UNIVERSIDAD ESTATAL DE BOLÍVAR

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, GESTIÓN EMPRESARIAL E INFORMÁTICA

PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN TURISMO

TEMA:

RESTAURANTE CON ENFOQUE DE SOSTENIBILIDAD Y EXPERIENCIA GASTRONÓMICA TÍPICA, EN LA PARROQUIA FEBRES CORDERO-RECINTO MATA DE CACAO DE LA CIUDAD DE BABAHOYO, AÑO 2024.

AUTORES:

LEONELA ANDREINA COELLO ROMERO

MARÍA ELENA SÁNCHEZ MARISCAL

DIRECTOR/PAR:

ING. VERÓNICA ARCOS B.

PAR ACADÉMICO:

LIC. MARÍA FERNANDA QUINTANA

GUARANDA – ECUADOR

2025

TEMA DEL ANTEPROYECTO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Restaurante con enfoque de sostenibilidad y experiencia gastronómica típica, en la Parroquia Febres Cordero-Recinto Mata de Cacao de la ciudad de Babahoyo, año 2024.

AGRADECIMIENTO

Expresamos nuestra más profunda gratitud a Dios, por guiarnos en este camino, brindándonos fortaleza, sabiduría y la oportunidad de cumplir esta meta.

A nuestras familias, por su amor incondicional, apoyo constante y palabras de aliento en cada etapa de este proceso. Su confianza en nosotros ha sido el pilar fundamental para seguir adelante.

A nuestra directora de tesis a la Ing. Verónica Arcos, por su orientación, paciencia y valioso conocimiento, los cuales fueron clave para el desarrollo de este trabajo. Asimismo, agradecemos a nuestro par académica a la Lcda. María Fernanda Quintana, por sus aportes y observaciones que enriquecieron nuestra investigación.

Finalmente, extendemos nuestro agradecimiento a todas las personas que, de una u otra manera, nos brindaron su apoyo y acompañaron en este camino de formación.

Leonela Coello

María Elena Sánchez

DEDICATORIA

Primeramente, le doy gracias a Dios, por ser mi guía y fortaleza en cada momento de este camino, por darme salud, sabiduría y la oportunidad de alcanzar esta meta.

A mis amados padres, Emérito Coello y María Romero cuyo esfuerzo, sacrificio y amor incondicional han sido el pilar fundamental en mi vida. Gracias por ser mi mayor ejemplo de dedicación y valentía, por sus palabras de aliento en los momentos difíciles y por confiar en mi incluso cuando las dudas me invadían. Su apoyo inquebrantable y sus enseñanzas han sido la guía que me ha permitido llegar hasta aquí.

A mis queridos hermanos, quienes han sido mi compañía y apoyo. Gracias por su cariño, por las risas compartida y por estar siempre a mi lado en cada paso de este camino.

A mis pequeños sobrinos, cuya ternura y alegría han sido un respiro en los momentos de mayor esfuerzo. Gracias por llenar mi vida de luz y recordarme, con su inocencia y amor, lo valioso de cada pequeño instante.

Este logro no es solo mío sino también de ustedes, porque sin su amor y apoyo, este sueño no se habría hecho realidad y les estaré eternamente agradecido. Los amo profundamente.

Leonela Andreina Coello Romero

DEDICATORIA

De la mano de Dios, con su bendición, culmino con gratitud esta etapa importante de mi vida.

A mi abuela Elvira Contreras, quien no solo ha sido mi segunda madre, sino también mi refugio, mi guía y mi mayor ejemplo de amor incondicional. Gracias Mami, por cada palabra de aliento, por cada abrazo lleno de amor y por enseñarme que la verdadera familia se mide en entrega y corazón.

A mis tíos, Fulton, Cristhian y Eduardo. Y a mis tías Mayra y Lorena, que más que eso, han sido como mis hermanos y hermanas. Con ustedes he encontrado apoyo inquebrantable, risas en los momentos felices y compañía en los difíciles.

A mi madre Cecibell Mariscal, mi mayor pilar. Su esfuerzo y su valentía han sido base la cual he construido mis sueños. Gracias Mamá, por estar en los momentos difíciles.

A mi padre Bolívar Sánchez, quien en vida me apoyó con amor y dedicación hasta donde pudo. Su recuerdo vive en mí, en cada consejo que me dejó. Gracias, por todo lo que me enseñaste y por ser una parte fundamental de lo que hoy soy.

A cada uno de ustedes, mi más profundo agradecimiento. Este logro no solo es mío, es de todo los que han caminado a mi lado con amor y apoyo incondicional.

María Elena Sánchez Mariscal

CERTIFICADO DEL VALIDACIÓN

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN

ING.VERÓNICA ARCOS BÓSQUEZ y LIC. MARÍA FERNANDA QUINTANA en su orden Director y Par Académico del Trabajo de Titulación: **RESTAURANTE CON ENFOQUE DE SOSTENIBILIDAD Y EXPERIENCIA GASTRONÓMICA TÍPICA, EN LA PARROQUIA FEBRES CORDERO-RECINTO MATA DE CACAO DE LA CIUDAD DE BABAHOYO, AÑO 2024** desarrollado por las estudiantes: **LEONELA ANDREINA COELLO ROMERO y MARÍA ELENA SÁNCHEZ MARISCAL.**

CERTIFICAN

Que, luego de revisado el Trabajo de Titulación en su totalidad, cumple con las exigencias académicas de la **Carrera Turismo.**

Guaranda, Mayo 2025

ING.VERÓNICA ARCOS B.
Director/Par

LIC. MARÍA FERNANDA QUINTANA
Par Académico

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO

ING. VERÓNICA ARCOS BÓSQUEZ. EN CALIDAD DE DIRECTOR DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.

CERTIFICA

Que el trabajo denominado ``Restaurante con enfoque de sostenibilidad y gastronomía típica, en la parroquia Febres Cordero-Recinto Mata de Cacao de la ciudad de Babahoyo, año 2024, modalidad **Proyecto de Emprendimiento,** elaborado por las señoritas Leonela Andreina Coello Romero y María Elena Sánchez Mariscal, estudiantes de la **Carrera de Turismo.** Ha sido analizado por el sistema **TURNITIN,** reflejado como resultado un 5% de coincidencia no intencional como se puede evidenciar en la imagen adjunta.

Es todo cuanto podemos certificar en honor a la verdad.

Guaranda, 10-marzo-2025

Atentamente,

Ing. Verónica Arcos Bósquez
Director

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

DERECHOS DEL AUTOR

DERECHOS DE AUTOR

Nosotras **LEONELA ANDREINA COELLO ROMERO** y **MARÍA ELENA SÁNCHEZ MARISCAL** portadoras de la Cédula de Identidad No. **0941725244** y No. **0928873652.** en calidad de autores y titulares de los derechos morales y patrimoniales del Trabajo de Titulación: **RESTAURANTE CON ENFOQUE DE SOSTENIBILIDAD Y EXPERIENCIA GASTRONÓMICA TÍPICA, EN LA PARROQUIA FEBRES CORDERO-RECINTO MATA DE CACAO DE LA CIUDAD DE BABAHOYO, AÑO 2024** modalidad Proyecto de Emprendimiento, de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, concedemos a favor de la Universidad Estatal de Bolívar, una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservamos a mi/nuestro favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo/autorizamos a la Universidad Estatal de Bolívar, para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El (los) autor (es) declara (n) que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Leonela Andreina Coello Romero

María Elena Sánchez Mariscal

Dirección: Av. Ernesto Che Guevara y Gabriel Secaira
Guaranda-Ecuador
Teléfono: (593) 3220 6059
www.ueb.edu.ec

ÍNDICE DE CONTENIDO

TEMA DEL ANTEPROYECTO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN I
AGRADECIMIENTO II
DEDICATORIA III
CERTIFICADO DEL VALIDACIÓN V
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO VI
DERECHOS DEL AUTOR VII
ÍNDICE DE CONTENIDO VIII
RESUMEN XX
SUMMARY XXI
Keywords: Indigenous culture, globalization, natural resources, financial viability, cultural XXI
diversity. XXI
INTRODUCCIÓN 1
CAPÍTULO I 3
1.1 Descripción del Problema 3
1.2 Formulación del Problema 4
1.3 Preguntas de Investigación 4
1.4 Justificación 5
1.5 Objetivos 6
1.5.1 Objetivos General 6
1.5.2 Objetivos Específicos 6
1.6 Idea a Defender 6
CAPITULO II 7
2.1 Marco teórico 7
2.2 Antecedentes 7
2.3 Matriz de antecedentes 13
2.4 Marco Científico 16
2.5 Marco Conceptual 21
2.6 Sostenibilidad 22
2.6.1 Enfoque de sostenibilidad ambiental 22

2.6.2 Enfoque de sostenibilidad económico....22
2.6.3 Enfoque de sostenibilidad sociocultural....22
2.7 Estudios....22
2.7.1 Estudio económico....22
2.7.2 Estudio de mercado....23
2.7.3 Estudio financiero....23
2.7.4 Estudio técnico....25
2.8 Evaluación económica....26
2.9 Prefactibilidad....27
2.10 Gastronomía....27
2.11 Oferta Gastronómica....28
2.12 Productos locales....29
2.13 Gastronomía....30
2.13.1 Gastronomía local....30
2.13.2 Gastronomía típica....30
2.14 Experiencias....31
2.14.1 Experiencias gastronómicas....31
2.14.2 Experiencias sostenibles....31
2.15 Turismo....31
2.15.1 Tipos de turismo....32
2.15.2 Clasificación de establecimientos turísticos....33
2.16 Restaurante....34
2.17 Gastronomía Típica: Categorías y Subcategorías....34
2.18 Categorías de Gastronomía Típica....35
2.19 Subcategorías de Gastronomía Típica....36
2.20 Marco Legal....37
2.21 Marco Georreferencial....45
CAPITULO III....53
3.1 Metodología....53
3.2 Tipo de Investigación....53
3.3 Enfoque de la Investigación....55
3.4 Método de Investigación....57

3.5 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos....58
3.6 Universo, población y muestra....64
3.7 Determinación del Tamaño de la Muestra....65
3.8 Interpretación....67
3.9 Procesamiento de la información....67
3.10 Instrumentos de los objetivos....68
3.11 Resultados y Análisis....69
CAPÍTULO IV. PROPUESTA....94
4.1 Descripción de la Propuesta....94
4.2 Objetivos De La Propuesta....95
4.2.1 Objetivo General....95
4.2.2 Objetivos Específicos....95
4.3 Plan de proyecto....96
4.4 Análisis Interno y del Entorno....107
4.4.1 Análisis FODA....107
4.5 Análisis PESTEL....109
4.6 Análisis del Mercado y la Competencia....110
4.6.1 Segmento del mercado....110
4.7 Demandas....112
4.7.1 Demanda Potencial....112
4.7.2 Demanda Disponible....112
4.7.3 Demanda Efectiva....113
4.8 Público Objetivo....113
4.9 Competencia....114
4.10 Oportunidades y Ventajas Competitivas....115
4.11 Identificación de la competencia indirecta....116
4.12 Factores que los convierten en competencia indirecta....116
4.13 Estrategias para diferenciarse de la competencia indirecta....117
4.14 Plan comercial....117
4.14.1 Estrategias de Comercialización....117
4.15 Diseño de la Experiencia del Cliente....119
4.16 Producto (Descripción del producto logo y Slogan)....119

4.17 Estudio Técnico 126
4.17.1 Localización del Proyecto 126
4.18. Capacidad Instalada y producción 127
4.19 Proceso de producción 132
4.20 Diseño del negocio 133
4.21 Ingeniería del proyecto 136
4.22 Materia prima 143
4.23 La estructura organizativa de la empresa 150
4.24 Estudio económico financiero del proyecto 153
4.24.1 Inversión Total del proyecto 153
4.25. Costos variables y fijos 156
4.25.1 Costos Variables del Proyecto 156
4.25.2 Costos Fijos del Proyecto 158
4.25.3 Determinación de precios 160
4.26 Estimación de ingresos 163
4.26.1 Análisis e Interpretación de la Estimación de Ingresos 168
4.27 Evaluación económica del Proyecto 182
.28 Análisis de riesgos del proyecto 183
4.29 Análisis de impactos del Proyecto (sostenibilidad) 186
4.30 Conclusión 187
4.31 Recomendaciones 188
5. BIBLIOGRAFÍA 189
6. ANEXOS 199

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Descripción Datos.....66

Tabla 2: Cuál es su edad. 69

Tabla 3: Cuál es su lugar de procedencia. 70

Tabla 4: Cuál es su género. 71

Tabla 5: Cuál es su ocupación principal. 72

Tabla 6: Cuál es su rango de ingreso mensual. 73

Tabla 7: Con qué frecuencia consume alimentos en restaurantes. 74

Tabla 8: Prefiere consumir productos típicos de la zona. 76

Tabla 9: Importancia de productos que consume en restaurantes. 76

Tabla 10: Qué tipo de alimentos prefiere consumir al comer afuera. 78

Tabla 11: Con que frecuencia consume comida tipica. 79

Tabla 12: Qué tan familiarizado está con el concepto de sostenibilidad en la gastronomía. 80

Tabla 13: Considera importante que los restaurantes implementen prácticas sostenibles. 81

Tabla 14: Estaría dispuesto/a a pagar un poco más por un plato que promueva la sostenibilidad y el uso de productos locales. 82

Tabla 15: Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por un plato típico que incluye ingredientes frescos, preparación tradicional y enfoque en la sostenibilidad. 83

Tabla 16: Cómo califica la variedad de la oferta gastronómica en la Parroquia Febres Cordero. 84

Tabla 17: Qué tan satisfecho está con la calidad general de la oferta gastronómica en la parroquia.....85

Tabla 18: Por cuál de los siguientes medios le gustaría adquirir nuestros productos típicos. 86

Tabla 19: Qué tan importante considera que los productos típicos estén disponibles a través de plataformas digitales (aplicaciones móviles, redes sociales, sitios web).....87

Tabla 20: Cuál canal de comunicación utiliza con mayor frecuencia para conocer nuevos restaurantes o productos locales. 88

El presente grafico evidencia el canal de comunicación que actualmente utilizan con mayor frecuencia los encuestados, dando como resultado que el mayor canal de comunicación es las redes sociales, pues casi 250 encuestados optaron por preferir el uso de redes sociales. Sin duda una gran oportunidad para el Restaurante Doña Betty pues el empleo de redes sociales no tiene costos altos.

Tabla 21: Qué tipo de promociones considera más atractivas. 89

Tabla 22: Con qué frecuencia consume platos típicos de la localidad. 90

Tabla 23: Características de la demanda. 92

Tabla 24. Analisis de la competencia. 93

Tabla 25: Prefiere consumir productos típicos de la zona. 112

Tabla 26: Estaría dispuesto/a a pagar un poco más por un plato que promueva la sostenibilidad y el uso de productos locales. 113

Tabla 27: Resumen de la demanda.....114

Tabla 28: Comida típica ecuatoriana y su ubicación dentro de la parroquia.....115

Tabla 29: Identificación de la competencia indirecta.....116

Tabla 30: Presupuesto del Plan Comercial 125

Tabla 31: Capacidad Instalada del Producto.....127

Tabla 32. Capacidad de Producción 129

Tabla 33. Capacidad de producción por plato.....130

Tabla 34. Tiempo Promedio de servicio por Cliente.....131

Tabla 35. Flujo de Procesos 133

Tabla 36. Áreas del restaurante 135

Tabla 37: Área del restaurante 136

Tabla 38. Maquinarias y equipos.....136

Tabla 39. Equipos informáticos.....138

Tabla 40: Muebles y enceres.....139

Tabla 41: Menaje y lencería.....140

Tabla 42: Vajilla y cristalería.....140

Tabla 43: Utensilios de cocina.....141

Tabla 44: Herramientas de limpieza.....142

Tabla 45: Plato Típico ´´Encebollado´´. 143

Tabla 46: Plato Típico ´´Fritada´´. 143

Tabla 47. Plato Típico “Seco de Gallina". 144

Tabla 48. Plato Típico "Caldo de Gallina".....145

Tabla 49. Plato Típico "Seco de Chancho". 145

Tabla 50. Plato Típico "Bollo". 146

Tabla 51. Plato típico ´´Guatita´´.....146

Tabla 52: Plato típico ´´Cazuela de Mariscos´´.....147

Tabla 53: Plato típico ´´Hornado´´ 147

Tabla 54: Plato típico ´´Tonga´´.....148

Tabla 55: Plato típico ´´Sancocho de bagre´´.....148

Tabla 56: Bebida ´´Colada Morada´´ 148

Tabla 57. Bebida ´´Jugo de Tamarindo´´.....149

Tabla 58: Pagos a los trabajadores 152

Tabla 59: Inversión necesaria para la implementación del restaurante.....153

Tabla 60: Depreciación.....155

Tabla 61. Costos Variables 156

Tabla 62: Tabla de Costos Fijos.....158

Tabla 63: Capital de Trabajo para el Primer Mes de Operación.....159

Tabla 64: Costos fijos.....160

Tabla 65: Precio del ´´Encebollado´´.....160

Tabla 66. Precio del ´´Fritada´´ 161

Tabla 67. Precio del ´´Seco de gallina´´.....161

Tabla 68. Precio del ´´Caldo de gallina´´.....161

Tabla 69. Precio del ´´Seco de chancho´´ 161

Tabla 70. Precio del ´´Bollo´´ 161

Tabla 71. Precio de la ´´Guatita´´ 162

Tabla 72. Precio de la ´´Cazuela de mariscos´´.....162

Tabla 73. Precio del ´´Hornado´´.....162

Tabla 74. Precio de la ´´Tonga´´.....162

Tabla 75. Precio del ´´Sancocho de bagre´´.....162

Tabla 76. Precio de la ´´Colada morada´´.....163

Tabla 77. Precio del ´´Jugo de tamarindo´´.....163

Tabla 78. Ingresos de ventas o servicios prestados. 163

Tabla 79. Proyección de Ingresos.....165

Tabla 80. Estado de Resultados.....169

Tabla 81: Punto de equilibrio.....172

Tabla 82: Proyección de costos unitario en materia prima.....174

Tabla 83. Costo de materiales al año por producto. 175

Tabla 84. Sueldos y beneficios sociales.....176

Tabla 85. Flujo de caja.....177

Tabla 86. Cálculo de TIR y VAN.....182

Tabla 87. Cálculo del PRI, ROI, B/C y C/B. 183

Tabla 88. Riesgos Comerciales. 183

Tabla 89. Riesgos Técnicos.....184

Tabla 90. Riesgos Financieros.....184

Tabla 91. Riesgos Legales.....185

Tabla 92. Impacto Ambiental.....186

Tabla 93. Impacto Económico.....186

Tabla 94. Impacto Social. 187

INDICE DE CUADROS

Cuadro 1: Características de la demanda y la oferta gastronómica. 62

Cuadro 2: Estudio técnico con relación a las necesidades. 62

Cuadro 3: Estudio financiero y la evaluación económica**.** 63

Cuadro 4: Platos Típicos Enfocados en Productos de la Localidad: 101

Cuadro 5: Bebidas de la localidad 104

Cuadro 6: El análisis FODA 107

Cuadro 7: Análisis PESTEL 109

Cuadro 8: Identificación de las preferencias de los consumidores locales y turistas. 111

Cuadro 9: Categorías del Menú 118

Cuadro 10: Estrategias de Promoción de nuestro restaurante. 122

Cuadro 11: Funciones de cada cargo. 150

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Cuál es su edad.....69

Gráfico 2: Cuál es su lugar de procedencia.....71

Gráfico 3: Cuál es su género.....72

Gráfico 4: Cuál es su ocupación principal.....73

Gráfico 5: Cuál es su rango de ingreso mensual.....74

Gráfico 6: Con qué frecuencia consume alimentos en restaurantes. 75

Gráfico 7: Prefiere consumir productos típicos de la zona. 76

Gráfico 8: Importancia de productos que consume en restaurantes. 77

Gráfico 9: Qué tipo de alimentos prefiere consumir al comer afuera. 78

Gráfico 10: Con que frecuencia consume comida tipica.....79

Gráfico 11: Qué tan familiarizado está con el concepto de sostenibilidad en la gastronomía. 80

Gráfico 12: Considera importante que los restaurantes implementen prácticas sostenibles. 81

Gráfico 13: Estaría dispuesto/a a pagar un poco más por un plato que promueva la sostenibilidad y el uso de productos locales. 82

Gráfico 14: Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por un plato típico que incluye ingredientes frescos, preparación tradicional y enfoque en la sostenibilidad. 84

Gráfico 15: Cómo califica la variedad de la oferta gastronómica en la Parroquia Febres Cordero. 85

Gráfico 16: Qué tan satisfecho está con la calidad general de la oferta gastronómica en la parroquia 86

Gráfico 17: Por cuál de los siguientes medios le gustaría adquirir nuestros productos típicos....87

Gráfico 18: Qué tan importante considera que los productos típicos estén disponibles a través de plataformas digitales (aplicaciones móviles, redes sociales, sitios web). 88

Gráfico 19: Cuál canal de comunicación utiliza con mayor frecuencia para conocer nuevos restaurantes o productos locales. 89

Gráfico 20: Qué tipo de promociones considera más atractivas. 90

Gráfico 21: Con qué frecuencia consume platos típicos de la localidad. 91

RESUMEN

El presente proyecto de emprendimiento gastronómico sostenible tiene como objetivo la creación de un restaurante con identidad cultural y enfoque ecológico en la parroquia Febres Cordero, Recinto Mata de Cacao, en la ciudad de Babahoyo, Ecuador. Esta propuesta responde a la creciente demanda de experiencias culinarias auténticas y responsables con el ambiente, promoviendo el desarrollo local mediante el uso de ingredientes autóctonos, la reducción de desperdicios y la implementación de estrategias sostenibles en la operación del negocio. La investigación adoptó un enfoque mixto, combinando métodos cualitativos y cuantitativos. Se realizaron encuestas a potenciales clientes, y entrevista a la propietaria del restaurante acerca de la gastronomía de la localidad y un análisis técnico-financiero para determinar la viabilidad del proyecto. Los resultados obtenidos evidencian un alto interés del mercado por propuestas gastronómicas sostenibles y experiencias culinarias que valoren la identidad cultural. Se identificaron ventajas competitivas claves, tales como la implementación de un modelo de gestión basado en la economía circular y el uso de estrategias de comercialización digital para fortalecer el posicionamiento del emprendimiento. El estudio concluye que la implementación del restaurante es viable en términos económicos, sociales y ambientales, dado su impacto positivo en la dinamización del comercio local, la generación del empleo y la valorización del patrimonio culinario de la región.

Palabras clave: Cultura autóctona, globalización, recursos naturales, viabilidad financiera, diversidad cultural.

SUMMARY

The objective of this sustainable gastronomic entrepreneurship project is to create a restaurant with cultural identity and ecological focus in the Febres Cordero parish, Mata de Cacao Enclosure, in the city of Babahoyo, Ecuador. This proposal responds to the growing demand for authentic and environmentally responsible culinary experiences, promoting local development through the use of indigenous ingredients, the reduction of waste and the implementation of sustainable strategies in the operation of the business. The research adopted a mixed approach, combining qualitative and quantitative methods. Surveys were carried out with potential customers, and interviews were conducted with the owner of the restaurant about the gastronomy of the town and a technical-financial analysis to determine the viability of the project. The results obtained show a high market interest in sustainable gastronomic proposals and culinary experiences that value cultural identity. Key competitive advantages were identified, such as the implementation of a management model based on the circular economy and the use of digital marketing strategies to strengthen the positioning of the enterprise. The study concludes that the implementation of the restaurant is viable in economic, social and environmental terms, given its positive impact on the revitalization of local commerce, the generation of employment and the appreciation of the culinary heritage of the region.

Keywords: Indigenous culture, globalization, natural resources, financial viability, cultural diversity.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el sector gastronómico ha evolucionado para responder a las crecientes demandas de los consumidores, quienes buscan experiencias auténticas y alineadas con principios de sostenibilidad. La gastronomía no solo representa un pilar cultural e identitario de las comunidades, sino que también se ha convertido en un motor clave para el desarrollo económico y social. En Ecuador, la cocina típica se distingue por su riqueza de sabores, ingredientes autóctonos y tradiciones culinarias arraigadas, lo que abre oportunidades para integrar propuestas innovadoras que equilibren la conservación de la identidad gastronómica con prácticas sostenibles.

Este estudio se centra en el diseño e implementación de un restaurante con enfoque en sostenibilidad y experiencia gastronómica típica en la parroquia Febres Cordero, específicamente en el Recinto Mata de Cacao, ubicado en la ciudad de Babahoyo. La propuesta responde a la necesidad de fortalecer el turismo gastronómico local y generar un impacto positivo en la economía de la comunidad mediante el uso de productos locales, la reducción de desperdicios y la aplicación de estrategias de responsabilidad ambiental.

El Capítulo I presenta la problemática central del proyecto, destacando la falta de establecimientos gastronómicos que integren prácticas sostenibles y ofrezcan experiencias basadas en la identidad culinaria local. Se formulan las preguntas de investigación y se establecen los objetivos del estudio, tanto generales como específicos, con el propósito de diseñar una propuesta viable y alineada con las necesidades del entorno.

El Capítulo II desarrolla el marco teórico del estudio, abordando antecedentes nacionales e internacionales sobre gastronomía sostenible, turismo gastronómico y modelos de negocio basados en experiencias típicas. También se exploran conceptos clave como sostenibilidad, hospitalidad y

patrimonio cultural, permitiendo comprender el impacto que puede generar la implementación de un restaurante con estas características. Adicionalmente, se incluye el marco legal que sustenta el proyecto, destacando normativas relacionadas con el sector turístico y la sostenibilidad en Ecuador.

En el Capítulo III, se describe la metodología empleada para el desarrollo del estudio, detallando el tipo de investigación, su enfoque y los métodos aplicados para la recolección de información. Se especifica la población y muestra analizada, así como las técnicas utilizadas para evaluar la viabilidad del proyecto. Asimismo, se presentan los resultados obtenidos a partir de encuestas y análisis de datos, los cuales proporcionan insumos fundamentales para la estructuración de la propuesta.

El Capítulo IV corresponde a la propuesta del proyecto, donde se describe el modelo de negocio del restaurante, su concepto y los elementos que lo diferencian dentro del mercado gastronómico local. Se establecen los objetivos específicos de la propuesta, su público objetivo y el plan estratégico para su implementación. También se realiza un análisis del sector, se define el diseño del producto y se especifican las categorías del menú, con énfasis en la autenticidad de los platillos y el uso de ingredientes locales. Además, se presenta un estudio financiero que considera costos fijos y variables, proyecciones económicas y la rentabilidad esperada del negocio.

Sin embargo, el documento concluye con un análisis de los impactos socioculturales, económicos y ambientales que este restaurante puede generar en la comunidad. Se presentan las conclusiones y recomendaciones derivadas del estudio, con el propósito de consolidar una propuesta innovadora que impulse el turismo gastronómico sostenible en la parroquia Febres Cordero-Recinto Mata de Cacao.

CAPÍTULO I

1.1 Descripción del Problema

Mundialmente, el sector gastronómico ha experimentado un creciente interés por la sostenibilidad debido a la preocupación por el cambio climático y escasez de recursos naturales. Los consumidores demandan cada vez más productos orgánicos, del origen local, y practicas sostenibles en los restaurantes (Cáceres, 2023). Diversos restaurantes, especialmente los nuevos emprendimientos, luchan por mantenerse a flote debido a problemas relacionados con los altos costos operativos, la fluctuación en la demanda, la competencia feroz, y la necesidad de cumplir con normativas cada vez más estrictas en seguridad alimentaria y sostenibilidad. Asimismo, la globalización ha expuesto a los restaurantes locales a la competencia de grandes cadenas y franquicias internacionales, lo que genera presión adicional sobre la innovación y diferenciación del producto (Cáceres, 2023).

Ecuador es un país pluricultural teniendo a la gastronomía como una de sus mayores representantes, desde el punto de vista geográfico y cultural es muy importante debido a que este aspecto influye en la preparación de los platos; ingredientes y métodos utilizados en la preparación de platillos, lo que le da un gran valor gastronómico a los pueblos y culturas que se distribuyen por todo el territorio ecuatoriano. Además, este es un país lleno de mezclas culinarias y tradiciones ancestrales distribuidas en todas las zonas; no obstante, la globalización y los cambios en la sociedad han ido modificando estas tradiciones y con base a la gastronomía, cambiando la forma de preparación de los alimentos o la adición de nuevos ingredientes provocando una pérdida cultural de las raíces culinarias (Aguero, 2019).

En la ciudad de Babahoyo, parroquia Febres Cordero recinto Mata de Cacao, tiene un potencial turístico y agrícola significativo debido a su rica biodiversidad y producción de cacao. No obstante, existe una falta de iniciativa que capitalicen estos recursos, mediante propuestas gastronómicas sostenibles que integren tanto la oferta local como las tradiciones culturales autóctonas.

Los pequeños agricultores y empresarios alimentarios enfrentan varios desafíos, incluida la falta de infraestructura suficiente para abrir restaurantes que cumplan con los estándares de sostenibilidad. Asimismo, la falta de formación en gestión empresarial limita las oportunidades de los empresarios locales de mejorar su gastronomía (Chávez, Carbo, Lombeida, & Cobos, 2019). Si bien la comunidad cuenta con importantes recursos naturales y culturales, faltan productos turísticos bien estructurados que vinculen estos elementos con experiencias gastronómicas.

1.2 Formulación del Problema

¿Cómo diseñar un modelo de restaurante que incorpore prácticas sostenibles y ofrezca experiencias gastronómicas típicas en la Parroquia Febres Cordero, Recinto Mata de Cacao, en Babahoyo, ¿considerando las características socioeconómicas y culturales de la zona para el año 2024?

1.3 Preguntas de Investigación

- ¿Cuáles son las características de la oferta y demanda gastronómica típica en la Parroquia Febres Cordero, Recinto Mata de Cacao?
- ¿Qué aspectos técnicos y normativos deben considerarse para el diseño del restaurante en cumplimiento con las regulaciones turísticas?

- ¿Cuál es la viabilidad financiera y económica para la implementación del restaurante en la zona?

1.4 Justificación

El propósito de un restaurante con enfoque en sostenibilidad y gastronomía típica responde a la creciente demanda de turistas que buscan experiencias auténticas y responsables con el ambiente. Según el estudio de Ormaza (2021), los turistas prefieren establecimientos que ofrezcan productos locales y sostenibles, ya que estos promueven el desarrollo de las comunidades y preservan su cultura gastronómica. Además, la Organización Mundial del Turismo (OMT) destaca que el turismo sostenible ayuda a promover el uso responsable de los recursos naturales y a minimizar los impactos ambientales negativos.

El objetivo principal es impulsar el desarrollo económico y social de la comunidad, generando empleo y fortaleciendo la identidad cultural local. Según Camacho (2021), un restaurante sostenible no solo mejora la oferta turística, sino que también se convierte en un motor económico que atrae a visitantes interesados en conocer la cultura y la gastronomía de la región. Esto, a su vez, fomenta la conservación de tradiciones culinarias y el uso de ingredientes locales, lo que refuerza la economía de los productores locales.

Para llevar a cabo este proyecto, se realizará un análisis de mercado para identificar los recursos disponibles y se priorizará el uso de productos orgánicos, implementando prácticas ecológicas que minimicen el impacto ambiental lo indica (Camacho, 2021) . Este enfoque no solo atraerá visitantes, sino que también beneficiará a los productores locales y fomentará la conservación de tradiciones culinarias, contribuyendo así al desarrollo sostenible de la región.

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivos General

Diseñar una propuesta para la implementación de un restaurante con enfoque de sostenibilidad y experiencia gastronómica típica en la Parroquia Febres Cordero-Recinto Mata de Cacao de la ciudad de Babahoyo, que contribuya al desarrollo económico y cultural de la zona para el año 2024.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Identificar las características de la demanda y la oferta gastronómica actual en la zona, a través de un estudio de mercado.
- Elaborar el estudio técnico con relación a las necesidades del diseño del restaurante y a las normativas vigentes en el sector turístico. Enfocado a una oferta gastronómica con prácticas sostenibles.
- Realizar el estudio financiero y la evaluación económica para la implementación del restaurante.

1.6 Idea a Defender

La creación de un restaurante con enfoque en sostenibilidad y una experiencia gastronómica típica en la Parroquia Febres Cordero, Recinto Mata de Cacao, en Babahoyo, es una estrategia viable y necesaria para promover el desarrollo económico local, preservar la cultura culinaria tradicional y fomentar prácticas responsables con el medio ambiente. Integrar la gastronomía con principios de sostenibilidad no solo atraerá a turistas interesados en experiencias genuinas y ecológicas, sino que también contribuirá a la conservación de los recursos naturales y al fortalecimiento de la identidad local.

CAPITULO II

2.1 Marco teórico

Para llevar a cabo esta investigación "Restaurante con enfoque de sostenibilidad y experiencia gastronómica típica, en la parroquia Febres Cordero-Recinto Mata de Cacao de la ciudad de Babahoyo, año 2024", es fundamental analizar el contexto general y particular en el que se desarrolla. En un entorno global cada vez más consciente de la necesidad de implementar prácticas sostenibles en todos los sectores productivos, la gastronomía juega un papel relevante al impactar tanto a nivel ambiental como cultural y social. El propósito del presente trabajo es identificar y desarrollar un modelo de negocio gastronómico que no solo ofrezca una experiencia culinaria única basada en la tradición local, sino que también promueva la sostenibilidad a lo largo de toda la cadena de valor, desde la obtención de materia prima hasta la entrega final del producto al consumidor. Para lograrlo, es imprescindible abordar los antecedentes a nivel macro, meso y micro, con el fin de entender las políticas, tendencias y características específicas que influyen en la implementación de un enfoque sostenible en el ámbito gastronómico.

2.2 Antecedentes

Internacionales

El estudio realizado por González (2023), titulado *"Percepciones y actitudes de la Generación Z sobre prácticas sostenibles en restaurantes de comida rápida"*, realizado en Madrid, España, se buscó analizar cómo los jóvenes perciben las iniciativas sostenibles implementadas en cadenas como McDonald's y Burger King. La investigación abordó la problemática de la falta de comprensión sobre las expectativas de los consumidores jóvenes frente a prácticas de sostenibilidad, dificultando el diseño de estrategias que equilibren el compromiso ambiental con

la rentabilidad. Se utilizó una metodología cualitativa basada en entrevistas a profundidad con jóvenes de 18 a 24 años y análisis de casos de sostenibilidad en cadenas seleccionadas. Los resultados demostraron que la Generación Z valora positivamente iniciativas como el uso de materiales reciclables y menús vegetarianos, destacando la importancia de integrar sostenibilidad para captar este segmento de consumidores.

La investigación de Valle (2023), titulada *"La gastronomía como factor turístico sostenible para mejorar el desarrollo económico de Perú y Colombia"*, aborda cómo la gastronomía sostenible impacta las comunidades de Lima, Perú y Bogotá, Colombia. tuvo como objetivo analizar cómo la gastronomía sostenible impacta el desarrollo turístico y económico local. La problemática radicó en la subutilización de la gastronomía como recurso estratégico para el turismo, limitando su potencial para promover economías inclusivas. Se utilizó una metodología mixta que combinó encuestas a turistas y empresarios con análisis estadísticos sobre la percepción de sostenibilidad en experiencias gastronómicas. Los resultados evidenciaron que el uso de ingredientes autóctonos y la promoción de la identidad cultural no solo fortalecen el turismo, sino que también generan empleo y desarrollo en las comunidades locales.

El artículo de Aranceta (2023), titulado *"Gastronomía científica, salud, sabor y sostenibilidad: Las 12 'eses' de la alimentación del siglo XXI"*, aborda los retos actuales de la gastronomía para contribuir a una alimentación más saludable y sostenible, con un enfoque en las prácticas observadas en Bilbao, España, se planteó como objetivo abordar los retos de la gastronomía moderna para contribuir a una alimentación saludable y sostenible. La problemática se centró en cómo la industria gastronómica puede responder a las demandas de consumidores que buscan opciones saludables y ambientalmente responsables. La metodología consistió en una

revisión documental de prácticas sostenibles e innovadoras en la producción de alimentos, con énfasis en el uso de ingredientes locales y técnicas modernas como la cocina molecular. Los resultados subrayaron que la combinación de innovación y sostenibilidad en la gastronomía no solo preserva la identidad cultural, sino que también mejora la competitividad del sector.

Nacionales

En el año (2021), Ormaza desarrolló el proyecto *"Plan de negocio para la creación de un restaurante de comida típica con temática sostenible en la comuna Olón, parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena"*. El objetivo del estudio fue diseñar un modelo de restaurante que integrara prácticas sostenibles y el uso de productos locales para la preparación de alimentos típicos. La problemática se centró en la necesidad de satisfacer la creciente demanda de turistas por experiencias gastronómicas sostenibles y culturalmente auténticas, destacando las limitaciones en la oferta gastronómica existente. La metodología utilizada incluyó un análisis de mercado mediante encuestas a turistas y residentes, así como un diagnóstico financiero para evaluar la viabilidad del proyecto. Los resultados indicaron que la implementación de prácticas sostenibles, como el uso de materiales biodegradables y la priorización de insumos locales, no solo mejoraría la percepción del restaurante, sino que también fortalecería el turismo y la economía local. Este antecedente es relevante para el proyecto en Febres Cordero, ya que demuestra que un enfoque sostenible y culturalmente auténtico puede tener un impacto positivo en el desarrollo económico, al tiempo que fomenta la preservación del entorno natural y la identidad cultural.

En (2018), Fernández et al., publicaron el artículo *"Estrategias de mejora para la gestión de los restaurantes: Establecimientos de comida típica de la Amazonía del Ecuador"*. Este estudio, realizado en Puyo, tuvo como objetivo evaluar la gestión de restaurantes de comida típica

amazónica para identificar oportunidades de mejora en la calidad del servicio y su impacto en el turismo. La problemática abordó la falta de estrategias de gestión adecuadas, lo que limitaba el atractivo de los establecimientos para turistas y locales. La metodología incluyó diagnósticos internos en los restaurantes mediante observación y análisis DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades). Los resultados evidenciaron que, si bien los platos típicos eran valorados por su autenticidad, la calidad del servicio era inconsistente y faltaba capacitación para el personal. El estudio concluyó que la implementación de estrategias de mejora en la gestión, como la estandarización de procesos, capacitación del personal y promoción de la sostenibilidad, podría fortalecer el turismo gastronómico en la región. Este antecedente es clave para el proyecto en Febres Cordero, ya que resalta la importancia de la gestión eficiente y la sostenibilidad como herramientas para mejorar la experiencia gastronómica.

Poveda et al. (2021), llevaron a cabo el estudio *"Implementación de la cocina molecular y sus tendencias en la gastronomía típica y ancestral del Ecuador"*, con énfasis en Quito. El objetivo del estudio fue explorar cómo la integración de técnicas modernas, como la cocina molecular, puede innovar la preparación de platos tradicionales ecuatorianos, mejorando su atractivo en el mercado turístico. La problemática abordada fue la necesidad de diferenciar la oferta gastronómica tradicional para satisfacer las expectativas de un público cada vez más interesado en experiencias innovadoras y sostenibles. La metodología incluyó experimentación práctica con técnicas de cocina molecular aplicadas a platos típicos y entrevistas con chefs locales para evaluar su viabilidad y aceptación. Los resultados destacaron que estas técnicas permiten mantener la esencia cultural de los platos mientras se mejora su presentación y atractivo, lo que genera un impacto positivo en los consumidores. Además, el uso de ingredientes locales refuerza la sostenibilidad y

fomenta el apoyo a productores locales. Este antecedente es relevante para el proyecto en Febres Cordero, ya que subraya la importancia de combinar innovación y autenticidad para diferenciar un restaurante dentro del mercado turístico y local.

Locales

En el año (2019), Rodríguez desarrolló el proyecto titulado *"Buenas prácticas ambientales en los restaurantes de la ciudad de Babahoyo"*. Este estudio tuvo como objetivo evaluar la implementación de prácticas sostenibles en los restaurantes de Babahoyo, identificando estrategias para reducir el impacto ambiental de estos establecimientos. La problemática planteada radicó en la carencia de medidas sostenibles en la gestión de los restaurantes, lo que generaba un alto nivel de contaminación y un manejo inadecuado de los recursos. La metodología utilizada fue un enfoque descriptivo, con levantamiento de datos mediante entrevistas a propietarios de restaurantes y observación directa de las prácticas ambientales en los locales. Los resultados evidenciaron que, aunque algunos establecimientos implementan medidas como la separación de residuos y el uso de insumos locales, la mayoría no cuenta con políticas claras sobre sostenibilidad. Además, se identificó que el personal carece de capacitación sobre prácticas sostenibles, lo que dificulta la adopción de medidas eficaces. El estudio concluyó que la implementación de buenas prácticas ambientales no solo beneficia al medio ambiente, sino que también mejora la percepción de los consumidores y fortalece la competitividad de los restaurantes en Babahoyo. Este antecedente aporta al proyecto al resaltar la importancia de integrar prácticas sostenibles en la operación de restaurantes locales.

