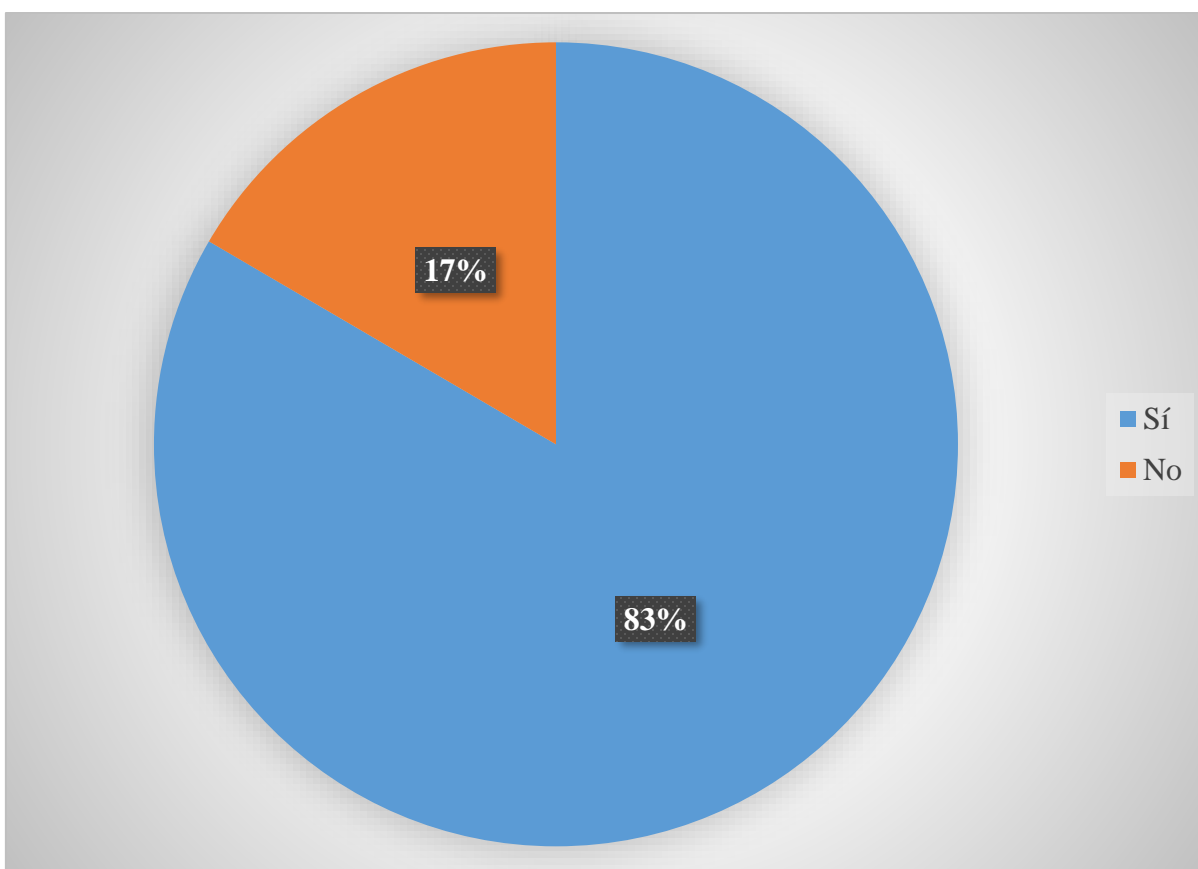


Figura 8. Aporte al crecimiento económico

Nota: Elaboración propia

En cuanto a esta interrogante planteada, el 83% de los encuestados responden afirmativamente es decir que si están de acuerdo en que la comercialización de cervezas artesanales aporta al crecimiento económico del cantón Manta. Desde luego, estas actividades contribuyen a impulsar las actividades en esta localidad y más aún luego de la pandemia COVID-19. Pero en este mismo sentido, es idóneo que se estudien las características de los clientes para ofrecer un servicio del más alto nivel.