En el año (2016), Di Lorenzo presentó la investigación *"La gastronomía típica como fortaleza turística del cantón Babahoyo"*. El objetivo del estudio fue analizar cómo los platos

tradicionales de la región pueden posicionarse como un atractivo turístico, promoviendo la cultura y generando desarrollo económico. La problemática abordada radicaba en la falta de promoción y valorización de la gastronomía típica de Babahoyo como un recurso clave dentro del turismo local. La metodología empleada fue cualitativa, utilizando entrevistas semiestructuradas con habitantes locales, turistas y expertos en turismo, complementadas con un análisis de la oferta gastronómica existente en el cantón. Los resultados indicaron que platos como el seco de gallina, las empanadas de verde y el encebollado son representativos de la identidad cultural de Babahoyo, pero enfrentan una baja promoción y estandarización en su preparación. El estudio concluyó que, para convertir la gastronomía en una fortaleza turística, es necesario implementar estrategias de promoción cultural y capacitación a los actores del sector. Este antecedente resulta clave para el proyecto, ya que destaca la importancia de preservar y promover la gastronomía típica como parte integral de la oferta turística sostenible en Babahoyo.

2.3 Matriz de antecedentes

Tema	Tipo de aporte	Enfoque en la problemática	Objetivo	Método aplicado	Resultados	Aporte a la investigación
Percepciones y actitudes de la Generación Z sobre prácticas sostenibles	Estudio internacional tipo tesis	Falta de comprensión sobre la percepción de los jóvenes frente a prácticas sostenibles en restaurantes	Analizar las percepciones de la Generación Z sobre sostenibilidad en restaurantes de comida rápida	Entrevistas a jóvenes y análisis de casos	Los jóvenes valoran positivamente prácticas sostenibles como el uso de materiales reciclables	Demuestra la importancia de captar a jóvenes mediante prácticas sostenibles
-ñ[ñLa gastronomía como factor turístico sostenible en Perú y Colombia	Estudio internacional tipo tesis	Subutilización de la gastronomía como recurso turístico en Perú y Colombia	Evaluar el impacto de la gastronomía sostenible en el turismo local y regional	Encuestas y análisis estadístico	El uso de ingredientes autóctonos fortalece el turismo y genera empleo local	Resalta el valor de la gastronomía sostenible para el turismo regional
Gastronomía científica, salud, sabor y sostenibilidad	Estudio internacional tipo tesis	Retos de la gastronomía moderna para responder a consumidores interesados en salud y sostenibilidad	Explorar cómo la innovación culinaria puede enriquecer la gastronomía típica	Revisión documental y entrevistas con chefs	La cocina molecular mejora la presentación de platos tradicionales sin perder autenticidad	Innova en la gastronomía típica mediante técnicas modernas
Implementación de la cocina	Estudio nacional	Necesidad de diferenciar	Explorar la viabilidad de técnicas	Experimentación con cocina	Las técnicas modernas	Resalta la importancia de

molecular y sus tendencias en la gastronomía típica y ancestral del Ecuador	tipo artículo	la oferta gastronómica tradicional mediante innovación	modernas como la cocina molecular para innovar en platos típicos	molecular y entrevistas con chefs	enriquecen la presentación de platos tradicionales sin perder autenticidad	combinar innovación y autenticidad para diferenciar un restaurante en el mercado
Plan de negocio para la creación de un restaurante sostenible en Olón	Estudio nacional tipo artículo	Necesidad de satisfacer la demanda de experiencias sostenibles y auténticas	Diseñar un restaurante que integre prácticas sostenibles y comida típica	Encuestas y diagnóstico financiero	La integración de prácticas sostenibles fortalece el turismo y la economía local	Proporciona un modelo viable para integrar sostenibilidad en la gastronomía local
Estrategias de mejora para la gestión de restaurantes en la Amazonía	Estudio nacional tipo artículo	Deficiencias en la gestión de restaurantes típicos amazónicos que afectan su atractivo turístico	Mejorar la calidad del servicio y la sostenibilidad en restaurantes amazónicos	Análisis DAFO y observación directa	Mejorar la gestión y estandarizar procesos incrementa la calidad del servicio	Refuerza la importancia de la gestión eficiente para atraer turistas
Buenas prácticas ambientales en los restaurantes de Babahoyo	Estudio local tipo tesis	Ausencia de prácticas sostenibles en la gestión de restaurantes locales	Evaluar la implementación de prácticas ambientales en restaurantes locales	Entrevistas y observación directa	Pocas prácticas sostenibles implementadas, pero con potencial de mejora	Evidencia la importancia de implementar sostenibilidad en restaurantes locales
La gastronomía típica como	Estudio local tipo tesis	Falta de promoción y valorización de la	Analizar el potencial de la gastronomí	Entrevistas y análisis cualitativo	Los platos tradicionales son representat	Destaca la necesidad de

fortaleza turística del cantón Babahoyo		gastronomía típica como recurso turístico	a típica para el turismo en Babahoyo		ivos, pero carecen de promoción adecuada	preservar y promover la gastrono mía típica
Impacto del turismo gastronómi co en la economía local de Babahoyo	Estudio local tipo tesis	Escaso aprovecham iento del potencial del turismo gastronómic o en Babahoyo	Identificar cómo el turismo gastronómi co impacta la economía local	Encuestas y análisis económico	El turismo gastronómi co tiene impacto positivo, pero requiere infraestruct ura adecuada	Muestra el impacto económic o del turismo gastronó mico en Babahoyo

Nota: La tabla resume investigaciones sobre gastronomía, sostenibilidad e innovación en distintos contextos. Aborda percepciones de consumidores, impacto en el turismo y economía, y estrategias de gestión y diferenciación en restaurantes. Se destacan estudios sobre cocina molecular, gastronomía sostenible y turismo gastronómico en Ecuador y Latinoamérica.

2.4 Marco Científico

El presente marco científico aborda las principales teorías que sustentan el desarrollo del restaurante con enfoque de sostenibilidad y experiencia gastronómica típica en la parroquia Febres Cordero-Recinto Mata de Cacao, ciudad de Babahoyo. Este proyecto se fundamenta en teorías clave relacionadas con el turismo, la hospitalidad, la gastronomía, el desarrollo local, el marketing, el turismo cultural, el patrimonio cultural y el turismo accesible. A continuación, se presenta una descripción detallada de cada una de estas teorías, enfatizando su relevancia en el contexto del estudio.

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico que implica el desplazamiento de personas hacia lugares diferentes a su entorno habitual por diversas razones, como el ocio, los negocios o el estudio (ONU, 2024). La oferta está conformada por los recursos y servicios que un destino ofrece, mientras que la demanda se refiere a las motivaciones y necesidades del turista. El impacto, por su parte, abarca los efectos que el turismo genera en las áreas sociales, económicas y ambientales del destino.

El turismo sostenible, una subcategoría de esta teoría, se centra en maximizar los beneficios sociales y económicos para las comunidades locales, al tiempo que minimiza los impactos ambientales negativos. Para este estudio, es esencial considerar cómo el turismo sostenible puede fomentar el desarrollo económico en el Recinto Mata de Cacao, integrando la oferta gastronómica local con prácticas responsables (Buckley, 2012).

A continuación, es importante nombrar la teoría de la hospitalidad, la cual se define como la capacidad de un anfitrión para proporcionar una experiencia acogedora y satisfactoria a los visitantes. Según Lashley y Morrison (2000), la hospitalidad se articula en tres niveles: social,

privado y comercial. En el contexto comercial, los establecimientos de hospitalidad, como los restaurantes y hoteles, buscan crear ambientes que promuevan la comodidad y la satisfacción del cliente, integrando la autenticidad de la cultura local en el servicio.

En este sentido, Brotherton (2020), señala que la hospitalidad no solo abarca la provisión de alimentos y alojamiento, sino también el cuidado emocional y el bienestar de los visitantes. Para este proyecto, la hospitalidad juega un rol crucial, ya que el objetivo es ofrecer una experiencia gastronómica sostenible y auténtica que valore las tradiciones locales, al mismo tiempo que se garantiza un servicio de alta calidad.

Según Herrera y Arilla (2013), la gastronomía es clave para el turismo gastronómico, donde los turistas buscan experiencias culinarias auténticas que reflejen la cultura de un destino. Para este proyecto, la teoría de la gastronomía es esencial, ya que se pretende rescatar y valorizar los platos tradicionales de la región, utilizando productos locales bajo un enfoque sostenible.

La sostenibilidad se ha convertido en un enfoque imprescindible en la gestión de recursos, especialmente en sectores como el gastronómico, donde el impacto ambiental y social es significativo. De acuerdo con López y Sánchez (2020), la sostenibilidad implica el equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental, promoviendo un uso eficiente de los recursos sin comprometer las necesidades de las generaciones futuras. En el ámbito gastronómico, este principio se traduce en la utilización de ingredientes locales, reducción de desperdicios y prácticas que respeten el medio ambiente. Así, los restaurantes que integran esta visión no solo contribuyen al desarrollo sostenible, sino que también responden a la creciente demanda de consumidores conscientes de su huella ecológica.

En la misma línea, Gómez (2019) destaca que la sostenibilidad en la gastronomía debe ir más allá de la elección de insumos, involucrando también aspectos relacionados con la educación y sensibilización de los consumidores. Esto implica diseñar experiencias que no solo satisfagan el paladar, sino que también generen conciencia sobre el origen y el impacto de los alimentos. En este sentido, la sostenibilidad en la gastronomía no solo busca minimizar los impactos negativos, sino maximizar los positivos, fortaleciendo economías locales y promoviendo la biodiversidad. Por lo tanto, adoptar prácticas sostenibles no es únicamente una responsabilidad ética, sino una estrategia que mejora la competitividad del restaurante al alinearse con las expectativas de los clientes modernos.

Asimismo, López y Sánchez (2020) argumentan que un modelo gastronómico sostenible puede contribuir a la preservación de las tradiciones culturales y culinarias de una región. Este enfoque permite rescatar recetas autóctonas, revitalizar comunidades rurales y asegurar que las prácticas agrícolas locales prosperen bajo esquemas amigables con el ambiente. La sostenibilidad, en este caso, no solo aborda los desafíos ambientales, sino que también responde a una necesidad cultural y económica. En la parroquia Febres Cordero, por ejemplo, un restaurante con enfoque sostenible podría actuar como catalizador para la preservación de la herencia gastronómica y fomentar un sentido de identidad y orgullo entre los habitantes locales.

Por último, Gómez (2019) enfatiza que la implementación de sostenibilidad en el sector gastronómico enfrenta desafíos, como los altos costos iniciales y la resistencia al cambio en ciertos contextos. Sin embargo, señala que estos retos pueden superarse mediante la planificación estratégica y la colaboración con actores clave, como proveedores, autoridades locales y organizaciones comunitarias. En este sentido, promover la sostenibilidad en un restaurante implica

un compromiso continuo con la innovación y la mejora, asegurando que las prácticas sostenibles sean económicamente viables y culturalmente relevantes. Así, se crea una sinergia entre sostenibilidad y experiencia gastronómica, posicionando al restaurante no solo como un lugar de consumo, sino como un agente de cambio en la comunidad.

A nivel global, la gastronomía ha experimentado un cambio significativo hacia la sostenibilidad, influenciada por los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, específicamente el objetivo 12, que se centra en garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles (ONU, 2015). En este sentido, los restaurantes alrededor del mundo han comenzado a implementar prácticas más ecológicas, como el uso de ingredientes locales y orgánicos, la reducción de la huella de carbono y la adopción de políticas de cero desperdicios. Este movimiento se ha visto fortalecido por la creciente conciencia de los consumidores sobre la importancia de cuidar el medio ambiente y apoyar prácticas responsables dentro del sector alimentario (FAO, 2021),

La gastronomía es una disciplina que trasciende la simple preparación de alimentos, integrando aspectos culturales, sociales y sensoriales. Según García y Ramírez (2021), la gastronomía se entiende como una expresión cultural que refleja la identidad de una comunidad, siendo un vehículo para transmitir tradiciones y costumbres. En este sentido, las experiencias gastronómicas típicas van más allá del acto de comer; implican un viaje sensorial que conecta al comensal con la historia y el patrimonio de un lugar. Este enfoque es esencial en un restaurante que busca destacar por ofrecer experiencias auténticas y únicas, basadas en la cocina local.

En relación con lo anterior, Martínez (2020) resalta que la gastronomía tiene un fuerte componente emocional, pues activa recuerdos y genera vínculos afectivos con los alimentos y su

entorno. Esto se vuelve especialmente relevante en la gastronomía típica, donde los sabores y aromas tradicionales evocan una conexión profunda con el territorio. Para lograrlo, los restaurantes deben diseñar sus ofertas gastronómicas de manera que cada plato cuente una historia, creando una experiencia completa que mezcle el placer sensorial con el aprendizaje cultural. De esta manera, el acto de comer se convierte en una experiencia enriquecedora y significativa.

Asimismo, García y Ramírez (2021) argumentan que la gastronomía no solo es un reflejo del pasado, sino también una herramienta de innovación y adaptación al presente. Las experiencias gastronómicas típicas pueden incorporar elementos modernos que resalten los sabores tradicionales sin desvirtuar su esencia. En este sentido, la gastronomía no es estática, sino que evoluciona en respuesta a las tendencias y preferencias de los consumidores. Esto abre una oportunidad para que los restaurantes combinen técnicas culinarias contemporáneas con ingredientes y recetas tradicionales, logrando así una propuesta atractiva tanto para locales como para turistas.

En Ecuador, el Plan Nacional para el Buen Vivir ha integrado la sostenibilidad como uno de los pilares fundamentales del desarrollo económico, social y ambiental del país (senplades, 2017). Las políticas públicas fomentan el uso de productos locales y la protección de los recursos naturales, buscando equilibrar el desarrollo turístico y gastronómico con la conservación de los ecosistemas locales. Además, la Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria impulsa a pequeños productores, promoviendo la economía local y asegurando un comercio más justo, lo que se alinea con las prácticas sostenibles dentro del sector gastronómico (Gobierno del Ecuador, 2011).

En el contexto del Recinto Mata de Cacao, esta teoría es relevante porque el restaurante no solo busca ofrecer una experiencia gastronómica única, sino también impulsar la economía local mediante el uso de productos agrícolas propios de la región y la generación de empleo.

El cacao fino de aroma es uno de los productos más importantes de la provincia de Los Ríos. Su producción ha sido parte esencial de la identidad económica y cultural de la región, y promover su consumo a nivel local mediante la gastronomía puede fortalecer tanto el desarrollo económico como la sostenibilidad ambiental (INIA, 2024).

2.5 Marco Conceptual

A continuación, en el presente trabajo, se desarrollarán los conceptos clave que fundamentan esta investigación, proporcionando una base teórica sólida para comprender los elementos que componen el proyecto dividido en sus 2 variables. Este marco conceptual abordará definiciones esenciales y enfoques teóricos relacionados con la sostenibilidad, la gastronomía típica local, el turismo cultural y el desarrollo económico y social de las comunidades, entre otros. A través de la revisión de literatura especializada, se establecerán las relaciones entre estos conceptos y su relevancia para el estudio del restaurante con enfoque de sostenibilidad y experiencia gastronómica en la Parroquia Febres Cordero, Recinto Mata de Cacao, Babahoyo, Ecuador.

2.6 Sostenibilidad

2.6.1 Enfoque de sostenibilidad ambiental

El enfoque ambiental se refiere a la consideración de factores ecológicos y la sostenibilidad en la toma de decisiones. En el contexto ecuatoriano, este enfoque es esencial para preservar la biodiversidad y los ecosistemas únicos, como el de las Islas Galápagos (Ministerio del Ambiente, 2021).

2.6.2 Enfoque de sostenibilidad económico

Este enfoque implica analizar las actividades desde el punto de vista de la eficiencia y sostenibilidad económica, considerando el uso adecuado de recursos y el impacto en el crecimiento. En Ecuador, las políticas económicas buscan balancear el desarrollo con la equidad social (Banco Central del Ecuador, 2020).

2.6.3 Enfoque de sostenibilidad sociocultural

El enfoque sociocultural implica comprender las dinámicas sociales y culturales de una comunidad, tomando en cuenta tradiciones, valores y formas de vida. En Ecuador, la diversidad étnica y cultural es un pilar fundamental de la identidad nacional (Derechos Humanos de Ecuador, 2021).

2.7 Estudios

2.7.1 Estudio económico

Un estudio económico es un análisis detallado de los costos, ingresos y proyecciones financieras asociadas con un proyecto, negocio o empresa (Puc, 2024).

2.7.2 Estudio de mercado

El estudio de mercado es una herramienta que permite conocer las características de la oferta y demanda en un sector específico. En Ecuador, se utiliza para entender el comportamiento de los consumidores y mejorar la competitividad de productos locales (CCQ, 2022).

2.7.3 Estudio financiero

Un estudio financiero se enfoca en evaluar la viabilidad económica de un proyecto o empresa. En el contexto ecuatoriano, estos estudios son cruciales para la inversión en sectores clave como el agrícola y el turístico (Superintendencia de Compañías, 2021).

El estudio financiero es una herramienta clave para determinar la viabilidad económica de un proyecto, asegurando que las inversiones realizadas sean rentables y sostenibles a largo plazo. En el ámbito del turismo gastronómico, su importancia radica en la necesidad de planificar y optimizar los recursos financieros para garantizar que los restaurantes y establecimientos relacionados puedan operar de manera eficiente. Según la Superintendencia de Compañías (2021), en Ecuador, los estudios financieros son indispensables para sectores estratégicos como el turístico y gastronómico, donde los márgenes de rentabilidad pueden variar significativamente debido a factores como la estacionalidad, el poder adquisitivo de los consumidores y la competencia.

Entre las características principales de un estudio financiero en el ámbito del turismo gastronómico destaca la proyección de ingresos y costos, que incluye una estimación detallada de los recursos necesarios para la puesta en marcha y operación del restaurante, como materia prima, personal, equipos y servicios básicos. Además, este análisis debe considerar los costos asociados al diseño de experiencias gastronómicas típicas, que muchas veces requieren de ingredientes locales y métodos tradicionales de preparación. La inclusión de estos elementos no solo incrementa

los costos iniciales, sino que también puede generar un mayor retorno económico al ofrecer una propuesta diferenciada y culturalmente rica.

Otra característica esencial del estudio financiero es la evaluación del flujo de caja, que permite analizar si el proyecto contará con liquidez suficiente para cubrir sus obligaciones en cada etapa de operación. En el turismo gastronómico, esta herramienta es particularmente importante debido a la naturaleza fluctuante de la demanda, que puede depender de factores como temporadas altas y bajas o eventos especiales. Además, un flujo de caja bien gestionado permite al negocio adaptarse a cambios en el mercado, como el aumento en el costo de insumos o la necesidad de realizar promociones para atraer clientes.

Por último, el estudio financiero incluye el análisis de indicadores financieros, como el retorno de inversión (ROI) y el punto de equilibrio. Estos indicadores ofrecen una visión clara sobre el desempeño económico del proyecto y ayudan a tomar decisiones informadas. En el caso de un restaurante enfocado en la sostenibilidad y la experiencia gastronómica típica, el análisis financiero también debe integrar el impacto de prácticas sostenibles en los costos y beneficios. Esto implica calcular, por ejemplo, el ahorro generado por el uso eficiente de recursos o el valor agregado que los clientes perciben al consumir productos éticos y culturalmente relevantes (Superintendencia de Compañías, 2021).

2.7.4 Estudio técnico

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos (Gómez, 2024).

El **estudio técnico** es una etapa crucial en los proyectos de inversión, especialmente en el ámbito del turismo gastronómico sostenible, ya que se centra en los aspectos operativos necesarios para garantizar la eficiencia en el uso de los recursos disponibles. Según Gómez (2024), este análisis permite determinar elementos clave como el tamaño óptimo del lugar de producción, la localización ideal, las instalaciones necesarias y la organización requerida para la operación del proyecto. En un restaurante enfocado en sostenibilidad y experiencias gastronómicas típicas, el estudio técnico asegura que las decisiones operativas estén alineadas con los objetivos del negocio y las expectativas del mercado.

Entre las características más destacadas de un estudio técnico está la determinación del tamaño óptimo, que incluye la capacidad instalada para atender a los clientes de manera eficiente sin generar costos excesivos. En el turismo gastronómico, esto implica considerar factores como la cantidad de comensales por turno, la disposición del espacio para crear una experiencia acogedora y la capacidad de almacenamiento para ingredientes locales frescos. Estos elementos son esenciales para garantizar la calidad del servicio y minimizar los desperdicios, contribuyendo así al enfoque sostenible del proyecto.

Otro aspecto relevante es la localización del establecimiento, ya que influye directamente en su accesibilidad, visibilidad y atractivo para los visitantes. Gómez (2024) menciona que la elección del lugar debe considerar tanto los factores económicos como las características culturales y ambientales del entorno. Para un restaurante que promueva la gastronomía típica, es fundamental que la ubicación facilite la conexión con la identidad local y ofrezca una experiencia auténtica a los turistas. Además, un análisis técnico bien fundamentado puede identificar ubicaciones estratégicas que maximicen el flujo de clientes, como áreas cercanas a atractivos turísticos o comunidades con un alto valor cultural.

El diseño de instalaciones y recursos operativos también es una característica esencial del estudio técnico, ya que garantiza que el espacio y los equipos estén optimizados para la producción eficiente de los servicios ofrecidos. En proyectos sostenibles, esto incluye la implementación de tecnologías ecoeficientes, como sistemas de ahorro energético o reutilización de agua, y la disposición de espacios que reflejen el compromiso con el entorno y la cultura local. Estos elementos no solo mejoran la operación del restaurante, sino que también refuerzan su imagen como un proyecto responsable y auténtico.

2.8 Evaluación económica

La evaluación económica es el proceso de analizar los costos y beneficios de un proyecto o actividad económica. En Ecuador, este tipo de evaluaciones son clave para proyectos públicos y privados, particularmente en sectores como el turismo y la minería (Ministerio de Economía y Finanzas, 2021).

2.9 Prefactibilidad

La prefactibilidad es el análisis preliminar que se realiza para determinar si un proyecto es viable antes de llevar a cabo estudios más profundos. En Ecuador, este análisis es fundamental en sectores como el energético y el turístico (Empresa pública amazónica UEA EP, 2020).

2.10 Gastronomía

La gastronomía es el estudio de la relación del ser humano con su alimentación, considerando aspectos culturales, históricos y sociales. En Ecuador, la gastronomía es un reflejo de la biodiversidad y la riqueza cultural de sus distintas regiones (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2021).

La gastronomía trasciende la simple preparación de alimentos, siendo un estudio que analiza la relación del ser humano con su alimentación desde perspectivas culturales, históricas y sociales. En el caso de Ecuador, la gastronomía se erige como un símbolo de su biodiversidad y riqueza cultural, donde cada región aporta sabores únicos que representan la identidad del territorio. Según el Ministerio de Turismo de Ecuador (2021), la gastronomía ecuatoriana refleja la diversidad de ecosistemas y tradiciones, consolidándose como un atractivo turístico clave que fortalece la conexión entre visitantes y comunidades locales.

Una de las características más relevantes de la gastronomía ecuatoriana es su vínculo con la biodiversidad, ya que el país cuenta con una amplia variedad de ingredientes autóctonos provenientes de la Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos. Esta diversidad permite la creación de platos típicos que combinan sabores únicos y destacan el uso sostenible de recursos naturales. Por ejemplo, ingredientes como el cacao, los mariscos y los granos andinos no solo representan la

riqueza del entorno, sino que también ofrecen una experiencia sensorial que conecta a los comensales con la naturaleza y la cultura local.

Asimismo, la gastronomía ecuatoriana está profundamente ligada a las tradiciones y celebraciones culturales. Los platos típicos no solo cumplen una función alimenticia, sino que son elementos fundamentales en festividades y rituales que fortalecen el sentido de pertenencia en las comunidades. El Ministerio de Turismo de Ecuador (2021) señala que las prácticas gastronómicas, como la preparación de fanesca durante la Semana Santa o los platos elaborados con maíz en los Inti Raymi, no solo preservan el patrimonio cultural, sino que también sirven como un puente entre generaciones, manteniendo vivas las costumbres ancestrales.

2.11 Oferta Gastronómica

La oferta gastronómica es un elemento central en el desarrollo de proyectos turísticos, ya que integra la cultura, tradición y experiencia culinaria de una región, convirtiéndose en un atractivo clave para los visitantes. En el ámbito del turismo gastronómico, la oferta va más allá de los alimentos servidos; incluye la experiencia completa, desde la ambientación del lugar hasta la interacción con el personal. Según el Ministerio de Turismo de Ecuador (2021), una oferta gastronómica bien estructurada puede actuar como un diferenciador competitivo, posicionando al destino como un referente en la promoción de su patrimonio cultural.

Una de las principales características de la oferta gastronómica es su autenticidad, que permite transmitir la esencia cultural de un lugar a través de sabores y presentaciones únicas. Los platos tradicionales, elaborados con productos locales, refuerzan la identidad regional y generan una conexión emocional con los visitantes. En el caso de Ecuador, la diversidad culinaria que incluye platos como ceviche, seco de chivo y fanesca, permite ofrecer experiencias que destacan

por su arraigo cultural y riqueza sensorial, atrayendo tanto a turistas nacionales como internacionales.

Otra característica clave es la diversidad y adaptabilidad de la oferta gastronómica, que debe atender a diferentes preferencias y necesidades del mercado. Esto incluye opciones para dietas específicas, como vegetarianas o veganas, y la incorporación de tendencias contemporáneas como la cocina de autor o la gastronomía sostenible. En este contexto, los proyectos gastronómicos tienen la oportunidad de innovar, combinando técnicas modernas con ingredientes tradicionales para ofrecer propuestas únicas que se adapten a las expectativas de los consumidores.

2.12 Productos locales

Los productos locales son básicos en la construcción de experiencias gastronómicas auténticas y sostenibles, ya que representan la identidad cultural y territorial de una región. En Ecuador, estos productos reflejan la biodiversidad del país y son la base de muchos platos tradicionales. Según el Ministerio de Turismo de Ecuador (2021), el uso de productos locales en la gastronomía no solo garantiza frescura y calidad, sino que también fomenta el desarrollo económico de las comunidades productoras, promoviendo una cadena de valor inclusiva y sostenible.

Una de las principales características de los productos locales es su vinculación con el entorno, ya que suelen ser cultivados o producidos de manera tradicional, respetando los ciclos naturales y prácticas ancestrales. Ingredientes como el maíz, la yuca, el cacao y los mariscos forman parte del patrimonio alimentario ecuatoriano y destacan por su valor cultural e histórico. Además, al emplear productos locales en la gastronomía, se contribuye a la reducción de la huella

de carbono, al disminuir la dependencia de insumos importados y los costos asociados a su transporte.

Otro aspecto notable de los productos locales es su capacidad para fortalecer la economía local, ya que generan oportunidades de empleo y fomentan la integración de pequeños productores en los mercados turísticos y gastronómicos. Según datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería (2020), el consumo de productos locales impulsa la sostenibilidad económica al crear una demanda constante que beneficia a las comunidades rurales. Este enfoque permite que los restaurantes y proyectos gastronómicos actúen como aliados estratégicos para las familias que dependen de la agricultura y pesca artesanal.

2.13 Gastronomía

2.13.1 Gastronomía local

La gastronomía local se refiere a las tradiciones culinarias de una región específica, utilizando ingredientes propios del lugar. En Ecuador, la gastronomía local es muy diversa, variando entre la Sierra, la Costa, la Amazonía y las Galápagos (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2021).

2.13.2 Gastronomía típica

La gastronomía típica hace referencia a los platos más representativos de una región o país. En Ecuador, platos como el encebollado, el ceviche y los llapingachos son ejemplos de gastronomía típica que se preserva y promueve (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2021).

2.14 Experiencias

2.14.1 Experiencias gastronómicas

La cocina de vanguardia o llamada también post moderna se caracteriza por brindar aprendizaje, experiencias para compartir y enseñar diferentes culturas a través de la cocina donde se crean platos los cuales transmitirán historias, anécdotas y emociones (Requena, 2018).

2.14.2 Experiencias sostenibles

Las experiencias sostenibles dentro de un restaurante se refieren a aquellas prácticas y vivencias que buscan minimizar el impacto ambiental, promover la responsabilidad social y fomentar el desarrollo económico local. Estas experiencias suelen involucrar el uso de ingredientes orgánicos y de origen local, reducción de desperdicios, eficiencia energética, reciclaje, apoyo a productores locales y la educación de los comensales sobre sostenibilidad (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2021).

2.15 Turismo

El turismo se define como "el conjunto de actividades que las personas realizan durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, negocio o por otros motivos". Este concepto ha evolucionado a lo largo del tiempo para abarcar una amplia variedad de prácticas y experiencias, desde el turismo de masas hasta el turismo especializado (OMT, 2024).

2.15.1 Tipos de turismo

Turismo cultural: El turismo cultural es un tipo de actividad turística en el que la motivación esencial del visitante es aprender, descubrir, experimentar y consumir los atractivos/ productos culturales, materiales e inmateriales, de un destino turístico. Estos atractivos/productos se refieren a un conjunto de elementos materiales, intelectuales, espirituales y emocionales distintivos de una sociedad que engloba las artes y la arquitectura, el patrimonio histórico y cultural, el patrimonio gastronómico, la literatura, la música, las industrias creativas y las culturas vivas con sus formas de vida, sistemas de valores, creencias y tradiciones (OMT, 2024).

Turismo rural: ONU Turismo entiende el turismo rural como "un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés (OMT, 2024).

Turismo interno: El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor (OMT, 2024).

Turismo de negocios (relacionado con la industria de reuniones): El turismo de negocios es un tipo de actividad turística en la que los visitantes viajan por un motivo específico profesional y/o de negocio a un lugar situado fuera de su lugar de trabajo y residencia con el fin de asistir a una reunión, una actividad o un evento. Los componentes clave del turismo de negocios son las reuniones, los viajes de incentivos, los congresos y las ferias (OMT, 2024).

Turismo sostenible: El turismo sostenible es aquel que tiene en cuenta tanto los impactos actuales como futuros, económicos, sociales y medioambientales, satisfaciendo las necesidades de

los visitantes, de la industria, del medio ambiente y de las comunidades anfitrionas. Este tipo de turismo promueve un uso responsable de los recursos, el respeto por las culturas locales y la generación de beneficios económicos equitativos para las comunidades receptoras (OMT, 2024).

2.15.2 Clasificación de establecimientos turísticos

La clasificación de los establecimientos turísticos permite identificar y diferenciar los tipos de servicios que ofrecen los establecimientos, asegurando que cumplan con las expectativas de los turistas y las normativas locales e internacionales. Según el Ministerio de Turismo de Ecuador (2021), clasificar los establecimientos turísticos contribuye a profesionalizar el sector y a mejorar la competitividad de los destinos turísticos al ofrecer opciones diversificadas adaptadas a las necesidades del mercado.

Una característica clave de la clasificación de establecimientos turísticos es la segmentación según el tipo de servicio. Los establecimientos pueden clasificarse en categorías como hoteles, restaurantes, cafeterías, bares, hostales, y alojamientos rurales, entre otros. Cada categoría responde a diferentes demandas del mercado, desde turismo de lujo hasta opciones económicas. En el ámbito gastronómico, esta clasificación ayuda a destacar restaurantes especializados en comida típica, lo que facilita a los turistas identificar lugares que ofrecen experiencias auténticas relacionadas con la cultura local.

Otra característica relevante es el cumplimiento de estándares de calidad y normativas, que incluye aspectos como infraestructura, higiene, atención al cliente y sostenibilidad. La clasificación permite evaluar si los establecimientos cumplen con los requisitos mínimos establecidos por las autoridades competentes, asegurando que los servicios sean seguros, accesibles y de alta calidad. En Ecuador, estas normativas también promueven la integración de

prácticas sostenibles en los establecimientos, incentivando el uso responsable de recursos y la conservación del patrimonio cultural y ambiental.

Así, la clasificación de los establecimientos turísticos impulsa la promoción y posicionamiento del destino, al facilitar la creación de guías y directorios que orientan a los visitantes en su elección. Esto permite destacar la diversidad y calidad de la oferta turística, mejorando la percepción del destino en mercados nacionales e internacionales. En el contexto de proyectos gastronómicos, esta clasificación es esencial para diferenciar restaurantes que ofrecen experiencias típicas y sostenibles, atrayendo a un segmento de turistas interesados en explorar la riqueza cultural y culinaria del lugar (Ministerio de Turismo de Ecuador, 2021).

Clasificados como cafetería, bar, restaurante establecimiento móvil y servicio de catering deberán informar, a través del sistema determinado por la Autoridad Nacional de Turismo, el tipo de cocina que estos ofrezcan a sus usuarios de acuerdo con lo establecido (Reglameno Turístico de Alimentos y Bebidas, 2018).

2.16 Restaurante

Un restaurante es un establecimiento donde se preparan y venden comidas y bebidas para consumo inmediato. En Ecuador, la oferta de restaurantes incluye desde locales familiares (Ministerio del Ambiente, 2021).

2.17 Gastronomía Típica: Categorías y Subcategorías

La gastronomía típica se define como la expresión culinaria que refleja las tradiciones y cultura de una región específica. En el ámbito turístico, esta se organiza en diversas categorías y subcategorías que permiten estructurar y diferenciar las ofertas gastronómicas de un destino. A continuación, se presentan las principales divisiones:

2.18 Categorías de Gastronomía Típica

Platos Principales

Los platos principales representan la esencia de la gastronomía típica y varían según los ingredientes predominantes de la región. En Ecuador, ejemplos incluyen:

Platos de carne: Seco de chivo, fritada.

Platos de pescado: Ceviche, encocado.

Platos de granos: Mote pillo, locro de papas.

Entradas y Sopas

Las entradas y sopas son preparaciones ligeras que preceden al plato fuerte, destacando sabores y técnicas locales. Entre ellas se incluyen:

Sopas típicas: Fanesca, caldo de bola.

Entradas: Humitas, empanadas.

Bebidas

Las bebidas típicas acompañan los platos y forman parte integral de la experiencia culinaria. Se dividen en:

Bebidas calientes: Chocolate con leche, infusiones de hierbas.

Bebidas frías: Chicha de jora, jugos de frutas locales.

Postres

Los postres típicos reflejan las tradiciones dulces de cada región, utilizando ingredientes locales como frutas y granos. Algunos ejemplos son:

Postres tradicionales: Dulce de zapallo, quesadillas de hoja.

Helados artesanales: Helados de paila.

2.19 Subcategorías de Gastronomía Típica

Según la Región Geográfica

Costa: Enfocado en mariscos y plátano verde. Ejemplo: ceviche, bolón de verde.

Sierra: Basado en granos, carnes y tubérculos. Ejemplo: cuy asado, locro de papas.

Amazonía: Con énfasis en yuca y pescado de río. Ejemplo: maito, chontacuro.

Galápagos: Platos que mezclan sabores tradicionales con ingredientes marinos exclusivos de la región.

Según la Temporalidad

Gastronomía festiva: Platos elaborados en celebraciones. Ejemplo: fanesca (Semana Santa), colada morada (Día de los Difuntos).

Gastronomía cotidiana: Preparaciones comunes en el día a día. Ejemplo: arroz con menestra y carne asada.

Según el Método de Preparación

Asados y parrilladas: Técnicas al carbón o fuego directo. Ejemplo: hornado, parrillada.

Cocidos y guisados: Elaborados en ollas o calderos. Ejemplo: seco de pollo, sancocho.

Fritos: Preparaciones crujientes. Ejemplo: empanadas, llapingachos.

Según los Ingredientes Predominantes

A base de maíz: Ejemplo: tortillas, tamales.

A base de plátano: Ejemplo: patacones, tigrillo.

A base de mariscos: Ejemplo: camarones apanados, encocado.

2.20 Marco Legal

Ecuador ha avanzado en la creación de políticas públicas que fomentan la sostenibilidad, particularmente en áreas como el turismo y la gastronomía. La Constitución del Ecuador de 2008 establece un compromiso claro con el "Buen Vivir" o Sumak Kawsay, que implica un desarrollo armónico con la naturaleza, con respeto a las culturas locales y el medio ambiente. Este enfoque es especialmente relevante para el proyecto de un restaurante sostenible, ya que la sostenibilidad se relaciona tanto con el manejo de recursos como con la preservación de las costumbres culinarias locales (CRE, 2008).

A continuación, este trabajo respalda la propuesta de establecer un restaurante con un enfoque sostenible y profundamente vinculado a las raíces culturales de la parroquia Febres Cordero, específicamente en el recinto Mata de Cacao, en la ciudad de Babahoyo.

Este marco se basa en las normativas vigentes en Ecuador, principalmente en la Constitución de la República del Ecuador de 2008, Ley de Turismo, Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), Reglamento turístico de alimentos y bebidas, que establece derechos fundamentales relacionados con el medio ambiente, el desarrollo sostenible y la promoción de la cultura. A continuación, se detallan las normativas pertinentes:

Conforme a la CRE (2008), según el Decreto Legislativo 0, publicado en el Registro Oficial 449 el 20 de octubre del 2008 y modificado el 25 de enero del 2021, el capítulo primero sobre los principios fundamentales establece lo siguiente:

Art. 14.- Derecho a un ambiente sano y equilibrado**. -** Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, sumak kawsay. Este principio constitucional establece un marco de

responsabilidad tanto para las personas como para los proyectos empresariales y comunitarios, como el proyecto del restaurante con enfoque de sostenibilidad en Babahoyo.

El concepto de sostenibilidad en el artículo implica no solo la protección ambiental, sino también un desarrollo económico y social que respete los recursos naturales y culturales de la comunidad local. Este enfoque está estrechamente alineado con el proyecto del restaurante, que se propone como un modelo de negocio sostenible y que respeta tanto el entorno natural como el cultural. Al ofrecer una experiencia gastronómica típica, el restaurante no solo promueve la economía local, sino que también refuerza y preserva las tradiciones culturales, lo cual es fundamental para el "sumak kawsay".

Art. 15.- Uso sostenible de los recursos naturales. - El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho al agua. Se prohíbe el desarrollo, producción, tenencia, comercialización, importación, transporte, almacenamiento y uso de armas químicas, biológicas y nucleares, de contaminantes orgánicos persistentes altamente tóxicos, agroquímicos internacionalmente prohibidos, y las tecnologías y agentes biológicos experimentales nocivos y organismos genéticamente modificados perjudiciales para la salud humana o que atenten contra la soberanía alimentaria o los ecosistemas, así como la introducción de residuos nucleares y desechos tóxicos al territorio nacional.

Art. 276.- Objetivos del desarrollo

El régimen de desarrollo tiene como objetivo principal garantizar el acceso equitativo, permanente y de calidad al agua, aire y suelo, promoviendo la recuperación, conservación y sostenibilidad de la naturaleza, asegurando un ambiente sano para las personas y colectividades.

Art. 385.- Fomento a la cultura. **-** El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional, proteger la diversidad y promover el libre ejercicio de las expresiones culturales, con énfasis en el ámbito comunitario.

Estos artículos de la Constitución de Ecuador proporcionan un marco legal que respalda la creación de un restaurante con un enfoque sostenible y culturalmente arraigado, lo que es esencial para que el proyecto se alinee con las políticas y valores nacionales (Asamblea Constituyente de Ecuador, 2008).

En resumen, los artículos de la Constitución de Ecuador que establecen derechos y obligaciones hacia la sostenibilidad, el equilibrio ambiental, el desarrollo económico responsable y el fomento de la cultura, proporcionan un marco sólido para el proyecto del restaurante con enfoque de sostenibilidad y gastronomía típica en la parroquia Febres Cordero-Recinto Mata de Cacao de la ciudad de Babahoyo. Estos principios constitucionales apoyan la implementación de prácticas empresariales responsables, la conservación de los recursos naturales y la promoción de la cultura local, lo cual es fundamental para que el restaurante no solo sea un negocio rentable, sino también un modelo de desarrollo sostenible y de compromiso con la comunidad. Integrar estas normas en el proyecto asegura que el restaurante contribuirá al bienestar de la comunidad, fortalecerá la identidad cultural y respetará el entorno natural, lo cual resulta esencial para alinearse con el concepto de ´´sumak kawsay´´ o buen vivir. Así, el restaurante se convertirá en un ejemplo

de emprendimiento que promueve tanto la economía local como la preservación de los valores culturales y ambientales, lo cual es altamente beneficioso para el impacto y éxito del proyecto de investigación (CRE, 2008).

Ley de Turismo

La Ley de Turismo del Ecuador regula y promueve las actividades turísticas en el país, proporcionando un marco esencial para el desarrollo de proyectos turísticos. Los artículos seleccionados son clave para sustentar la implementación de un restaurante sostenible y de gastronomía típica en la parroquia Febres Cordero, Recinto Mata de Cacao.