8. Señale las posibles soluciones que aporten a mejorar esta actividad en el cantón Manta

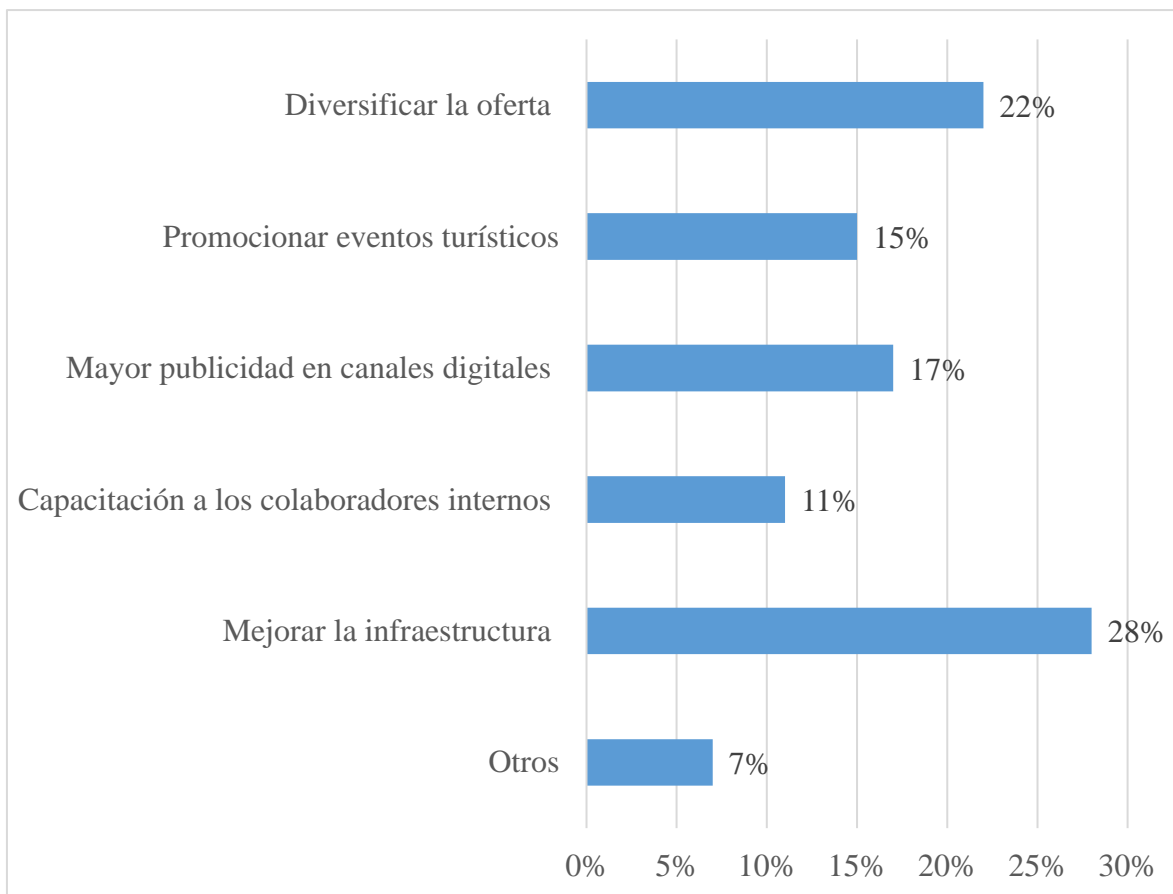


Figura 9. Soluciones

Nota: Elaboración propia

Con base a las opiniones recabadas, se denota que el 28% considera que se necesita mejorar la infraestructura, el 22% diversificar la oferta, el 17% mayor publicidad en canales digitales, el 15% promocionar eventos turísticos. En vista de aquello, es necesario que los representantes de estos negocios realicen innovaciones constantes para estar a la altura de las nuevas necesidades de los clientes-consumidores.

3.4 Resultados de la entrevista aplicada

En el siguiente apartado se ubican las respuestas obtenidas a través de la aplicación del cuestionario de entrevista, el cual va dirigido a los representantes de los distintos establecimientos que se dedican a la comercialización de cervezas artesanales en el cantón Manta.

Tabla 8. Fortalezas del mercado de cerveza artesanales

#	Respuestas
Entrevistado 1	La cerveza artesanal en Manta está teniendo una luz muy importante, ya que se está fortaleciendo en la ciudad y una de sus fortalezas es que la mayoría de los locales o restaurantes están trabajando con ella.
Entrevistado 2	Muchas variedades en cervezas Buena locación Precios Cómodos
Entrevistado 3	Estar ubicados en un buen sector de la ciudad Tener buena publicidad

Nota: Elaboración propia

Tabla 9. Problemáticas del sector de cervezas artesanales

#	Respuestas
Entrevistado 1	No tener publicidad Personas no conocen la cerveza artesanal
Entrevistado 2	Falta de información de la cerveza artesanal Competencia con precios no favorables
Entrevistado 3	Precios altos Poca variedad en la ciudad Desconfianza de las personas

Nota: Elaboración propia

Tabla 10. Calificación de los servicios

#	Respuestas
Entrevistado 1	Pondera como muy bueno y bueno a la atención al cliente, precio, seguridad, comodidad, entre otros aspectos.
Entrevistado 2	Califica como muy bueno la variedad de la oferta y la accesibilidad. Mientras que pondera como buena la atención al cliente, precio, seguridad, comodidad, entre otros aspectos.
Entrevistado 3	Considera como buena la atención al cliente, precio, seguridad, comodidad, entre otros aspectos.

Nota: Elaboración propia

Tabla 11. Nivel de producción de cerveza artesanal

#	Respuestas
Entrevistado 1	Según el consultado el nivel de producción de cervezas artesanales es medio
Entrevistado 2	El nivel de producción de cervezas artesanales es medio
Entrevistado 3	La producción de cervezas artesanales es media

Nota: Elaboración propia

Tabla 12. Nivel de consumo

#	Respuestas
Entrevistado 1	Referente al nivel de consumo de cervezas artesanales, en este lugar es medio
Entrevistado 2	En este establecimiento el nivel de consumo de cervezas artesanales es medio
Entrevistado 3	La tasa de consumo de las bebidas artesanales es medio

Nota: Elaboración propia

Tabla 13. Aporte al crecimiento económico

#	Respuestas
Entrevistado 1	Está de acuerdo en que los establecimientos si aportan al crecimiento de la ciudad
Entrevistado 2	Considera que el sector de establecimientos de bebidas artesanales si contribuye al crecimiento del cantón
Entrevistado 3	Si aporta al desarrollo de la localidad

Nota: Elaboración propia

Tabla 14. Posibles soluciones

#	Respuestas
Entrevistado 1	Diversificar la oferta, mayor publicidad en canales digitales y capacitación a los colaboradores internos
Entrevistado 2	Promocionar eventos y mayor publicidad en canales digitales
Entrevistado 3	Mayor publicidad y capacitación a los colaboradores internos

Nota: Elaboración propia

Listado de los principales problemas

Tabla 15. Principales problemas

#	Problema 1	Problema 2	Problema 3
1	Falta de publicidad	Poca información	Baja infraestructura
2	Desconocimiento de la cerveza artesanal	Contaminación ambiental	Poco personal calificado
3	Competencia desleal	Falta de innovación	Falta de aplicación de normas de calidad
4	Falta de diversificación de la oferta	Poco apoyo de los gestores	Señalización
5	Poco personal capacitado	Desconocimiento en idioma inglés	Contaminación
6	Deficiente gestión turística	Poca diversificación de la oferta	Problemas socio políticos
7	Limitada infraestructura	Descuido de los espacios turísticos	Pandemia
8	Mala calidad del servicio	Delincuencia	Catástrofes naturales

Nota: Elaboración propia

Tarjado de los problemas

Tabla 16. Tarjado de problemas

#	Problema	Tarjado
1	Falta de publicidad	//////////////////////////////////// 65
2	Desconocimiento de la cerveza artesanal	//////////////////////////////////// 55
3	Competencia desleal	//////////////////////////////////// 43
4	Falta de diversificación de la oferta	//////////////////////////////////// 24
5	Poco personal capacitado	//////////////////////////////////// 18

Nota: Elaboración propia

Diagrama de Pareto

Tabla 17. Tarjado para el diagrama de Pareto

#		Frecuencia	%	Acumulado	% Acumulado
1	Falta de publicidad	65	31,71	65	31,71
2	Desconocimiento de la cerveza artesanal	55	26,83	120	58,54
3	Competencia desleal	43	20,97	163	79,51
4	Falta de diversificación de la oferta	24	11,71	187	91,22
5	Poco personal capacitado	18	8,78	205	100
	Total	205	100%		