1. Artículo 5 - Actividades Turísticas

De acuerdo con la Ley de Turismo (2014), se consideran actividades turísticas aquellas que incluyen el alojamiento, el servicio de alimentos y bebidas, y otras relacionadas con la transportación y organización de eventos. En este contexto, el restaurante proyectado entra en la categoría de "servicio de alimentos y bebidas," lo que lo integra formalmente en el sector turístico. Esto no solo legitima al restaurante como parte de las actividades reconocidas por la ley, sino que también establece la obligación de cumplir con normativas específicas para operar de manera formal y competitiva.

2. Artículo 8 - Requisitos para Actividades Turísticas

Según el artículo 8 de la misma ley, para desarrollar actividades turísticas es obligatorio contar con el Registro de Turismo y la Licencia Anual de Funcionamiento. Estas herramientas certifican la idoneidad del servicio y garantizan el cumplimiento de normas técnicas y de calidad. En el caso del restaurante, esto implica que, para operar legalmente y brindar un servicio adecuado,

será necesario formalizar su registro y obtener la licencia. Además, esta formalización respalda el compromiso del proyecto con los estándares requeridos por el Estado.

3. Artículo 9 - Registro de Turismo

La ley establece en su artículo 9 que el Registro de Turismo consiste en la inscripción previa del prestador de servicios turísticos ante el Ministerio de Turismo. Esta inscripción es un paso obligatorio para iniciar actividades y permite clasificar y categorizar al establecimiento. Para el restaurante, esto garantiza su inclusión en el mercado turístico formal, facilitando su promoción y alineación con iniciativas del sector. El cumplimiento de este requisito respalda el enfoque de sostenibilidad y visibiliza su oferta gastronómica típica.

4. Artículo 10 - Licencia Única de Funcionamiento

El artículo 10 de la Ley de Turismo señala que la Licencia Única Anual de Funcionamiento otorga beneficios significativos, como acceso a incentivos tributarios, publicidad oficial de la categoría asignada y validez de anotaciones del libro de reclamaciones como prueba legal. Esto beneficia directamente al restaurante, ya que asegura legitimidad operativa y fortalece su posicionamiento en el mercado turístico, contribuyendo a su sostenibilidad financiera y administrativa.

5. Artículo 12 - Participación de Comunidades Locales

La ley, en su artículo 12, fomenta la participación de comunidades locales organizadas y capacitadas en la prestación de servicios turísticos, asegurándoles igualdad de condiciones y apoyo técnico. Este artículo es crucial para el proyecto, ya que refuerza la inclusión de productores locales y promueve una economía circular. Al trabajar con insumos locales, el restaurante no solo

fortalecerá su enfoque sostenible, sino que también apoyará el desarrollo económico de la comunidad de Febres Cordero.

1. Objetivo 11: Ciudades y Comunidades Sostenibles

Según el ODS 11, se busca mejorar la sostenibilidad y seguridad de las ciudades mediante inversiones en transporte público, creación de áreas públicas verdes y planificación urbana inclusiva (ODS, 2019). Este proyecto contribuye al objetivo al promover la integración de prácticas sostenibles en la gestión del restaurante, como el uso de ingredientes locales, la minimización de residuos y el diseño de un espacio que fomente la participación comunitaria. Esto no solo mejora la sostenibilidad del entorno, sino que también crea un modelo que impulsa el desarrollo económico y social de la comunidad.

2. Objetivo 12: Producción y Consumo Responsables

El ODS 12 tiene como meta reducir a la mitad el desperdicio de alimentos y fomentar cadenas de suministro más eficientes (ODS, 2019). Este objetivo es fundamental para el restaurante, ya que su enfoque incluye la reducción de desperdicios alimentarios mediante una gestión eficiente y responsable. Además, al priorizar el uso de productos locales, se fortalecerá la economía de la región y se reducirá el impacto ambiental asociado con el transporte de insumos.

3. Objetivo 1: Garantizar una Vida Digna con Igualdad de Oportunidades

El ODS 1 promueve la igualdad de oportunidades para todas las personas, lo que incluye la mejora de las condiciones económicas y sociales de las comunidades vulnerables (ODS, 2019). Este proyecto generará empleos locales y promoverá la inclusión social al integrar a la comunidad en su operación y cadena de suministro. Esto asegurará una distribución equitativa de los beneficios económicos, contribuyendo al desarrollo integral de Mata de Cacao.

4. Objetivo 3: Garantizar los Derechos de la Naturaleza para las Generaciones Actuales y Futuras

El ODS 3 establece la importancia de garantizar la sostenibilidad ambiental como un derecho fundamental (ODS, 2019). El proyecto refuerza este objetivo al implementar prácticas responsables, como el reciclaje, el uso de energía renovable y la preservación de recursos naturales. Estas acciones no solo aseguran el cumplimiento con el objetivo, sino que también posicionan al restaurante como un modelo de desarrollo sostenible en la región.

5. Objetivo 7: Incentivar una Sociedad Participativa

El ODS 7 fomenta la creación de un Estado cercano y al servicio de la ciudadanía, incentivando la participación social (ODS, 2019). El restaurante está diseñado como un espacio que involucra activamente a la comunidad local, promoviendo su participación en el desarrollo de actividades económicas y culturales. Esta estrategia fortalecerá los lazos comunitarios y empoderará a los actores locales como parte esencial del éxito del proyecto.

El **Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas**, vigente según el Acuerdo Ministerial 53 y publicado en el Registro Oficial Edición Especial 575 del 5 de octubre de 2018, establece los lineamientos que regulan las actividades de los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas. A continuación, se analiza cómo los artículos seleccionados aportan un sustento legal clave para la implementación y operación de un restaurante sostenible y de gastronomía típica en la parroquia Febres Cordero, Recinto Mata de Cacao.

Artículo 5: Derechos del Usuario o Consumidor

Este artículo define los derechos de los usuarios en establecimientos turísticos, como recibir servicios acordes con la clasificación otorgada, información clara sobre precios, instalaciones higiénicas y en buen estado, y un sistema para registrar quejas (Reglameno Turístico de Alimentos y Bebidas, 2018). Para el restaurante proyectado, estos derechos implican garantizar la calidad del servicio, implementar prácticas de transparencia en precios y asegurar instalaciones en condiciones óptimas. Cumplir con estos derechos fortalece la confianza del consumidor y posiciona al establecimiento como un modelo de sostenibilidad y responsabilidad en la comunidad.

Artículo 6: Obligaciones del Usuario o Consumidor

El artículo 6 establece que los usuarios deben pagar por los servicios recibidos, denunciar irregularidades y respetar las normas del establecimiento (Reglameno Turístico de Alimentos y Bebidas, 2018). Para el restaurante, este artículo asegura una relación equitativa entre consumidor y proveedor, protegiendo la sostenibilidad económica del negocio. Además, fomenta la participación ciudadana mediante denuncias de irregularidades, lo que contribuye al mejoramiento continuo del servicio.

Artículo 7: Derechos y Obligaciones de los Prestadores de Servicios de Alimentos y Bebidas

El artículo 7 regula los derechos y obligaciones de los prestadores, incluyendo la necesidad de contar con el Registro de Turismo y la Licencia Única Anual de Funcionamiento, mantener estándares de higiene, exhibir precios de forma visible y garantizar la capacitación del personal (Reglameno Turístico de Alimentos y Bebidas, 2018). Para el restaurante, estas disposiciones son esenciales, ya que:

a) **Cumplimiento legal**: Asegura que el negocio opere dentro del marco normativo nacional.
b) **Calidad del servicio**: Implementar estándares de limpieza, transparencia en precios y capacitación profesional refuerza la percepción positiva del consumidor.
c) **Sostenibilidad operativa**: Mantener infraestructura y mobiliario en óptimas condiciones promueve la sostenibilidad del proyecto.

Implicaciones del Reglamento para el Proyecto

El **Reglamento Turístico de Alimentos y Bebidas** establece un marco normativo que garantiza la calidad y sostenibilidad de los servicios turísticos. En el caso del restaurante proyectado:

Seguridad y confianza para los consumidores: Cumplir con los derechos de los usuarios fomenta la confianza en el servicio y asegura una experiencia de alta calidad.

Transparencia y responsabilidad: La obligación de informar sobre precios, mantener instalaciones higiénicas y cumplir con tributos fortalece la responsabilidad social del negocio.

Protección legal y competitividad: Contar con registros y licencias vigentes posiciona al restaurante dentro del sector formal, permitiendo acceso a beneficios y mayor competitividad en el mercado.

2.21 Marco Georreferencial

El proyecto de investigación se realizará en la Provincia de los Ríos, en la zona urbana de la ciudad de Babahoyo, específicamente en la parroquia Febres Cordero del recinto Mata de Cacao. Este lugar fue elegido por sus características del cacao y su importancia en el tema de investigación, lo que permite un análisis más detallado de los restaurantes que ofrecen a los turistas.

Babahoyo es la capital de la provincia de Los Ríos, Ecuador, conocida por su rica agricultura y cercanía al río Babahoyo, lo que le otorga un papel importante en la economía agrícola de la región. Históricamente, ha sido un punto clave de comercio y transporte fluvial (GADM | Babahoyo, 2024).

Datos generales

Ilustración 1 Mapa del Cantón Babahoyo

Localización Geografía

En la actualidad su limites se representan de la siguiente manera: hacia el Norte el Cantón Montalvo de la Provincia de Los Ríos; hacia el Sur, los Cantones Simón Bolívar y Bucay de la Provincia del Guayas; hacia el Oeste, las Parroquias Urbanas de Babahoyo; y, hacia el Este, el Cantón Chillanes de la Provincia de Bolívar, y tiene una población de 15.733 habitantes.

Su ubicación satelital es de latitud. 1.9906422 y longitud. – 79.3413038 grados

Limites

Norte: al norte con el Cantón Montalvo de la Provincia de Los Ríos.

Sur: Los cantones Simón Bolívar y Bucay de la provincia del Guayas.

Al Este: con el Cantón Chillanes de la Provincia de Bolívar.

Al Oeste: las Parroquias Urbanas de Babahoyo.

Extensión y Ubicación

La Parroquia Febres Cordero tiene una extensión de aproximadamente 404 km cuadrados. Se encuentra localizada al Sur Oriente del Cantón Babahoyo, sus límites son: hacia el norte el Cantón Montalvo de la Provincia de los Ríos; hacia el sur los Cantones Simón Bolívar y Bucay de

la Provincia de Guayas; hacia el Occidente las Parroquias Urbanas de Babahoyo y hacia el Oriente del cantón Chillanes de la Provincia de Bolívar.

En la ordenanza de creación de la Parroquia Febres Cordero, se señalan los siguientes linderos: “por el Norte, territorios de la Parroquia Chillanes, Cantón San Miguel Provincia de Bolívar; por el sur, Estero Mata Palo que separa el territorio que le queda a la Parroquia Juan Montalvo, hasta unirse con el Rio Chilintomo; al Este, el Rio Chilintomo, que separa territorios de la Parroquia Garaicoa del Cantón Yaguachi, Provincia del Guayas; y por el oeste, el Rio Canguil desde el punto Tambopamba, hasta su desembocadura, para formar el Rio San Pablo o Palmar y que separa también territorios que le quedan a la misma Parroquia Juan Montalvo, esto de acuerdo con la Ordenanza Municipal del 4 de marzo de 1936. En la actualidad su limites se representan de la siguiente manera: hacia el Norte el Cantón Montalvo de la Provincia de Los Ríos; hacia el Sur, los Cantones Simón Bolívar y Bucay de la Provincia del Guayas; hacia el Oeste, las Parroquias Urbanas de Babahoyo; y, hacia el Este, el Cantón Chillanes de la Provincia de Bolívar, y tiene una población de 15.733 habitantes (Toalombo, 2021).

Figura 1.

Mapa de la parroquia Febres Cordero.



Origen de Mata de Cacao la cabecera parroquial

El Recinto Mata de Cacao es la Cabecera Parroquial y tiene sus inicios en los años 1945, en aquellos años llegaron por estos lugares familias procedentes del Cantón Vinces, tales como: Juan Honorato Alvarado Macías, su esposa, Doña Petra Briones Duarte, sus hijos, Emilio, Genaro, Cecilia, Petita, Sosima, Rosa, Griselda, y Mauricio; de la misma manera el Señor Gonzalo Franco, y Rosa Josefina Chávez Sellan de Baba, sus hijos Lorenzo, Miguel, Aurelio, y Joaquina, También Doña Luisa Guerrero y Sofronio Salas, sus hijos, Zenón, Pedro, Demetrio, Josefina, más tarde llegan a este sector, Domingo Miranda Vera, Pascuala Almeida, Teodora Verdezoto y desde Balzar, Edulfo Vera Contreras y Miguelina Vega, estas familias se agruparon en este punto en

lugares dispersos y con el ir y venir del tiempo se fue formando un pequeño caserío con viviendas dispersas.

En frecuentes reuniones de camaradería, en una despensa que tenía la Sra. Rosa Chávez, dialogaban en ponerle un nombre al poblado que estaba formando, unas personas proponían el nombre de Naranjito, Naranjal, y otros nombres que se barajaban entre los habitantes, hasta que llegaron a definir que se le ponga el Nombre de Mata de Cacao, debido a que era una zona de excelente producción de Cacao llamada la "Pepa de oro".

Vieron la necesidad de crear una Escuelita, debido al aumento poblacional de familias de Ambato, el Sr. Manuel Toalombo, Benjamín Toalombo, Eleuterio Toalombo, preocupándose por la educación de sus hijos, quienes traen al primer profesor particular, de la provincia de Chimborazo, el Sr. Arsenio Flores; programando unas actividades sociales, como la primera fiestita, con la imagen de la Virgen "La Inmaculada", la misma que fue prestada por el Párroco de Montalvo.

La señora Rosa Josefina, dono el terreno para una Capilla, para el cuartel de Bomberos y la Escuela "Armando Pareja Coronel" y el Sr. Vicente Toalombo para el camal, personas con altruismo y filantropía.

Comienza comerciantes arribar al sector. Procedentes de Samborondón, en canoa a través del Rio Chilintomo, arriba el Sr. Apolonio Martillo, trayendo productos como: utensilios de cocina, cosidos de barro, que eran vendidos a manera de trueque, cambiando por cade toquilla, bijao, caña. También desde Jujan llego el Sr. Jorge Jiménez, con su canoa, y su tienda fluvial, con sus hijos, Moisés Jiménez Espinosa, Modesto y Armando, quienes se fueron afincándose en este sector.

Así mismo en las riberas opuestas de la población se afincaron, Manuel Benjamín, Carlos Eleuterio Toalombo Ricache. Y más tardes Familias procedentes de la provincia de Bolívar, quienes actualmente son prósperos agricultores.

En 1950 la Escuela fue creada como Municipal, con el nombre de Corina de Baquerizo, con su profesora Alemania Acosta, en la Administración Municipal de Babahoyo del Sr. Clemente Baquerizo, que se cambió el nombre en 1966 a Dr. Armando Pareja Coronel; en 1969 se crea el Colegio Nocturno, por gestiones del Prof. Vicente Ortega Pazmiño, Vicente Núñez, Gustavo León; sus Maestros fueron: Vicente Ortega Pazmiño, Amarilis Marín, Alicia Bezante, Beatriz Trujillo, Ing. Jorge Tapia, el 1er. Rector fue el Prof. Vicente Ortega y se mantiene hasta el año 1976. Entra como presidente de la Junta Cívica de los Ríos el Lcdo. Tedy Andaluz apoyando la creación del colegio "29 de Agosto" con su Rector el Lcdo. Tedy Andaluz, profesores, Victoria Mendoza, Julio Riquero, Vicente Ortega, (Secretario) Ab. Carlos Castro.

Cabe destacar que importantes hombres de la transportación en ese entonces, prestaron su contingente, entre los cuales: Guillermo Terán, Reinaldo Vargas, José Carrera, Davico Díaz, Señores de Apellido, Falquez, García, Tamayo y otros que hacían recorrido desde Babahoyo a varios recintos, inclusive hasta Santandereana (GAD, 2020)

Clima

El clima de la parroquia Febres Cordero se caracteriza por su influencia tropical, debido a su ubicación geográfica. Este tipo de clima favorece una alta incidencia de lluvias en ciertas temporadas, lo que resulta crucial para las actividades agrícolas de la región. Por otro lado, durante los periodos secos, los recursos hídricos experimentan una disminución significativa, afectando tanto a la agricultura como al uso doméstico.

Asimismo, el clima varía dependiendo de los microecosistemas presentes, como los ríos Las Juntas, San Antonio y Chilintomo, que no solo regulan las temperaturas locales, sino que también proporcionan humedad constante al suelo circundante. A pesar de esto, cabe destacar que el uso inadecuado de estos cuerpos de agua, en combinación con factores climáticos adversos, ha llevado a su degradación, generando preocupaciones en torno a la sostenibilidad ambiental (PDOT, 2020).

Organización social, económica, aspectos culturales, ambientales, gastronómicos, turísticos.

Mapa de la provincia, cantón y la parroquia.

Provincia Los Ríos	**Cantón Babahoyo**	**Parroquia Febres Cordero**
 (Censos, 2020)	 (Emma Lombeida, 2022)	 (PDOT PFC, 2020)

Nota: Se visualizan los mapas de la provincia, cantón y la parroquia, donde se pueden distinguir donde quedan ubicadas.

Forma parte de la zona 5 de planificación territorial que comprende las Provincias de los Ríos, Bolívar, Guayas, Santa Elena y Galápagos. Pertenece al Distrito 12D01. En lo referente a la identificación cartográfica del INEC, le corresponde el código 01-53. Por lo cual su código Parroquial es el 12D0153.

CAPITULO III

3.1 Metodología

La metodología de esta investigación está diseñada para abordar el desarrollo de un restaurante con enfoque de sostenibilidad y una experiencia gastronómica típica en la Parroquia Febres Cordero-Recinto Mata de Cacao, en la ciudad de Babahoyo, durante el año 2024. El enfoque metodológico será mixto, utilizando tanto métodos cualitativos como cuantitativos para obtener una visión integral del contexto socioeconómico y cultural de la comunidad. A través de la observación directa, entrevistas, encuestas y análisis de datos, se busca comprender las preferencias de los consumidores locales y turistas, así como su percepción sobre la sostenibilidad. Esta investigación empleará una combinación de investigación descriptiva para recopilar y analizar la información, con el objetivo de diseñar estrategias que alineen la oferta gastronómica con las expectativas del público, promoviendo prácticas sostenibles que integren los recursos y tradiciones locales.

3.2 Tipo de Investigación

Investigación Descriptiva: Es un tipo de investigación que se encarga de describir la población, situación o fenómeno alrededor del cual se centra su estudio. procura brindar información acerca del que, como, cuando y donde relativo al problema de investigación, sin darle prioridad a responder al "por qué "ocurre dicho problema (Mejía, 2020).

La investigación es clave para el proyecto del restaurante, caracterizándose por un nivel de profundidad moderado al centrarse en documentar patrones de comportamiento y la aceptación de la sostenibilidad, sin profundizar en sus causas. Utilizará datos cualitativos (como entrevistas) y cuantitativos (estadísticas), brindando una comprensión clara del contexto cultural. Su inferencia

descriptiva ofrecerá un retrato preciso de la situación actual, sirviendo como base para decisiones estratégicas. El propósito es desarrollar estrategias adaptadas a las necesidades y expectativas locales.

Investigación de campo: La investigación de campo se define como un método de recogida de datos cuyo objetivo es observar, interactuar y comprender a los sujetos mientras se encuentran en un entorno natural. Por ejemplo, los conservacionistas de la naturaleza observan el comportamiento de los animales en su entorno natural y la forma en que reaccionan ante determinados escenarios. Del mismo modo, los científicos sociales que llevan a cabo investigaciones de campo pueden realizar entrevistas u observar a las personas a distancia para comprender cómo se comportan en un entorno social y cómo reaccionan ante las situaciones que les rodean (Consultores, 2021).

Este enfoque es fundamental para comprender las dinámicas económicas y sociales de la zona y realizar un inventario de los recursos locales disponibles, que podrán integrarse en la propuesta del restaurante. Su propósito es diseñar una oferta gastronómica sostenible, adaptada a las necesidades del público local y capaz de atraer tanto a residentes como a turistas. Con un nivel de profundidad moderado, la investigación se enfocará en documentar patrones de comportamiento y actitudes hacia la sostenibilidad, sin profundizar en las causas. Utilizará datos cualitativos (entrevistas y análisis cultural) y cuantitativos (estadísticas), proporcionando una comprensión detallada del contexto. La inferencia descriptiva ofrecerá una representación clara de la situación actual, sirviendo como base para decisiones estratégicas que ajusten la propuesta del restaurante a las expectativas y necesidades del público.

Investigación Bibliográfica y documental: Es un proceso sistemático y secuencial de recolección, selección, clasificación, evaluación y análisis de contenido del material empírico impreso y gráfico, físico y/o virtual que servirá de fuente teórica, conceptual y/o metodológica para una investigación científica determinada (Rodriguez, 2023).

Este proceso sistemático y secuencial de recolección, selección, clasificación, evaluación y análisis de contenido será clave para el propósito de nuestro proyecto, ya que permitirá construir una base sólida de referencias teóricas, conceptuales y metodológicas en torno a la sostenibilidad y la gastronomía típica. Con un nivel de profundidad moderado, este proceso se enfocará en recopilar y analizar material impreso, gráfico, físico y virtual que aporte información relevante sobre las prácticas sostenibles y las tradiciones gastronómicas de la Parroquia Febres Cordero.

En cuanto al tipo de datos empleados, se utilizarán tanto fuentes cualitativas (documentos, estudios previos, análisis culturales) como fuentes cuantitativas (estadísticas de consumo y sostenibilidad), proporcionando una visión equilibrada y bien fundamentada. La inferencia descriptiva que se extraiga de este análisis permitirá reflejar el estado actual de las prácticas sostenibles y gastronómicas en la comunidad, proporcionando un marco conceptual sólido que servirá de base para el diseño de estrategias adaptadas a las necesidades locales.

3.3 Enfoque de la Investigación

Enfoque Mixto

El enfoque mixto combina elementos de la investigación cualitativa y cuantitativa para obtener una comprensión más completa de un fenómeno (Vázquez, 2024). Se emplea cuando el análisis de datos numéricos y no numéricos es necesario para abordar una problemática desde diferentes perspectivas. La integración de ambos enfoques permite corroborar hallazgos, fortalecer

la validez de los resultados y generar información más profunda y aplicable en la toma de decisiones.

En el contexto de esta investigación, se aplica un enfoque mixto debido a la necesidad de comprender tanto las percepciones y experiencias subjetivas de los consumidores como los patrones y tendencias cuantificables sobre el consumo de alimentos sostenibles en la Parroquia Febres Cordero. La combinación de estos enfoques permitirá obtener una visión integral de cómo la sostenibilidad y la gastronomía típica influyen en las decisiones de los consumidores y en la viabilidad del restaurante.

Enfoque Cualitativo: La investigación cualitativa implica recopilar y analizar datos no numéricos para comprender conceptos, opiniones o experiencias, así como datos sobre experiencias vividas, emociones o comportamientos, con los significados que las personas les atribuyen (Garcia, 2021).

La investigación cualitativa es fundamental para el propósito de nuestro proyecto, ya que permitirá comprender las opiniones, percepciones y experiencias de los residentes y turistas en torno a la sostenibilidad y la gastronomía típica en la Parroquia Febres Cordero. Con un nivel de profundidad moderado, se centrará en captar los significados que las personas atribuyen a sus comportamientos y emociones respecto al consumo de alimentos locales y sostenibles.

El tipo de datos empleados incluirá principalmente datos no numéricos, como entrevistas, observaciones y testimonios que reflejen las experiencias vividas por los consumidores. La inferencia descriptiva generada permitirá entender cómo las personas perciben la sostenibilidad y cómo estas percepciones influyen en su comportamiento, sin necesariamente profundizar en las

causas subyacentes, pero brindando una base sólida para la toma de decisiones estratégicas en el restaurante.

Enfoque Cuantitativo: La investigación cuantitativa se usa para comprender frecuencias, patrones, promedios y correlaciones, entender relaciones de causa y efecto, hacer generalizaciones y probar o confirmar teorías, hipótesis o suposiciones mediante un análisis estadístico (Garcia, 2021).

La investigación cuantitativa será esencial para el propósito de nuestro proyecto, ya que permitirá comprender frecuencias, patrones y correlaciones en el comportamiento de los consumidores respecto a la oferta gastronómica sostenible en la Parroquia Febres Cordero. Con un nivel de profundidad moderado, esta investigación ayudará a identificar tendencias y relaciones de causa y efecto entre variables como la preferencia por alimentos locales y las prácticas sostenibles.

El tipo de datos empleados será numérico, recopilado a través de encuestas y estadísticas que nos permitirán medir promedios, frecuencias y realizar análisis de correlaciones.

3.4 Método de Investigación

Método Inductivo: El método inductivo se basa en la observación y el análisis de datos específicos para generar conclusiones generales (Segundo, 2024). En el presente proyecto, este método es adecuado para analizar el nivel socioeconómico de la población de la Parroquia Febres Cordero, Recinto Mata de Cacao. Se comenzó considerando a toda la población y luego se seleccionaron muestras representativas que contribuirán al desarrollo del estudio.

A través de encuestas y la recopilación de información en campo, se obtendrán datos específicos que, al ser analizados, permitirán entender las características socioeconómicas de la población y su relación con la propuesta del restaurante sostenible. Este enfoque facilitará la

identificación de patrones y comportamientos clave para adaptar la oferta gastronómica a las necesidades y expectativas de los habitantes y turistas.

Método Deductivo: El método deductivo parte de premisas generales para llegar a conclusiones específicas (Narvaez, 2024). En este proyecto, se utilizará para evaluar cómo los conceptos de sostenibilidad y gastronomía local pueden integrarse en la propuesta del restaurante en el Recinto Mata de Cacao. Partiendo de teorías generales sobre turismo sostenible y gastronomía, se analizarán los recursos y atractivos de la zona para determinar su viabilidad dentro de la propuesta.

Este método es clave para la identificación y evaluación de los recursos turísticos y gastronómicos que ofrece la comunidad, asegurando que el restaurante esté alineado con las prácticas sostenibles y promueva la cultura local.

3.5 Técnicas e instrumentos de recopilación de datos

Para garantizar la recolección adecuada de la información necesaria en esta investigación, es fundamental utilizar una combinación de técnicas e instrumentos que permitan captar datos desde diferentes perspectivas. Estas herramientas ofrecen la posibilidad de obtener una visión holística del objeto de estudio, aprovechando tanto enfoques cualitativos como cuantitativos. Las técnicas cualitativas, como las entrevistas facilitan la exploración en profundidad de las opiniones, actitudes y percepciones de los habitantes del recinto Mata de Cacao. Por otro lado, los métodos cuantitativos, como las encuestas y los cuestionarios estructurados, permiten recopilar datos precisos y medibles que proporcionan una base sólida para el análisis estadístico.

Las entrevistas semiestructuradas se utilizarán para comprender las expectativas, inquietudes y percepciones de los líderes comunitarios y de ciertos factores clave en la zona. Esta

técnica permitirá profundizar en aspectos específicos, proporcionando respuestas detalladas que no se podrían obtener a través de encuestas tradicionales. Asimismo, los grupos focales serán una herramienta clave para fomentar la discusión entre distintos sectores de la comunidad, permitiendo que los participantes intercambien ideas y expresen de manera más abierta sus opiniones sobre la implementación del restaurante con enfoque sostenible. Estas técnicas cualitativas, en conjunto, nos permitirán comprender las dinámicas sociales, económicas y culturales que podrían influir en la aceptación del proyecto.

Por otro lado, los cuestionarios estructurados y las encuestas se aplicarán para captar información cuantificable de una muestra representativa de la población total. Estos instrumentos se diseñarán con preguntas cerradas y opciones predefinidas, lo que facilitará la tabulación de los datos y su posterior análisis estadístico. Con esta información, se podrá evaluar de manera precisa la disposición de los habitantes a participar en este tipo de iniciativa gastronómica, así como su interés por consumir productos locales y apoyar la sostenibilidad.

A continuación, se presentan las diversas técnicas e instrumentos que se emplearán en esta investigación, integrando enfoques tanto cuantitativos como cualitativos. Cada método ha sido diseñado para captar distintas dimensiones del fenómeno en estudio, lo cual permitirá una comprensión más completa y detallada del contexto en el que se desarrolla el proyecto.

Se presentará la encuesta, diseñada específicamente para recopilar la información necesaria que permita evaluar las opiniones y actitudes de la población hacia el restaurante propuesto, con un enfoque en su sostenibilidad y oferta gastronómica típica. Las encuestas son herramientas de recolección de datos que permiten obtener información de un grupo de personas a través de un

cuestionario estructurado. Estas se utilizan comúnmente para cuantificar opiniones, actitudes y comportamientos de manera precisa y representativa.

El concepto de entrevistas, entendidas como interacciones directas entre el investigador y los participantes, cuyo propósito es profundizar en sus opiniones, percepciones y experiencias mediante preguntas abiertas o semiestructuradas. Este método permite explorar con mayor detalle aspectos cualitativos que enriquecen la comprensión del tema de estudio.

La observación directa, es una técnica de investigación en la que el investigador observa de manera sistemática y detallada el comportamiento de los sujetos en su entorno natural, registrando las interacciones y prácticas en tiempo real. La observación directa es una técnica de investigación en la que el investigador observa de manera sistemática y detallada el comportamiento de los sujetos en su entorno natural, registrando las interacciones y prácticas en tiempo real.

La revisión bibliográfica y documental, que implica la búsqueda y análisis de literatura existente, como libros, artículos, tesis y documentos relevantes para el tema de estudio. Este proceso permite fundamentar teóricamente la investigación y contextualizar los hallazgos. La revisión bibliográfica y documental implica la búsqueda y análisis de literatura existente, como libros, artículos, tesis y documentos relevantes para el tema de estudio. Este proceso permite fundamentar teóricamente la investigación y contextualizar los hallazgos (Márquez, 2019).

El concepto de bases de datos legales, que son repositorios digitales que contienen información legislativa, normativa y jurisprudencial, crucial para cualquier investigación que requiera un marco legal y normativo. Las bases de datos legales son repositorios digitales que

contienen información legislativa, normativa y jurisprudencial, crucial para cualquier investigación que requiera un marco legal y normativo.

Las consultas con expertos, que consisten en entrevistas o discusiones con personas que poseen un alto nivel de conocimiento en un área específica. Este método proporciona información valiosa y perspectivas únicas sobre el tema de investigación. Las consultas con expertos consisten en entrevistas o discusiones con personas que poseen un alto nivel de conocimiento en un área específica. Este método proporciona información valiosa y perspectivas únicas sobre el tema de investigación (Márquez, 2019).

La de guía de entrevistas, es un conjunto de preguntas estructuradas que se utilizan para guiar la conversación durante una entrevista. Las grabadoras de voz permiten registrar las entrevistas para un análisis posterior, 0asegurando que no se pierdan detalles importantes. La guía de entrevistas es un conjunto de preguntas estructuradas que se utilizan para guiar la conversación durante una entrevista. Las grabadoras de voz permiten registrar las entrevistas para un análisis posterior, asegurando que no se pierdan detalles importantes (Escudero, 2018).

Así mismo la observación de campo, es un método de investigación en el cual el investigador se sumerge en el entorno que está estudiando, registrando comportamientos y situaciones tal como ocurren en la realidad. La observación de campo es un método de investigación en el cual el investigador se sumerge en el entorno que está estudiando, registrando comportamientos y situaciones tal como ocurren en la realidad.

La libreta de campo, que es un instrumento utilizado por los investigadores para anotar observaciones, reflexiones y datos relevantes durante la investigación de campo. Es una herramienta fundamental para organizar y estructurar la información recopilada. La libreta de

campo es un instrumento utilizado por los investigadores para anotar observaciones, reflexiones y datos relevantes durante la investigación de campo. Es una herramienta fundamental para organizar y estructurar la información recopilada (Escudero, 2018).

La hoja de cálculo es una herramienta digital que permite organizar, analizar y visualizar datos en formato tabular. En el contexto del análisis de costos, las hojas de cálculo son utilizadas para calcular costos, realizar proyecciones financieras y crear gráficos que ayuden a entender la información de manera más clara. Una hoja de cálculo es una herramienta digital que permite organizar, analizar y visualizar datos en formato tabular. En el contexto del análisis de costos, las hojas de cálculo son utilizadas para calcular costos, realizar proyecciones financieras y crear gráficos que ayuden a entender la información de manera más clara.

Objetivo I. Identificar las características de la demanda y la oferta gastronómica actual en la zona, a través de un estudio de mercado.

Cuadro 1: Características de la demanda y la oferta gastronómica.

Objetivos prestablecidos para la investigación	
Técnica	**Instrumento**
Encuestas	Cuestionario
Entrevista	Guion, análisis.
Observación directa	Libreta de apuntes

Objetivo II. Elaborar el estudio técnico con relación a las necesidades del diseño del restaurante y a las normativas vigentes en el sector turístico.

Cuadro 2: Estudio técnico con relación a las necesidades.

Técnica	Instrumento	Informantes / Fuente de información (sugerido)
Revisión bibliográfica y documental	Bases de datos legales, Datos de mercado, Datos de comercialización	Legislación turística vigente, estudios de mercado, reportes de comercialización gastronómica
Entrevista	Guía de entrevistas o grabadoras de voz	Expertos en turismo y gastronomía, propietarios de restaurantes, autoridades locales
Observación de campo	Libreta de campo	Restaurantes similares en la zona, comportamiento de clientes y condiciones del entorno

Objetivo III. Realizar el estudio financiero y la evaluación económica para la implementación del restaurante.

Cuadro 3: Estudio financiero y la evaluación económica**.**

Técnica	Instrumento	Datos específicos en cada análisis
Análisis de Inversión Total	Hojas de cálculo	Costos iniciales (infraestructura, equipamiento, permisos, marketing)
Análisis de costos	Hojas de cálculo	Costos fijos (alquiler, sueldos, servicios) y costos variables (insumos, producción)
Análisis de ingresos	Hojas de cálculo	Proyecciones de ventas, precios por producto, ticket promedio

Punto de equilibrio	Hojas de cálculo	Cálculo del nivel de ventas necesario para cubrir costos fijos y variables
Estados Financieros	Hojas de cálculo	Balance general, estado de resultados y flujo de efectivo
Flujo de caja	Hojas de cálculo	Ingresos y egresos mensuales, disponibilidad de efectivo
Análisis de índices económicos	Hojas de cálculo	Rentabilidad, liquidez, margen de utilidad, retorno de inversión

Nota: En esta sección se indica los objetivos planteados, mediante técnicas e instrumentos que se va a utilizar en la elaboración del proyecto.

3.6 Universo, población y muestra

El presente estudio tiene como objetivo diseñar una propuesta para la implementación de un restaurante con enfoque de sostenibilidad y experiencia gastronómica típica en la Parroquia Febres Cordero-Recinto Mata de Cacao de la ciudad de Babahoyo, contribuyendo al desarrollo económico y cultural de la zona para el año 2024. Para ello, es fundamental realizar un análisis de la demanda y oferta gastronómica, así como evaluar la viabilidad del proyecto mediante la recopilación de información de la población local.

La población objetivo de esta investigación está conformada por los habitantes del recinto Mata de Cacao, quienes desempeñan un papel clave en la validación del proyecto, ya que sus percepciones, actitudes y expectativas permitirán determinar la aceptación del restaurante. En este sentido, la investigación busca conocer su interés en consumir productos locales, su disposición

hacia un enfoque sostenible y su participación en la dinamización económica del sector a través del turismo gastronómico.

El universo de estudio está compuesto por los 1.240 habitantes del recinto Mata de Cacao. Para garantizar la representatividad de los datos, se calculará una muestra estadísticamente significativa que permita obtener información confiable sobre las preferencias y comportamientos gastronómicos de la comunidad.

3.7 Determinación del Tamaño de la Muestra

Para calcular el tamaño de la muestra, se utiliza la fórmula para poblaciones finitas, la cual permite estimar el número de encuestados necesario para obtener datos precisos y con un margen de error aceptable:

Fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{(N-1) \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

En donde tenemos la fórmula para calcular el tamaño de la población

Valores:

Donde:

- N = 1,240 (Población total del recinto Mata de Cacao)
- Z = 1.96 (Nivel de confianza del 95%)
- p = 0.5 (Proporción esperada de la población)
- E = 0.05 (Margen de error del 5%).

Paso 1: Calcular el numerador

$$N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1-p) = 1240 \cdot (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot (1-0.5)$$

$$= 1240 \cdot 3.8416 \cdot 0.25 = 1240 \cdot 0.9604 = 1190.896$$

Paso 2: Calcular el denominador

$$(N-1) \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1-p)$$

$$(1240-1) \cdot (0.05)^2 + (1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot (1-0.5)$$

$$= 1239 \cdot 0.0025 + 3.8416 \cdot 0.25$$

$$= 3.0975 + 0.9604 = 4.0579$$

Paso 3: Dividir

$$n = \frac{1190.896}{4.0579} \approx 293.48$$

Resultado final:

El tamaño de la muestra es aproximadamente **293 personas**.

Tabla 1: Descripción Datos.

Descripción	Valor
Población total del recinto Mata de Cacao (**N**)	1,240
Nivel de confianza (**Z**)	95%
Proporción esperada de la población (**P**)	50%
Probabilidad de fracaso (**Q**)	50%
Margen de error permitido (**E**)	5%

Nota: Son fórmulas que se utilizó para detallar la muestra de la población.

3.8 Interpretación

Cuando tienes una población definida, en este caso de 1,240 personas, y deseas obtener datos representativos sin encuestar a cada individuo, se emplea una fórmula para calcular el tamaño de muestra óptimo. Esta fórmula permite seleccionar un subconjunto de la población que refleje de forma precisa las características de la población total. Al definir un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, estás indicando que deseas un alto grado de precisión en tus resultados, con la posibilidad de que los hallazgos se desvíen como máximo en un 5% de los datos verdaderos de la población.

El nivel de confianza del 95% significa que, si repitieras el estudio muchas veces, el 95% de los resultados estarían dentro de ese margen de error. El margen de error del 5% delimita cuánto pueden variar tus estimaciones de la población real. Esta precisión y fiabilidad son fundamentales para asegurar que los datos recopilados representen con exactitud las opiniones, actitudes o comportamientos de la población estudiada.

3.9 Procesamiento de la información

El procesamiento de la información en esta investigación se desarrolló en función del cumplimiento de los objetivos planteados. Para abordar el primer objetivo, se diseñó un cuestionario destinado a la aplicación de encuestas dirigidas a la población total, permitiendo evaluar de manera precisa la disposición de los habitantes para participar en esta iniciativa gastronómica. Complementariamente, se realizaron a cabo entrevistas utilizando una guía de preguntas semiestructuradas, con el propósito de profundizar en aspectos específicos relacionados con el tema de estudio. Asimismo, se empleó la técnica de observación directa, mediante la cual se registraron puntos clave de relevancia que contribuyen al análisis integral del tema.

Para el segundo objetivo, se realizará una revisión bibliográfica exhaustiva, enfocada en identificar bases de datos legales, normativas y estudios relevantes que sustentan teóricamente el tema, proporcionando un marco conceptual sólido. Además, se diseñará un guion de entrevistas semiestructurado, orientado a recopilar información clave sobre las expectativas y percepciones de los participantes, lo que permitirá profundizar en aspectos específicos del estudio. Complementariamente, se aplicará la técnica de observación directa, destinada a registrar de manera sistemática elementos prácticos y contextuales que enriquecen el análisis de los datos obtenidos, garantizando un enfoque integral para el proyecto, para el tercer objetivo, se lleva a cabo un análisis detallado de costos, el cual permite organizar y evaluar de manera estructurada los recursos financieros necesarios para la implementación del proyecto. Este análisis se desarrollará utilizando formatos específicos de tabulación, diseñados para categorizar y presentar los datos con claridad y precisión. Asimismo, se elaborará una proyección financiera que incluirá estimaciones de ingresos, egresos, márgenes de utilidad y puntos de equilibrio, proporcionando una visión integral del desempeño económico esperado. Este enfoque garantizará la obtención de información clara, confiable y útil para la toma de decisiones estratégicas.

Para el desarrollo de los instrumentos se van a utilizar las siguientes preguntas para el primer objetivo:

3.10 Instrumentos de los objetivos

Esta investigación tiene como objetivo comprender las características de la demanda y la oferta gastronómica en la Parroquia Febres Cordero-Recinto Mata de Cacao, Babahoyo, para evaluar la viabilidad de un restaurante con un enfoque de sostenibilidad y gastronomía típica de la región.