Nota: Elaboración propia

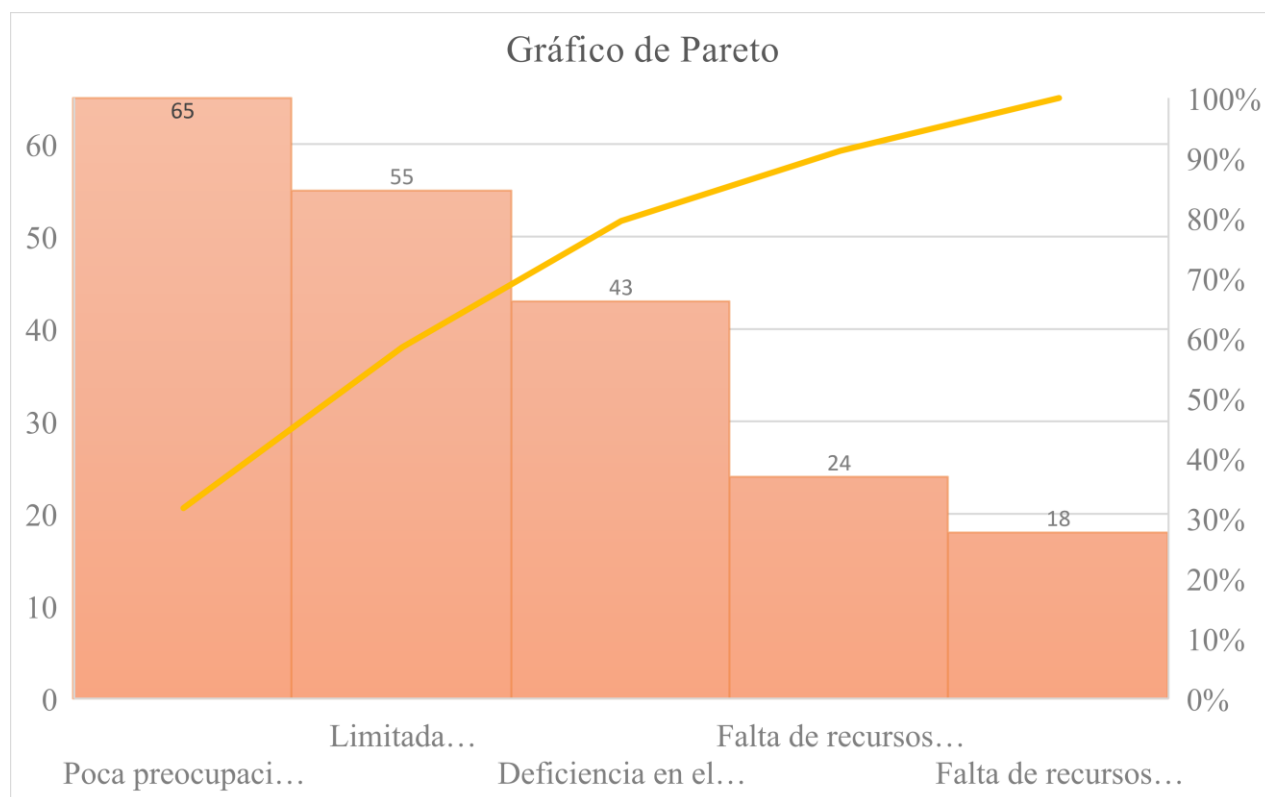


Figura 10. Gráfico de Pareto

Nota: Elaboración propia

3.5 Propuesta de actividades

A través de los resultados se evidenciaron ciertas falencias que necesitan ser mejoradas con el objetivo de impulsar la comercialización de las cervezas artesanales. En el siguiente apartado se ubican las actividades propuestas:

Tabla 18. Plan de actividades

#	Metas	Actividades	Tiempo a realizar	Responsables	Beneficiarios	Recursos
1	Dar a conocer la oferta de cervezas artesanales	Crear campañas publicitarias	Mensualmente	GAD Ministerio de turismo	Clientes Representantes de los establecimientos de cerveza artesanal	Financieros, humanos y tecnológicos
2	Elevar el conocimiento acerca de las características de la cerveza artesanal	Planificar eventos como casas abiertas para hacer demostraciones de los tipos de cerveza artesanales	Trimestralmente	GAD Ministerio de turismo	Representantes de los establecimientos de cerveza artesanal Clientes	Financieros, humanos y tecnológicos
3	Evitar la competencia desleal	Controlar las tasas de precios a través de visitas a los establecimientos dedicados a la comercialización de cervezas artesanales	Mensualmente	GAD Ministerio de turismo	Clientes	Financieros, humanos y tecnológicos
4	Diversificar la oferta	Incentivar a la creación de nuevos productos a través de talleres participativos o concursos	Trimestralmente	GAD Ministerio de turismo	Representantes de los negocios Clientes	Financieros, humanos y tecnológicos
5	Fortalecer las habilidades y destrezas de los empleados	Capacitaciones en diversos temas	Trimestralmente	GAD Ministerio de turismo Representantes de los negocios	Colaboradores internos Clientes	Financieros, humanos y tecnológicos