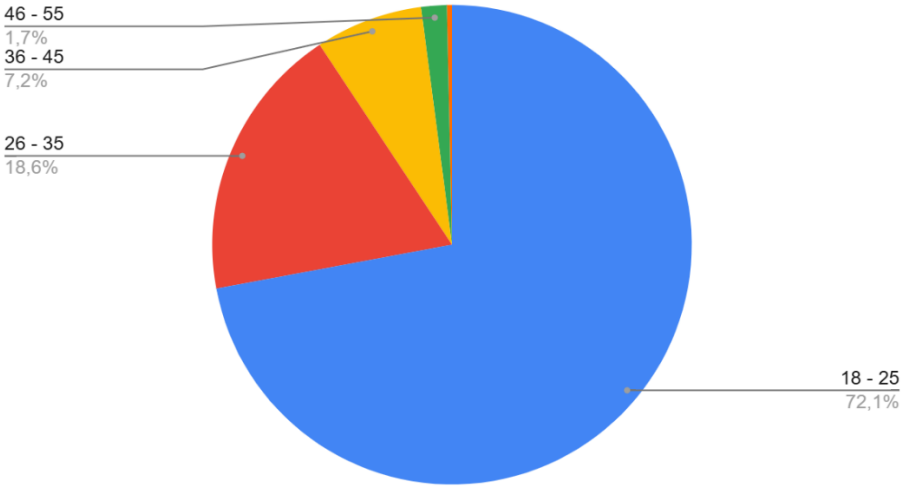
Objetivo: Identificar las características de la demanda y oferta gastronómica actual en la Parroquia Febres Cordero-Recinto Mata de Cacao, enfocándose en un restaurante sostenible y con experiencia gastronómica típica.

3.11 Resultados y Análisis

Tabla 2: Cuál es su edad.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje %
18 – 25 años	211	72,1%
26 – 35 años	54	18, 6%
36 – 45 años	21	7,2%
46 – 55 años	5	1,7%
Total	**293**	**100%**

Gráfico 1: Cuál es su edad.



Nota. Distribución de edades de los encuestados. Predomina el rango de 18 a 25 años, con menor representación en los grupos de mayor de edad.

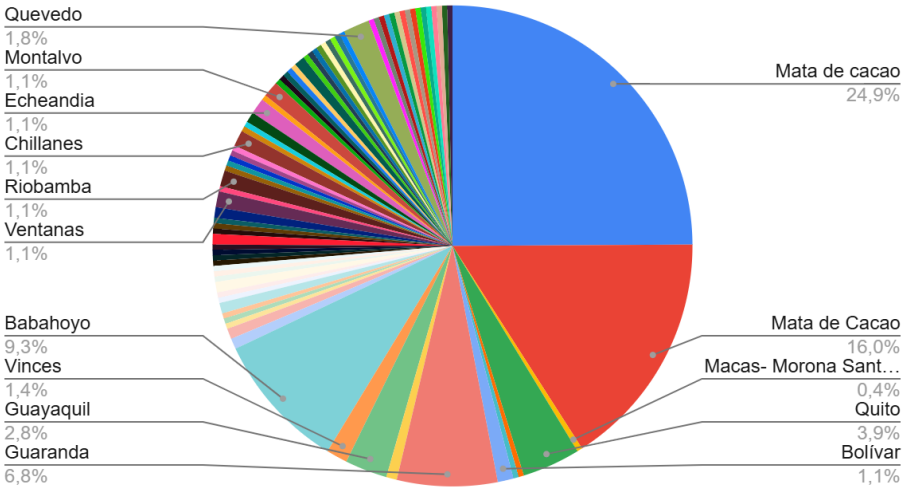
El gráfico de columnas indica que la mayoría de los encuestados pertenecen al rango de 18 a 25 años, seguido por una baja participación en los demás grupos etarios. Esto tiene implicaciones

importantes para el desarrollo de un restaurante con enfoque de sostenibilidad y experiencia gastronómica típica en la Parroquia Febres Cordero, Recinto Mata de Cacao.

Tabla 3: Cuál es su lugar de procedencia.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje %
Mata de Cacao	120	40,9%
Macas – Morona Santiago	1	0,4%
Quito	11	3,9%
Bolívar	3	1,1%
Guaranda	20	6,8%
Guayaquil	8	2,8%
Vinces	4	1,4%
Babahoyo	27	9,3%
Ventanas	3	1,1%
Riobamba	3	1,1%
Chillanes	3	1,1%
Echeandía	3	1,1%
Montalvo	3	1,1%
Quevedo	5	1,8%
Total	**293**	**100%**

Gráfico 2: Cuál es su lugar de procedencia.



Nota. Procedencia de los encuestados. La mayoría de los participantes proviene de Mata de Cacao 24,9%, seguido por Babahoyo 9,3% y otros lugares con menor presentación.

El gráfico evidencia que la mayoría de los participantes provienen de Mata de Cacao (24,9%), lo cual resalta la importancia de esta localidad como el núcleo de nuestra investigación y potencial mercado principal. Además, localidades cercanas como Babahoyo (9,3 %) y Guaranda (6,8%) también presentan un porcentaje significativo, lo que podría indicar una relación cercana en términos de interés o desplazamiento hacia Mata de Cacao.

Tabla 4: Cuál es su género.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje %
Masculino	159	54,1%
Femenino	134	45,9%
Total	**293**	**100%**

Gráfico 3: Cuál es su género.



Nota. Distribución de género de los encuestados. La mayoría de los participantes son hombres, seguidos de mujeres, con una diferencia moderada entre ambos grupos.

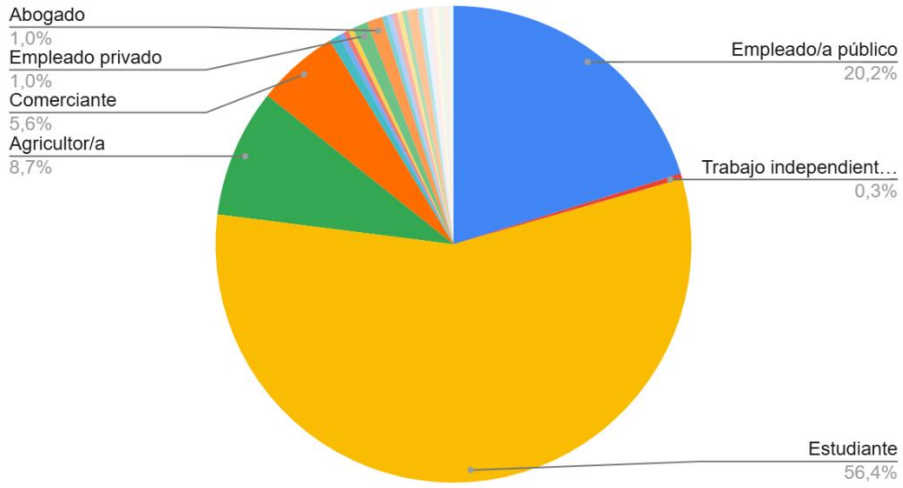
El gráfico refleja la distribución de géneros encuestados, con una participación ligeramente mayor del género masculino en comparación con el género femenino. Esta distribución cercana sugiere que la muestra es representativa y balanceada en termino de género, lo que permite obtener una perspectiva diversa y equitativa sobre los temas investigados.

Tabla 5: Cuál es su ocupación principal.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje %
Estudiante	165	56,4%
Empleado/a público	59	20,2%
Agricultor/a	26	8,7%
Comerciante	16	5,6%
Abogado	3	1,0%
Empleado privado	3	1,0%

Trabajo independiente	1	0,3%
Total	**293**	**100%**

Gráfico 4: Cuál es su ocupación principal.



Nota. La mayoría de los encuestados son estudiantes 56,4%, seguidos por empleados públicos 20,2%, agricultores 8,7% y comerciantes 5,6%.

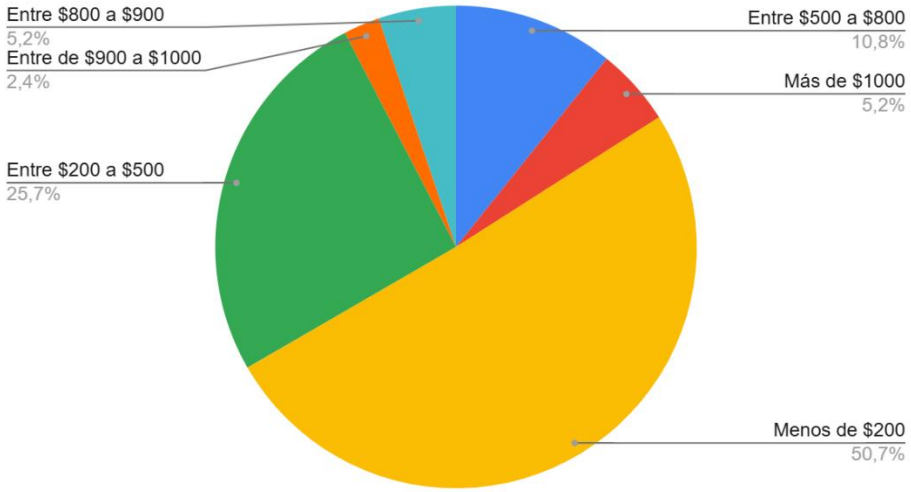
El gráfico refleja muestra denominada por estudiantes y empleados públicos, con una representación más pequeña de ocupaciones diversas. Esto sugiere que las conclusiones del estudio estarán mayormente influenciadas por las perspectivas de estos dos grupos principales.

Tabla 6: Cuál es su rango de ingreso mensual.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje %
Menos de $200	149	50,7%
Entre $200 a $500	75	25,7%
Entre $500 a $800	32	10,8%
Entre $800 a $900	15	5,2%
Más de $1000	15	5,2%

Entre $900 a $1000	7	2,4%
Total	**293**	**100%**

Gráfico 5: Cuál es su rango de ingreso mensual.



Nota. La gráfica destaca que el 50,7% de los encuestados gana menos de $200 mensuales, mostrando una prevalencia de ingresos bajos.

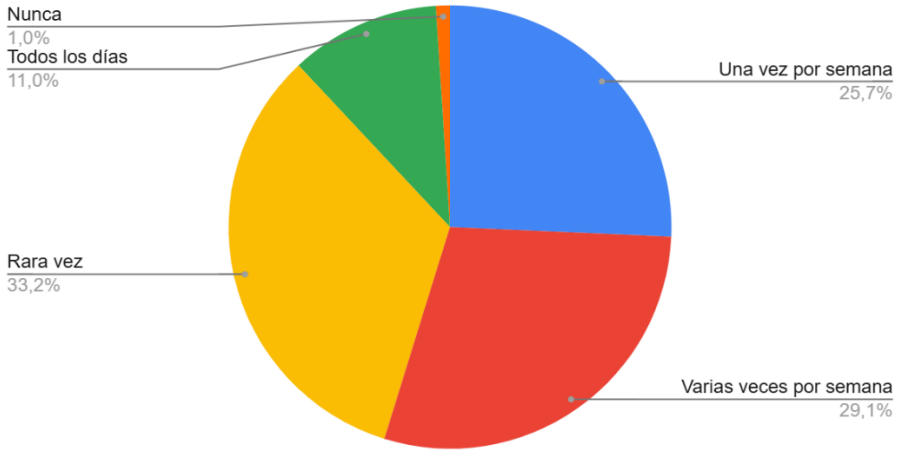
Los datos sugieren que la mayoría de los encuestados pertenecen a un grupo socioeconómico de ingresos bajos. Esto podría implicar una capacidad limitada de gasto o consumo en bienes y servicios no esenciales, lo cual es relevante para tomar decisiones en el análisis de mercado u otros contextos relacionados.

Tabla 7: Con qué frecuencia consume alimentos en restaurantes.

Detalle	**Frecuencia**	**Porcentaje %**
Rara vez	97	33,2%
Varias veces por semana	85	29,1%

Una vez por semana	75	25,7%
Todos los días	32	11,0%
Nunca	3	1,0%
Total	**293**	**100%**

Gráfico 6: Con qué frecuencia consume alimentos en restaurantes.



Nota. La mayoría consume en restaurantes ocasionalmente: 33,2% rara vez, 29,1% varias veces por semana, y 25,7% una vez por semana.

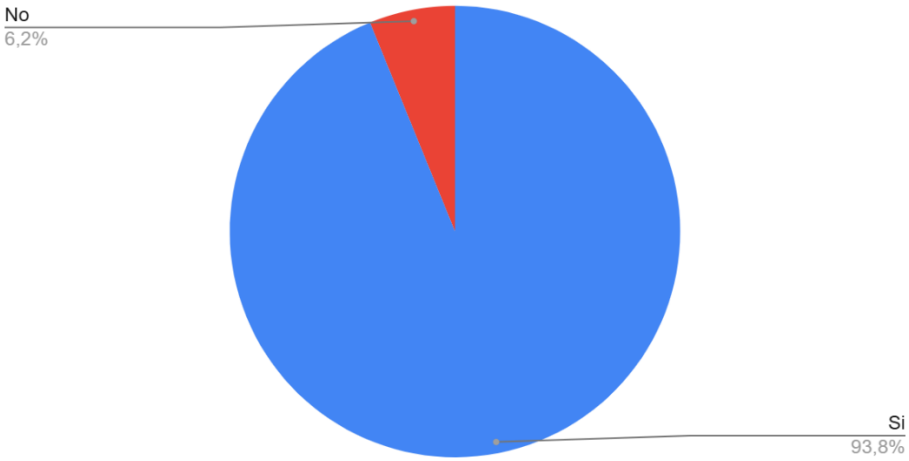
La mayoría de los encuestados consume en restaurantes con frecuencia alta o moderada, lo que sugiere que hay un mercado robusto que disfruta de comer fuera regularmente. Sin embargo, también hay un 10.9% de consumidores menos frecuentes que podrían estar limitados por factores como el costo o la conveniencia.

Este análisis muestra que la frecuencia de consumo en restaurantes varía entre los encuestados, pero los dos grupos con mayores porcentajes (33.1% y 29.4%) son muy relevantes para enfocar las estrategias de marketing y fidelización.

Tabla 8: Prefiere consumir productos típicos de la zona.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje %
Si	275	93,8%
No	16	6,2%
Total	**293**	**100%**

Gráfico 7: Prefiere consumir productos típicos de la zona.



Nota. El 93.8% de los encuestados prefiere productos locales, reflejando su valor en el turismo.

El 93,8% con la respuesta del Si, los consumidores prefieren productos típicos, lo que representa una gran oportunidad para los negocios locales. Para el 6,2% con la respuesta No, se pueden ofrecer alternativas sin perder la esencia local.

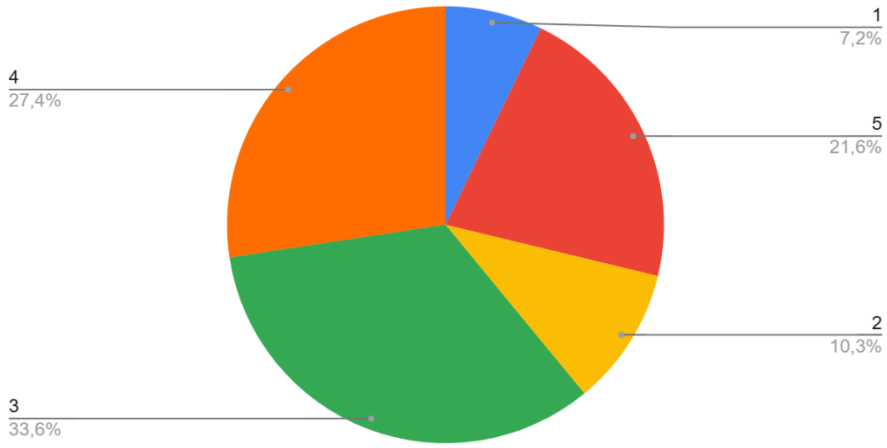
Es una escala del 1 al 5 qué tan importante es para usted que los productos que consume en restaurantes? (1 Nada importante) (2 Poco importante) (3 Moderamente importante) (4 Muy importante) (5 Extremadamente importante).

Tabla 9: Importancia de productos que consume en restaurantes.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje %
Nada importante	20	6,8%
Poco importante	31	10,6%

Moderadamente importante	99	33,8%
Muy importante	80	27,3%
Extremadamente importante	63	21,5%
Total	**293**	**100%**

Gráfico 8: Importancia de productos que consume en restaurantes.



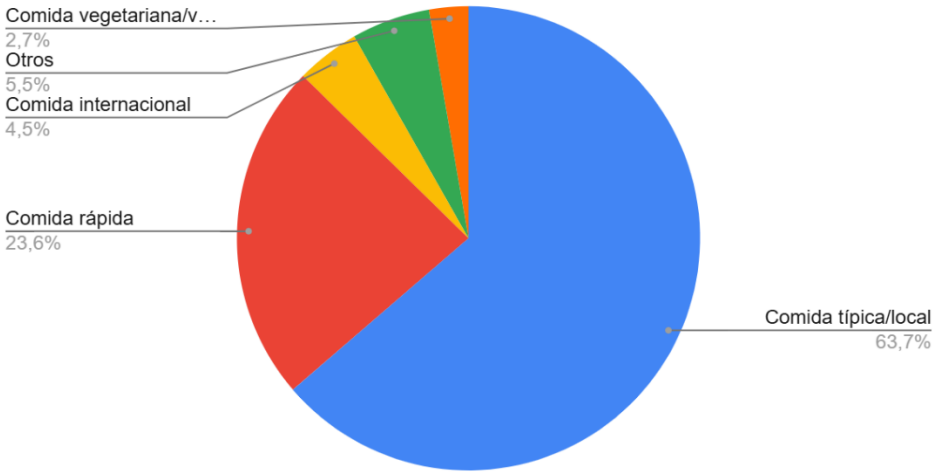
Nota. El 61% valora mucho la calidad, el 33,8 % moderadamente y el 17,4% poco o nada.

La gran mayoría de los encuestados el 61% considera que la calidad de los productos es un factor muy importante o extremadamente importante 27,3% y 21,5%, lo que muestra que es una prioridad para los consumidores. Un 33,8% lo percibe como moderadamente importante, lo que sugiere que, aunque la calidad es relevante, también están dispuestos a considerarla en función de otros factores como el precio o la variedad. Solo un 17,4% cree que la calidad es poco o nada importante, lo que podría señalar una preferencia por aspectos como el costo o la conveniencia.

Tabla 10: Qué tipo de alimentos prefiere consumir al comer afuera.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje %
Comida típica de la localidad	187	63,7%
Comida rápida	86	29,4%
Otro tipo de comida	16	5,5%
Comida internacional	13	4,5%
Comida vegetariana o vegana	8	2,7%
Total	**293**	**100%**

Gráfico 9: Qué tipo de alimentos prefiere consumir al comer afuera.



Nota. El 63,7% prefiere comida típica local, destacando la importancia de conservar las tradiciones gastronómicas de Mata de Cacao.

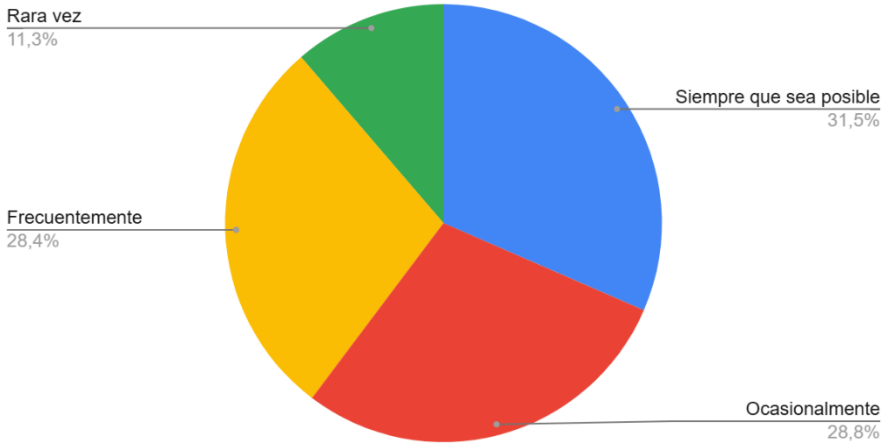
El gráfico evidencia que la mayoría de los encuestados prefieren consumir comida típica de la localidad que visitan (63,7%). Lo segundo más consumido es la comida rápida pues son alimentos de rápida preparación, otros tipos de comida (5,5%), comida internacional (4,5%),

comida vegetariana o vegana (2,7%). Esto claramente permitiría conservar las costumbres entorno a la elaboración de alimentos y gastronomía típica de Mata de Cacao.

Tabla 11: Con que frecuencia consume comida tipica.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje %
Siempre que sea posible	92	31,5%
Frecuentemente	83	28,4%
Ocasionalmente	83	28,8%
Rara vez	33	11,3%
Total	**293**	**100%**

Gráfico 10: Con que frecuencia consume comida tipica.



Nota. El 31,5% consume gastronomía típica siempre que puede, lo que refleja un alto interés por la oferta gastronómica de Mata de Cacao.

El presente gráfico evidencia que la mayoría de los encuestados consumen con frecuencia gastronomías típicas o locales siempre y cuando les sea posible (31,5%), un gran porcentaje de los encuestados consumen frecuentemente gastronomías típicas o locales (28,4%), ocasionalmente

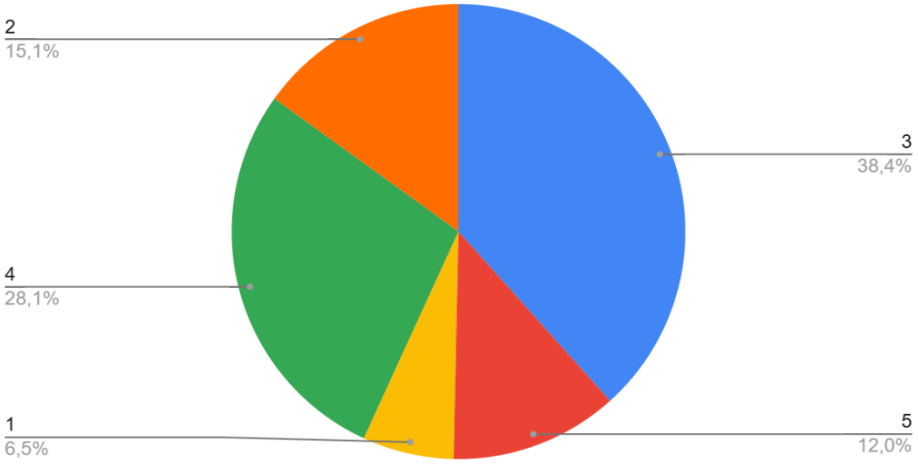
(28,8%) y rara vez un (11,3%), tomando los dos porcentajes iniciales podría indicar una relación cercana en términos de interés o movilización hacia Mata de Cacao.

En una escala del 1 al 5 qué tan familiarizado/a está con el concepto de sostenibilidad en la gastronomía? (1 Nada importante) (2 Poco importante) (3 Moderamente importante) (4 Muy importante) (5 Extremadamente importante).

Tabla 12: Qué tan familiarizado está con el concepto de sostenibilidad en la gastronomía.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje %
Nada importante (1)	3	1,0 %
Poco importante (2)	44	15,1 %
Moderadamente importante (3)	112	38,4 %
Muy importante (4)	82	28,1 %
Extremadamente importante (5)	35	12,0 %
Total	**293**	**100%**

Gráfico 11: Qué tan familiarizado está con el concepto de sostenibilidad en la gastronomía.



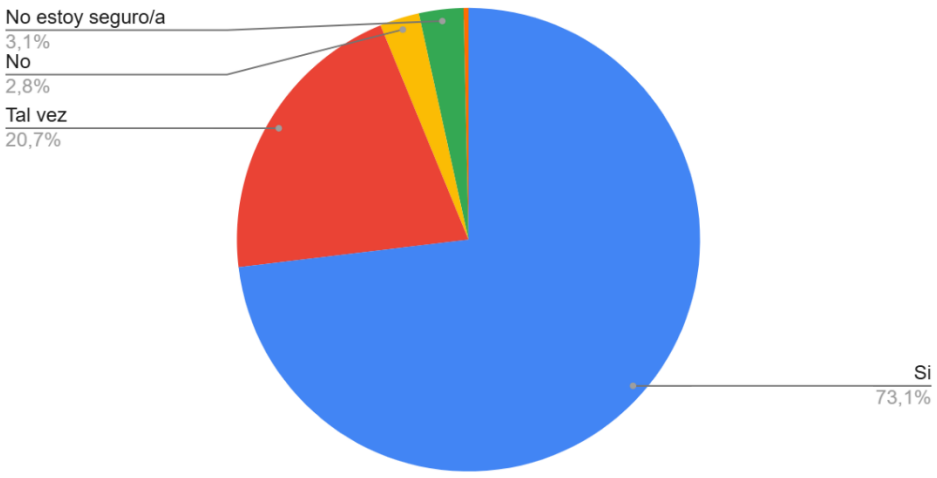
Nota. El 38,4% está moderadamente familiarizado con la sostenibilidad, mientras que el 28,1% lo considera muy importante.

El gráfico evidencia que la mayoría de los encuestados están moderadamente familiarizados con el concepto de sostenibilidad. (38,4%), un porcentaje de (28,1%) consideran muy importante y están familiarizados con el concepto de sostenibilidad, el (15,1%) consideran poco importante el concepto y no están familiarizados con el concepto, el (12%) Están muy familiarizados con el concepto de sostenibilidad y apenas el (1%) no conoce el concepto de sostenibilidad.

Tabla 13: Considera importante que los restaurantes implementen prácticas sostenibles.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje %
Muy importante	214	73,0%
Tal vez	61	20,7%
No es importante	8	2,8%
No está seguro	9	3,1%
Total	**293**	**100%**

Gráfico 12: Considera importante que los restaurantes implementen prácticas sostenibles.



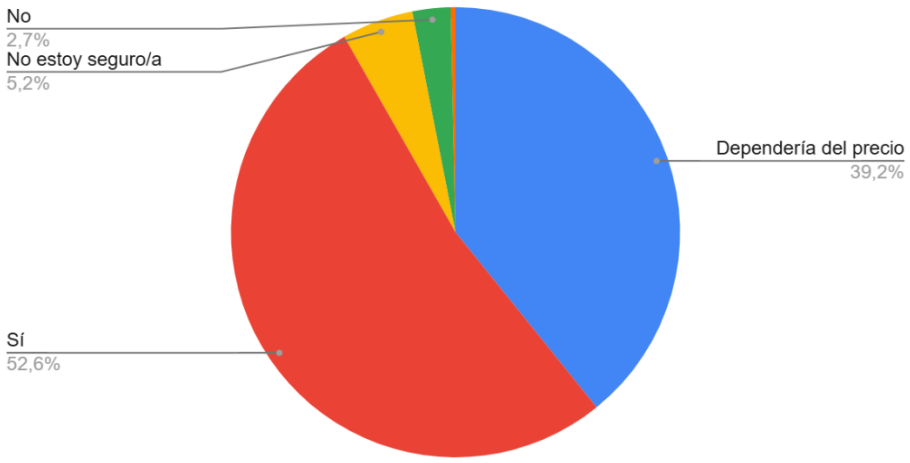
Nota. El 73% considera muy importante implementar prácticas sostenibles en restaurantes, lo que indica una clara oportunidad para adoptarlas.

El presente gráfico evidencia que tres cuartas partes de los encuestados (73%) considera muy importante que se implementen practicas sostenibles en restaurantes. Un (20,7%) consideran que tal vez sería importante que los restaurantes implementen practicas sostenibles, Dos porcentajes muy bajos no consideran importante que se implemente practicas sostenibles en restaurantes (2,8%) y un (3,1%) no está seguro. Esta pregunta nos da la pauta para implementar prácticas sostenibles en el Restaurante.

Tabla 14: Estaría dispuesto/a a pagar un poco más por un plato que promueva la sostenibilidad y el uso de productos locales.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje %
Sí	1	52,0%
Depende del precio	115	39,2%
No	15	5,2%
No está seguro/a	8	2%
Total	**293**	**100%**

Gráfico 13: Estaría dispuesto/a a pagar un poco más por un plato que promueva la sostenibilidad y el uso de productos locales.



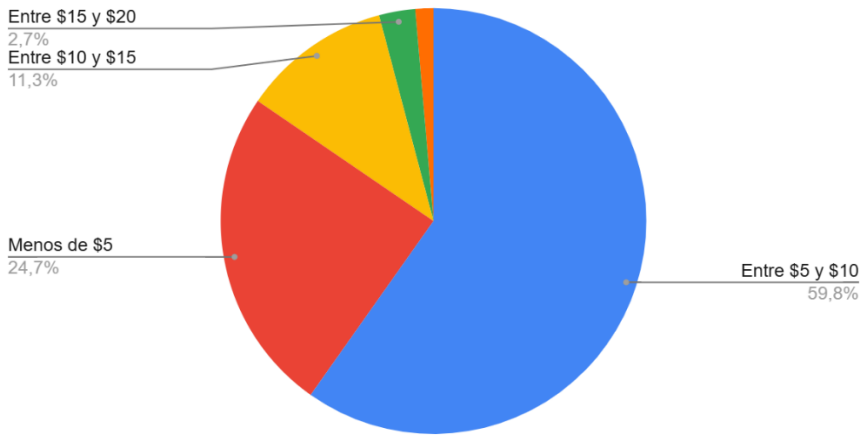
Nota. El 52% pagaría más por prácticas sostenibles, mientras que el 39,2% lo haría dependiendo el precio.

Esta interrogante entorno al precio que estarían dispuestos a pagar los encuestados por el empleo de prácticas sostenibles en el restaurante nos evidencia que la mayoría si pagara más dinero (52%), un (39,2%) pagaría, pero dependiendo del precio de los platos, un porcentaje menor (5,2%) no está seguro de querer pagar más, y un (2,7%) No pagaría más.

Tabla 15*:* Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por un plato típico que incluye ingredientes frescos, preparación tradicional y enfoque en la sostenibilidad.

Detalle	**Frecuencia**	**Porcentaje %**
Entre $5	175	59,8%
Menos de $5	72	24,7%
Entre $10 y $15	33	11,3%
Entre $15 y $20	8	2,7%
Total	**293**	**100%**

Gráfico 14*:* Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por un plato típico que incluye ingredientes frescos, preparación tradicional y enfoque en la sostenibilidad.



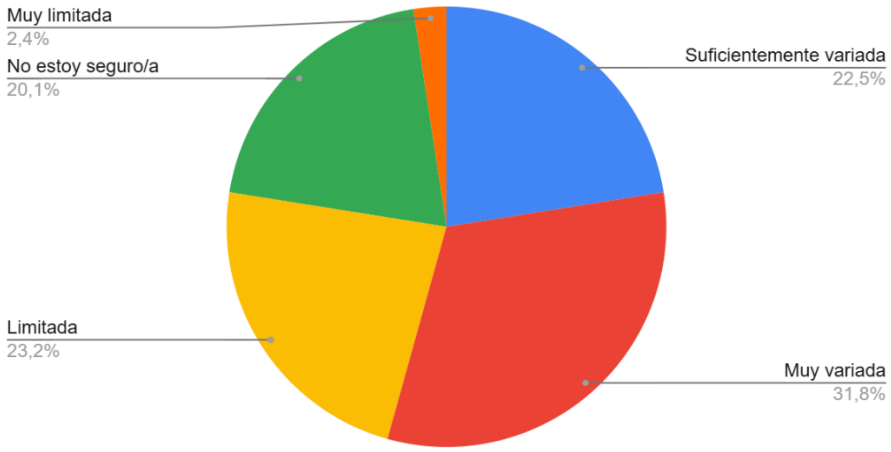
Nota. El 59,8% pagaría entre 5 y 10 dólares, lo que ayuda a definir precios tentativos para el restaurante Doña Betty.

Esta interrogante entorno al precio que estarían dispuestos a pagar los encuestados nos evidencia que el (59,8%) pagaría entre 5 a 10 dólares, el (24,7%) estarían dispuestos a pagar los encuestados menos de 5 dólares, el (11,3%) podría pagar entre 10 a 15 dólares y apenas el (2,7%) podría pagar entre 15 a 20 dólares, con esto ya tenemos precios tentativos para ser implementados en el restaurante Doña Betty.

Tabla 16: Cómo califica la variedad de la oferta gastronómica en la Parroquia Febres Cordero.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje %
Muy variada	93	31,8%
Limitada	67	23,0%
Suficientemente variada	66	22,5%
Muy limitada	7	2,4%
No está seguro	59	20,1%
Total	**293**	**100%**

Gráfico 15: Cómo califica la variedad de la oferta gastronómica en la Parroquia Febres Cordero.



Nota. El 31,8% considera muy variada la oferta gastronómica de la parroquia de Febres Cordero, mientras que el 23% la ve limitada.

El presente grafico evidencia que parte de los encuestados considera que la oferta gastronómica de la parroquia Febres Cordero es muy variada (31,8%), el (23%) considera limitada la oferta gastronómica de la parroquia Febres Cordero, un (22,5%) considera que la oferta gastronómica es suficientemente variada. Un porcentaje menor Muy limitada (2,4%) y un (20,1%) No está seguro de la oferta.

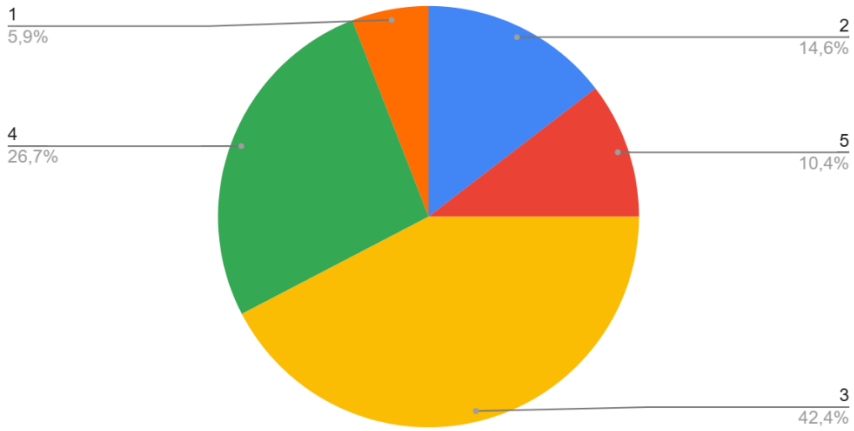
En una escala del 1 al 5 qué tan satisfecho está con la calidad general de la oferta gastronómica en la parroquia? (1 Nada importante) (2 Poco importante) (3 Moderamente importante) (4 Muy importante) (5 Extremadamente importante).

Tabla 17: Qué tan satisfecho está con la calidad general de la oferta gastronómica en la parroquia

Detalle	Frecuencia	Porcentaje %
Muy insatisfecho	17	5,9%
Insatisfecho	43	14,6%
Neutral	124	42,4%
Satisfecho	78	26,7%
Muy satisfecho	31	10,4%

Total	**293**	**100%**

Gráfico 16*:* Qué tan satisfecho está con la calidad general de la oferta gastronómica en la parroquia



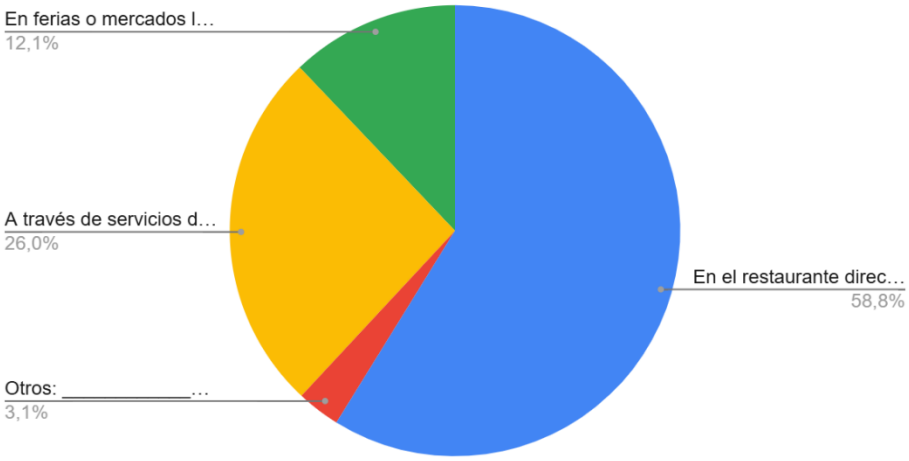
Nota. El 42,4% considera extremadamente importante la calidad de la oferta gastronómica de la parroquia Febres Cordero, mientras que el 26,7% le ve muy importante.

De los encuestados que conocen la oferta gastronómica de la Parroquia Febres Cordero en el presente grafico se evidencia un gran porcentaje (42,4%) consideran extremadamente importante la calidad general de la oferta gastronómica, el (26,7%) la consideran muy importante Febres Cordero, un (14,6%) Poco importante y un (5,9%) nada importante.

Tabla 18: Por cuál de los siguientes medios le gustaría adquirir nuestros productos típicos.

Detalle	**Frecuencia**	**Porcentaje %**
En el restaurante directamente	172	58,8%
A través de servicios de entrega	76	26,0%
En ferias o mercados locales	35	12,1%
Otros	9	3,1%
Total	**293**	**100%**

Gráfico 17: Por cuál de los siguientes medios le gustaría adquirir nuestros productos típicos.



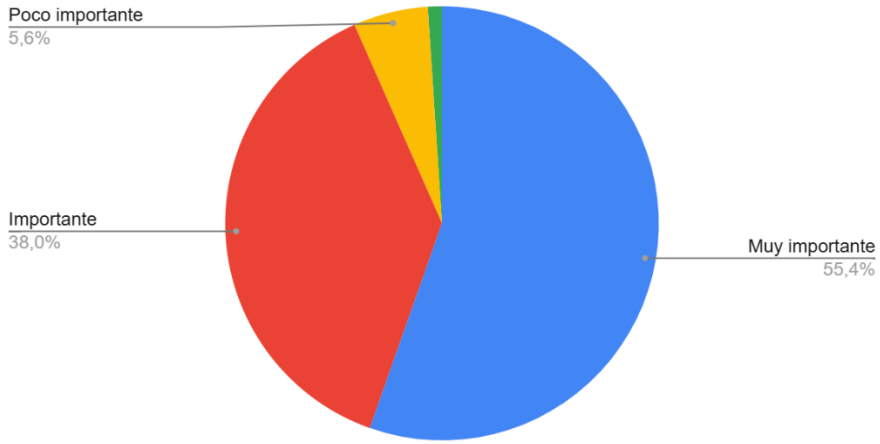
Nota. El 58,8% compraría productos típicos en el restaurante, el 26% a través de redes sociales, y el 12,1% en ferias o mercados, lo que representa una gran oportunidad para el restaurante Doña Betty.

El presente grafico evidencia los medios por los cuales adquirirán los productos típicos siendo la mayoría (58,8%) en el restaurante directamente, un (26%) a través de servicios digitales redes sociales, (12,1%) en ferias o mercados y (3,1%) en otros lugares. Nos Da a entender una gran oportunidad para el Restaurante Doña Betty.

Tabla 19: Qué tan importante considera que los productos típicos estén disponibles a través de plataformas digitales (aplicaciones móviles, redes sociales, sitios web).

Detalle	Frecuencia	Porcentaje %
Muy importante	162	55,4%
Importante	111	38,0%
Poco importante	16	5,6%
Total	**293**	**100%**

Gráfico 18*:* Qué tan importante considera que los productos típicos estén disponibles a través de plataformas digitales (aplicaciones móviles, redes sociales, sitios web).



Nota. El 55,4% considera muy importante el uso de plataformas digitales, lo que destaca la oportunidad de aprovecharlas para atraer más clientes.

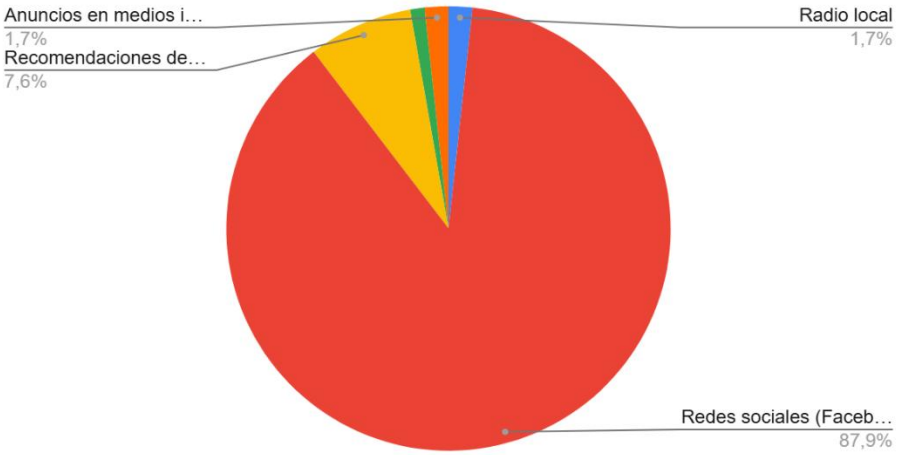
El presente grafico evidencia el rol importante del uso de plataformas digitales para la comercialización de productos típicos siendo un (55,4%) muy importante el empleo de las mismas, un (38%) considera importante el empleo de plataformas digitales y apenas un (5,6%) considera poco importante. Esta pregunta nos ha brindado la pauta necesaria para considerar establecer el uso de plataformas digitales mismas que permitirán captar más clientes.

Tabla 20: Cuál canal de comunicación utiliza con mayor frecuencia para conocer nuevos restaurantes o productos locales.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje %
Redes sociales (Facebook, etc.)	258	87,9%
Recomendaciones de amigos/familia	22	7,6%
Anuncios en medios impresos	5	1,7%
Radio local	5	1,7%

Total	**293**	**100%**

Gráfico 19*:* Cuál canal de comunicación utiliza con mayor frecuencia para conocer nuevos restaurantes o productos locales.



Nota. Las redes sociales son el canal de comunicación preferido por los encuestados, lo que ofrece una gran oportunidad para el restaurante Doña Betty debido a su bajo costo.

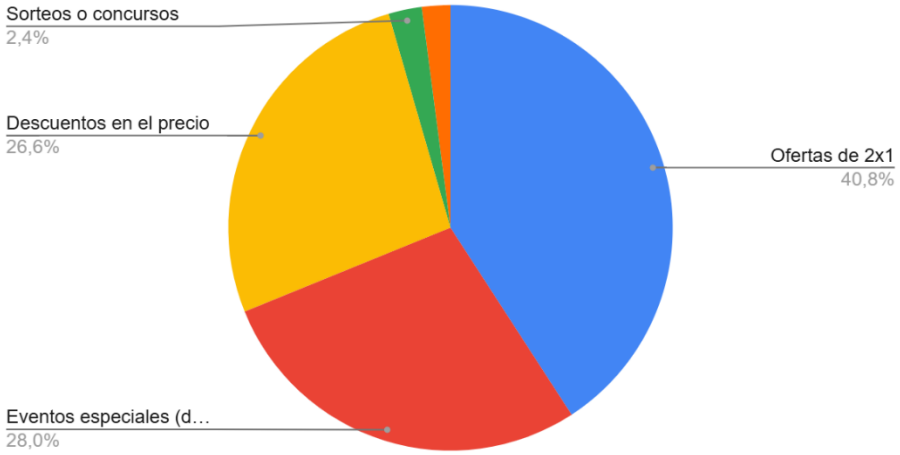
El presente grafico evidencia el canal de comunicación que actualmente utilizan con mayor frecuencia los encuestados, dando como resultado que el mayor canal de comunicación es las redes sociales, pues casi 250 encuestados optaron por preferir el uso de redes sociales. Sin duda una gran oportunidad para el Restaurante Doña Betty pues el empleo de redes sociales no tiene costos altos.

Tabla 21: Qué tipo de promociones considera más atractivas.

Detalle	**Frecuencia**	**Porcentaje %**
Ofertas de 2x1	120	40,8%
Eventos especiales (día temático)	82	28,0%
Descuentos en el precio	78	26,6%

Sorteos o concursos	7	2,4%
Total	**293**	**100%**

Gráfico 20: Qué tipo de promociones considera más atractivas.



Nota. El 40,8% prefiere ofertas 2x1, el 28% eventos especiales y el 26,6% descuentos, lo que ayuda a atraer más clientes al restaurante Doña Betty.

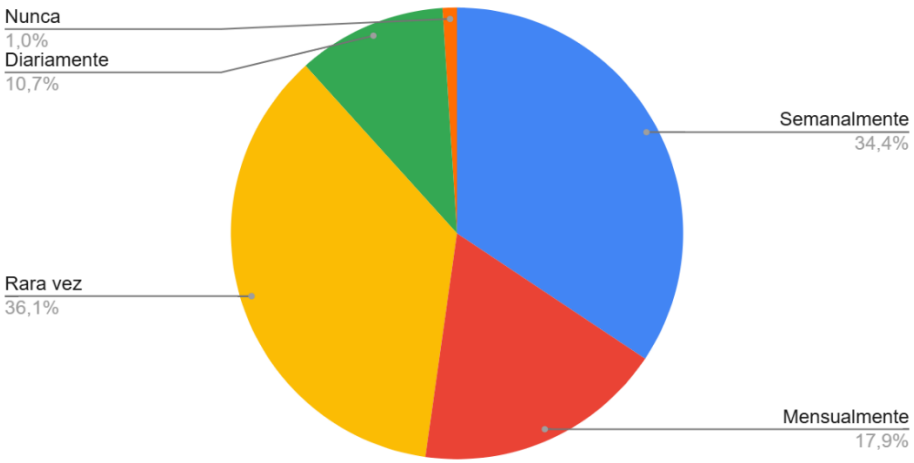
El presente grafico evidencia preferencias en los usuarios entorno a promociones y dinámicas que empleen Restaurantes, dando como resultado que el (40,8%) les gusta ofertas 2x1, un (28%) asiste donde se realiza eventos especiales o promociones especiales, un (26,6%) prefieren descuentos en el precio de los productos y apenas (2,4%) quisiera que se realicen sorteos o concursos. Esta información es valiosa para captar mayor número de clientes para el Restaurante doña Betty.

Tabla 22: Con qué frecuencia consume platos típicos de la localidad.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje %
Nunca	3	1,0%
Rara vez	106	36,1%
Mensualmente	52	17,9%

Semanalmente	101	34,4%
Diariamente	31	10,7%
Total	**293**	**100%**

Gráfico 21*:* Con qué frecuencia consume platos típicos de la localidad.



Nota. El 36,1% consume platos típicos rara vez, mientras que el 34% lo hace semanalmente, lo que ayuda a crear menús que atraigan clientes frecuentes el restaurante Doña Betty.

Esta pregunta permitió conocer la frecuencia de consumo de platos típicos cuando las personas son del mismo lugar, el presente grafico evidencia que un (36,1%) rara vez consume platos típicos de su misma localidad, un (34%) consume semanalmente, un (17,9%) consume platos típicos mensualmente, apenas el (10,7%) consume platos diariamente y un (1%) nunca consume platos típicos. Esto nos aporta para la implementación de menús que permitan conservar un número de clientes fijos para el restaurante Doña Betty.

Tabla 23: Características de la demanda.

Característica	Datos
Edad predominante	18 - 25 años (72.1%)
Procedencia principal	Mata de Cacao (40.9%)
Género	Masculino (54.1%) / Femenino (45.9%)
Ocupación	Estudiantes (56.4%)
Rango de ingresos	Menos de $200 (50.7%)
Frecuencia de consumo en restaurantes	Rara vez (33.2%) / Varias veces por semana (29.1%)
Preferencia por comida típica	93.8% la prefiere
Disposición a pagar más por sostenibilidad	Sí (52%) / Depende del precio (39.2%)
Precio promedio dispuesto a pagar por un plato	$5 a $10 (59.8%)

Análisis de la competencia:

El análisis de la competencia se ha realizado a partir de entrevistas con varios propietarios de restaurantes de la zona, lo que proporciona información clave sobre la oferta gastronómica local. Basado en estas entrevistas, se identifican los siguientes aspectos comunes de los restaurantes analizados:

Tiempo de operación (12 años de experiencia en la comunidad, lo que indica una clientela y un conocimiento del mercado local).

Especialidad gastronómica (comida típica como arroz, menestra, papa con pollo y pollo asado).

Perfil de clientes (locales y visitantes ocasionales).

Horario de mayor afluencia (12:00 p.m. - 17:00 p.m.).

Ingresos promedio ($1,500 mensuales).

Fuente de insumos (proveedores locales, lo que contribuye al desarrollo económico de la comunidad).

Tabla 24. Analisis de la competencia.

Temporadas de mayor actividad (entre mayo y diciembre, el mayor flujo es por festividades locales).

CAPÍTULO IV. PROPUESTA

4.1 Descripción de la Propuesta

Nombre de la competencia	Productos y servicios que ofrece	Precios y estrategias de fijación de tarifas	Calidad del servicio y experiencia del cliente	Ubicación y accesibilidad	Estrategias de marketing y promoción	Canales de distribución utilizados	Fortalezas y debilidades operativas	Posicionamiento en el mercado	Tecnologías implementadas	Segmento de mercado que atienden
El Rancho Resto Bar	Platos típicos, parrilladas, bebidas	$6 - $15	Buena atención, sazón destacada	-1.992101 -79.357552	Redes sociales, eventos temáticos	Servio en local, pedidos para llevar	Buena ubicación, costo moderado	Reconocido en la zona	TPV moderno, redes sociales	Público local y turista
D´ Piqueos	Platos rápidos, comida rápida	$3 - $8	Servicio rápido, autoservicio	-1.994586 -79.356485	Descuento, promociones en redes	Servicio en local, perdidos para llevar	Agilidad en servicio, espacio limitado	Popular en jóvenes	TPV básico redes sociales.	Familias y jóvenes
Mirador la sazón del Manaba	Almuerzos, comida ecuatoriana	$3,50 - $7	Atención personalizada	-1.993664 -79.355573	Promoción en boca a boca, folleto	Servicio en local	Casero, buena sazón, espacio reducido	Tradicional en la comunidad	No usa tecnología avanzada	Trabajadores y residentes locales.
Comedor Don Eduardo	Almuerzos, platos caseros	$ 3- $ 6	Buena atención, sazón casera	-1.994998 -79.355590	Recomendación de cliente	Servicio en local	Espacio pequeño, tradicional	En crecimiento	No usa tecnología avanzada	Público local y visitante
Comedor El mirador	Almuerzos, platos a la carta	$ 4 - $ 10	Buena atención, vistas panorámicas	-1.992656 -79.356477	Redes sociales, promociones en eventos	Servicio en local	Buena ubicación, diferenciación por vista.	En crecimiento	Redes sociales básicas	Público local y visitante

Nuestra propuesta consiste en realizar una preforma reconstructiva para desarrollar un restaurante con enfoque de sostenibilidad, mejorando la experiencia gastronómica de los comensales con un enfoque en platos típicos de nuestro país. Con el propósito de sobresalir en el ámbito culinario, dando a los clientes una excelente atención y experiencia.

La idea principal es beneficiar tanto al restaurante como a los clientes para que ambos puedan obtener calidad, eficiencia presentando una preforma donde sobresalte presentación y esencia de la gastronomía típica.

El estudio de campo, cifras, adecuaciones es importante para poder llevar a cabo este proyecto, razón por lo cual es necesaria la colaboración y estudio tanto del territorio como de la población donde este establecido dicho restaurante, saber sus gustos y adecuarlos para llegar al público de una forma más factible y certera.

4.2 Objetivos De La Propuesta

4.2.1 Objetivo General

Diseñar una propuesta para la implementación de un restaurante con enfoque de sostenibilidad y experiencia gastronómica típica en la Parroquia Febres Cordero-Recinto Mata de Cacao de la ciudad de Babahoyo, que contribuya al desarrollo económico y cultural de la zona para el año 2024.

4.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar las características de la demanda y la oferta gastronómica actual en la zona, a través de un estudio de mercado.
- Elaborar el estudio técnico con relación a las necesidades del diseño del restaurante y a las normativas vigentes en el sector turístico. Enfocado a una oferta gastronómica con prácticas sostenibles.
- Realizar el estudio financiero y la evaluación económica para la implementación del restaurante.
-

4.3 Plan de proyecto

Descripción General del Proyecto

El presente proyecto propone la creación de un restaurante con enfoque de sostenibilidad y experiencia gastronómica típica en la Parroquia Febres Cordero-Recinto Mata de Cacao, en la ciudad de Babahoyo. El restaurante se diseñará para ofrecer platos tradicionales de la región, priorizando ingredientes locales y aplicando prácticas sostenibles en su operación. Se busca contribuir al desarrollo económico y cultural de la zona mediante la promoción de la identidad culinaria y el fortalecimiento del turismo gastronómico.

El enfoque sostenible del restaurante incluirá el uso eficiente de recursos naturales, la reducción del desperdicio de alimentos y la implementación de procesos amigables con el medio ambiente. Además, se promoverá la participación de productores locales, garantizando la trazabilidad de los ingredientes utilizados. El modelo de negocio integrará estrategias innovadoras para atraer tanto a la comunidad local como a los visitantes interesados en la gastronomía autóctona.

Análisis del Sector Industrial

A nivel global, el turismo ha mostrado una tendencia de recuperación tras el impacto de la pandemia de COVID-19. Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en 2022, las llegadas de turistas internacionales alcanzaron el 63% de los niveles prepandemia, con 900 millones de turistas viajando internacionalmente, lo que representa un incremento del 50% en comparación con 2021 (Zabala et al., 2022).

En Ecuador, el sector industrial ha mostrado avances y desafíos particulares:

- **Diversificación Industrial**: Históricamente, la economía ecuatoriana ha dependido de la exportación de recursos naturales, especialmente petróleo. Sin embargo, en las últimas décadas, se ha buscado diversificar la base industrial, promoviendo sectores como el manufacturero y el agroindustrial. A pesar de estos esfuerzos, la industria manufacturera aún enfrenta retos en términos de competitividad y productividad (Guaranda, 2022).
- **Crisis Energética**: Desde octubre de 2023, Ecuador ha enfrentado una crisis eléctrica debido a una severa sequía que afectó las reservas de agua de los embalses hidroeléctricos, responsables del 72% de la generación eléctrica nacional. Esta situación ha llevado a racionamientos de energía con cortes de hasta 14 horas diarias, impactando negativamente al sector industrial al reducir la productividad y aumentar los costos operativos.
- **Políticas Públicas**: El gobierno ha implementado políticas para fomentar la industrialización y reducir la dependencia de las importaciones. Sin embargo, factores como la burocracia, la falta de infraestructura adecuada y limitaciones en el acceso a financiamiento han sido obstáculos para el pleno desarrollo industrial (Bravo & Cuzme, 2012).

Sector Industrial en Febres Cordero

A nivel local, en Febres Cordero

Factores de Éxito en MIPYMES: Un estudio socioeconómico realizado en la parroquia Febres Cordero reveló que el 92% de los agricultores cultivan la variedad de cacao CCN-51, destinando su producción al mercado local. La rentabilidad de esta actividad es significativa, con un 95% de los productores considerando rentable su inversión en cacao (Chávez et al., 2019).

Innovación y Emprendimiento Local:

En 2011, se implementó el proyecto "Mejoramiento de la calidad del cacao de los pequeños productores del Cantón de Babahoyo", que incluyó la creación de un centro piloto de secado y fermentación de cacao de alta calidad en Febres Cordero. Este centro, diseñado con la colaboración de técnicos italianos y artesanos chocolateros, busca mejorar la competitividad del cacao ecuatoriano en mercados nacionales e internacionales (Pellegrineschi, 2019).

Desafíos Actuales:

Las MIPYMES en Febres Cordero enfrentan desafíos como la falta de una legislación específica que norme y favorezca su desarrollo. Aunque se han trabajado proyectos de ley para las pymes en los últimos años, estos no han sido promulgados, lo que dificulta la creación y operación de nuevas pequeñas empresas (Muñoz, 2020).

Además, la infraestructura y los servicios básicos en la parroquia requieren mejoras para potenciar el desarrollo industrial. Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, es necesario explotar adecuadamente la riqueza culinaria, la cultura montubia y la producción de cacao fino de aroma en sistemas agroforestales para mejorar los ingresos de las familias en Febres Cordero (Mestanza, 2022).

Análisis del Sector y la Empresarial

El sector gastronómico en Ecuador ha experimentado un crecimiento notable en los últimos años. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), existen más de 40,000 restaurantes registrados en el país, lo que refleja una expansión significativa en este ámbito (Perseo, 2024).

En 2019, el Ministerio de Turismo (MINTUR) registró un total de 24,382 establecimientos turísticos, de los cuales el 85.3% correspondían a servicios de alojamiento y comida, mostrando un crecimiento promedio anual del 2.9% entre 2011 y 2019 (Marín et al., 2021).

La adopción de prácticas sostenibles en el sector gastronómico ha cobrado relevancia en Ecuador. Sin embargo, en ciudades como Guayaquil, se observa que pocos restaurantes han implementado modelos de sostenibilidad, lo que indica una oportunidad para desarrollar este enfoque en el mercado.

La provincia de Los Ríos, donde se ubica Babahoyo, posee una rica tradición gastronómica que influye positivamente en el turismo local. Platos tradicionales como el sango de pescado y el caldo de salchicha son emblemáticos de la región y atraen tanto a turistas como a residentes (Villacís, 2019).

En Babahoyo, la oferta gastronómica ha evolucionado, destacándose establecimientos que fusionan la cocina criolla con toques gourmet. Por ejemplo, Café del Chef es reconocido por su propuesta culinaria innovadora, combinando platos tradicionales con técnicas modernas (Café del Chef, s. f.)

Eventos como el "Cuchara Brava Festival" han impulsado el auge gastronómico en la ciudad, reflejando cambios significativos en la oferta culinaria local y promoviendo la cultura gastronómica de Babahoyo (Cuchara Brava Festival, 2024).

La información específica sobre restaurantes con enfoque en sostenibilidad y experiencia gastronómica típica en la parroquia Febres Cordero, recinto Mata de Cacao, es limitada en las fuentes consultadas. Sin embargo, la tendencia nacional y provincial sugiere un potencial para

desarrollar este tipo de iniciativas en la zona, aprovechando la riqueza cultural y gastronómica de la región.

Diseño del Servicio

El diseño del servicio será un elemento clave del restaurante, garantizando una experiencia diferenciada y de alta calidad para los clientes. Este apartado concreta las características principales del establecimiento, su tipo de comida y las estrategias para su posicionamiento.

Características del Restaurante

- **Tipo de establecimiento:** Restaurante con enfoque sostenible y gastronómico, especializado en comida típica ecuatoriana.
- **Ubicación:** Parroquia Febres Cordero - Recinto Mata de Cacao, Babahoyo.
- **Capacidad:** 14,400 personas al mes (según estudio de factibilidad).
- **Horario de atención:** Martes a Domingo, 10:00 am. a 18:00 pm.
- **Diferenciación:** Uso de ingredientes autóctonos, aplicación de prácticas sostenibles y un ambiente inspirado en la cultura local.

Concepto del Restaurante

Un espacio acogedor con una identidad visual y ambiental basada en la cultura ecuatoriana, incorporando elementos decorativos autóctonos y materiales sostenibles en su construcción. Se priorizará la integración de elementos rústicos, iluminación cálida y mobiliario de madera reciclada o certificada.

Cuadro 4: Platos Típicos Enfocados en Productos de la Localidad:

Plato	**Descripción**	**Ingredientes Principales**	**Imagen**
Encebollado	Sopa espesa de pescado con yuca, cebolla y especias, servida con limón.	Albacora, cebolla, tomate, pimiento, cilantro, ajo, especias, yuca, agua, limón.	
Fritada	Trozos de cerdo frito acompañado de mote cocido y curtido de cebolla y tomate.	Cerdo, mote, cebolla, tomate, pimiento, cilantro, ajo, limón, aceite, agua, especias.	
Seco de Gallina	Gallina estofada en salsa de naranjilla y cerveza, acompañada de arroz amarillo y plátanos fritos.	Gallina, naranjilla, cebolla, tomate, pimiento, cilantro, ajo, cerveza, achiote, agua, especias.	
Caldo de Gallina	Sopa tradicional con gallina,	Gallina, papa, fideo, cebollín, arveja, culantro,	

	fideos, papa y vegetales, servida con arroz.	ajo, cubo Maggie, zanahoria, arroz, especias.	
Seco de Chancho	Cerdo estofado en salsa de tomate, cebolla y cerveza, acompañado con arroz amarillo.	Cerdo, arroz, cebolla, tomate, pimiento, cilantro, ajo, cerveza, achiote, agua, especias.	
Bollo	Masa de plátano verde rellena con pescado y maní, envuelta en hoja de plátano y cocida al vapor.	Albacora, verde, cebolla, maní, pimiento, cilantro, ajo, hoja de plátano, achiote, agua, especias.	

Guatita	Mondongo cocido en salsa de maní, acompañado de arroz y aguacate.	Mondongo, maní, cebolla, tomate, pimiento, cilantro, ajo, especias, arroz, limón.	
Cazuela de Mariscos	Estofado espeso de mariscos con plátano verde y maní, servido en un cuenco de barro.	Mariscos, plátano verde, maní, cebolla, tomate, pimiento, ajo, especias.	
Hornado	Cerdo horneado lentamente, servido con mote, llapingachos y curtido de cebolla.	Cerdo, mote, cebolla, tomate, pimiento, ajo, especias, papa, achiote.	
Tonga	Arroz con pollo o chancho envuelto en hoja de plátano, cocido con	Pollo o cerdo, arroz, maní, cebolla, tomate, especias, hoja de plátano.	

	salsa de maní.		

Cuadro 5: Bebidas de la localidad

Bebida	**Descripción**	**Ingredientes Principales**	**Imagen**
Colada Morada	Bebida espesa de color morado hecha con harina de maíz negro, frutas y especias, tradicional del Día de los Difuntos.	Harina de maíz negro, mora, piña, babaco, mortiño, canela, clavo de olor, panela.	
Jugo de Tamarindo	Refrescante jugo elaborado con pulpa de tamarindo, servido con hielo y endulzado naturalmente.	Tamarindo, agua, azúcar o panela.	

Nota: La tabla presenta platos típicos ecuatorianos con su descripción, ingredientes principales e imagen. Destacan el encebollado, fritada, seco de gallina, caldo de gallina, seco de chancho, bollo, guatita, cazuela de mariscos, hornado, tonga, y lo que incluyen las bebidas tales como colada morada y jugo de tamarindo, reflejando la diversidad y riqueza culinaria del país.

Atención al Cliente

El personal será capacitado en hospitalidad y servicio, enfatizando la historia y tradición de cada platillo. Se implementará un trato personalizado con recomendaciones sobre maridaje y explicaciones sobre los ingredientes utilizados.

Prácticas Sostenibles

Se adoptarán medidas ecológicas como:

- Uso de productos biodegradables en empaques y utensilios.
- Optimización del consumo de agua y energía con sistemas eficientes.
- Reducción y reciclaje de residuos orgánicos e inorgánicos.
- Prioridad a proveedores locales para fomentar la economía circular.

Experiencia Sensorial

Se diseñará un ambiente que estimule los sentidos mediante:

- **Sabores y aromas:** Platos con ingredientes frescos que resalten la gastronomía local.
- **Música ambiental:** Repertorio de ritmos tradicionales ecuatorianos.
- **Decoración:** Elementos artesanales, colores cálidos y murales alusivos a la cultura del lugar.

Definición o identificación del producto (bien o servicio)

La definición del producto en este proyecto corresponde a la oferta gastronómica y de servicios que brindará el restaurante con enfoque en sostenibilidad y experiencia gastronómica típica en la parroquia Febres Cordero-Recinto Mata de Cacao, en la ciudad de Babahoyo. Este establecimiento estará diseñado para satisfacer las necesidades de los clientes que buscan una

experiencia culinaria auténtica, basada en el rescate de la gastronomía local y en prácticas sostenibles que contribuyan al desarrollo comunitario y a la preservación con el ambiente.

Producto (Bien):

- **Platos típicos ecuatorianos:** Se ofrecerá una carta de recetas tradicionales elaboradas con ingredientes autóctonos y frescos, respetando las técnicas culinarias locales. Entre los platos destacados estarán el seco de gallina, el caldo de bola y la fritada, entre otros.
- **Bebidas tradicionales:** Se incluirá una variedad de bebidas naturales y autóctonas, como jugos de frutas, chicha de jora y aguas frescas con hierbas aromáticas de la región.
- **Opciones sostenibles:** En línea con el compromiso ecológico del restaurante, se implementará el uso de insumos orgánicos, reduciendo la huella ambiental y promoviendo el consumo responsable.

Servicios:

- **Atención en salón:** Se contará con un espacio acogedor y decorado con elementos culturales representativos de la región, donde los clientes podrán disfrutar de un ambiente cálido y personalizado.
- **Eventos culturales y gastronómicos:** Se organizarán ferias gastronómicas, talleres de cocina tradicional y eventos temáticos que fortalezcan la identidad culinaria del sector y promuevan el turismo gastronómico.

- **Experiencia gastronómica interactiva:** Se ofrecerán demostraciones de la preparación de platos tradicionales y degustaciones guiadas para que los clientes conozcan más sobre la historia y el proceso de elaboración de la comida típica.

Misión y Visión del Restaurante

- **Misión**

Brindar a nuestros clientes una experiencia gastronómica auténtica y sostenible, basada en la riqueza culinaria de la Parroquia Febres Cordero. Atreves de platillos elaborados con ingredientes, apoyando la economía de pequeños productores y promoviendo prácticas responsables con el ambiente.

- **Visión**

Ser un referente en gastronomía sostenible en la región, destacando por nuestra calidad, innovación y compromiso con el desarrollo local. Queremos ser reconocidos como un destino turístico gastronómico que integra cultura, sabor y sostenibilidad en cada experiencia culinaria hasta el 2030.

4.4 Análisis Interno y del Entorno

4.4.1 Análisis FODA

El análisis FODA permite identificar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del proyecto.

Cuadro 6: El análisis FODA

Factor	Descripción

Fortalezas	-Uso de ingredientes locales y frescos. -Enfoque en sostenibilidad y gastronomía típica. -Diferenciación frente a la oferta actual en Babahoyo. -Creación de una experiencia gastronómica única. -Posibilidad de vincularse con la comunidad local, apoyando a la economía regional, y promoviendo la cultura.
Oportunidades	- Posibilidad de atraer turistas y residentes. -Creciente interés en experiencias gastronómicas auténticas. -Apoyo gubernamental a emprendimientos sostenibles. -Tendencia global hacia el consumo responsable. -Potencia para crear alianzas con otras empresas sector turístico y gastronómico.
Debilidades	-Falta de reconocimiento de marca en la fase inicial. - Inversión inicial alta para infraestructura y capacitación. - Dificultad para fidelizar clientes en un mercado competitivo. - Dependencia de proveedores locales con posible variabilidad en calidad y precios. - Falta de experiencia en gestión gastronómica y administrativa.
Amenazas	-Posible competencia de nuevos restaurantes. -Factores externos como la inflación que afectan costos de producción.

	-Cambios en las preferencias de los consumidores que pueden afectar la demanda por productos locales o sostenibles. -Condiciones climáticas o ambientales que podrían influir en la disponibilidad de ciertos ingredientes locales. -Inestabilidad económica o política de la región. Lo que podría disminuir el flujo de turistas o afectar el poder adquisitivo de los consumidores locales.

4.5 Análisis PESTEL

El análisis PESTEL permite evaluar los factores externos que pueden influir en la operación del restaurante.

Cuadro 7: Análisis PESTEL

Factor	Descripción
Político	Regulaciones del sector gastronómico y turístico en Ecuador, incentivos a la sostenibilidad. Políticas gubernamentales para el desarrollo de emprendimientos locales.
Económico	Inflación en precios de insumos, impacto del turismo en la economía local. Accesibilidad a financiamiento y créditos para pequeños negocios gastronómicos.
Social	Creciente interés en gastronomía típica y sostenible, comportamiento del consumidor en Babahoyo.

	Tendencia de preferencia por restaurantes con responsabilidad social y ambiental.
Tecnológico	Uso de plataformas digitales para promoción y reservas en línea. Implementación de sistemas de gestión de inventario y ventas con tecnología.
Ecológico	Implementación de medidas para minimizar el impacto ambiental del restaurante. Reducción de desperdicio de alimentos y uso de empaques biodegradables.
Legal	Cumplimiento de normativas sanitarias y de seguridad alimentaria. Regulaciones laborales y normativas de contratación para el personal gastronómico.
Competitivo	Crecimiento de la oferta gastronómica en Babahoyo, diferenciación frente a nuevos competidores. Estrategias para mantener la fidelización de clientes frente a la competencia.
Cultural	Promoción de la identidad gastronómica local a través de platos tradicionales. Integración de prácticas ancestrales en la cocina para atraer turistas.

4.6 Análisis del Mercado y la Competencia

El estudio de mercado permite comprender la demanda potencial y la competencia en la zona.

4.6.1 Segmento del mercado

El segmento objetivo está compuesto por personas residentes en la parroquia Febres Cordero, específicamente en el recinto Mata de Cacao, con edades entre 16 y 75 años. Este rango

de edad se considera adecuado, ya que abarca a individuos con capacidad y disposición para consumir servicios gastronómicos.

Análisis del Mercado

Para evaluar la viabilidad del restaurante, se realizará un estudio de mercado centrado en dos aspectos fundamentales:

Demanda: Identificación de las preferencias de los consumidores locales y turistas en relación con la gastronomía típica y las prácticas sostenibles. Se aplicaron encuestas y entrevistas para conocer la percepción del público objetivo y determinar la demanda efectiva del servicio.

Cuadro 8: Identificación de las preferencias de los consumidores locales y turistas.

Característica	**Descripción**
Segmento de mercado	Consumidores locales y turistas interesados en gastronomía típica y sostenible
Método de levantamiento de información	Encuestas y entrevistas presenciales
Frecuencia de consumo	2 a 3 veces por semana (mayoría de encuestados)
Preferencias gastronómicas	Platos típicos ecuatorianos, especialmente comidas tradicionales costeñas
Factores valorados	Sabor, precio justo, higiene, atención amable, ingredientes naturales
Interés en prácticas sostenibles	Alto – consumidores valoran el uso de insumos biodegradables y productos locales
Demanda efectiva estimada	3,000 platos al mes, según proyección de consumo promedio

Medios de consumo preferidos	Consumo en local (60%), delivery (30%)
Medios de promoción más influyentes	Redes sociales (Facebook, Instagram), recomendaciones boca a boca

4.7 Demandas

4.7.1 Demanda Potencial

La demanda potencial representa el total de personas que podrían estar interesadas en los servicios del restaurante. Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), la parroquia Febres Cordero cuenta con una población total de 19.012 habitantes (NEC, 2022).

De acuerdo con la pirámide poblacional de la parroquia, aproximadamente el 60% de la población se encuentra en el rango de 16 a 75 años. Aplicando este porcentaje, la población objetivo sería:

19,012×60%=11.407 personas

4.7.2 Demanda Disponible

Este grupo etario representa una base significativa de clientes con preferencia hacia la oferta de comida típica del restaurante, considerando que incluye tanto a jóvenes como a adultos con capacidad de consumo y preferencia por experiencias gastronómicas.

Tabla 25: Prefiere consumir productos típicos de la zona.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje %
Si	275	93,8%
No	16	6,2%
Total	**293**	**100%**

11. 407 personas X 93,8%= 10.700 personas

4.7.3 Demanda Efectiva

La demanda efectiva del restaurante de comida típica se compone de consumidores con disposición y capacidad económica para adquirir experiencias gastronómicas auténticas. Para establecer el porcentaje de demanda efectiva se ha basado en la siguiente pregunta:

Tabla 26: Estaría dispuesto/a a pagar un poco más por un plato que promueva la sostenibilidad y el uso de productos locales.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje %
Sí	1	52,0%
Depende del precio	115	39,2%
No	15	5,2%
No está seguro/a	8	2%
Total	**293**	**100%**

11. 407 personas X 52,0%= 5,931 personas

4.8 Público Objetivo

La muestra comprende a la población de la Parroquia Febres Cordero-Recinto Mata de Cacao de la ciudad de Babahoyo, dentro de la demanda efectiva se estima el porcentaje de personas interesadas en una oferta gastronómica sostenible. Se considera la cobertura del 60%, basado en tendencias de mercado y en la creciente concienciación responsable y el apoyo a la producción local.

Cálculo:

5,931 personas x 0.60 = 3.558,6 personas.

Tabla 27: Resumen de la demanda

Tipo de Demanda	Descripción / Cálculo	Resultado
Demanda Total	Población total de la parroquia Febres Cordero (INEC, 2022)	19,012 personas
Demanda Potencial	Población entre 16 y 75 años (60% de la población total) → 19,012 × 0.60	11.407 Personas
Demanda Disponible	Personas con preferencia por productos típicos → 11.407 × 0.938	10.700 personas
Demanda Efectiva	Personas dispuestas a pagar más o dependiendo del precio → 11.407 × 0.52	5,931 Personas
Demanda Objetiva	Estimación de consumidores que acuden a restaurantes del mercado efectivo 5,931 personas X 60%.	3.558,6personas

Nota: La tabla analiza la demanda del restaurante desde la población total hasta la demanda objetiva. De 19,012 personas, se estima que 11,407 son clientes potenciales, 10,700 prefieren comida típica y 5,931 estarían dispuestas a pagar según el precio. Finalmente, la demanda objetiva se proyecta en 3.558,6 personas.

4.9 Competencia

El análisis de competencia directa permite identificar los restaurantes que ofrecen servicios gastronómicos similares en la parroquia Febres Cordero, con el fin de evaluar su oferta, fortalezas y diferenciación en el mercado.

Identificación de la competencia directa:

Los siguientes establecimientos han sido identificados como competencia directa debido a su enfoque en comida típica ecuatoriana y su ubicación dentro de la parroquia:

Tabla 28: Comida típica ecuatoriana y su ubicación dentro de la parroquia

Nombre del Restaurante	Ubicación	Tipo de Comida	Rango de Precios ($)	Diferenciación
Mirador La Sazón Manaba	-1.993664 -79.355573	Comida típica ecuatoriana	5 – 15	Ambiente tradicional, menús caseros
Comedor Don Eduardo	-1.994998 -79.355590	Comida típica ecuatoriana	6 – 12	Uso de ingredientes locales, servicio rápido
Comedor El Mirador	-1.992656 -79.356477	Comida típica ecuatoriana	7 – 18	Presentación innovadora de platos tradicionales

4.10 Oportunidades y Ventajas Competitivas

El nuevo restaurante podrá diferenciarse de la competencia directa mediante:

- **Enfoque en sostenibilidad:** Implementación de prácticas ecológicas y uso de insumos locales.
- **Valor agregado en la experiencia gastronómica:** Promoción de recetas típicas con una presentación innovadora.
- **Ambiente y servicio diferenciado:** Creación de un espacio acogedor con atención personalizada.
- **Oferta gastronómica con identidad cultural:** Rescate de platos tradicionales poco explorados en la oferta actual.

4.11 Identificación de la competencia indirecta

Se han identificado ciertos negocios, que, aunque no se especializan en gastronomía típica ecuatoriana, pueden representar una competencia indirecta debido a su variedad culinaria y su ubicación dentro de la parroquia Febres Cordero. Estos establecimientos tienen el potencial de captar la atención del mismo público objetivo de nuestro restaurante:

Tabla 29: Identificación de la competencia indirecta

Nombre del Restaurante	Ubicación	Tipo de Comida	Rango de Precios ($)	Diferenciación
El Rancho Restobar	-1.992101 -79.357552	Comida rápida (pizzas, hamburguesas, alitas).	4 – 10	Servicio ágil y precios accesibles
D´Piqueos	-1.994586 -79.356485	Mariscos y pescados	8 – 20	Especialización en ceviches y platos del mar.

Nota. Este cuadro presenta establecimientos en Febres Cordero, detallando su oferta gastronómica, precios y características. El Restaurante D, se enfoca en comida rápida con atención rápida con atención rápida y precios asequibles, mientras que el Restaurante E se distingue por su especialidad en mariscos, en énfasis en ceviches y platos del mar.

4.12 Factores que los convierten en competencia indirecta

- **Alternativa gastronómica**: Aunque no ofrecen comida típica ecuatoriana, pueden atraer clientes que buscan opciones distintas.
- **Proximidad dentro de la parroquia:** Al ubicarse en la misma zona, es probable que compartan parte del público objetivo.
- **Rango de precios:** Algunas opciones presentan costos similares, lo que puede influir en la decisión del consumidor.
- **Diferenciación en la oferta:** Su propuesta culinaria varía, pero sigue siendo una alternativa para los comensales.

4.13 Estrategias para diferenciarse de la competencia indirecta

- **Autenticidad en la propuesta gastronómica:** Rescate y promoción de recetas tradicionales poco conocidas en la zona.
- **Compromiso en la sostenibilidad:** Uso de ingredientes locales y aplicación de prácticas ecológicas en la preparación de los alimentos.
- **Experiencia cultural y gastronómica:** Creación de un ambiente temático que resalte la identidad ecuatoriana.
- **Innovación en la presentación y el servicio:** Platos con un estilo atractivo y atención personalizada para mejorar la experiencia del cliente.

4.14 Plan comercial

4.14.1 Estrategias de Comercialización

Diseño del producto

El diseño del producto en este proyecto está enfocado en ofrecer una experiencia gastronómica sostenible y auténtica, combinando ingredientes locales de alta calidad con técnicas culinarias tradicionales de la región de Babahoyo. Para ello, el restaurante estructurará su oferta de manera estratégica, asegurando que cada platillo refleje la identidad cultural y el compromiso con la sostenibilidad.

Concepto del Producto

El restaurante ofrecerá platos típicos de la región, elaborados con insumos frescos adquiridos de productores locales. Cada receta estará cuidadosamente seleccionada para resaltar los sabores tradicionales y garantizar una experiencia auténtica para los clientes. Se priorizará la sostenibilidad en cada etapa del proceso, desde la adquisición de materias primas hasta la

presentación y servicio al cliente.

Características del Producto

El diseño del producto se basa en los siguientes elementos clave:

- **Autenticidad:** Rescate de recetas tradicionales con ingredientes autóctonos.
- **Sostenibilidad:** Uso de productos locales, reducción de desperdicios y empaques biodegradables.
- **Calidad:** Selección de insumos frescos, preparación cuidadosa y estándares de higiene y seguridad.
- **Innovación:** Fusión de técnicas culinarias modernas con platos tradicionales para mejorar la presentación y atractivo visual.

Categorías del Menú

El restaurante ofrecerá una selección de platillos organizados en diferentes categorías, combinando opciones tradicionales con propuestas innovadoras para diversificar la oferta gastronómica y atraer a distintos perfiles de clientes.

Cuadro 9: Categorías del Menú

Categoría	Platos Típicos
Platos fuertes	Seco de gallina criolla, caldo de gallina, cazuela de mariscos, encebollado, sancocho de bagre, seco de chancho, fritada, hornado, bollo de pescado, guatita, tonga

4.15 Diseño de la Experiencia del Cliente

El restaurante no solo ofrecerá comida, sino una experiencia integral:

- **Ambiente temático:** Decoración inspirada en la cultura local, con materiales sostenibles.
- **Atención personalizada:** Personal capacitado para contar la historia detrás de cada plato.
- **Eventos gastronómicos:** Degustaciones y demostraciones en vivo de la preparación de algunos platillos.

4.16 Producto (Descripción del producto logo y Slogan)

El restaurante se especializará en gastronomía típica sostenible, combinando ingredientes locales y orgánicos con recetas tradicionales ecuatorianas. El concepto se centra en la conservación de la cultura culinaria de Babahoyo y la integración de prácticas sostenibles, como el uso de productos de proximidad y la reducción de residuos.

Logo







Significado del Diseño

1. **Forma y Composición:**
    - El logo está compuesto por dos logos principales:
    - **Y cronográfico:** Un cuenco con líneas curvas que sugieren profundidad y

contenido, combinado con una llama utilizada. La forma del cuenco es semicircular en trazos sutiles que aportan dinamismo y elegancia. La llama es abstracta y tiene tres puntas lo que transmite la sensación de calor y cocina en Vigo.

2. **Tipografía:**
    - Se utiliza una fuente serif gruesa y bien definida para ´´Delicias Betty´´, lo que le da un aire de tradición y confianza. El eslogan ´´Lo mejor para ti´´ es una fuente de sans - serif más sencilla y compacta, lo que genera un contraste equilibrado y facilita la lectura.
3. **Psicología del color:**
    - **El logo emplea una paleta de colores cálidos y naturales (marrón oscuro en el texto):**
    - Representa estabilidad, confiabilidad y calidez, cualidades fundamentales en el sector gastronómico, especialmente en el negocio de comida casera o artesanal. Beige y dorado (en el ícono): evoca sensaciones de confort, tradición y naturalidad. Además, el dorado en tono suave transmite una percepción de calidad y exclusividad.
4. **Simbolismo y mensaje visual:**
    - Este logo comunica varios mensajes claves.
    - Autenticidad y tradición: la combinación del cuenco y la llama sugieren una cocina casera, posiblemente con recetas tradicionales o artesanales.

5. **Calidez y hospitalidad:**
    - La imagen de un plato humeante evoca la sensación de una comida recién preparada, transmitiendo cercanía y comodidad.
6. **Sostenibilidad y naturalidad:**
    - La elección de colores terrosos sugiere el uso de ingredientes naturales y frescos, alineándose con tendencia de consumo saludable.
7. **Diseño y legibidad:**
    - **El diseño es minimalista pero efectivo:** los elementos no están sobrecargados y la combinación de la tipografía serif son sans - serif genera un equilibrio visual.
8. **Aplicaciones y adaptabilidad:**
    - **El logo es versátil y se puede utilizar en diferentes soportes:**
    - Digital: redes sociales, página web, aplicaciones móviles.
9. **Impreso:**
    - Menús, empaques, tarjeta de presentación.
    - Merchandising: uniformes, tazas, delantales.

Cuadro 10: Estrategias de Promoción de nuestro restaurante.