Nota: Elaboración propia

CONCLUSIONES

1. A través de la revisión literaria en documentos oficiales como el Catastro del cantón Manta, se constata la presencia de 8 establecimientos dedicados a la comercialización de cervezas artesanales en el cantón Manta: Cervecería Umiña, Beer to go, Latitud cero, Manta Yards & Beer, Presea Cerveza Artesanal Express, Krug pub Manta y Pub 30.
2. Acerca del nivel de producción y consumo de cervezas artesanales, los establecimientos dedicados a la elaboración de la cerveza artesanal en esta localidad, lo realizan tomando en consideración los indicadores como la asistencia de los clientes y el gasto realizado por estos. Asimismo, se revela que los consumidores realizan un gasto promedio entre \$1 a \$25 cuando visitan estos establecimientos. No obstante, cabe destacar que estos valores suelen ser cambiantes debido a la estacionalidad.
3. Mediante la aplicación del cuestionario de encuesta se constata que existe una considerable comercialización de cervezas artesanales en el cantón Manta. Sin embargo, se detectan problemas como: Precios altos, falta de publicidad, poca diversificación de oferta, desconocimiento de las personas por las cervezas artesanales y también la competencia desleal.
4. A partir de los problemas detectados se procede a elaborar un conjunto de estrategias enfocadas en dar solución a estas falencias, entre las acciones a implementar están: Crear campañas publicitarias, planificar eventos como casas abiertas para hacer demostraciones de los tipos de cerveza artesanales, controlar las tasas de precios a través de visitas a los establecimientos dedicados a la comercialización de cervezas artesanales, incentivar a la creación de nuevos productos a través de talleres participativos o concursos y capacitaciones a los colaboradores internos en diversos temas.

RECOMENDACIONES

1. En torno a los resultados obtenidos se detectan falencias en cuanto a la comercialización de cervezas artesanales en el cantón Manta, las cuales no permiten el desarrollo de esta práctica, generando disconformidades para los consumidores de este producto y para los dueños de estos establecimientos. En vista de aquello, se invita a los gestores a trabajar articuladamente para que se puedan lograr los resultados esperados, generando mayores beneficios para el sector.
2. Del mismo modo, se exhorta a la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, pero de manera específica a la Facultad de Hospitalidad, Hotelería y Turismo a seguir con esta línea de investigación respecto a las cervezas artesanales, permitiendo así al estudiante inmiscuirse en dichos procedimientos y fortaleciendo así el compromiso de la academia universitaria con la sociedad.
3. También se exhorta al análisis de las estrategias formuladas en esta investigación para que sean estudiadas y aplicadas en caso de que las autoridades las creen convenientes. Asimismo, se insta a utilizar los contenidos expuestos en esta investigación, para desarrollar futuros estudios acerca de la cerveza artesanal y la comercialización de esta.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arízaga, E. (2019). Plan de comercialización para la marca de cerveza artesanal “Surmont” 2019-2020. *Trabajo de graduación previo a la obtención del título de Ingeniero en Marketing*. Cuenca, Azuay , Ecuador : Universidad del Azuay.
- Cajas, E. (2020). Propuesta del modelo Canvas para la empresa de servicios Goldesel Cia. Ltda. dedicada a la elaboración y venta de cerveza artesanal en la ciudad de Quito año 2019. Quito, Pichincha, Ecuador: Universidad Internacional del Ecuador.
- Casas, R., Repullo, J., & Campos, J. (2002). *La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I)*. Madrid, España: Escuela Nacional de Sanidad.
- Coally, D. (2020). Actividades turístico recreativas para la dinamización del flujo de visitantes en Las Pampas de Salasaca . *Proyecto Final del Trabajo de Graduación o Titulación previo a la obtención del Título de Licenciada en Turismo y Hotelería*. Ambato, Tungurahua , Ecuador: Universidad Técnica de Ambato.
- GAD Manta. (2020). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Manta 2022-2035*. Manta, Ecuador: Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Manta.
- INEC. (2019). *Índice de la producción de la industria manufacturera*. Quito, Ecuador: INEC. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Economicas/IPI-M/2019/Enero/BOLETIN_TECNICO_IPI-M_2019_01.pdf
- Jaramillo, C. (2020). Estudio de factibilidad para la implementación de una planta productora de cerveza artesanal con encapsulados de enterogermina® (Bacillus clausii), en el cantón Latacunga de la provincia Cotopaxi. *Trabajo de Titulación, modalidad de emprendimiento, previa la obtención del Título de Ingeniera Bioquímica, otorgado por la Universidad Técnica de Ambato, a través de la Facultad de Ciencia e Ingeniería en Alimentos y Biotecnología*. Ambato , Ecuador: Universidad Técnica de Ambato .