Estrategia	**Descripción**
Publicidad en redes sociales	Publicación de contenido atractivo en Facebook, Instagram y TikTok con fotos, videos y promociones.
Promociones y descuentos	Ofertas especiales en horarios de baja demanda, descuentos por fidelidad o combos promocionales.

Marketing de influencers	Colaboración con influencers locales para que recomienden el restaurante y generen visibilidad.
Programa de fidelización	Tarjetas de puntos o descuentos para clientes frecuentes que incentiven visitas recurrentes.
Eventos temáticos	Organización de noches especiales con gastronomía, música en vivo o degustaciones.
Publicidad impresa y digital	Anuncios en periódicos locales, revistas gastronómicas y plataformas digitales de reseñas.
Alianzas con empresas y eventos	Acuerdos con oficinas, hoteles o eventos locales para ofrecer servicio de catering o descuentos.
Presencia en plataformas de delivery	Registro en apps de entrega de comida para ampliar la cobertura y facilitar pedidos.
Degustaciones y muestras gratis	Entrega de pequeñas porciones en eventos o espacios concurridos para atraer clientes.
Estrategia de boca a boca	Incentivar a los clientes satisfechos a recomendar el restaurante mediante descuentos por referidos.

Plaza (Estrategias de venta: directa)

Estrategias de Venta Directa

Las estrategias de venta directa del restaurante estarán enfocadas en la interacción personalizada con los clientes y la fidelización a través de experiencias diferenciadas.

- **Atención en el establecimiento:** Personal capacitado ofrecerá recomendaciones de platos y una experiencia gastronómica auténtica con ambientación típica.

- **Reservaciones y atención preferencial:** Implementación de un sistema de reservas en línea mediante WhatsApp y redes sociales, con opciones de personalización de platos según preferencias dietéticas.
- **Promociones de fidelización:** Tarjetas de cliente frecuente con descuentos y promociones especiales en fechas clave como cumpleaños y aniversarios.
- **Eventos y ferias gastronómicas:** Participación en ferias locales y organización de noches temáticas con degustaciones de platos tradicionales.
- **Alianzas estratégicas:** Acuerdos con hoteles y operadores turísticos para incluir el restaurante en paquetes gastronómicos.
- **Delivery y pedidos en línea:** Servicio de entrega a domicilio mediante plataformas locales y desarrollo de una página web para pedidos.
- **Publicidad y redes sociales:** Campañas en Facebook, Instagram y TikTok con contenido atractivo, publicidad segmentada y anuncios en medios tradicionales.

Estrategias de Promoción

La promoción del restaurante se enfocará en estrategias de marketing digital, alianzas estratégicas y eventos para atraer y fidelizar clientes.

- **Marketing digital:**
    - Publicidad en redes sociales con promociones y eventos.
    - Página web con menú digital y sistema de reservas.
- **Programas de fidelización:**
    - Descuentos para clientes frecuentes y promociones especiales.
    - Beneficios por recomendación y fidelidad.

- **Alianzas estratégicas:**
    - Trabajo con proveedores locales para destacar productos autóctonos.
    - Promoción conjunta con pequeños productores.
- **Eventos gastronómicos:**
    - Festivales de comida ecuatoriana y noches de cata de cacao.
    - Participación en ferias turísticas y gastronómicas.
- **Publicidad tradicional:**
    - Volantes y carteles en terminales y mercados.
    - Anuncios en radios y medios comunitarios.

Presupuesto del Plan Comercial

A continuación, se presenta una estimación del presupuesto necesario para la implementación de las estrategias de venta y promoción:

Tabla 30: Presupuesto del Plan Comercial

Conce/pto	**Costo Estimado ($/mensual)**
Publicidad en redes sociales	50
Desarrollo y mantenimiento web	70
Material promocional (volantes, carteles)	40
Participación en eventos y ferias	150
Programas de fidelización	30
Alianzas estratégicas y colaboraciones	30
Total, Mensual	**370**

4.17 Estudio Técnico

4.17.1 Localización del Proyecto

Ubicación Geográfica

El proyecto se implementará en la Parroquia Febres Cordero, Recinto Mata de Cacao, en la ciudad de Babahoyo, provincia de Los Ríos, Ecuador. Esta ubicación se seleccionó debido a su riqueza gastronómica, su entorno natural favorable para el turismo y la presencia de una comunidad con fuerte identidad cultural en la producción y consumo de alimentos típicos (Matute & Domínguez, 2021).

Características de la Localización

1. **Accesibilidad**
    - El recinto Mata de Cacao cuenta con vías de acceso principales desde la ciudad de Babahoyo, facilitando la llegada de residentes y turistas.
    - Cercanía a la red de transporte público, lo que permite la conectividad con otras zonas urbanas y rurales de la provincia (Matute & Domínguez, 2021).
2. **Características Socioeconómicas**
    - La parroquia Febres Cordero se caracteriza por una actividad económica basada en la agricultura, la producción de cacao y la pequeña ganadería.
    - Existe una creciente demanda por propuestas gastronómicas innovadoras que resalten los ingredientes locales y fortalezcan la economía de pequeños productores (Matute & Domínguez, 2021).

3. **Entorno Comercial**
    - Babahoyo es una ciudad en crecimiento con un mercado dinámico en el sector gastronómico y turístico.
    - Actualmente, los restaurantes de la zona tienen una oferta limitada en cuanto a gastronomía sostenible, lo que representa una oportunidad para diferenciarse en el mercado (Matute & Domínguez, 2021).
4. **Infraestructura y Servicios**
    - La zona cuenta con servicios básicos como agua potable, electricidad, alcantarillado y telecomunicaciones, facilitando la operatividad del restaurante.
    - Existen mercados y proveedores locales que permitirán el abastecimiento de productos frescos y sostenibles (Matute & Domínguez, 2021).
5. **Impacto Estratégico de la Ubicación**
    - Se espera que la implementación del restaurante no solo beneficie a la comunidad local en términos de empleo y desarrollo económico, sino que también contribuya a la revalorización de la cultura gastronómica de la zona.
    - La cercanía a zonas agrícolas permite reducir costos de insumos y promover la sostenibilidad en la cadena de suministro (Matute & Domínguez, 2021).

4.18. Capacidad Instalada y producción

Tabla 31: Capacidad Instalada del Producto.

Categoría	Valor	Fórmula
Número de Mesas	10	-
Número de Sillas por Mesa	6	-

Capacidad Total del Restaurante	60 personas por servicio	(Número de Mesas) × (Número de Sillas por Mesa) → 10 × 6 = 60
Promedio de Horas de Atención	1 hora	-
Horas de Operación Diarias	8 horas	-
Clientes Estimados por Hora	60	-
Número de pax por horas son 8 de operación diaria	480 pax	(Clientes Estimados por Hora) × (Horas de Operación Diarias) → 60 × 8
Capacidad Instalada Mensual	14,400 pax	(Número de pax por horas de operación diaria) × (30 días) → 480 × 30
Capacidad Instalada Anual	172.800 pax	(Capacidad Instalada Mensual) × (12 meses) → 14,400 × 12

Descripción

La capacidad instalada del restaurante se calcula a partir de su infraestructura y tiempo de operación. El restaurante cuenta con 10 mesas de 6 sillas cada una, lo que permite una capacidad total de 60 personas por servicio. Con un promedio de atención de 1 hora y 8 horas de operación diaria, se estima que el restaurante puede atender a 60 clientes por hora, lo que resulta en una capacidad diaria de 480 pax. Extendido a un mes, esta capacidad asciende a 14,400 pax, y en un año, el restaurante puede atender a 172,800 pax. Estos datos permiten evaluar la eficiencia operativa y la rentabilidad del restaurante en función de su capacidad de atención.

Tabla 32. Capacidad de Producción

Costo de producción (5 horas de producción diario)	60*5=300
Producción semanal (6 días a la semana)	300X6= 1800
Producción mensual (4 semanas al mes)	1.800X4 = 7200
Producción anual	7.200X12= 86.400

Descripción

El costo de producción diario se calcula considerando 5 horas de producción al día con un costo de $60 por hora, lo que da un total $300 al día.

A nivel semanal, se multiplica el costo diario de $300 por los 6 días de trabajo en una semana, lo que resulta en una producción semanal de $1.800.

Para obtener el costo de producción mensual, se multiplica la producción semanal de $1.800 por las 4 semanas de trabajo al mes, obteniendo un total mensual de $7.200.

Finalmente, al calcular la producción anual, se multiplica la producción mensual de $7.200 por los 12 meses del año, resultando en un total anual de $86.400.

Tabla 33. Capacidad de producción por plato

Plato	Cantidad diaria	Cantidad semanal	Cantidad mensual	Cantidad anual
Encebollado	33	198	792	9.504
Fritada	25	150	600	7.200
Seco de gallina	23	138	552	6.624
Caldo de gallina	20	120	480	5.760
Seco de chancho	22	132	528	6.336
Bollo	18	108	432	5.184
Guatita	20	120	480	5.760
Cazuela de mariscos	22	132	528	6.336
Hornado	21	126	504	6.048
Tonga	20	120	480	5.760
Sancocho de bagre	21	126	504	6.048
Colada morada	25	150	600	7.200
Jugo de tamarindo	30	180	720	8.640
TOTAL	**300**	**1800**	**7.200**	**86.400**

Descripción

El cuadro presenta la capacidad de producción de distintos platos en términos de cantidad diaria, semanal, mensual y anual. La tabla incluye una variedad de platillos, como encebollado, fritada, seco de gallina, caldo de gallina, entre otros, detallando su producción estimada en cada período de tiempo. Se observa que la producción estimada en cada período de tiempo. Se observa que la producción diaria total es de 300 unidades, lo que se traduce en 1.800 platos semanales, 7.200 mensuales y 86.400 anuales.

Tabla 34. Tiempo Promedio de servicio por Cliente

Tiempo Promedio de Servicio por Cliente	
Atención al Cliente	5 minutos
Preparación del Plato	20 minutos
Tiempo para Comer	30 minutos
Limpieza de la Mesa	5 minutos
Tiempo Total por Cliente	1 hora

El tiempo promedio de servicio por cliente es un indicador clave en la planificación operativa del restaurante, ya que permite estimar la capacidad de atención y la rotación de mesas. Este proceso inicia con la atención al cliente, que toma aproximadamente 5 minutos, durante los cuales se recibe al comensal, se le asigna una mesa y se le entrega el menú. Luego, sigue la preparación del plato, que dura en promedio 20 minutos, dependiendo de la complejidad del pedido. Una vez servido, el cliente tiene alrededor de 30 minutos para consumir su comida, asegurando una experiencia gastronómica cómoda y sin apuros.

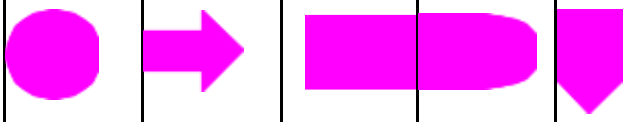
Después de que el cliente se retira, el equipo del restaurante dispone de 5 minutos para limpiar y reorganizar la mesa antes de recibir a nuevos clientes. Este tiempo es fundamental para mantener la higiene y evitar retrasos en el servicio. En total, el proceso de atención dura 1 hora por cliente, lo que permite calcular la capacidad instalada diaria y establecer estrategias para optimizar la operación del restaurante en la Parroquia Febres Cordero, Recinto Mata de Cacao, Babahoyo.

4.19 Proceso de producción

El proceso de producción en un restaurante abarca desde la selección de insumos hasta la entrega del platillo al cliente. Este proceso se puede dividir en las siguientes etapas clave:

1. **Recepción y Almacenamiento de Insumos:**
    - Se reciben los ingredientes de proveedores locales.
    - Se verifica la calidad y cantidad de los insumos.
    - Los productos perecederos se almacenan en refrigeración, mientras que los secos en despensa.
2. **Preparación de Ingredientes:**
    - Se lavan, desinfectan y cortan los ingredientes según las recetas.
    - Se realiza la pre-cocción de algunos productos para agilizar la preparación de platillos.
3. **Cocción y Elaboración de Platillos:**
    - Se cocinan los alimentos de acuerdo con las órdenes recibidas.
    - Se utilizan métodos como fritura, asado, horneado o cocción a la plancha según el menú.
4. **Montaje y Presentación:**
    - Se emplatan los alimentos siguiendo estándares de presentación.
    - Se decoran los platillos según la identidad del restaurante.
5. **Entrega al Cliente:**
    - Se sirve la comida en mesas o se empaca en caso de pedidos para llevar.
    - El personal de servicio garantiza que el cliente reciba su pedido en óptimas condiciones.
6. **Limpieza y Gestión de Desechos:**
    - Se limpian las áreas de cocina y se desinfectan utensilios.
    - Se separan los residuos orgánicos e inorgánicos para una adecuada gestión ambiental.

Tabla 35. Flujo de Procesos

Descripción de la Actividad						**Tiempo Total**
Preparar ingredientes	X					10 minutos
Preparar herramientas y equipos	X					5 minutos
Emplatar	X					5 minutos
Cocinar	X					20 minutos
Limpieza del área	X					20 minutos
Total						**Total: 1 hora**

4.20 Diseño del negocio

El diseño arquitectónico del restaurante se basa en la funcionalidad y comodidad para los clientes, con una distribución eficiente de espacios. A continuación, se describen las áreas del restaurante junto con sus dimensiones aproximadas:

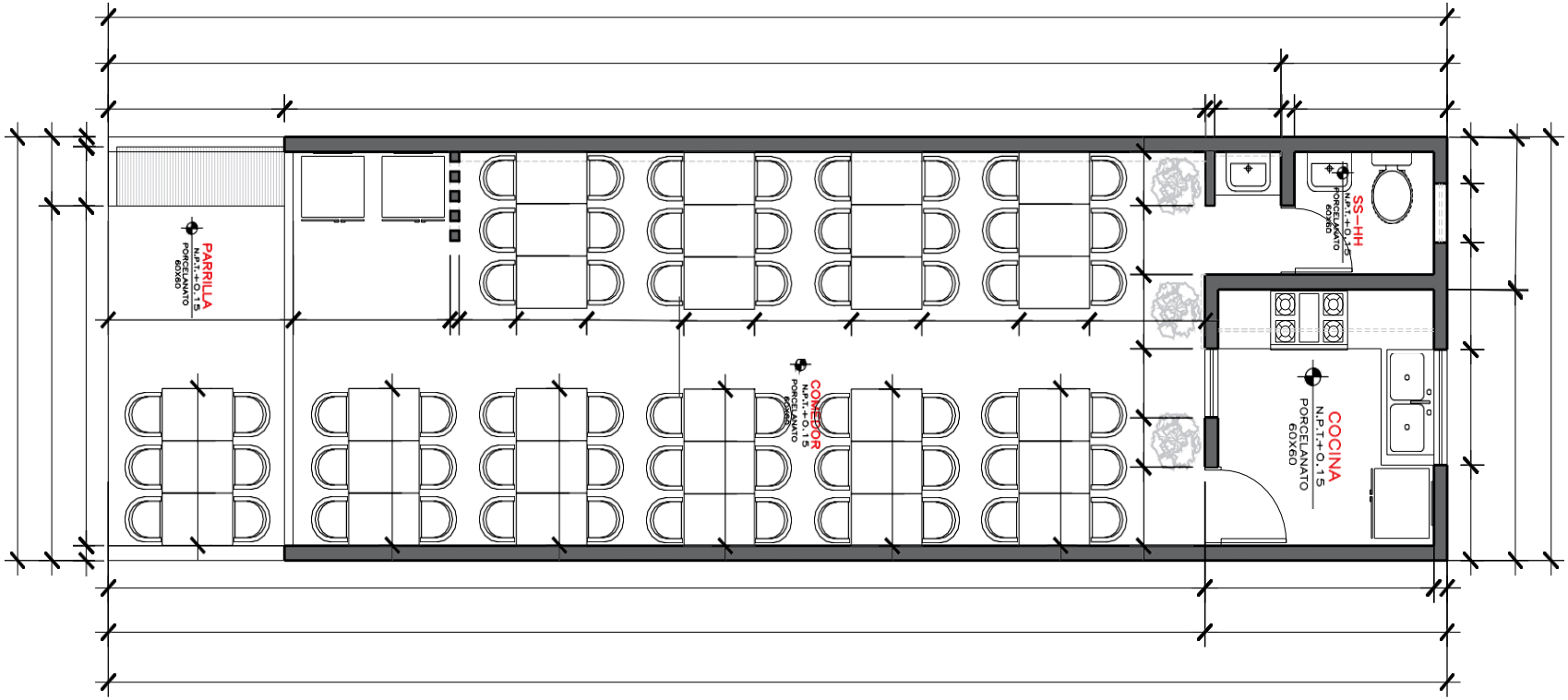

PARRILLA
N.P.T.+0.15
PORCELANATO
60X60
COMEDOR
N.P.T.+0.15
PORCELANATO
60X60
SS.HH
N.P.T.+0.15
PORCELANATO
60X60
COCINA
N.P.T.+0.15
PORCELANATO
60X60

Tabla 36. Áreas del restaurante

Área	Dimensiones (m2)	Descripción
Recepción	10 m2	Zona de bienvenida con mostrador de atención y espera.
Salón Principal	40 m2	Espacio para las mesas y sillas, con capacidad para 60 personas.
Cocina	20 m2	Zona de preparación de alimentos, con división para fríos y calientes.
Bodega de Insumos	10 m2	Espacio de almacenamiento de ingredientes y productos secos.
Baños	10 m2	Dos baños (uno para hombres y otro para mujeres) con acceso universal.
Zona de Lavado	8 m2	Espacio para limpieza de utensilios y desechos.
Terraza / Exteriores	12 m2	Opcional para extensión del comedor o jardinería decorativa.

Descripción del Diseño

El restaurante ha sido diseñado considerando una distribución óptima para la experiencia del cliente y la eficiencia del servicio. La recepción está ubicada en la entrada principal, facilitando la atención al cliente. El salón principal cuenta con un espacio adecuado para la

disposición de mesas, garantizando comodidad y circulación. La cocina está estratégicamente ubicada para facilitar la movilidad del personal y la entrega rápida de pedidos. Se ha dispuesto una bodega de insumos para el almacenamiento adecuado de productos y una zona de lavado para el mantenimiento de higiene. Finalmente, los baños han sido diseñados con accesibilidad para todos los clientes.

4.21 Ingeniería del proyecto

Infraestructura y Tamaño del Establecimiento

El local del restaurante cuenta con un área total de **65 m²**, distribuidos en las siguientes áreas

Tabla 37: Área del restaurante

Área	Dimensiones (m^2)
Cocina	20
Comedor	35
Servicios Higiénicos	5
Bodega e Insumos	5

Infraestructura y Equipamiento del Restaurante

Determinación del Equipamiento

Tabla 38. Maquinarias y equipos

Equipo	Cantidad	Marca (Referencial)	Precio (USD)	Unitario	Subtotal (USD)

Cocina industrial 4 hornillas	1	Mabe / Indurama	$800	$800
Campana extractora	1	Indurama / Electrolux	$600	$600
Refrigeradora comercial	1	Electrolux / Coldex	$1,200	$1,200
Congelador horizontal	1	Indurama / LG	$700	$700
Microondas industrial	1	Panasonic / Daewoo	$350	$350
Licuadora industrial	1	Oster / Hamilton Beach	$150	$150
Freidora eléctrica o de gas	1	Mainero / Universal	$500	$500
Horno eléctrico / a gas	1	Indurama / Frigidaire	$700	$700
Mesa de trabajo de acero inox.	2	Acero Inoxidable Quito	$200	$400
Estantería metálica	2	Genérica	$150	$300
Termo para bebidas calientes	1	Genérica	$100	$100
Calentador de agua eléctrico	1	General Electric	$150	$150

TOTAL, GENERAL	**$5,950 USD**

Descripción

Para la operatividad eficiente del restaurante, se requiere equipamiento especializado que garantice calidad y seguridad en la preparación de alimentos. Esto incluye una cocina industrial de 4 hornillas, campana extractora, refrigeradora comercial y congelador horizontal para conservación optima de insumos.

Además, un microondas industrial, licuadora industrial, freidora y horno facilitarán procesos de cocción.

Se complemente con mesas de trabajo de acero inoxidable, Estantería metálica termo para bebidas calientes y calentador de agua eléctrico, asegurando funcionalidad y cumplimiento de normativas sanitarias. La inversión total asciende a los $5,950 USD.

Tabla 39. Equipos informáticos

Equipo	**Cantidad**	**Marca**	**Precio Unitario (USD)**	**Subtotal (USD)**
Computadora para punto de venta	1	HP	$400	400
Cajón de efectivo con bloqueo	1	Nexsys	$100	$100
Monitor de pantalla adicional	1	LG	$200	$200
Router inalámbrico (WiFi)	1	CNT	$50	$50
TOTAL, GENERAL				**$750 USD**

Descripción

Para la gestión eficiente del restaurante, se requiere un sistema de punto de venta compuesto por una computadora HP, un cajón de efectivo Nexsys por seguridad de transacciones, un monitor adicional LG que facilite la visualización de pedidos y un router inalámbrico CNT para conectividad estable. Este equipamiento optimiza la atención al cliente. La inversión total es de $750 USD.

Tabla 40: Muebles y enceres

Muebles	**Cantidad**	**Marca**	**Precio Unitario**	**Precio Total**
Mesas	10	Tolix	$80	$800
Sillas	65	Tolix	$60	$4,000
Estación de Servicio	2	Turbo Air	$614	$1,228
Counter	1	IKEA	$550	$550
Aparadores	3	IKEA	$235	$705
Total				**$7,283**

Descripción

El restaurante contará con 10 mesas y 65 sillas Tolix, garantizando comodidad y estilo en el área de atención al cliente.

Además, se incluirán 2 estaciones Turbo Air para la organización eficiente del personal, un counter IKEA para recepción en cobro, y 3 aparadores IKEA para almacenamiento de utensilios y suministros. La inversión asciende a $7,283 USD.

Tabla 41: Menaje y lencería

Menaje y Lencería	Cantidad	Marca	Precio Unitario	Precio Total
Delantales	10	Chef Works	$20	$200
Paños de Cocina	20	Utopia	$5	$100
Total				$300

Descripción

Para garantizar la higiene y presentación del personal, se adquirirá menaje y lencería, incluyendo 10 delantales Chef Works para protección en cocina y 20 paños de cocina Utopia para limpieza y manipulación segura de utensilios. La inversión total es de $300 USD.

Tabla 42: Vajilla y cristalería

Vajilla y Cristalería	Cantidad	Marca	Precio Unitario	Precio Total
Platos Llanos	100	Arcopal	$5	$500
Platos Hondos	100	Arcopal	$5	$500
Vasos	150	Libbey	$3	$450
Copas de Vino	50	Libbey	$6	$300
Cubiertos (juegos completos)	6 docenas	Tramontina	$4	$400
Total				**$2,150**

Descripción

El restaurante contará con 100 platos hondos Arcopal, ideales para la presentación de los platillos. Además, se dispondrá de 150 vasos y 50 copas de vino Libbey, adecuados para diferentes bebidas. Para el servicio, se incluirán 6 docenas de juegos completos de cubiertos Tramontina, garantizando calidad y durabilidad. La inversión total asciende a $2,150 USD.

Tabla 43: Utensilios de cocina

Utensilios de Cocina	Cantidad	Marca	Precio Unitario	Precio Total
Ollas	10	T-fal	$50	$500
Sartenes	10	T-fal	$40	$400
Cuchillos Profesionales	15	Victorinox	$30	$450
Tablas de Cortar	10	OXO	$15	$150
Espátulas	10	OXO	$8	$80
Coladores	5	OXO	$10	$50
Total				**$1,630**

Descripción

Para garantizar una cocina funcional y eficiente, se adquirirá batería de cocina T-fal, compuesta por 10 ollas y 10 sartenes, ideales para diferentes métodos de cocción. Asimismo, se contará con 15 cuchillos profesionales Victorinox para un corte preciso, acompañados de 10 tablas de cortar OXO para una manipulación segura de los ingredientes. También se incluirán 10 espátulas y 5 coladores OXO, esenciales para diversas preparaciones. La inversión total asciende en $1,630 USD.

Tabla 44: Herramientas de limpieza

Herramientas de Limpieza	**Cantidad**	**Marcar**	**Precio unitario**	**Sud total**
Escobas	5	**EcuEscoba**	$40	200
Trapeadores	5	**Limpio Ecuador**	30	150
Basureros	4	**EcuBasurero**	$35	140
Recogedores de Basura	4	**CleanEcuador**	$20	80
Cepillos de Limpieza	6	**Cepillos Andinos**	$15	90
Fregaderos de Acero Inoxidable	6	**AceroEcuador**	$15	90
Total				**750**

Descripción

Para mantener la higiene del restaurante, se adquirirá un conjunto de herramientas de limpieza que incluye 5 escobas EcuEscoba, 5 trapeadores Limpio Ecuador, 4 basureros EcuBasurero y 4 recogedores de basura CleanEcuador. También se contará con 6 cepillosde limpieza Cepillos Andinos y 6 fregadores de acero inoxidable AceroEcuador para facilitar la limpieza en diversas áreas. La inversión total es de $750 USD.

4.22 Materia prima

La materia prima se refiere a los insumos básicos utilizados en la producción de bienes o servicios. En el contexto gastronómico, incluye todos los ingredientes necesarios para la preparación de los platos, como carnes, vegetales, granos, especias y otros productos alimenticios. También puede abarcar insumos auxiliares como aceites, harinas y condimentos.

Tabla 45: Plato Típico ´´Encebollado´´.

PLATO ENCEBOLLADO (10 platos)				
Materia prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Albacora	Lb	3	2,5	7,5
Cebolla	Lb	1	0,5	0,5
Tomate	Lb	1	0,5	0,5
Pimiento	Lb	1	0,5	0,5
Cilantro	Manojo	1	0,25	0,25
Ajo	Unidad	5	0,2	1
Especias	Unidad	5	0,1	0,5
Yuca	Unidad	5	0,1	0,5
Agua	Lt	5	0	0
Plátano verde	U	3	0,5	1,5
Limón	Unidad	10	0,05	0,05
TOTAL				12,8
Costo Variable Total/Unitario			12,8	1,28

Tabla 46: Plato Típico ´´Fritada´´.

FRITADA (10 platos)				
Materia prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Cerdo	Lb	3	2,5	7,5
Mote	Lb	5	0,3	1,5
Cebolla	Lb	1	0,5	0,5
Tomate	Lb	1	0,25	0,25
Pimiento	Lb	1	0,1	0,1
Cilantro	Manojo	1	0,2	0,2

FRITADA (10 platos)				
Materia prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Ajo	Unidad	5	0,1	0,5
Limón	Unidad	10	0,05	0,5
Aceite	Gl	1	2	2
Agua	Lt	2	0	0
Especias	Unidad	1	0,1	0,1
TOTAL				13,15

Costo Variable Total/Unitario	13,15	1,31

Tabla 47. Plato Típico “Seco de Gallina".

SECO DE GALLINA (10 platos)				
Materia prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Gallina	U	1	10	10
Arroz	Lb	3,5	0,5	1,75
Naranjilla	Unidad	5	0,1	0,5
Cebolla	Lb	2	0,5	1
Tomate	Lb	2	0,5	1
Pimiento	Lb	2	0,5	1
Cilantro	Manojo	1	0,2	0,1
Ajo	Unidad	5	0,2	1
Cerveza	Unidad	1	1,5	1,5
Achiote	Lt	0,25	1	0,25
Agua	Lt	2	0	0
Especias	Unidad	1	0,2	0,2
TOTAL				18,30

Costo Variable Total/Unitario	18,30	1,83

Tabla 48. Plato Típico "Caldo de Gallina".

CALDO DE GALLINA (10 platos)				
Materia prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Gallina	U	1	10	10
Fideo	Unidad	1	0,4	0,4
Cebollín	Unidad	3	0,1	0,3
Arberja	Lb	1	1	1
Culantro	Manojo	1	0,25	0,25
Ajo	Unidad	1	0,1	0,1
Cubito maggi	Unidad	1	0,25	0,25
Zanahoria	Unidad	3	0,25	0,75
Arroz	Lb	1	0,5	0,5
Especias	Unidad	1	0,25	0,25
TOTAL				13,8

Costo Variable Total/Unitario	13,8	1,38

Tabla 49. Plato Típico "Seco de Chancho".

SECO DE CHANCHO (10 platos)				
Materia prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Cerdo	Lb	3	2,5	7,5
Arroz	Lb	3,5	0,5	1,75
Cebolla	Lb	1	0,5	0,5
Tomate	Lb	1	0,5	0,5
Pimiento	Lb	1	0,5	0,5
Cilantro	Manojo	1	0,2	0,2
Ajo	Unidad	1	0,2	0,2
Cerveza	Unidad	1	1,5	1,5
Achiote	Lt	1	1	1
Agua	Lt	2	0	0
Especias	Unidad	1	0,1	0,1
TOTAL		13,55		

Costo Variable Total/Unitario	13,55	1,35

Tabla 50. Plato Típico "Bollo".

BOLLO DE ALBACORA (10 platos)				
Materia prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Albacora	Lb	3	2,5	7,5
Plátano verde	Racimo	2	1	2
Cebolla	Lb	1	0,5	0,5
Maní	Lb	1	2,5	2,5
Pimiento	Manojo	1	0,5	0,5
Cilantro	Unidad	1	0,2	0,2
Ajo	Unidad	5	0,2	1
Hoja de plátano	Unidad	10	0,25	2,5
Achiote	Lb	1	1	1
Agua	Lt	1	0	0
Especias	Unidad	1	0,1	0,1
TOTAL				17,80

Costo Variable Total/Unitario	17,80	1,78

Tabla 51. Plato típico ´´Guatita´´

GUATITA (10 platos)				
Materia prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Guata	Lb	3	2,5	5
Maní	Lb	1	2,5	2,5
Papa chola	Lb	2	2	4
Cebolla paiteña	Lb	1	0,5	0,5
Pimiento verde	Lb	1	0,5	0,5
Tomate	Lb	1	0,5	0,5
Ajo	Unidad	5	0,1	0,5
Achiote	Lt	1	1	1
Cilantro	Manojo	1	0,25	0,25
Aceite	Lt	1	1	1
Sal y especias	Unidad	1	1	1
TOTAL				16,75

Costo Variable Total/Unitario	16,75	1,67

Tabla 52: Plato típico ´´Cazuela de Mariscos´´

CAZUELA DE MARISCOS (10 platos)				
Materia prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Mariscos mixtos	Kg	1,5	8	12
Plátano verde	Racimo	1	3	3
Maní	Lb	1	2,5	2,5
Leche de coco	Lt	1	1,8	1,8
Cebolla	Lb	1	0,5	0,5
Pimiento verde	Lb	1	0,5	0,5
Tomate	Lb	2	0,25	0,5
Ajo	Unidad	3	0,1	0,3
Achiote	Lt	1	1	1
Cilantro	Manojo	1	0,25	0,25
Aceite vegetal	Lt	1	1,8	1,8
Sal y pimienta	Porción	1	0,10	0,10
TOTAL				24,25

Costo Variable Total/Unitario	24,25	2,42

Tabla 53: Plato típico ´´Hornado´´

HORNADO (10 platos)				
Materia prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Cerdo	Lb	3	2,5	7,5
Arroz	Lb	4	0,5	2
Cebolla	Lb	1	0,5	0,5
Ajo	Unidad	5	0,1	0,5
Aceite	Lt	0,25	1	1
Especias	Unidad	1	0,1	0,1
TOTAL				11,60

Costo Variable Total/Unitario	11,60	1,16

Tabla 54: Plato típico ´´Tonga´´

TONGA (10 platos)				
Materia prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Gallina	Lb	1	10	10
Arroz	Lb	3	0,5	1,5
Maní	Lb	1	2,5	2,5
Plátano maduro	Unidad	1	0,25	0,25
Cebolla	Lb	1	0,5	0,5
Tomate	Lb	1	0,5	0,5
Pimiento	Lb	1	0,5	0,5
Ajo	Unidad	4	0,2	0,8
Aceite	Lt	1	1	1
Especias	Unidad	1	0,1	0,1
Hojas de bijao	Unidad	10	0,1	1
Sal y pimienta	Porción	1	0,5	0,5
TOTAL				19,65

Costo Variable Total/Unitario	19,65	1,96

Tabla 55: Plato típico ´´Sancocho de bagre´´

SANCOCHO DE BAGRE (10 platos)				
Materia prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Bagre	Lb	2,5	3	7,5
Plátano verde	Racimo	1	1	1
Cebolla	Unidad	1	0,5	0,5
Pimiento	Lb	1	0,5	0,5
Ajo	Unidad	5	0,2	1
Cilantro	Manojo	1	0,25	0,25
Especias	Unidad	1	0,1	0,1
TOTAL				10,85

Costo Variable Total/Unitario	10,85	1,08

Tabla 56: Bebida ´´Colada Morada´´

COLADA MORADA (10 bebidas)				
Materia prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Costo total**

Harina de maíz morado	Lb	2	1	2
Piña	Unidad	1	0,5	0,5
Naranjilla	Unidad	1	0,1	0,1
Mora	Lb	2	1	2
Mortiño	Lb	1	0,5	0,5
Babaco	Unidad	1	0,5	0,5
Canela	Ramas	1	0,25	0,25
Clavo de olor	U	1	0,15	0,15
Pimienta dulce	U	1	0,05	0,05
Azúcar	Lb	1	1	1
Agua	Lt	5	0	0
TOTAL				6,95

Costo Variable Total/Unitario	6,95	0,69

Tabla 57. Bebida ´´Jugo de Tamarindo´´

JUGO DE TAMARINDO (10 bebidas)				
Materia prima	**Unidad**	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Costo total**
Tamarindo	Lb	2	1	2
Azúcar	lb	2	1	2
Agua	Lt	3	0	0
Hielo		2	0,5	1
TOTAL				5

Costo Variable Total/Unitario	5	0,50

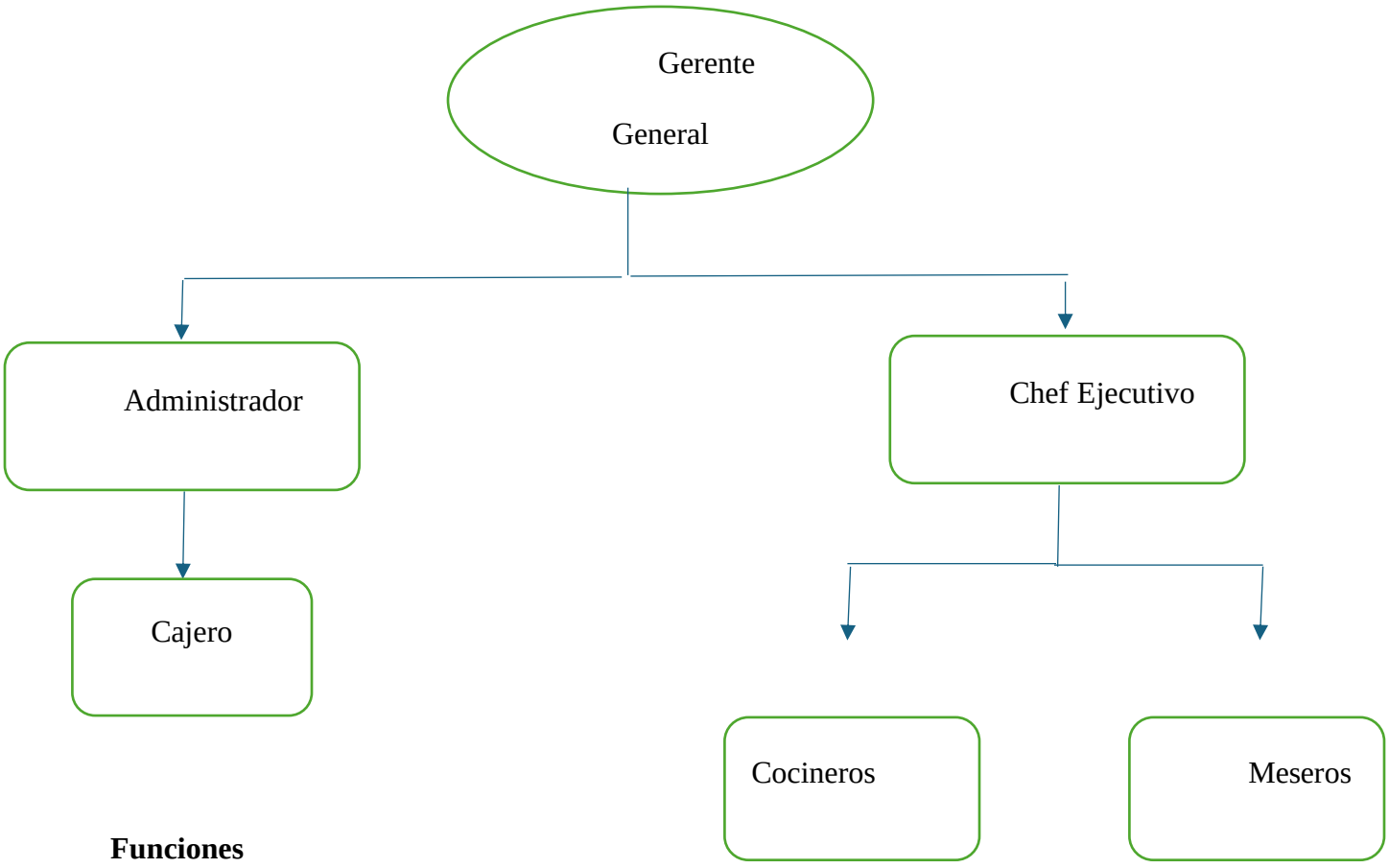
4.23 La estructura organizativa de la empresa

-Organización y administración Del Proyecto

Estructura de la Administración

El proyecto del restaurante contará con una administración estructurada para garantizar eficiencia en la gestión y operación. Se establece el siguiente esquema organizativo:

Organigrama



Funciones

Cuadro 11: Funciones de cada cargo.

Cargo	Funciones
Gerente General	- Dirige y supervisa todas las áreas del restaurante.

	-Define estrategias y objetivos del negocio. -Toma decisiones operativas y financieras. - Supervisa el cumplimiento de normativas y estándares de calidad.
Administrador	-Gestiona las finanzas del restaurante. -Controla el inventario y realiza pedidos a proveedores. -Coordina la logística y la operatividad del negocio. - Supervisa el correcto uso de los recursos.
Chef Ejecutivo	-Diseña y desarrolla el menú. -Supervisa la cocina y la calidad de los platillos. - Controla los insumos y asegura el cumplimiento de recetas. - Capacita y coordina al equipo de cocineros.
Cajero	-Gestiona los pagos y realiza facturación. - Maneja el control de caja y reportes diarios de ingresos. -Atiende consultas sobre precios y promociones. - Garantiza la correcta emisión de comprobantes de pago.
Meseros	-Atienden a los clientes y toman pedidos. - Sirven los alimentos y bebidas de acuerdo con los estándares del restaurante. - Aseguran la satisfacción del cliente durante el servicio. - Mantienen el orden y limpieza en el área de mesas.

Cocineros	- Preparan los alimentos según las recetas establecidas. - Cumplen con los estándares de higiene y seguridad alimentaria. - Organizan y optimizan el tiempo de preparación de los platos. - Apoyan en la gestión de insumos y almacenamiento de productos.

Tabla 58: Pagos a los trabajadores

Cargo	**Cantidad**	**Pago Diario**	**Pago Mensual**	**Pago Anual**	**Pago en 12 años**
Chef Ejecutivo	1	15	400	4.800	57.600
Cajero	1	10	270	3.240	38.880
Meseros	1	10	270	3.240	38.880
Ayudante de cocina	1	10	270	3.240	38.880
Total	**4**		**940,27**	**14.520**	**174.240**

Gestión Operativa

La administración del restaurante se basará en un enfoque de gestión eficiente, con las siguientes estrategias clave:

1. **Planificación Financiera:** Control de costos fijos y variables para asegurar rentabilidad.
2. **Control de Inventario:** Supervisión y gestión de insumos para evitar desperdicios.
3. **Atención al Cliente:** Protocolos de servicio para garantizar la satisfacción de los comensales.
4. **Marketing y Publicidad:** Uso de estrategias digitales y tradicionales para atraer clientes.
5. **Gestión del Personal:** Capacitación continua y asignación de roles según experiencia y habilidades.

4.24 Estudio económico financiero del proyecto

4.24.1 Inversión Total del proyecto

La siguiente tabla detalla la inversión necesaria para la implementación del restaurante, dividiendo los costos en diferentes categorías clave:

Tabla 59: Inversión necesaria para la implementación del restaurante.

Categoría	Concepto	Inversión (USD)
ACTIVOS FIJOS		**$18.813**
Maquinaria y equipos		5950
Equipos informáticos		750
Muebles y enseres		7283
Menaje y lencería		300
Cristalería		2150
Utensilios de cocina		1630
Herramientas de limpieza		750
ACTIVOS DIFERIDOS		**3200**

Elaboración del proyecto	1200
Gastos de constitución	1500
Registro de marca	500
TOTAL, INVERSIÓN DEL PROYECTO	**$23.013**
CAPITAL DE TRABAJO	$10.514,56
TOTAL, INVERSIÓN	**$33.527,56**

Análisis de la Inversión:

La inversión total del proyecto asciende a $23.013 USD, distribuida estratégicamente en distintas categorías que garantizan tanta la viabilidad operativa como el cumplimiento normativo del negocio.

La mayor parte del capital, un 75%, está destinada a activos fijos, lo que refleja la importancia de contar con infraestructura, equipamiento y herramientas adecuadas para la operación. Dentro de esta categoría, un 27.5% se ha invertido en muebles y enseres, esenciales para la funcionalidad y comodidad del establecimiento. Asimismo, la maquinaria y equipos representan el 26.2% de la inversión, garantizando eficiencia y calidad en la producción. Otros elementos, como la cristalería 8.1%, los utensilios de cocina 6.1% y las herramientas de limpieza 2.9%, complementan esta estructura, asegurando un servicio óptimo y el cumplimiento de estándares sanitarios.

Por otro lado, un 12.1% del presupuesto está destinado a activos diferidos, relacionados con trámites administrativos y legales. Dentro de esta categoría, el registro de marca 1.9%, los gastos de constitución 5.7% y la elaboración del proyecto 4.5% son inversiones claves para asegurar la formalidad y legalidad del emprendimiento.

Finalmente, el capital de trabajo inicial representa el 13.2% de la inversión total, lo que permitirá cubrir insumos y gastos del primer mes de operación.

Esta planificación financiera equilibra la inversión en infraestructura, legalidad y sostenibilidad operativa, proporcionando una base sólida para la puesta en marca y éxito del negocio.

Tabla 60: Depreciación

ACTIVOS	VALOR	AÑOS	% DEPRECIACIÓN	D. MENSUAL	D. ANUAL
Maquinaria y Equipos	6950	10	10%	57.92	695
Equipos informáticos	750	3	33%	20.63	247
Muebles y enseres	7,283	10	10%	60.69	72.83
Menaje y lencería	300	3	33%	8.25	99
Vajilla y cristalería	2150	5	20%	35.83	400
Utensilios de cocina	1630	10	10%	13.58	163
Herramientas de limpieza	750	2	20%	12.50	150
Total				**209.40**	**2,512.80**

Análisis de la Depreciación:

La depreciación anual del proyecto asciende a $2,512.80, reflejando la pérdida de valor de los activos a lo largo del tiempo y su impacto en la planificación financiera. Esta depreciación se distribuye estratégicamente en diferentes categorías de activos, asegurando la sostenibilidad operativa y la reposición adecuada de los bienes esenciales para el funcionamiento del negocio.

La mayor parte de la depreciación anual proviene de los muebles y enseres, con un 9.6% del total, lo que evidencia su relevancia en la operatividad y comodidad del establecimiento. Seguido de esto, la maquinaria y equipos representan el 9.2%, garantizando la eficiencia en la producción. Otros rubros, como la vajilla y cristalería 2.8%, utensilios de cocina 2.1% y herramientas de limpieza 1%, complementan la estructura de costos, asegurando que todos los aspectos del negocio cuenten con el mantenimiento y reposición adecuados para su correcto desempeño.

En términos mensuales, la depreciación asciende a $209.40, lo que representa un costo fijo que debe ser considerado dentro del flujo de caja del negocio. Este análisis permite prever inversiones futuras y asegurar la rentabilidad del proyecto en el largo plazo.

4.25. Costos variables y fijos

4.25.1 Costos Variables del Proyecto

Los costos variables dependen del volumen de producción y ventas, por lo que pueden fluctuar mensualmente (Calvo, 2021).

Estos fluctúan en función de la producción y el consumo de los clientes

Tabla 61. Costos Variables

Producto	Unidad de medida	Cantidad diaria	Cantidad semanal	Cantidad mensual	Cantidad anual	Costo unitario	Costo diario	Costo Semanal	Costo mensual	Costo anual
Enceballado	**U**	33	198	792	9.504	1,28	42,24	253,44	1013,76	11214,72
Fritada	**U**	25	150	600	7.200	1,31	32,75	196,50	786	9432
Seco de gallina	**U**	23	138	552	6.624	1,83	42,09	252,54	1010,16	12121,92
Caldo de gallina	**U**	20	120	480	5.760	1,38	27,6	165,60	662,40	7948,80
Seco de chancho	**U**	22	132	528	6.336	1,35	29,7	178,20	712,80	8553,6
Bollo	**U**	18	108	432	5.184	1,78	32,04	192,24	768,96	9227,52
Guatita	**U**	20	120	480	5.760	1,67	33,40	200,40	801,60	9619,20
Cazuela de mariscos	**U**	22	132	528	6.336	2,42	53,24	319,44	1277,76	15333,12
Hornado	**U**	21	126	504	6.048	1,16	24,36	146,16	584,64	7015,68
Tonga	**U**	20	120	480	5.760	2,96	59,20	355,20	1420,80	17049,60
Sancocho de bagre	**U**	21	126	504	6.048	2,08	43,68	262,08	1048,32	12579,84
Colada morada	**U**	25	150	600	7.200	0,69	17,25	103,50	414	4968
Jugo de tamarindo	**U**	30	180	720	8.640	0,50	15,00	90	360	4320
Total		300	1800	7200	86.400	20,41	452,55	2715,30	10861,20	130334,40

Nota: La presente tabla detalla los costos de producción y ventas de los diferentes productos ofrecidos, considerando las cantidades diarias, semanales, mensuales y anuales. Asimismo, se incluyen los costos unitarios y totales, permitiendo visualizar el impacto financiero de cada producto en el período correspondiente. Esta información es fundamental para el análisis de costos variables y la planificación financiera del proyecto

4.25.2 Costos Fijos del Proyecto

Los costos fijos son aquellos que no varían con el nivel de producción o ventas y deben ser cubiertos regularmente (Arteaga, 2021).

Son los que se mantienen constantes independientemente del nivel de ventas.

Tabla 62: Tabla de Costos Fijos

DETALLE	**V. MENSUAL**	**AÑO 1**
G. Sueldos Y Bs	1.210,00	14.520,00
Arriendo	200,00	2.400,00
Servi. Básicos	63,00	756,00
Luz	20,00	240,00
Agua	18,00	216,00
Internet	25,00	300,00
Mantenimiento	100,00	1.200,00
Total, Gastos	1.573,00	18.876,00

Análisis e Interpretación

Los costos fijos del proyecto ascienden a $1.573,00 mensuales, lo que representa un gasto anual de $18.876,00. Dentro de esta estructura, el mayor peso lo tiene el arriendo del local, con $200 mensual, lo que equivale al 55.1% del total del mensual. Esto refleja la importancia del espacio físico en el modelo del negocio y resalta que una porción significativa del presupuesto fijo está destinada a garantizar la disponibilidad del establecimiento.

En segundo lugar, se encuentra el mantenimiento, con un valor mensual de $100,

representando el 27.5% del total mensual. Este rubro demuestra una preocupación constante por preservar la infraestructura en condiciones óptimas, lo que resulta esencial para el funcionamiento continuo y seguro del negocio por su parte los servicios básicos (agua, luz e internet) en conjunto suman $63 mensuales lo que representa el 17.3% del total mensual. Aunque su participación en el total es menor, estos servicios son indispensables para el desarrollo operativo, administrativo y tecnológico del proyecto.

Esta estructura de costos fijos refleja a una propuesta que priorizan la estabilidad del espacio físico, el mantenimiento preventivo y el acceso a servicios esenciales. En conjunto, permite establecer una base financiera sólida desde la cual planificar el punto de equilibrio y la proyección de ingresos para la sostenibilidad del negocio en el tiempo.

Tabla 63: Capital de Trabajo para el Primer Mes de Operación

CAPITAL DE TRABAJO INICIAL			
DETALLE	**MESES PREVISTOS**	**VALOR M**	**VALOR T**
Para M.P. O Mercadería	1	10.383,48	10.383,48
Para Gastos	1	131,08	131,08
Total, Capital De Trabajo	2	10.514,56	10.514,56

Análisis e Interpretación

El capital de trabajo estimado para el primer mes de operación del restaurante asciende a $10.514,56, resultado de sumar los costos variables y fijos mensuales, multiplicados por tres. Esta cifra representa el monto necesario para asegurar el funcionamiento del negocio durante su fase inicial, permitiendo cubrir gastos como materia prima, comisiones por delivery, arriendo, sueldos y servicios básicos, sin depender de los ingresos inmediatos por ventas.

Esta planificación financiera anticipada permite enfrentar los primeros meses con mayor estabilidad, periodo clave para posicionarse en el mercado y captar clientes. Asimismo, demuestra un enfoque responsable y estratégico por parte de los emprendedores, al prever los recursos necesarios para garantizar la continuidad operativa y minimizar riesgos económicos durante el arranque del proyecto.

4.25.3 Determinación de precios

La **determinación de precios** es el proceso mediante el cual las empresas establecen el valor monetario de sus productos o servicios, considerando factores como los costos de producción, la demanda del mercado, la competencia y la percepción del valor por parte del cliente. Este proceso es fundamental para la rentabilidad y competitividad de una empresa, ya que influye directamente en la percepción del consumidor, la demanda y los ingresos. Una estrategia de precios bien definida es esencial para el éxito de cualquier negocio, ya que impacta directamente en la rentabilidad, la participación de mercado y la satisfacción del cliente (Tarco, 2021).

Tabla 64: Costos fijos

Costo fijo	**Unitario**	**Mensual**
CFM	1.573,00	
CFU	1.573,00/7.200	0,22

Tablas de precios

Tabla 65: Precio del ´´Encebollado´´

Costo fijo Unitario		0,22
Costo total Unitario	1,33	1,28
Costo variable + costo fijo	1,28+0,22	2,22

Utilidad 35%	35%	0,78
Precio (costo +utilidad)		**$3,00**

Tabla 66. Precio del ´´Fritada´´

Costo fijo Unitario		0,22
Costo total Unitario	1,31	1,31
Costo variable + costo fijo	1,31+0,22	2,25
Utilidad 124%	124%	2,75
Precio (costo +utilidad)		**$5,00**

Tabla 67. Precio del ´´Seco de gallina´´

Costo fijo Unitario		0,22
Costo total Unitario	1,91	1,83
Costo variable + costo fijo	1,83+0,22	2,77
Utilidad 81%	81%	2,23
Precio (costo +utilidad)		**$5,00**

Tabla 68. Precio del ´´Caldo de gallina´´

Costo fijo Unitario		0,22
Costo total Unitario	1,38	1,38
Costo variable + costo fijo	1,38+0,22	2,32
Utilidad 72%	72%	1,68
Precio (costo +utilidad)		**$4,00**

Tabla 69. Precio del ´´Seco de chancho´´

Costo fijo Unitario		0,22
Costo total Unitario	1,45	1,35
Costo variable + costo fijo	1,35+0,22	2,29
Utilidad 88%	88%	2,01
Precio (costo +utilidad)		**$4,30**

Tabla 70. Precio del ´´Bollo´´

Costo fijo Unitario		0,22
Costo total Unitario	1,78	1,78
Costo variable + costo fijo	1,78+0,22	2,72
Utilidad 50%	50%	1,36
Precio (costo +utilidad)		**$4,08**

Tabla 71. Precio de la ´´Guatita´´

Costo fijo Unitario		0,22
Costo total Unitario	1,67	1,67
Costo variable + costo fijo	1,67+0,22	2,61
Utilidad 61%	61%	1,59
Precio (costo +utilidad)		**$4,20**

Tabla 72. Precio de la ´´Cazuela de mariscos´´

Costo fijo Unitario		0,22
Costo total Unitario	2,91	2,42
Costo variable + costo fijo	2,42+0,22	3,32
Utilidad 81%	81%	2,68
Precio (costo +utilidad)		**$6,00**

Tabla 73. Precio del ´´Hornado´´

Costo fijo Unitario		0,22
Costo total Unitario	1,16	1,16
Costo variable + costo fijo	1,16+0,22	2,10
Utilidad 90%	90%	1,90
Precio (costo +utilidad)		**$4,00**

Tabla 74. Precio de la ´´Tonga´´

Costo fijo Unitario		0,22
Costo total Unitario	2,06	1,96
Costo variable + costo fijo	1,96+0,22	2,90
Utilidad 55%	55%	1,60
Precio (costo +utilidad)		**$4,50**

Tabla 75. Precio del ´´Sancocho de bagre´´

Costo fijo Unitario		0,22
Costo total Unitario		1,08
Costo variable + costo fijo	1,08+0,22	2,02
Utilidad 123%	123%	2,48
Precio (costo +utilidad)		**$4,50**

Tabla 76. Precio de la ´´Colada morada´´

Costo fijo Unitario		0,22
Costo total Unitario	1,00	0,69
Costo variable + costo fijo	0,69+0,22	1,63
Utilidad 25%	25%	0,47
Precio (costo +utilidad)		**$2,00**

Tabla 77. Precio del ´´Jugo de tamarindo´´

Costo fijo Unitario		0,22
Costo total Unitario	0,55	0,50
Costo variable + costo fijo	0,55+0,22	1,44
Utilidad 40%	40%	0,56
Precio (costo +utilidad)		**$2,00**

4.26 Estimación de ingresos

La **estimación de ingresos** es el cálculo proyectado de los ingresos futuros de una empresa, basado en datos históricos, demanda del mercado, precios y estrategias comerciales. Es clave para la planificación financiera, permitiendo asignar recursos y evaluar la viabilidad del negocio. Factores como la competencia, comportamiento del consumidor y condiciones económicas afectan su precisión (Larrañaga et al., 2022).

Tabla 78. Ingresos de ventas o servicios prestados.

VENTAS O SERVICIOS PRESTADOS (EN CANTIDADES MENSUAL												
DETALLE	**MES 1**	**MES 2**	**MES 3**	**MES 4**	**MES 5**	**MES 6**	**MES 7**	**MES 8**	**MES 9**	**MES 10**	**MES 11**	**MES 12**
Encebollado	792,00	797,00	802,00	807,00	812,00	817,00	822,00	827,00	832,00	837,00	842,00	847,00
Frita da	600,00	605,00	610,00	615,00	620,00	625,00	630,00	635,00	640,00	645,00	650,00	655,00
Seco de gallina	552,00	557,00	562,00	567,00	572,00	577,00	582,00	587,00	592,00	597,00	602,00	607,00

Caldo de gallina	480,00	485,00	490,00	495,00	500,00	505,00	510,00	515,00	520,00	525,00	530,00	535,00
Seco de chancho	528,00	533,00	538,00	543,00	548,00	553,00	558,00	563,00	568,00	573,00	578,00	583,00
Bollo	432,00	437,00	442,00	447,00	452,00	457,00	462,00	467,00	472,00	477,00	482,00	487,00
Guatita	480,00	485,00	490,00	495,00	500,00	505,00	510,00	515,00	520,00	525,00	530,00	535,00
Cazuela de mariscos	528,00	533,00	538,00	543,00	548,00	553,00	558,00	563,00	568,00	573,00	578,00	583,00
Hornado	504,00	509,00	514,00	519,00	524,00	529,00	534,00	539,00	544,00	549,00	554,00	559,00
Tonga	480,00	485,00	490,00	495,00	500,00	505,00	510,00	515,00	520,00	525,00	530,00	535,00
Sancocho de bagre	504,00	509,00	514,00	519,00	524,00	529,00	534,00	539,00	544,00	549,00	554,00	559,00
Cola da morada	600,00	605,00	610,00	615,00	620,00	625,00	630,00	635,00	640,00	645,00	650,00	655,00
Jugo de tamarindo	720,00	725,00	730,00	735,00	740,00	745,00	750,00	755,00	760,00	765,00	770,00	775,00

Tabla 79. Proyección de Ingresos

PROYECCIÓN DE INGRESOS											
PRODUCTOS	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**	**AÑO 10**	**IVA %**
Enceballado	9.834,00	10.325,70	10.841,99	11.384,08	11.953,29	12.550,95	13.178,50	13.837,43	14.529,30	15.255,76	
Precio	3,00	3,06	3,12	3,18	3,25	3,31	3,38	3,45	3,51	3,59	15 %
Ingreso Total	29.502,00	31.596,64	33.840,00	36.242,64	38.815,87	41.571,80	44.523,40	47.684,56	51.070,16	54.696,14	
Fritada	7.530,00	7.906,50	8.301,83	8.716,92	9.152,76	9.610,40	10.090,92	10.595,47	11.125,24	11.681,50	
Precio	5,00	5,10	5,20	5,31	5,41	5,52	5,63	5,74	5,86	5,98	15 %
Ingreso Total	37.650,00	40.323,15	43.186,09	46.252,31	49.536,22	53.053,29	56.820,08	60.854,30	65.174,96	69.802,38	
Seco de gallina	6.954,00	7.301,70	7.666,79	8.050,12	8.452,63	8.875,26	9.319,03	9.784,98	10.274,23	10.787,94	
Precio	5,00	5,10	5,20	5,31	5,41	5,52	5,63	5,74	5,86	5,98	15 %
Ingreso Total	34.770,00	37.238,67	39.882,62	42.714,28	45.747,00	48.995,03	52.473,68	56.199,31	60.189,46	64.462,91	
caldo de gallina	6.090,00	6.394,50	6.714,23	7.049,94	7.402,43	7.772,55	8.161,18	8.569,24	8.997,70	9.447,59	

Precio	4,00	4,08	4,16	4,24	4,33	4,42	4,50	4,59	4,69	4,78	15%
Ingreso Total	24.360,00	26.089,56	27.941,92	29.925,79	32.050,53	34.326,11	36.763,27	39.373,46	42.168,98	45.162,97	
seco de chancho	6.666,00	6.999,30	7.349,27	7.716,73	8.102,56	8.507,69	8.933,08	9.379,73	9.848,72	10.341,15	
Precio	4,50	4,59	4,68	4,78	4,87	4,97	5,07	5,17	5,27	5,38	15%
Ingreso Total	29.997,00	32.126,79	34.407,79	36.850,74	39.467,14	42.269,31	45.270,43	48.484,63	51.927,04	55.613,86	
Bollo	5.514,00	5.789,70	6.079,19	6.383,14	6.702,30	7.037,42	7.389,29	7.758,75	8.146,69	8.554,02	
Precio	4,08	4,16	4,24	4,33	4,42	4,50	4,59	4,69	4,78	4,88	15%
Ingreso Total	22.497,12	24.094,42	25.805,12	27.637,28	29.599,53	31.701,10	33.951,87	36.362,46	38.944,19	41.709,23	
Guatita	6.090,00	6.394,50	6.714,23	7.049,94	7.402,43	7.772,55	8.161,18	8.569,24	8.997,70	9.447,59	
Precio	4,20	4,28	4,37	4,46	4,55	4,64	4,73	4,82	4,92	5,02	15%
Ingreso Total	25.578,00	27.394,04	29.339,01	31.422,08	33.653,05	36.042,42	38.601,43	41.342,13	44.277,42	47.421,12	
Cazuela de mariscos	6.666,00	6.999,	7.349,27	7.716,	8.102,	8.507,	8.933,	9.379,	9.848,	10.341	

		30		73	56	69	08	73	72	,15	
Precio	6,00	6,12	6,24	6,37	6,49	6,62	6,76	6,89	7,03	7,17	15%
Ingreso Total	39.996,00	42.835,72	45.877,05	49.134,32	52.622,86	56.359,08	60.360,58	64.646,18	69.236,06	74.151,82	
Hornado	6.378,00	6.696,90	7.031,75	7.383,33	7.752,50	8.140,12	8.547,13	8.974,49	9.423,21	9.894,37	
Precio	4,00	4,08	4,16	4,24	4,33	4,42	4,50	4,59	4,69	4,78	15%
Ingreso Total	25.512,00	27.323,35	29.263,31	31.341,01	33.566,22	35.949,42	38.501,83	41.235,46	44.163,17	47.298,76	
Tonga	6.090,00	6.394,50	6.714,23	7.049,94	7.402,43	7.772,55	8.161,18	8.569,24	8.997,70	9.447,59	
Precio	4,50	4,59	4,68	4,78	4,87	4,97	5,07	5,17	5,27	5,38	15%
Ingreso Total	27.405,00	29.350,76	31.434,66	33.666,52	36.056,84	38.616,88	41.358,68	44.295,14	47.440,10	50.808,34	
Sancocho de bagre	6.378,00	6.696,90	7.031,75	7.383,33	7.752,50	8.140,12	8.547,13	8.974,49	9.423,21	9.894,37	
Precio	4,50	4,59	4,68	4,78	4,87	4,97	5,07	5,17	5,27	5,38	15%
Ingreso Total	28.701,00	30.738,77	32.921,22	35.258,63	37.761,99	40.443,09	43.314,55	46.389,89	49.683,57	53.211,10	
Colada morada	7.530,00	7.9	8.301	8.7	9.1	9.6	10.	10.	11.	11.	

		06,50	,83	16,92	52,76	10,40	090,92	595,47	125,24	681,50	
Precio	2,00	2,04	2,08	2,12	2,16	2,21	2,25	2,30	2,34	2,39	15%
Ingreso Total	15.060,00	16.129,26	17.274,44	18.500,92	19.814,49	21.221,32	22.728,03	24.341,72	26.069,98	27.920,95	
Jugo de tamarindo	8.970,00	9.418,50	9.889,43	10.383,90	10.903,09	11.448,25	12.020,66	12.621,69	13.252,78	13.915,41	
Precio	2,00	2,04	2,08	2,12	2,16	2,21	2,25	2,30	2,34	2,39	15%
Ingreso Total	17.940,00	19.213,74	20.577,92	22.038,95	23.603,71	25.279,58	27.074,43	28.996,71	31.055,48	33.260,42	
Total, Ingresos	144.006,12	154.230,55	165.180,92	176.908,77	189.469,29	202.921,61	217.329,05	232.759,41	249.285,33	266.984,58	
Crecimiento De Ventas Anual E.	5%										
Incremento De Precios	2%										

4.26.1 Análisis e Interpretación de la Estimación de Ingresos

La proyección de ingresos mensuales refleja una estrategia de venta alineada con la oferta de platos típicos y bebidas artesanales, estimando un ingreso total de $144.006,12. Los platos tradicionales y las cenas típicas representan el mayor porcentaje de ventas, evidenciando una alta demanda por experiencias gastronómicas locales. Asimismo, las bebidas naturales y postres

tradicionales complementan la oferta, aportando ingresos significativos. Esta distribución sugiere que el restaurante puede alcanzar un equilibrio financiero estable, siempre que mantenga una adecuada gestión de costos y estrategias de fidelización para maximizar la rentabilidad.

- **Estado de resultados**

El estado de resultados, también conocido como estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra la utilidad o pérdida de una entidad durante un periodo determinado, detallando conceptos de ventas, ingresos, costos y gastos que afectan el resultado final de la empresa (Aristizábal, 2021).

Tabla 80. Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO										
DETALLE	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**	**AÑO 10**
INGRESOS OPERACIONALES										
Ventas/Servicios Prestados	144.006,12	154.230,55	165.180,92	176.908,77	189.469,29	202.921,61	217.329,05	232.759,41	249.285,33	266.984,58
Egresos Operacionales										
Materia Prima O Mercaderia	124.601,70	124.601,96	124.602,22	124.602,48	124.602,74	124.603,00	124.603,26	124.603,52	124.603,78	124.604,04
G. Sueldos Y Bs	14.520,00	14.810,40	15.106,61	15.408,74	15.716,91	16.031,25	16.351,88	16.678,92	17.012,49	17.352,74
Arriendo	2.400,00	2.448,00	2.496,96	2.546,90	2.597,84	2.649,79	2.702,79	2.756,85	2.811,98	2.868,22

Serv. Independientes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Seguros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suministros De Limpieza	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suministros De Oficina	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Servi. Básicos	756,00	771,12	786,54	802,27	818,32	834,69	851,38	868,41	885,77	903,49
Mantenimiento	1.200,00	1.224,00	1.248,48	1.273,45	1.298,92	-	-	-	-	-
Transporte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Combustible	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Publicidad	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Uniformes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Comisiones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Imprevistos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Depreciación	2.791,30	2.791,30	2.266,30	2.016,30	2.016,30	2.016,30	2.016,30	2.016,30	2.016,30	2.016,30
Amortización	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total, Egresos Operacionales	146.269,00	146.646,78	146.507,11	146.650,14	147.051,03	146.135,03	146.525,61	146.923,99	147.330,33	147.744,80
Utilidad Operacional	(2.262,88)	7.583,77	18.673,81	30.258,63	42.418,26	56.786,58	70.803,44	85.835,42	101.955,00	119.239,79

+ Otros Ingresos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- Otros Gastos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
- G. Financieros	3.452,76	3.452,76	3.265,73	2.920,46	2.575,18	2.229,90	2.229,90	1.884,63	1.402,68	1.162,91
Utilidad Antes De Part. E Imp.	(5.715,64)	4.131,02	15.408,08	27.338,17	39.843,08	54.556,67	68.573,53	83.950,79	100.552,31	118.076,88
Part. Empleados 15%	-	619,65	2.311,21	4.100,73	5.976,46	8.183,50	10.286,03	12.592,62	15.082,85	17.711,53
Utilidad Antes De Impuestos	(5.715,64)	3.511,37	13.096,87	23.237,45	33.866,62	46.373,17	58.287,50	71.358,17	85.469,47	100.365,35
Impuesto A La Renta 25%	-	877,84	3.274,22	5.809,36	8.466,65	11.593,29	14.571,88	17.839,54	21.367,37	25.091,34
Utilidad Neta	**(5.715,64)**	**2.633,52**	**9.822,65**	**17.428,08**	**25.399,96**	**34.779,88**	**43.715,63**	**53.518,63**	**64.102,10**	**75.274,01**

- **Punto de equilibrio**

El punto de equilibrio es el nivel de producción o ventas en el cual los ingresos totales igualan a los costos totales, resultando en una utilidad neta de cero. Es decir, es el volumen necesario de ventas para cubrir completamente los costos fijos y variables de la empresa, sin generar ni pérdidas ni ganancias (Luna et al., 2017).

Tabla 81*:* Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO (CANTIDAD)

$$Q = \frac{CF}{P - CV}$$

PUNTO DE EQUILIBRIO (VALOR)

$$Peq = \frac{CF}{1 - CV/PV}$$

PROMEDIO PRECIO VENTA POR UNIDAD	4,04
COSTOS FIJOS ANUALES	18.876
COSTOS VARIABLES POR UNIDAD	1,41

$$Q = \frac{18.876}{2,63}$$

$$Peq = \frac{18.876}{1 - 2.24/4,04}$$

$$Peq = \frac{18.876}{0,65099}$$

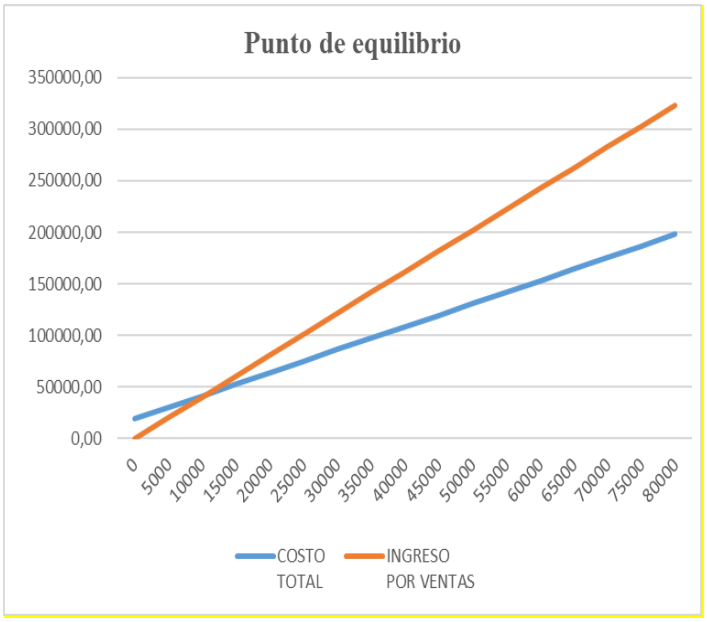
Peq= 28995,83

Q= **7177,19 Unidades al año** **Al año se debe vender para no perder ni ganar**

GRÁFICO PUNTO DE EQUILIBRIO

UNIDADES VENDIDAS	COSTO TOTAL	INGRESO POR VENTAS
0	18876,00	0

5000	30076,00	20200
10000	41276,00	40400
15000	52476,00	60600
20000	63676,00	80800
25000	74876,00	101000
30000	86076,00	121200
35000	97276,00	141400
40000	108476,00	161600
45000	119676,00	181800
50000	130876,00	202000
55000	142076,00	222200
60000	153276,00	242400
65000	164476,00	262600
70000	175676,00	282800
75000	186876,00	303000
80000	198076,00	323200



Análisis e Interpretación del Punto de Equilibrio

Para que el restaurante opere sin pérdidas, debe alcanzar ingresos anuales de $28.195,83, lo que equivale a ingresos mensuales cercanos a $2.416,32.

Esto corresponde a una venta de $7,177 unidades al año, es decir, unas 598 unidades mensuales. Este cálculo representa el punto de equilibrio, es decir, el nivel mínimo de ventas necesario para cubrir tanto los costos fijos anuales de $18.876, como los costos variables por unidad de $1,41, considerando un precio promedio de venta por unidad de $4,04.

Este punto de equilibrio indica que, si el negocio vende menos de 598 unidades al mes o genera menos de $2.416,32 mensuales, estaría operando con pérdidas.

Por ello, es fundamental implementar estrategias orientadas a incrementar las ventas, tales como promociones especiales, ampliación del mercado objetivo, mejora en la calidad de servicio o diversificación de los canales de venta. A su vez, resulta clave optimizar los costos operativos, en especial los costos variables por unidad, para acercarse más rápidamente al punto de equilibrio y así asegurar la sostenibilidad financiera y rentabilidad del negocio.

Tabla 82:*Proyección de costos unitario en materia prima*

COSTO UNITARIO DE MATERIA PRIMA O MERCADERIA POR PRODUCTO										
DETALLE	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**	**AÑO 10**
Enceballado	1,28	1,31	1,33	1,36	1,39	1,41	1,44	1,47	1,50	1,53
Fritada	1,31	1,34	1,36	1,39	1,42	1,45	1,48	1,50	1,53	1,57
Seco de gallina	1,83	1,87	1,90	1,94	1,98	2,02	2,06	2,10	2,14	2,19
Caldo de gallina	1,38	1,41	1,44	1,46	1,49	1,52	1,55	1,59	1,62	1,65
Seco de chancho	1,35	1,38	1,40	1,43	1,46	1,49	1,52	1,55	1,58	1,61
Bollo	1,78	1,82	1,85	1,89	1,93	1,97	2,00	2,04	2,09	2,13
Guatita	1,67	1,70	1,74	1,77	1,81	1,84	1,88	1,92	1,96	2,00
Cazuela de mariscos	2,42	2,47	2,52	2,57	2,62	2,67	2,73	2,78	2,84	2,89
Hornado	1,16	1,18	1,21	1,23	1,26	1,28	1,31	1,33	1,36	1,39
Tonga	1,96	2,00	2,04	2,08	2,12	2,16	2,21	2,25	2,30	2,34
Sancocho de bagre	1,08	1,10	1,12	1,15	1,17	1,19	1,22	1,24	1,27	1,29

Colada morada	0,69	0,70	0,72	0,73	0,75	0,76	0,78	0,79	0,81	0,82
Jugo Tamarindo	0,50	0,51	0,52	0,53	0,54	0,55	0,56	0,57	0,59	0,60
Tasa Inflacionaria Actual	2%									

Tabla 83. Costo de materiales al año por producto.

COSTO DE MATERIALES AL AÑO POR PRODUCTO										
DETALLE	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**	**AÑO 10**
Enceb ollado	12.587,52	12.587,54	12.587,56	12.587,58	12.587,60	12.587,62	12.587,64	12.587,66	12.587,68	12.587,70
Fritada	9.864,30	9.864,32	9.864,34	9.864,36	9.864,38	9.864,40	9.864,42	9.864,44	9.864,46	9.864,48
Seco de gallina	12.725,82	12.725,84	12.725,86	12.725,88	12.725,90	12.725,92	12.725,94	12.725,96	12.725,98	12.726,00
Caldo de gallina	8.404,20	8.404,22	8.404,24	8.404,26	8.404,28	8.404,30	8.404,32	8.404,34	8.404,36	8.404,38
Seco de chancho	8.999,10	8.999,12	8.999,14	8.999,16	8.999,18	8.999,20	8.999,22	8.999,24	8.999,26	8.999,28
Bollo	9.814,92	9.814,94	9.814,96	9.814,98	9.815,00	9.815,02	9.815,04	9.815,06	9.815,08	9.815,10
Guatita	10.170,30	10.170,32	10.170,34	10.170,36	10.170,38	10.170,40	10.170,42	10.170,44	10.170,46	10.170,48

Cazuela de mariscos	16.131,72	16.131,74	16.131,76	16.131,78	16.131,80	16.131,82	16.131,84	16.131,86	16.131,88	16.131,90
Hornado	7.398,48	7.398,50	7.398,52	7.398,54	7.398,56	7.398,58	7.398,60	7.398,62	7.398,64	7.398,66
Tonga	11.936,40	11.936,42	11.936,44	11.936,46	11.936,48	11.936,50	11.936,52	11.936,54	11.936,56	11.936,58
Sancocho de bagre	6.888,24	6.888,26	6.888,28	6.888,30	6.888,32	6.888,34	6.888,36	6.888,38	6.888,40	6.888,42
Colada morada	5.195,70	5.195,72	5.195,74	5.195,76	5.195,78	5.195,80	5.195,82	5.195,84	5.195,86	5.195,88
Jugo Tamarindo	4.485,00	4.485,02	4.485,04	4.485,06	4.485,08	4.485,10	4.485,12	4.485,14	4.485,16	4.485,18
TOTAL	124.601,70	124.601,96	124.602,22	124.602,48	124.602,74	124.603,00	124.603,26	124.603,52	124.603,78	124.604,04

Tabla 84. Sueldos y beneficios sociales.

GASTOS													
G. SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES													
DETALLE	**CANTIDAD**	**SUELDO B**	**SUELDO B**	**AP. PATRONAL**	**10 MO 3ERO**	**10 MO 4TO**	**F. DE RESERVA**	**VACACIONES**	**SUELDO + BS**	**T. MENSUAL**	**VALOR TRIMESTRAL**	**VALOR SEMESTRAL**	**VALOR ANUAL**
Gerente general			-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Chef ejecutivo	1	400,00	400,00	44,60	33,33	33,33	33,33	0,56	400,00	400,00	1.200,00	2.400,00	4.800,00

Cajero	1	270,00	270,00	30,11	22,50	33,33	22,50	0,38	270,00	270,00	810,00	1.620,00	3.240,00
Mesero	1	270,00	270,00	30,11	22,50	33,33	22,50	0,38	270,00	270,00	810,00	1.620,00	3.240,00
Ayudante de cocina	1	270,00	270,00	30,11	22,50	33,33	22,50	0,38	270,00	270,00	810,00	1.620,00	3.240,00
Total, Sueldos Y Bs Empleados	4	1.210,00	1.210,00	134,92	100,83	133,33	100,83	1,68	1.210,00	1.210,00	3.630,00	7.260,00	14.520,00

Tabla 85. Flujo de caja

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO

DETALLE	**INICIAL**	**AÑO 1**	**AÑO 2**	**AÑO 3**	**AÑO 4**	**AÑO 5**	**AÑO 6**	**AÑO 7**	**AÑO 8**	**AÑO 9**
ENTRADAS										
Ventas/Servicios Prestados		144.006,12	154.230,55	165.180,92	176.908,77	189.469,29	202.921,61	217.329,05	232.759,41	249.285,33
Otros Ingresos		-	-	-	-	-	-	-	-	-

Aportación De Capital	34.527,56									
Prestamos	(0,00)			-						
Total, Entradas	34.527,56	144.006,12	154.230,55	165.180,92	176.908,77	189.469,29	202.921,61	217.329,05	232.759,41	249.285,33
Salidas										
Salidas De Inversión										
Capital De Trabajo I.		10.514,56								
Activos Fijos	20.8	-	-	-	-	-	-	-	-	-

	13,00									
Activos Diferidos	2.700,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros Activos	500,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Salidas De Gastos Corrientes										
Materiales		124.601,70	124.601,96	124.602,22	124.602,48	124.602,74	124.603,00	124.603,26	124.603,52	124.603,78
G. Sueldos Y Bs		14.520,00	14.810,40	15.106,61	15.408,74	15.716,91	16.031,25	16.351,88	16.678,92	17.012,49

Suministros De Limpieza	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Servi. Básicos	756,00	771,12	786,54	802,27	818,32	834,69	851,38	868,41	885,77
Publicidad	-	-	-	-	-	-	-	-	-
G. Financieros	3.452,76	3.452,76	3.265,73	2.920,46	2.575,18	2.229,90	2.229,90	1.884,63	1.402,68
Part. Empleados 15%	-	619,65	2.311,21	4.100,73	5.976,46	8.183,50	10.286,03	12.592,62	15.082,85
Impuesto A La Renta 25%	-	877,84	3.274,22	5.809,36	8.466,65	11.593,29	14.571,88	17.839,54	21.367,37
Amortización									

Pago De Préstamo				0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	(0,00)	0,00
Total, Salidas Operacionales	24.013,00	157.445,01	148.805,73	153.091,97	157.464,39	162.053,03	166.125,43	171.597,12	177.224,48	183.166,93
Flujo De Efectivo (Cash Flow)	10.514,56	(13.438,89)	5.424,82	12.088,95	19.444,38	27.416,26	36.796,18	45.731,93	55.534,93	66.118,40
Efectivo Inicial	-	-	(13.438,89)	(8.014,07)	4.074,88	23.519,27	50.935,53	87.731,71	133.463,64	188.998,57
Efectivo Final	-	(13.438,89)	(8.014,07)	4.074,88	23.519,27	50.935,53	87.731,71	133.463,64	188.998,57	255.116,97

4.27 Evaluación económica del Proyecto

-TIR Y VAN del proyecto

A continuación, se presentan los resultados del cálculo del Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto, los cuales permiten evaluar la viabilidad financiera del restaurante.

Tabla 86. Cálculo de TIR y VAN.

Indicador	**Valor**
Valor Actual Neto (VAN)	$33.632,88
Tasa Interna de Retorno (TIR)	34%

Análisis de los Resultados

- **VAN positivo**: El VAN calculado es $33.632,88, lo que indica que el proyecto generará un valor adicional después de recuperar la inversión inicial de $47.131,32.
- **TIR superior al costo de capital**: La Tasa Interna de Retorno (TIR) del 34% es mayor que la tasa de descuento utilizada (10%), lo que sugiere que el proyecto es rentable y atractivo para la inversión.

- Determinación del PRI, ROI, B/C, C/B.

A continuación, se presentan los resultados del cálculo de los indicadores financieros Período de Recuperación de la Inversión (PRI), Retorno sobre la Inversión (ROI), Beneficio/Costo (B/C) y Costo/Beneficio (C/B), fundamentales para evaluar la rentabilidad del proyecto.

Tabla 87. Cálculo del PRI, ROI, B/C y C/B.

Indicador	Valor
Período de Recuperación (PRI)	2 años
Retorno sobre la Inversión (ROI)	2.63%
Beneficio/Costo (B/C)	1.10
Costo/Beneficio (C/B)	0.91

Análisis de los Resultados

- **PRI de 2 años**: Indica que la inversión inicial de $47.131,32 será recuperada en aproximadamente dos años, lo que demuestra un retorno relativamente rápido.
- **ROI de 2.63%**: Este valor refleja una alta rentabilidad del negocio, ya que la inversión casi se duplica en ingresos netos.
- **B/C de 1.10**: Por cada dólar invertido, se obtiene un retorno de $1.10, lo que indica que el proyecto es financieramente viable.
- **C/B de 0.91**: El costo representa solo el 0.91% de los beneficios generados, lo que confirma la sostenibilidad del proyecto.

.28 Análisis de riesgos del proyecto

El análisis de riesgos es fundamental para identificar y mitigar posibles amenazas que puedan afectar la viabilidad y sostenibilidad del restaurante. A continuación, se detallan los principales riesgos comerciales, técnicos, financieros y legales.

Tabla 88. Riesgos Comerciales.

Riesgo	Descripción

Cambio en preferencias del cliente	Modificaciones en las tendencias de consumo pueden reducir la demanda del restaurante.
Alta competencia	Existencia de restaurantes similares en la zona que puedan afectar la captación de clientes.
Variaciones en la demanda	Fluctuaciones en la afluencia de clientes según temporadas y eventos específicos.
Reputación y servicio al cliente	Una mala experiencia de los clientes puede afectar negativamente la imagen del negocio.

Tabla 89. Riesgos Técnicos.