- Llanos, J. (2020). Cerveza artesanal versus cerveza industrial: Un análisis de las preferencias de los jóvenes universitarios en Mar del Plata. *Tesis de graduación para acceder al grado de Licenciado en Economía*. Mar de Plata, Argentina: Universidad Nacional Mar de Plata.
- Loayza, J. (2020). Estrategia de Branding para la Introducción de la Cerveza artesanal “TAIO” en la ciudad de Cuenca para el Período 2019-2020. *Trabajo de graduación previo a la obtención del título de: Ingeniero en Marketing*. Cuenca, Azuay, Ecuador : Universida del Azuay.
- Lombeida, M. (2018). Evaluación de las cervezas artesanales de producción nacional y su maridaje con la cocina ecuatoriana. *INNOVA Research Journal*, 332-346.
- Macías, G., Pinargote, E., & Tóala, Y. (2018). Proyecto de inversión para la elaboración de cerveza artesanal en la ciudad de Manta. Manta, Manabí, Ecuador: Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí.
- Melo, D. (2020). Calidad del servicio en el área de restauración en hosterías. *Trabajo de Titulación previo a la obtención del Grado Académico de: Magister en Turismo mención Gestión de la Calidad Total en Organizaciones de Servicios Turísticos*. Ambato , Tungurahua , Ecuador : Universidad Técnica de Ambato .
- Mintur. (2019). *Plan Nacional de Turismo 2030*. Quito, Ecuador: Ministerio de Turismo.
- Muñoz, I. (2019). Plan de negocios de una cerveza artesanal . *Grado Universitario en Ingeniería en Tecnologías Industriales*. España : Universidad Carlos III de Madrid.
- Pazmiño, A. (2015). Impuestos aplicados a los licores en el ecuador, un análisis cuantitativo periodo 2007 – 2012. *Tesis de grado para obtener el título de Magister en Tributación y Finanzas*. Guayaquil. , Guayas, Ecuador : Universidad de Guayaquil.
- Pincay, K. (2020). El benchmarking en los emprendimientos del cantón Jipijapa: Caso de estudio microempresa de cervecería artesanal “Tribu Xipijapa”. Jipijapa, Manabí, Ecuador : Universidad Estatal del Sur de Manabí.
- Reyna, A. (2020). Exportación de la cerveza artesanal ecuatoriana a España a partir del segundo semestre de 2019. *Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciada*

Multilingue en negocios y relaciones internacionales . Quito, Pichincha, Ecuador : Pontifica Universidad Católica del Ecuador .

Rodríguez, A., & Pérez, O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista EAN*, 15(82), 179-200.
doi:<https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>

Sanz, I. (2019). Plan de negocios de una cerveza artesanal. *Trabajo de fin de grado* . Madrid, España: Universidad Carlos III de Madrid .

Serra, D. (2017). Diseño de una planta de elaboración de cerveza artesanal, Microcervecería . Catalunya , España: Universidad Politécnica de Catalunya .

Sotomayor, A. (2019). Comercialización digital de productos turísticos del Ecuador en el mercado de Estados Unidos. Caso Agencia Galápagos Best Deals . *Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Maestría en Mercadotecnia en Mención de Mercado Digital* . Quito , Ecuador : Pontifica Universidad Católica del Ecuador .

Tovar, M. (2018). ¿Qué es la cerveza artesanal? Ciudad de México. Obtenido de <https://www.cervezaartesanal mexicana.mx/cultura-cervecera/que-es-la-cerveza-artesanal>