Riesgo	Descripción
Fallas en equipos y maquinaria	Problemas con cocinas industriales, refrigeradores y otros equipos que afecten la producción.
Capacitación del personal	Necesidad de constante formación en atención al cliente, seguridad alimentaria y técnicas culinarias.
Problemas en la cadena de suministro	Retrasos en la entrega de ingredientes o aumento en costos de insumos clave.

Tabla 90. *Riesgos Financieros.*

Riesgo	Descripción
Fluctuación de costos de insumos	Incremento en el precio de alimentos y materiales impactando los márgenes de ganancia.

Baja rentabilidad inicial	Posibilidad de que los ingresos sean bajos en los primeros meses, afectando la liquidez.
Dificultades en la recuperación de inversión	Si el flujo de caja es insuficiente, puede extenderse el tiempo de recuperación del capital.

Tabla 91. *Riesgos Legales.*

Riesgo	**Descripción**
Normativas sanitarias	Cumplimiento de regulaciones de salud y seguridad alimentaria para evitar sanciones.
Licencias y permisos	Posibles retrasos o complicaciones en la obtención de permisos de funcionamiento.
Contratos y relaciones laborales	Riesgos relacionados con conflictos laborales o incumplimiento de obligaciones legales.

Estrategias de Mitigación

1. Monitoreo de la competencia y tendencias del mercado para adaptar la oferta gastronómica según las preferencias del cliente.
2. Mantenimiento preventivo de equipos y capacitación periódica del personal.
3. Gestión financiera eficiente con reservas de emergencia para enfrentar fluctuaciones en costos y demanda.
4. Cumplimiento estricto de normativas legales y sanitarias para evitar sanciones o clausuras.

4.29 Análisis de impactos del Proyecto (sostenibilidad)

-Impactos socioculturales, económicos y ambientales del proyecto

El análisis de impacto del proyecto evalúa su sostenibilidad desde diferentes dimensiones: ambiental, económica y social. La implementación del restaurante no solo busca generar beneficios financieros, sino también fomentar un modelo de negocio responsable con el entorno y la comunidad.

Tabla 92. Impacto Ambiental.

Aspecto	**Medida de Mitigación**
Uso de insumos locales	Reducción de huella de carbono al adquirir productos de proveedores cercanos.
Gestión de residuos	Implementación de reciclaje y uso de empaques biodegradables.
Consumo energético	Uso de equipos de bajo consumo y fuentes de energía renovable.
Manejo del agua	Implementación de sistemas de ahorro y reciclaje de agua en cocina y baños.

Tabla 93. *Impacto Económico.*

Aspecto	**Beneficio para la comunidad**
Creación de empleo	Generación de puestos de trabajo directos e indirectos.
Dinamización de la economía local	Impulso a pequeños productores y proveedores de insumos locales.
Atractivo turístico	Potencial aumento del turismo gastronómico en la zona.

Acceso a financiamiento	Posibilidad de obtener apoyo gubernamental y de ONG para proyectos sostenibles.

Tabla 94. Impacto Social.

Aspecto	**Contribución del proyecto**
Promoción de la identidad cultural	Rescate y difusión de la gastronomía local.
Educación y sensibilización	Campañas sobre sostenibilidad y consumo responsable.
Inclusión y equidad	Oportunidad laboral a sectores vulnerables de la comunidad.
Bienestar de la comunidad	Generación de espacios seguros y accesibles para clientes y trabajadores.

4.30 Conclusión

El estudio de mercado ha permitido conocer las características de la demanda en la zona, evidenciando una preferencia significativa por la comida típica y una tendencia creciente hacia el consumo en establecimientos que ofrezcan productos frescos y de calidad. Asimismo, se ha identificado que la competencia en el sector gastronómico es moderada, lo que representa una oportunidad para el restaurante de diferenciarse a través de su enfoque en sostenibilidad y tradición culinaria. La información recopilada servirá para diseñar estrategias de posicionamiento que permitan captar y fidelizar a los clientes.

El diseño del restaurante ha sido estructurado para cumplir con las normativas sanitarias, ambientales y turísticas vigentes, garantizando un espacio adecuado para la prestación del servicio

gastronómico. Se ha considerado un modelo de operación que optimiza el uso de los recursos disponibles, minimiza el impacto ambiental y prioriza la experiencia del cliente. Además, la distribución del espacio y la selección de mobiliario han sido planificadas para ofrecer comodidad y eficiencia en el servicio, asegurando el cumplimiento de estándares de calidad y sostenibilidad.

El análisis financiero demuestra que el restaurante es viable y rentable, con un Valor Actual Neto (VAN) positivo y una Tasa Interna de Retorno (TIR) superior a la tasa de descuento utilizada. Además, el período de recuperación de la inversión (PRI) se encuentra dentro de un rango aceptable, lo que garantiza la sostenibilidad económica del negocio. La relación Beneficio/Costo (B/C) indica que la inversión genera un retorno favorable, lo que respalda la factibilidad del proyecto y su capacidad para generar ingresos a mediano y largo plazo.

4.31 Recomendaciones

Se recomienda realizar estudios de mercado periódicos para monitorear las tendencias gastronómicas y adaptar la oferta a las preferencias de los consumidores. Además, se debe fortalecer la diferenciación del restaurante a través de estrategias de marketing y promociones que resalten su enfoque sostenible y cultural. También es importante establecer alianzas con proveedores locales para garantizar la frescura y autenticidad de los productos.

Es recomendable asegurar el cumplimiento continuo de las normativas sanitarias y turísticas mediante auditorías internas y capacitación constante del personal. Además, se debe optimizar el diseño del restaurante con mejoras en la eficiencia energética y el uso sostenible de materiales. La implementación de un sistema de gestión de residuos contribuirá a reducir el impacto ambiental y mejorar la imagen del negocio.

Para garantizar la rentabilidad del negocio, se recomienda un control estricto de costos y una planificación financiera detallada. Se debe diversificar las fuentes de ingresos mediante la incorporación de eventos temáticos, servicio de catering y venta de productos artesanales. Asimismo, es importante evaluar periódicamente los indicadores financieros y ajustar las estrategias comerciales según el desempeño del negocio.

5. BIBLIOGRAFÍA

Aguero, J. (2019). Patrimonio gastronómico tradicional y su puesta en valor turístico-recreativo: estudio de caso: Colonia Santa María, Coronel Suárez. *Repositoriodigital.uns.edu.ar*. Obtenido de https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/4645

Aristizábal, K. V. (2021). Cuando hablamos de discapacidad,?` de qué hablamos? Una revisión teórica y jurídica del concepto. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, *21*(40), 59-72.

Arias, P. (2022, octubre 11). *Manabí te invita a explorar la increíble ruta "Latitud Iche"*. Viajando. https://ecuador.viajando.travel/manabi/manabi-te-invita-explorar-la-increible-ruta-latitud-iche-n44822

Arteaga, M. Y. (2021). *Importancia de los costos fijos y variables en la evaluación económica de las Pymes del sector comercial.* [B.S. thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2021]. https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5823

Ávila, P. E., Mendoza, A. A., Zambrano, M. G., & Andrade, R. H. (2021). El flujo de caja en la evaluación de proyectos inversión. *Suplemento CICA Multidisciplinario ISSN: 2631-2832*, *5*(11), 150-168.

Ambiental. (2019). *Sostenibilidad ambiental.* Obtenido de https://coca-colafemsa.com/noticias/blog-que-es-y-porque-importa-la-sostenibilidad-ambiental/#:~:text=La%20sostenibilidad%20ambiental%20representa%20una,y%20gobierno%20dentro%20del%20planeta.

Aranceta, J. (2023). Gastronomía científica, salud, sabor y sostenibilidad: Las 12 "eses" de la gastronomía saludable. *Rev Esp Nutr Comunitaria*. Obtenido de

https://renc.es/imagenes/auxiliar/files/RENC_2023_2_Gastronomia_salud_sabor_sostenibilidad_12_eses_J_Aranceta%281%29.pdf

Asamblea Constituyente de Ecuador. (2008). *Constitución de la República del Ecuador.* Quito, Ecuador. Obtenido de https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf

Brotherton, B. (2020). Towards a definitive view of the nature of hospitality and hospitality management. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 11*(4), 165-173. Obtenido de https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09596119910263568/full/html

Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. *Annals of Tourism Research*. Obtenido de https://www.academia.edu/9273414/Sustainable_tourism_Research_and_reality

Cáceres, M. (26 de 12 de 2023). Sostenibilidad en la gastronomía Prácticas y desafíos. *Revista Científica Kosmos, 2(2),, 2*(2), 52-62. Obtenido de https://doi.org/10.62943/rck.v2n2.2023.49

Calvo, O. M. (2021). Estimación del costo de producción de un kilogramo de leche y sus variables más influyentes. *e-Agronegocios, 7*(2), 44-62.

Coba, G. (2020, diciembre 3). *Un restaurante quiteño entre los 50 mejores de América Latina*. Primicias. https://www.primicias.ec/noticias/economia/restaurante-ecuador-reconocido-mejores-latinoamerica/

Camacho, N. (20 de 07 de 2021). Plan de negocio para creación de un restaurante de comida típica con temática sostenible en la comuna Olón, provincia de Santa Elena: análisis operativo. *Revista La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2021*. Obtenido de https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5989

CCQ. (2022). *Cámara de Comercio de Quito – La cámara contigo.* Obtenido de https://ccq.ec/

Censos, I. N. (2020). *Fascículo Cantonal: Babahoyo.* Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censos de Ecuador: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-

inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantonales/Los_Rios/Fasciculo_Babahoyo.pdf

Chávez, R., Carbo, S., Lombeida, E., & Cobos, F. (2019). Estudio socio-económico del cultivo de cacao (theobroma cacao l.) en la parroquia Febres Cordero, Cantón Babahoyo Los Ríos-Ecuador. (2), pág. 37. Obtenido de https://www.eumed.net/rev/oel/2019/02/cultivo-cacao-ecuador.html

Condorchem Envitech. (14 de Noviembre de 2024). *Indicadores de sostenibilidad ambiental*. Obtenido de Condorchem Envitech: https://condorchem.com/es/blog/indicadores-de-sostenibilidad-ambiental/

Consultores, B. (2021). Investigación de Campo. *online-tesis*. Obtenido de https://online-tesis.com/investigacion-de-campo/

CRE. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf

Di Lorenzo, D. (2016). http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/1878. *Repositorio Digital UTB*. Obtenido de http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/1878

Emma Lombeida, R. M. (2022). Caracterización de un sistema de producción de arroz (Oriza sativa L.) en el cantón Babahoyo. *Revista Científica y Tecnológica UPSE, 7*, 45-56. Obtenido de https://incyt.upse.edu.ec/ciencia/revistas/index.php/rctu/article/view/686/574

Escudero, C. (2018). Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica. *Machala: Universidad Técnica de Machala*.

FAO. (2021). *Alimentación y agricultura sostenibles | Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura.* Obtenido de https://www.fao.org/sustainability/es/

Fernández, L., Auquilla, L., Reyes, M., & Sancho, D. (2018). Estrategias de mejora para la gestión de los restaurantes. Caso de estudio: Establecimientos de comida típica de la amazonía del Ecuador. *Revista Cientfíca Ecociencia, 4*(4), 1-23. Obtenido de https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/ecociencia/article/view/44

GAD. (s.f.). *Reseña histórica de la parroquia Febres Cordero*. Obtenido de Gobierno Autónomo Descentralizado de Febres Cordero.: https://www.febrescordero.gob.ec/web/resena-historica/

Garcia, X. (2021). Investigación cualitativa y cuantitativa: características, ventajas y limitaciones. *Santander openacademy*. Obtenido de https://www.santanderopenacademy.com/es/blog/cualitativa-y-cuantitativa.html

Gómez, A. (2024). *Estudio económico: Definiciones y aplicaciones.* Obtenido de Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Economía.: http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/cap2a.pdf

García, J., Galarza, S., & Altamirano, A. (2017). Importancia de la administración eficiente del capital de trabajo en las Pymes. *Revista Ciencia Unemi*, *10*(23), 30-39.

González , J. (2023). Percepciones y actitudes de la generación z sobre prácticas sostenibles en restaurantes de comida rápida: casos mcdonald's green concept y vurger king. *Repositorio.comillas*. Obtenido de https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/68711/TFG%20-%20Gonzalez%20Valles%2C%20Jose.pdf?sequence=-1

Herrera, C., & Arilla, J. (2013). La generación de lealtad a un destino de turismo gastronómico como factor clave en el desarrollo rural. *Cuadernos aragoneses de economía*, 47–73. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Carmina-Fandos-Herrera/publication/283579344_Citar_como_LA_GENERACION_DE_LEALTAD_A_UN_DESTINO_DE_TURISMO_GASTRONOMICO_COMO_FACTOR_CLAVE_EN_EL_DESARROLLO_RURAL/links/5640cd3108aeacfd8935e9cb/Citar-como-LA-GENERACION-DE-

INIA. (2024). *Cacao – Instituto Nacional de Investigaciones Agropecuarias.* Obtenido de iniap.gob.ec: https://www.iniap.gob.ec/cacao/

Lashley, C., & Morrison, A. (2000). *In Search of Hospitality: Theoretical Perspectives and Debates* (Vol. 19). Obtenido de https://www.academia.edu/download/75495209/s0278-4319_2899_2900035-320211201-6570-1nmx816.pdf

Ley de Turismo. (2014). *Ley de Turismo.* Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf

Larrañaga, O., Echecopar, B., & Grau, N. (2022). Una nueva estimación de la desigualdad de ingresos en Chile. *Estudios Públicos*, *167*, 45-76.

Luna, K., Sarmiento, W., & Cisneros, D. (2017). Equilibrio de mercado bajo incertidumbre para la fabricación de una bota de dama. Caso Cantón Gualaceo Provincia del Azuay. *Compendium*, *20*(39). https://core.ac.uk/download/pdf/270308561.pdf

Márquez, A. (2019). Márquez, A. (2019). Metodología de la investigación científica. Quito: Ediciones Universitarias. - Buscar con Google. *Ediciones Universitarias.* Obtenido de https://www.google.com/search?q=M%C3%A1rquez%2C+A.+(2019).+Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n+cient%C3%ADfica.+Quito%3A+Ediciones+Universitarias.&rlz=1C1CHBD_esEC1032EC1032&oq=M%C3%A1rquez%2C+A.+(2019).+Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n+cie

Martínez, A. (2023, febrero 12). Latitud ICHE el nuevo destino turístico gastronómico de Ecuador. *Diània Gastronómica*. https://dianiagastronomica.com/latitud-iche-el-nuevo-destino-turistico-gastronomico-de-ecuador/

Mejía, T. (2020). Investigación descriptiva: caracteríticas, técnicas, ejemplos. *Es.scribd.com*. Obtenido de https://es.scribd.com/document/480774723/Investigacion-descriptiva

Ministerio de Turismo. (2016). *Ley de Turismo.* Quito, Ecuador. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/LEY-DE-TURISMO.pdf

Ministerio de Turismo de Ecuador. (2021). *Plan de Turismo Sostenible Ecuador*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2018). *Reglamento de alimentos y bebidas.* Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf

Narvaez, M. (2024). Método deductivo: Qué es y cuál es su importancia. *Questionpro*. Obtenido de https://www.questionpro.com/blog/es/metodo-deductivo/

ODS. (2019). *Informe anual ODS 2019.* Obtenido de https://odsterritorioecuador.ec/wp-content/uploads/2022/12/1.INF-anual-ODS-2019.pdf

OMT. (2024). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de Turismo interno: https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos

OMT. (2024). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido de Turismo rural: https://www.unwto.org/es/turismo-rural

OMT. (2024). *Organización Mundial del Turismo.* Obtenido de Producto turístico: https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos

OMT. (2024). *Organización Mundial del Turismo.* Obtenido de Turismo cultural: https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos

OMT. (2024). *Organización Mundial del Turismo.* Obtenido de Turismo de negocios (relacionado con la industria de reuniones): https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos

OMT. (s.f.). *Organización Mundial del Turismo.* Obtenido de Empleo: https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos

OMT. (s.f.). *Organización Mundial del Turismo.* Obtenido de Establecimiento: https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos

ONU. (2015). *La Asamblea General adopta la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible - Desarrollo Sostenible.* Obtenido de https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/

ONU. (2024). *Glosario de términos de turismo | OMT.* Obtenido de https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos

Ormaza , C. (2021). Plan de negocio para creación de un restaurante de comida típica con temática sostenible en la comuna Olón, parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena: análisis de mercado. *La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2021*. Obtenido de https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/6092

Ormaza, C. (10 de 08 de 2021). Plan de negocio para creación de un restaurante de comida típica con temática sostenible en la comuna Olón, parroquia Manglaralto, provincia de Santa Elena: análisis de mercado. *RepositorIo UPSE*. Obtenido de https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/6092

PNUD. (2024). *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. doi:10.1108/IJCHM-11-2014-0572

Poveda , T., Bonilla , S., Girón , L., & Arriciaga , V. (2021). Implementación de la cocina molecular y sus tendencias en la gastronomía típica ecuatoriana. Caso de estudio Restaurante "Rocío del Ecuador", Parroquia del Quinche, Provincia de Pichincha, Ecuador. *Revista Scielo, 8*(3). Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S2007-78902021000200054&lng=es&nrm=iso&tlng=es

Puc, M. (20 de Marzo de 2024). *Estudio económico para un proyecto.* Obtenido de Genially: https://view.genially.com/65fb6306d80a2f00156cc256/presentation-estudio-economico-para-un-proyecto

RECLA. (2023). *Red de Educación Continua de Latinoamérica y Europa*. Obtenido de https://recla.org/blog/sostenibilidad-social/#:~:text=La%20sostenibilidad%20social%20se%20refiere,y%20la%20oportunidad%20de%20desarrollo

Reglameno Turístico de Alimentos y Bebidas. (2018). *Reglameno Turístico de Alimentos y Bebidas.* Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2018/11/Reglamento-de-alimentos-y-bebidas_OCTUBRE.pdf

Requena, A. (2018). Diseño de utensilios para nuevas experiencias gastronómicas. *Universitat Politècnica de València*. Obtenido de https://riunet.upv.es/handle/10251/96822

Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad. (2022). Obtenido de https://responsabilidadsocial.net/sostenibilidad-que-es-definicion-concepto-tipos-y-ejemplos/#Sostenibilidad_Economica

Reyes, S. (Junio de 2023). *Guía para desarrollar nuevas experiencias gastronómicas en restaurantes de comida saludable.* Obtenido de Universidad Hemisferios: https://backdspace.uhemisferios.edu.ec/server/api/core/bitstreams/f90ea153-e56f-44c7-80a8-231ed3313732/content

Rodríguez, M. (2019). Buenas prácticas ambientales en los restaurantes de la ciudad de Babahoyo. *Repositorio Digital UTB*. Obtenido de http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/6380

Rodriguez, M. (2023). Acerca de la investigación bibliográfica y documental. *Guía de Tesis*. Obtenido de https://guiadetesis.wordpress.com/2013/08/19/acerca-de-la-investigacion-bibliografica-y-documental/

Segundo, P. (2024). Método inductivo. *Concepto*. Obtenido de https://concepto.de/metodo-inductivo/

Tarco, N. E. (2021). *Los costos de producción y su incidencia en la determinación del precio de venta en la corporación Coprobich, período 2019.* [B.S. thesis, Universidad Nacional de Chimborazo]. http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/8149

Valle , V. (2023). La gastronomía como factor turístico sostenible para mejorar el desarrollo económico sostenible en Perú y Colombia. *Repositorio.ulima*. Obtenido de https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/19716/T018_76097119_ T.pdf?sequence=1Aristizábal, K. V. (2021). Cuando hablamos de discapacidad,?` de qué hablamos? Una revisión teórica y jurídica del concepto. *Civilizar Ciencias Sociales y Humanas*, *21*(40), 59-72.

Arteaga, M. Y. (2021). *Importancia de los costos fijos y variables en la evaluación económica de las Pymes del sector comercial.* [B.S. thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2021]. https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/5823

Ávila, P. E., Mendoza, A. A., Zambrano, M. G., & Andrade, R. H. (2021). El flujo de caja en la evaluación de proyectos inversión. *Suplemento CICA Multidisciplinario ISSN: 2631-2832*, *5*(11), 150-168.

Bravo, J. L., & Cuzme, K. (2012). *Análisis sectorial de la industria textil ecuatoriana y diseño de un modelo de planeación estratégica para la empresa Modatex SA* [Master's Thesis]. https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/4831

Café del Chef. (s. f.). *Un tesoro en babahoyo—Opiniones sobre Cafe del Chef, Babahoyo, Ecuador—Comentarios—Tripadvisor*. Recuperado 17 de marzo de 2025, de https://www.tripadvisor.co/ShowUserReviews-g12870560-d7034987-r607477139-Cafe_del_Chef-Babahoyo_Los_Rios_Province.html

Calvo, O. M. (2021). Estimación del costo de producción de un kilogramo de leche y sus variables más influyentes. *e-Agronegocios*, *7*(2), 44-62.

Chávez, R., Carbo, S. C., Lombeida, E., & Cobos, F. J. (2019). Estudio socio-económico del cultivo de cacao (theobroma cacao l.) en la parroquia Febres Cordero, cantón Babahoyo los ríos-Ecuador. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, *2*, 37.

Guaranda, W. (2022, octubre 17). *Apuntes sobre la explotación petrolera en el Ecuador – Inredh*. https://inredh.org/apuntes-sobre-la-explotacion-petrolera-en-el-ecuador/

Larrañaga, O., Echecopar, B., & Grau, N. (2022). Una nueva estimación de la desigualdad de ingresos en Chile. *Estudios Públicos*, *167*, 45-76.

Luna, K., Sarmiento, W., & Cisneros, D. (2017). Equilibrio de mercado bajo incertidumbre para la fabricación de una bota de dama. Caso Cantón Gualaceo Provincia del Azuay. *Compendium*, *20*(39). https://core.ac.uk/download/pdf/270308561.pdf

Marín, I. M., Haro, G. L., & Ávalos, M. C. (2021). Análisis de la oferta turística-gastronómica de Ecuador y la implementación de estrategias de marketing. *Polo del Conocimiento: Revista científico-profesional*, *6*(8), 1118-1137.

Matute, J. J., & Domínguez, J. M. (2021). *Plan de negocio para implementar un centro de acopio para receptar y comercializar maíz en la parroquia Febres Cordero, recinto Mata de Cacao.* [PhD Thesis, ESPAE-ESPOL]. https://www.dspace.espol.edu.ec/retrieve/fb84690a-7b90-4750-9d09-deddb57220ea/T-14606.pdf

Mestanza, B. (2022). *PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL Parroquia FEBRES CORDERO*. https://www.febrescordero.gob.ec/web/wp-content/uploads/PDyOT-FEBRES-CORDERO1-2.pdf?utm_source=chatgpt.com

Muñoz, G. G. (2020). *Aplicación de las Niifs y su impacto financiero en las pymes de la ciudad de Babahoyo periodo 2009 al 2011. Manual de procedimientos de aplicación de las Niifs para el área de contabilidad de las pymes de la ciudad de Babahoyo de la provincia de Los Ríos* [Quevedo: UTEQ]. https://repositorio.uteq.edu.ec/handle/43000/5595

Pellegrineschi, V. (2019, septiembre 27). *Mejoramiento de la calidad del cacao de los pequeños productores del Cantón de Babahoyo-Ecuador. Julio-agosto de 2011*. IILA. https://iila.org/es/mejoramiento-de-la-calidad-del-cacao-de-los-pequenos-productores-

del-canton-de-babahoyo-ecuador-curso-de-post-cosecha-babahoyo-ecuador-17-31-de-agosto-de-2011/

Perseo. (2024, septiembre 2). *Restaurantes; el desafío de su administración en Ecuador*. https://perseo.ec/restaurantes-quito-administracion-sistema-comtable/

Tarco, N. E. (2021). *Los costos de producción y su incidencia en la determinación del precio de venta en la corporación Coprobich, período 2019.* [B.S. thesis, Universidad Nacional de Chimborazo]. http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/8149

Vázquez, J. (2024). *Enfoque de métodos mixtos y sus diseños: Descripciones, aplicaciones y procesos*. https://cea.uprrp.edu/wp-content/uploads/2024/04/Enfoque-de-metodos-mixtos-y-sus-disenos-descripciones-aplicaciones-y-procesos.pdf

Villacís, A. (2019). (PDF) LA GASTRONOMÍA Y SU INCIDENCIA EN EL TURISMO DE LA PROVINCIA DE LOS RÍOS. *ResearchGate*. https://www.researchgate.net/publication/324415344_LA_GASTRONOMIA_Y_SU_INCIDENCIA_EN_EL_TURISMO_DE_LA_PROVINCIA_DE_LOS_RIOS

Zabala, J. C., Guamán, J., & Research, E. (2022). Perspectivas del crecimiento del sector de alimentos. *Ekos Negocios*. https://ekosnegocios.com/articulo/perspectivas-del-crecimiento-del-sector-de-alimentos

6. ANEXOS

Certificado de Plagio

María Sánchez Leonela Coello

TESIS_MARÍA ELENA_LEONELA ANDREINA_EMPRENDIMIENTO 2025 N.pdf

My Files
My Files
Universidad Estatal de Bolivar

Detalles del documento

Identificador de la entrega
trn:oid:::3117:451615090

Fecha de entrega
22 abr 2025, 6:51 p.m. GMT-5

Fecha de descarga
22 abr 2025, 7:25 p.m. GMT-5

Nombre de archivo
TESIS_MARÍA ELENA_LEONELA ANDREINA_EMPRENDIMIENTO 2025 N.pdf

Tamaño de archivo
3.6 MB

224 Páginas

43.605 Palabras

251.215 Caracteres



turnitin Página 1 of 232 - Portada Identificador de la entrega trn:oid:::3117:4516150

5% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text
- Cited Text
- Small Matches (less than 10 words)
- Submitted works
- Crossref database
- Crossref posted content database

Exclusions

- 63 Excluded Matches

Top Sources

5% Internet sources
0% Publications
0% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

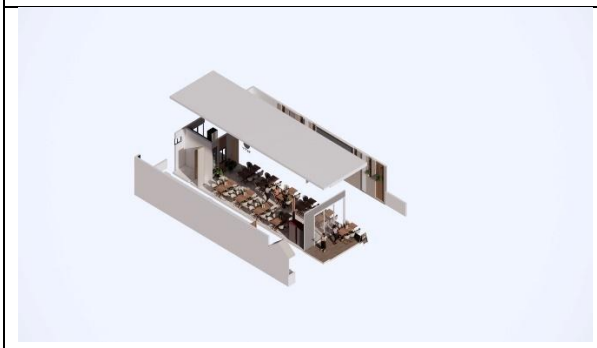
Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

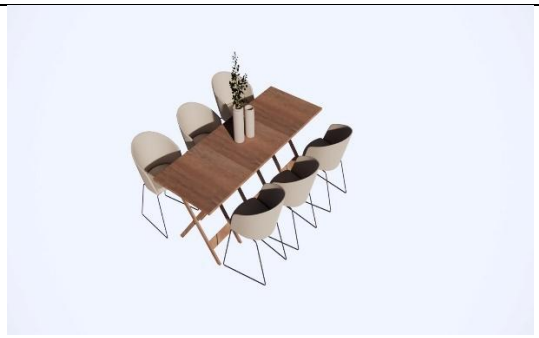
A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

Fotografías



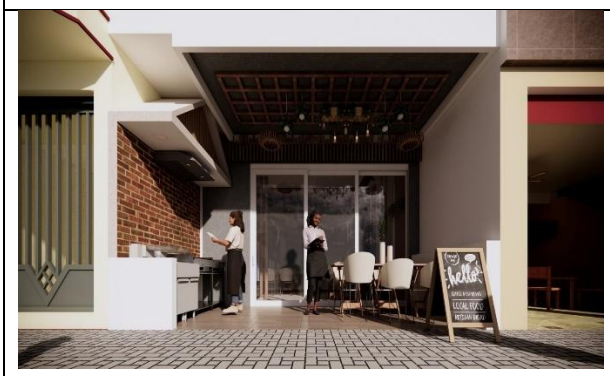


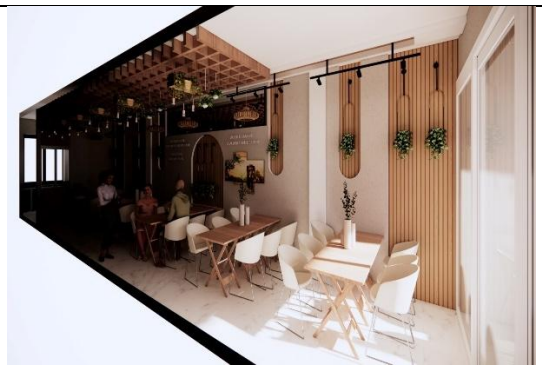








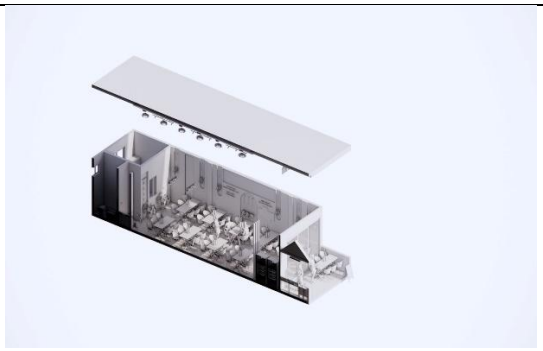




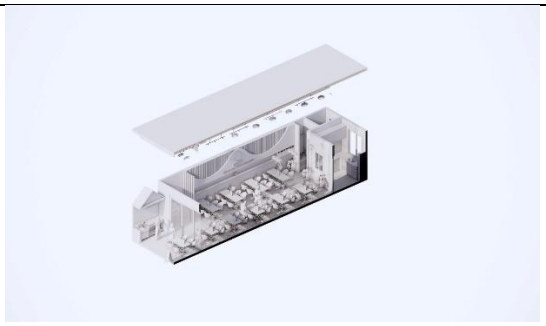

hello
LOCAL FOOD

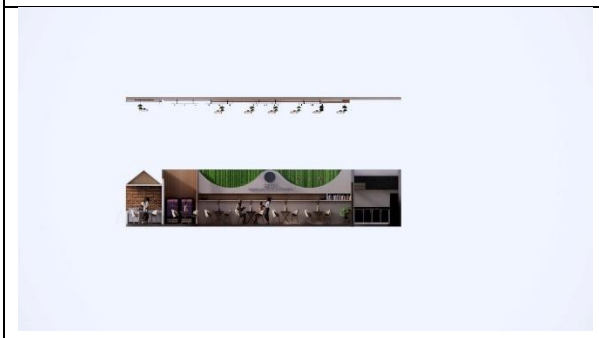














Carta Aval

Guaranda, 18 de octubre de 2024

Sra.
Gladys Coello Moreira
Propietaria del Restaurante

Estimada Srtas. Coello y Sánchez:

Reciba un cordial saludo de todo el equipo de su establecimiento. A través de la presente, nos complace comunicarle que hemos recibido su solicitud en la que se solicita la autorización para la realización de su **Proyecto de Tesis** en nuestro restaurante.

Es un honor para nosotros conceder el permiso a **María Elena Sánchez Mariscal** c

con ID**: 0928873652** y **Leonela Andreina Coello Romero** con ID**: 09417252444**, estudiantes del Noveno Ciclo de la **Facultad de Ciencias Administrativas, Gestión Empresarial e Informática** de la **Carrera de Turismo** de la **Universidad Estatal de Bolívar**, para acceder a la información y los recursos necesarios que contribuyan al desarrollo de su investigación.

Estamos seguros de que este proyecto no solo aportará a su formación académica, sino que también tendrá un impacto positivo en nuestro restaurante. Quedamos a su disposición para cualquier apoyo adicional que puedan requerir durante la ejecución del proyecto.

Sin otro particular, reiteramos nuestro compromiso con su éxito académico y les deseamos muchos éxitos en el desarrollo de su tesis.

Atentamente,

Betty Coello

Sra.: Gladys Coello Moreira

Encuesta:

Bloque 1: Datos demográficos **Edad:** 18 – 25 26 – 35 36 – 45 46 – 55 **Más** de 55 **Género:** Masculino Femenino otros **Procedencia:**
Bloque 2: Perfil Económico del Encuestado
¿Cuál es su ocupación principal? a) Empleado/a público b) Comerciante c) Agricultor/a d) Estudiante e) Otro

¿Cuál es su rango de ingreso mensual?

a) Menos de $200

b) Entre $200 a $500

c) Entre $500 a $800

d) Entre $800 a $900

e) entre de $900 a 1000

más de 1000

Bloque 3: Hábitos de Consumo

¿Con qué frecuencia consume alimentos en restaurantes?

a) Todos los días

b) Varias veces por semana

c) Una vez por semana

d) Rara vez

e) Nunca

¿Prefiere consumir productos típicos de la zona?

a) Sí

b) No

¿En una escala del 1 al 5 qué tan importante es para usted que los productos que consume en restaurantes sean locales?

1 nada importante

2 poco importante

3 modernamente importante

4 muy importante

5 extremadamente importante

Bloque 4: Preferencias Gastronómicas

¿Qué tipo de alimentos prefiere consumir al comer fuera?

a) Comida típica/local

b) Comida rápida

c) Comida internacional

d) Comida vegetariana/vegana

e) Otros

¿Con qué frecuencia consumiría en un restaurante que ofrezca una experiencia gastronómica típica?

a) Siempre que sea posible

b) Frecuentemente

c) Ocasionalmente

d) Rara vez

e) Nunca

Bloque 5: Conocimiento y Valoración de la Sostenibilidad

¿En una escala del 1 al 5 qué tan familiarizado/a está con el concepto de sostenibilidad en la gastronomía?

1 nada importante

2 poco importante

3 modernamente importante

4 muy importante

5 extremadamente importante

¿Considera importante que los restaurantes implementen prácticas sostenibles?

a) Si

b) No

c) Tal vez

d) No estoy seguro/a

e) No me interesa

¿Estaría dispuesto/a a pagar un poco más por un plato que promueva la sostenibilidad y el uso de productos locales?

a) Sí

b) No

c) Dependería del precio

d) No estoy seguro/a

e) No me interesa

¿Cuánto estaría dispuesto/a a pagar por un plato típico que incluye ingredientes frescos, preparación tradicional y enfoque en la sostenibilidad?

Menos de $5

Entre $5 y $10

Entre $10 y $15

Entre $15 y $20

Más de $20

¿Cómo califica la variedad de la oferta gastronómica en la Parroquia Febres Cordero?

a) Muy variada

b) Suficientemente variada

c) Limitada

d) Muy limitada

e) No estoy seguro/a

¿En una escala del 1 al 5 qué tan satisfecho está con la calidad general de la oferta gastronómica en la parroquia?

1 nada importante

2 poco importante

3 modernamente importante

4 muy importante

5 extremadamente importante

¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría adquirir nuestros productos típicos?

En el restaurante directamente

A través de servicios de entrega a domicilio

En ferias o mercados locales

Otros: _____

¿Qué tan importante considera que los productos típicos estén disponibles a través de plataformas digitales (aplicaciones móviles, redes sociales, sitios web)?

Muy importante

Importante

Poco importante

Nada importante

¿Cuál canal de comunicación utiliza con mayor frecuencia para conocer nuevos restaurantes o productos locales?

Redes sociales (Facebook, Instagram, Tiktok, WhatsApp, etc.)

Radio local

Recomendaciones de amigos o familiares

Anuncios en medios impresos (revistas, periódicos)

Otros: _____

¿Qué tipo de promociones considera más atractivas?

Descuentos en el precio

Ofertas de 2x1

Eventos especiales (degustaciones, música en vivo, etc.)

Sorteos o concursos

Otros: _____

¿Con qué frecuencia consume platos típicos de la localidad?

Diariamente

Semanalmente

Mensualmente

Rara vez

Nunca

Sección 1: Datos generales del establecimiento

Nombre del restaurante

¿Cuánto tiempo lleva operando su negocio en la comunidad?

¿Cuál es la especialidad de su local?

¿A qué tipo de clientela apunta principalmente?

¿Cuál considera que es el horario de mayor afluencia de clientes en su negocio?

¿Ha experimentado cambios en el tipo de clientela o en sus preferencias con el paso del tiempo?

¿Cuáles son sus metas a mediano y largo plazo para el crecimiento de su

negocio?
Bloque 2: Aspectos Económicos ¿Cuál es el ingreso promedio que ha tenido mensualmente? ¿Cuánto de estos insumos son adquiridos localmente? ¿Cuáles son los meses o temporadas de mayor y menor venta? ¿Está dispuesto/a a invertir en prácticas sostenibles si percibe que podrían incrementar el valor de sus productos o servicios?
Bloque 3: Perfil de la Clientela y Preferencias ¿Sus clientes prefieren principalmente alimentos típicos de la zona o buscan variedad (internacional, fusión)? ¿Qué aspectos valoran más sus clientes al visitar su negocio?
Bloque 4: Análisis de la Oferta Gastronómica en la Zona ¿Existen proveedores locales suficientes para satisfacer la demanda de ingredientes de alta calidad? ¿Cuál es su experiencia al trabajar con ellos?
Bloque 5: Sostenibilidad y Prácticas Ambientales ¿Qué tan familiarizado/a está con el concepto de sostenibilidad en la gastronomía? ¿Qué prácticas sostenibles ha considerado implementar en su negocio? (por

ejemplo, reducción de plásticos, reciclaje, uso de productos biodegradables, compra de ingredientes locales)

¿Estaría dispuesto/a a incrementar levemente los precios de sus productos si esto ayuda a implementar prácticas sostenibles?

Cronograma De Investigación

		Meses															
		Septiembre				**Octubre**				**Noviembre**				**Diciembre**			
		S1	**S2**	**S3**	**S4**	**S1**	**S2**	**S3**	**S4**	**S1**	**S2**	**S3**	**S4**	**S1**	**S2**	**S3**	**S4**
N°	**Actividad**	2/6	9/13	16/20	23/27 30	1/4	7/11	14/18	21/25 31	4/8	11/15	18/22	25/29	2/6	9/13	16/20	23/27
1	**Socialización sobre el proceso de la modalidad, propuestas de tema (denuncia del tema)**																

2	**Entrega de la denuncia del tema.**																
3	**Análisis de la denuncia del tema y asignación de director y pares académicos.**																
4	**Revisión de la denuncia del tema con los directores y pares académicos.**																
5	**Inscripción de estudiantes en la unidad de integración curricular, incluido el certificado de cumplimiento.**																
6	**Aprobación de la denuncia del tema, directores y pares académicos.**																
7	**Elaboración del anteproyecto según estructura establecida.**																
8	**Entrega del anteproyecto a la UIC (incluido el certificado de cumplimiento, anexo 4).**																
9	**Desarrollo del trabajo de integración curricular (proyecto), con asesoramiento de los pares académicos y del director.**																

10	**Recepción del proyecto con el correspondiente certificado de cumplimiento del 70% para la aprobación de la asignatura Trabajo de Titulación e Integración Curricular con la firma del director.**																
11	**Elaboración y entrega del informe preliminar (fin de periodo académico) referente al proceso de titulación del grupo correspondiente.**																

Cronograma de actividades

Actividad	Responsable	Fecha de Inicio	Fecha de Finalización	Recursos Asignados
Fase 1: Planificación				
Revisión bibliográfica y documental	Equipo de investigación	01/10/2024	15/10/2024	Bases de datos, bibliografía, acceso a internet
Diseño del estudio de mercado	Investigador principal	16/10/2024	31/10/2024	Software estadístico, encuestas
Fase 2: Trabajo de Campo				
Aplicación de encuestas a la población objetivo	Encuestadores asignados	01/11/2024	15/11/2024	Cuestionarios, transporte

Entrevistas a actores clave (restauranteros, consumidores)	Equipo de entrevistas	16/11/2024	30/11/2024	Grabadoras de voz, transcripción
Observación de campo en establecimientos similares	Investigador principal	01/12/2024	10/12/2024	Libreta de campo, cámara fotográfica
Fase 3: Análisis y Procesamiento de Datos				
Análisis de datos cualitativos y cuantitativos	Equipo de análisis	11/12/2024	31/12/2024	Software estadístico, herramientas de análisis
Elaboración del informe de resultados	Equipo de redacción	01/01/2025	15/01/2025	Procesador de textos
Fase 4: Desarrollo del Proyecto				
Diseño de la propuesta del restaurante sostenible	Equipo de diseño	16/01/2025	31/01/2025	Software de modelado, planos arquitectónicos
Estudio técnico y normativo	Consultor especializado	01/02/2025	15/02/2025	Regulaciones del sector turístico
Evaluación financiera y viabilidad del proyecto	Equipo financiero	16/02/2025	28/02/2025	Hojas de cálculo, modelos financieros
Fase 5: Presentación y Validación				
Elaboración del documento final del proyecto	Equipo de redacción	01/03/2025	15/03/2025	Procesador de textos, revisión de normas
Presentación del proyecto a tutores y evaluación	Investigador principal	16/03/2025	31/03/2025	Exposición, diapositivas
Ajustes y correcciones finales	Equipo de investigación	01/04/2025	15/04/2025	Documentación final, revisiones